



DATOS GENERALES

Nombre de la Iniciativa:

Observatorio Turístico de la Región Chorotega de Costa Rica.

Periodo del Informe:

Enero 2009-Noviembre 2009.

Universidades participantes:

UNA , ITCR, UCR, UNED

CRI (S) REGIONAL de impacto de la propuesta:

Región Chorotega.

Eje estratégico que apoya:

Turismo

Proponentes por universidad (Nombre, Universidad y Coordinador responsable por universidad)

Nombre	Universidad
David Morales	UNA
Lady Fernández	ITCR
Gina Rivera	UCR
Elena Murillo	UNED Coordinadora

Población Meta:

- Micro, pequeños y medianos empresarios turísticos de la región.
- Comunidades locales.
- Tomadores de decisiones a nivel local, regional y nacional.
- Turistas que visitan la región.
- Profesores y estudiantes de las carreras de Turismo de las universidades participantes.

I. RESULTADOS



Plan de acción:
OBJETIVOS ESPECIFICOS DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN.

Objetivo Específico: 1. Realizar análisis periódicos de la oferta y la demanda y tendencias de la micro, pequeña y mediana empresa del sector turismo de la Región Chorotega

Responsable/ Universidad	METAS	ACCIONES	INDICADOR DE ÉXITO	PORCENTAJE DE LOGRO
David Morales UNA Lady Fernández ITCR Gina Rivera q. UCR.	Conocer información relevante que permita definir el estado la tendencias de desarrollo de las Mipymes turísticas en la región Chorotega Conocer las necesidades, gustos y preferencias del turista que visita las Mipymes turísticas en la región Chorotega	Desarrollar una metodología de evaluación de la oferta, demanda y tendencias de la micro, pequeña y mediana empresa del sector turismo en la región.	Metodología desarrollada de manera articulada Área muestreada	100% (ver anexo 1)
	Ofrecer un informe de resultados sobre los datos proporcionados por los empresarios de Mypimes Turísticas, indicando el estado y tendencia del desarrollo de las mismas y posibles opciones para fortalecerla.	Publicar resultados periódicamente en medios de prensa de circulación masiva y medios especializados, así como los medios disponibles en la Universidad. Desarrollar talleres de rendición de cuentas a pequeñas y medianas empresas sobre la situación del mercado de turismo en la región, basándose en la información compilada.	Número de eventos locales convocados para devolución y capacitación Numero de micro, pequeñas y medianas empresas participantes Numero de Publicaciones periódicas	100%
	Definir modelos de gestión integral de destinos turísticos, Planes de Excelencia Turística: recuperación y regeneración de destinos maduros y Planes de Dinamización Turística: activación económica y potenciación de destinos turísticos emergentes	Desarrollo de Modelo de Gestión Integral de Destinos Turísticos	Modelos diseñados Numero de Profesores de la carreras de turismo involucrados en el proyecto	100% Su realización se contempla en el segundo semestre, después de la colecta de datos.
	Fomentar la participación de estudiantes en proyectos de investigación, extensión/acción social y en trabajos de graduación.	Capacitar a estudiantes asistentes de investigación para la recolección y tabulación de los datos de las encuestas. Ofrecer, a profesores y a los estudiantes, temas de investigación derivadas de las experiencias del Observatorio, para ser	Número de Estudiantes involucrados en proyectos de investigación, extensión/acción social. Número de proyectos de graduación.	100% Se trabajo durante el segundo semestre con los estudiantes, quienes realizaron trabajo del campo y oficina. En total, se involucraron 15 estudiantes. La Universidad de Costa Rica involucra a 18 estudiantes en el proyecto, quienes



HDR-2009: OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA REGIÓN CHOROTEGA

		usadas en sus cursos o bien como temas de Tesis		realizaron trabajo de campo y oficina.
--	--	---	--	--

Objetivo Específico: 1 (Continuación). Realizar análisis periódicos de la oferta y la demanda y tendencias de la micro, pequeña y mediana empresa del sector turismo de la región Chorotega

Responsable/ Universidad	METAS	ACCIONES	INDICADOR DE EXITO	PORCENTAJE DE LOGRO
	<p>Crear indicadores de tendencias de desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa de turismo.</p> <p>Crear indicadores sobre comportamiento del turista y sus preferencias.</p> <p>Crear indicadores sobre la tendencia de la percepción ciudadana con respecto al desarrollo turístico de la región</p> <p>Realizar un estudio comparativo a partir de los indicadores de oferta, demanda y percepción ciudadana para ofrecer, a empresarios y encargados de las tomas de decisiones sobre las estrategias a seguir para la planificación del desarrollo del sector turismo en la región.</p>	<p>Desarrollar indicadores que permitan evaluar diferentes variables como: información del establecimiento, su evolución, el peso relativo de las MiPyMES, el empleo, las inversiones de los establecimientos, el perfil del cliente, las coyunturas locales y nacionales, expectativas empresariales, la especialización en la atención al cliente, destinos competidores, el manejo ambiental, la asociatividad, las cadenas de valor y la visión de los empresarios entre otras. Así como evaluar diferentes variables como el gasto medio, el medio de transporte utilizado, fidelidad del destino, la inclusión de todos los sectores de turistas, gasto diario, destinos competidores, profesión del turista, tipología de viajes etc, y el análisis de impactos positivos y negativos, detectados en las comunidades por opinión de diferentes grupos etarios</p>	<p>Diseño articulada de indicadores</p> <p>Validación de Indicadores sobre oferta, demanda y preferencias del sector turismo desarrollados</p>	<p>100%</p> <p>(ver anexo 1)</p>



Objetivo Específico 3. Analizar las interacciones que se dan entre el Instituto Costarricense de Turismo y las cámaras de Turismo, las asociaciones de turismo, las cooperativas de turismo, las universidades estatales, el INA, los colegios técnicos, las municipalidades y la comunidad nacional, en el desarrollo de la actividad turística en la provincia de Guanacaste.

Responsable/ Universidad	METAS	ACCIONES	INDICADORES DE EVALUACIÓN
Geovanny Arrieta UCR	Hacer conocer los resultados de este estudio a los responsables políticos, sociales e institucionales; así como a los que toman decisiones, a los gestores y a los planificadores de políticas sobre turismo para que conozcan la relación entre las políticas emanadas y la realidad que impera en la zona.	Preparar una base de datos bibliográfica, sobre las instituciones involucradas en el desarrollo del turismo en Guanacaste, a través de un Seminario de Graduación de Licenciatura en Gestión Ecoturística de la UCR-Sede Guanacaste.	Base de datos de propuestas
		Elaboración de un estado de la cuestión a partir de los textos que indiquen los datos relativos al papel de las instituciones involucradas en el sector del turismo en Guanacaste.	Un Modelo de encuestas que entreguen los intereses
		Elaborar un encuentro entre las instituciones involucradas en el sector turismo, la comunidad costarricense e internacional, con el fin de presentar los alcances de la investigación.	Foro representativo de Mipym y unidades académicas involucradas
		Proponer temáticas de estudio para ser analizadas en los cursos de Seminarios de Realidad Nacional y de la carrera de turismo de las universidades involucradas, y de los colegios técnicos a partir de los resultados de esta investigación, con el fin de generar nuevas aristas de investigación.	Publicación de resultados en revistas especializadas



OBJETIVOS ESPECIFICOS DE EXTENSIÓN Y CAPACITACION.

Objetivo Específico 5. Contribuir a crear condiciones para desarrollo regional endógeno, por medio de procesos de capacitación y de la Región Chorotega.				
Responsable/Universidad	METAS	ACCIONES	INDICADOR DE EXITO	
MSc Miguel Sobrado Chaves UNA Denia Zeledón Valverde SRCH-UNA Sandra Lezcano SRCH-UNA	Promover la creación de micro, medianas y pequeñas empresas.	Impulsar la generación de empleo y la formación de empresas integradas a sistemas productivos y de servicios endógenos dentro de la región, por medio de procesos de Alfabetización Empresarial	La puesta en marcha de 40 nuevas empresas	Se f... idea... 52 p... inco... Has... emp... Porc...
	Capacitar a la población local en diferentes talleres.	Brindar procesos de capacitación que permitan desarrollar en la población de las comunidades seleccionadas habilidades y destrezas para optar por mejores condiciones de trabajo	Brindar en las comunidades al menos 15 cursos diferentes según las necesidades de la población por cada Laboratorio Organizacional de Terreno.	Se com... 27 c... cant... -LO... un t... -LO... de... dife... Porc...
	Lograr mayor número de experiencias de Alfabetización Empresarial.	Incrementar el número de experiencias de alfabetización empresarial emprendidas conjuntamente con el IDA en las comunidades mencionadas para evaluar los resultados y posibilidades de generalización regional.	Realizar 2 LOT's: 1 en Cañas, 1 Santa Cruz. Efectuar 3 Talleres de proyectos: 1 Santa Cruz, 1 en cañas y 1 La Cruz. Número de empresas en funcionamiento	Se com... 27 c... cant... Se c... en 2... del... En t... proy... com... LOT... pus... cant... En t... Porc...



OBJETIVO 1:

a. Logros concretos de la IIDR, de acuerdo con los objetivos, metas e indicadores establecidos (análisis sobre qué se ha logrado, qué falta por hacer y desafíos).

- Se desarrollo un sistema de muestreo novedoso, de bajo costo para las MIPYMES de turismo en la Región Chorotega, que permitirá en el corto y mediano plazo realzar una evaluación del sector turismo (a nivel de pequeña y mediana empresa).
- La definición de indicadores adaptados a la región sobre MYPIMES turísticas.
- Capacitación de estudiantes y profesores en la metodología de muestreo, así como en el uso de GPS y sistemas de información geográfico.
- Caracterización de las MIPYMES turísticas en la región.
- Se debe seguir afinando la metodología, y realizar una validación de la información arrojada.
- Actualmente se tiene información sobre oferta, el próximo año se incluirá la demanda del servicio.

- OBJETIVO 3:

- **Logros concretos de la IIDR, de acuerdo con los objetivos, metas e indicadores establecidos (análisis sobre qué se ha logrado, qué falta por hacer y desafíos).**

- En el caso del objetivo n.3, se ha elaborado un estudio novedoso para la Región Chorotega, en el cual se ha logrado determinar el grado de relación existente entre las políticas del ICT, y las universidades estatales involucradas en el campo de la formación turística.
- Esto permitirá crear un foro de discusión entre las universidades que lleve a elaborar proyectos de trabajo conjunto, además de abrir nuevas posibilidades de intercambio para mejorar la oferta, tanto de las instituciones de enseñanza, como del ICT.
- La metodología permitió la incorporación del trabajo de estudiantes de Seminario de Graduación y la estructuración de un modelo de encadenamiento en el cual se está trabajando.
- Tenemos un diagnóstico claro de la directrices de las políticas de las instituciones de enseñanza superior y de las del Estado, que permitirá a corto plazo abrir posibilidades de de nuevas opciones de diálogo.
- Para el próximo año se continuará con la segunda parte del programa, que incluirá la relación universidades, ITC y sector empresarial, con el cual se pretende cerrar un círculo de competencias e interrelaciones, que genere un indicador con el cual se pueda inferir directamente en las políticas de turismo dirigidas a la región Chorotega.

b. Contribución de la IIDR al impacto regional en términos cualitativos y cuantitativos, en cuanto a:



En esta primera etapa, el impacto de este objetivo no es tan evidente, se esperan ver efectos el próximo año cuando se empiece con la diseminación de resultados.

En este sentido, toda la región Chorotega tendrá impacto, ya que los tomadores de decisiones, así como la academia, dispondrán de información de primera mano y sin mucho sesgo sobre el sector turismo.

Las limitantes que tuvimos durante el desarrollo de este trabajo estuvieron basadas en que las universidades, no nos brindaron la información de una manera rápida, lo cual nos quitó tiempo para el análisis.

- b.3. Según las estrategias planteadas en la IIDR, establecer la valoración de los mecanismos de supervisión y seguimiento utilizados.

El seguimiento y supervisión, se prevé que se realice con futuros estudios, ya que sin ellos no podremos dar una visión de conjunto de la región Chorotega.

1.1 Objetivo 5: Alfabetización Empresarial.

- Informe de seguimiento a las empresas que se formularon en años posteriores en el distrito de Bejuco.
- La incorporación y capacitación de una estudiante de pasante proveniente de Canadá.
- Reuniones con instituciones como el IMAS, Fundecooperación, entre otras, para que financien las ideas productivas de los empresarios surgidos por la Metodología de Capacitación Masiva.
- La coordinación con la municipalidad para el desarrollo de talleres de alfabetización empresarial
- La práctica organizacional realizado por la población participante en el LOT, de manera especial para las personas de la Junta y Comisiones de trabajo, pues los tres laboratorios resultaron ser un ejercicio de organización (a manera de ensayo) que bien dirigido, puede colaborar en sus organizaciones locales, por medio del aprendizaje sobre puntos clave como la reunión, la agenda, el acta, los acuerdos y sus responsables, etc.

2. Contribución de la IIDR al impacto regional en términos cualitativos y cuantitativos, en cuanto a:

2.1. Área de impacto prioritaria: cómo se dio dicho impacto y en qué medida.

El área de impacto del proyecto fue específicamente el cantón de Santa Cruz, en donde se desarrollaron dos Laboratorios Organizacionales de Terreno y alrededor de once Talleres de proyectos.



En las comunidades en las que trabajamos fueron: Santa Bárbara y comunidades aledañas; y en el distrito de Veintisiete de abril: el pueblo cabecera del distrito, Río seco, Río Tabaco, Paso Hondo, Guapote, Paraíso, Florida, Junquillal, Pargos, Lagarto, Pinilla, además se abrieron Talleres de proyectos en Santa Cruz centro y Barrio Limón.

En la zona de trabajo seleccionada se empleo la Metodología de Capacitación Masiva, por medio de un Laboratorio Organizacional de Terreno (LOT), dicho LOT es un ejercicio de autoorganización por parte de las comunidades participantes, en donde las personas se organizan para llevar y montar una empresa de capacitación, en dicha organización, los participantes llevan una de talleres de capacitación según las necesidades de la población local; a su vez se brindo un taller de proyectos en el cual los participantes aprenden a elaborar perfiles de proyectos de inversión para montar microempresas.

2.2. Población beneficiaria o meta: quiénes, cuántos (as) y cómo se beneficiaron.

En las actividades del proyecto participaron amas de casa, madres solteras, campesinos y estudiantes de las diferentes comunidades en las que se trabajo. De los dos Laboratorios Organizacionales de Terreno ejecutados, en total se beneficiaron 239 personas en 30 cursos diferentes. Como se puede observar en la siguiente tabla N° 1.

Y de los Talleres proyectos participaron en total 88 personas ver tabla N° 2, de los TP se elaboraron 74 perfiles productivos (porque habían ideas productivas en conjunto).

Tabla N° 1

Cantidad de Cursos y Participantes por LOT

Laboratorio	Cantidad de Cursos	Cantidad de participantes
Santa Bárbara	14	107
Veintisiete de abril	16	132
Total	30 cursos	239 participantes

Fuente: Base de datos de los LOT.

Tabla N° 2

Cantidad de participantes en Talleres de Proyectos

Comunidad	Personas que terminaron el curso	Total personas graduadas por proceso
Santa Bárbara	16	16
Lagarto	5	72
Pargos	4	
Junquillal	8	
Veintisiete de abril	9	



Río Seco	5	
Florida	14	
Barrio Limón	5	
Santa Cruz	22	
Pinilla	3	
Río Tabaco	7	
TOTAL	88	88

Fuente: Base de datos de los LOT.

3. Limitaciones durante el proceso de ejecución de la iniciativa

- Falta de información actualizada sobre las comunidades.
- Falta de un equipo local que permita el empoderamiento del método.
- Falta de participación o de visitas a las actividades del proyecto por parte del órgano representante.
- Seguimiento a las empresas formuladas en años posteriores.

4. Lecciones aprendidas

- La necesidad existente de capacitación técnica y en alfabetización empresarial en las zonas rurales de Guanacaste como hemos visto se puede dinamizar inicialmente con los TP y LOTs, pero requiere convertirse en una actividad masiva que abarque todo el cantón y estimule la formación de procesos de seguimiento y apoyo.
- La necesidad de una política social articulada y apoyada por entes públicos y privados en la zona, que focalicen su atención a las necesidades sentidas por la población. Pensamos que la responsabilidad social empresarial no puede limitarse a girar dinero para proyectos, sino que debe dirigirse, también a impulsar el buen uso de los recursos públicos.
- La importancia de la coordinación entre instituciones estatales, gobiernos locales y la empresa privada acciones de este tipo para propiciar un desarrollo "hacia dentro".
-

5. Sugerencias que contribuyan a mejorar el proceso de regionalización

- La necesidad de generar proyectos de mayor alcance que permitan la formación de un equipo local ligado a las organizaciones de la sociedad civil, que tengan la capacidad de organizar empresas asociativas y a mediano plazo, puedan organizar TP y dirigir Laboratorios Organizacionales.
- Promover actividades de visita y seguimiento a las actividades de los proyectos financiados por CONARE.
- Desarrollar una evaluación continua de los proyectos y con forme a los resultados, valorar el finamiento de lo mismo.



IHR-2009: OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA REGIÓN CHOROTEGA



D. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA:

FINANCIAMIENTO POR UNIVERSIDAD								
RUBROS	UCR		ITCR		UNA		UNED	
	MONTO ASIGNADO	MONTO EJECUTADO	MONTO ASIGNADO	MONTO EJECUTADO	MONTO ASIGNADO	MONTO EJECUTADO	MONTO ASIGNADO	MONTO EJECUTADO
Laboral	22.080.000	22.080.000			12.842.225	12.842.225		
Operación e inversión	19.657.000	19.657.000			25.694.775	25.694.775		
TOTAL	41.737.000	41.737.000			38.537.000	38.537.000		



ANEXO N.1

En este anexo agregamos un resumen del resultado final de nuestro trabajo de acuerdo al objetivo n.1.

- **Población Meta:**

- Micro, pequeños y medianos empresarios turísticos de la región.
- Comunidades locales.
- Tomadores de decisiones a nivel local, regional y nacional.
- Turistas que visitan la región.
- Profesores y estudiantes de las carreras de Turismo de las universidades participante



ASPECTOS METODOLÓGICOS

Nuestra zona de estudio fue la REGION CHOROTEGA, la cual detallamos en el siguiente mapa.





Una vez definida la zona de impacto pasamos a detallar los indicadores que íbamos a estudiar, los cuales son los siguientes:

TIPO DE INDICADOR	INDICADORES (algunos)
Oferta	<ul style="list-style-type: none">• Capacidad en: alimentación, hospedaje, transporte• Tipo de servicio ofrecido• Tipo de turismo
Demanda	<ul style="list-style-type: none">• Servicios demandados• Clientes x año• Noches de pernoctación• Turistas satisfechos
Organizacionales	<ul style="list-style-type: none">• Debidamente constituida• Planificación del crecimiento• No. empleados
Gestión financiera	<ul style="list-style-type: none">• Autosuficiencia financiera• Apalancamiento
Expansión	<ul style="list-style-type: none">• Incremento en ingresos, precios, servicios
Ambientales	<ul style="list-style-type: none">• Impactos positivos y negativos
Sociales	<ul style="list-style-type: none">• Contribución al desarrollo de comunidades



Estos indicadores serían analizados a través de un instrumento de recolección de información que tocaría los siguientes puntos:

Diseño de instrumento con diferentes secciones:

- Información general de la empresa
- Información general del empresario
- Información sobre oferta de servicios turísticos
- Información sobre demanda turística
- Información sobre el fortalecimiento empresarial

Una vez definido lo anterior pasamos al diseño del muestreo, lo cual tocó los siguientes puntos:

- La población meta: micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, localizadas dentro del marco muestra.
- Se seleccionó un diseño muestral de baja intensidad, en dos etapas con estratificación.

Se considera un muestreo estratificado de acuerdo con algunas concentraciones de frecuencia en áreas

El muestreo se realizó en dos etapas:

IDEA BÁSICA:

- La población se subdivide en *unidades primarias* (UP).
- Las unidades primarias se subdividen a su vez en *unidades secundarias* (US).
- Las unidades secundarias constituyen la población de interés.

ALEATORIZACIÓN:

- Se realiza a dos niveles:
 - Se seleccionan n UP.
 - Dentro de las UP seleccionadas se seleccionan m_i unidades secundarias.

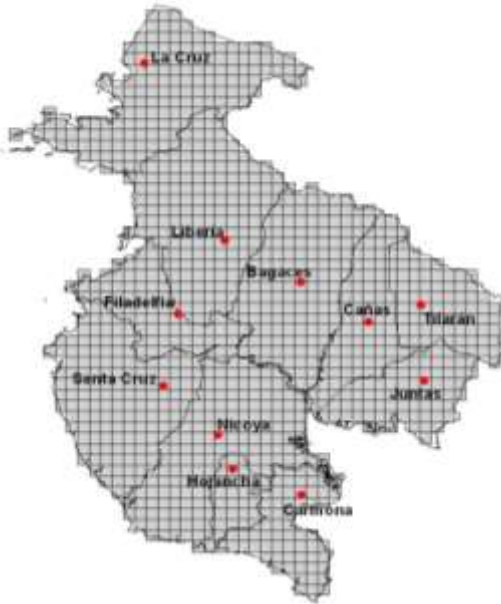
Por qué un muestreo en dos etapas?

- Este tipo de diseño muestral da mayor facilidad en la organización e implementación del trabajo de campo.
- Reduce los costos y el tiempo de la recolección de la información.
- Provee información precisa y a un costo mucho menor si se compara con otros diseños.
- Es un diseño probado y validado en otros campos con muy buenos resultados.

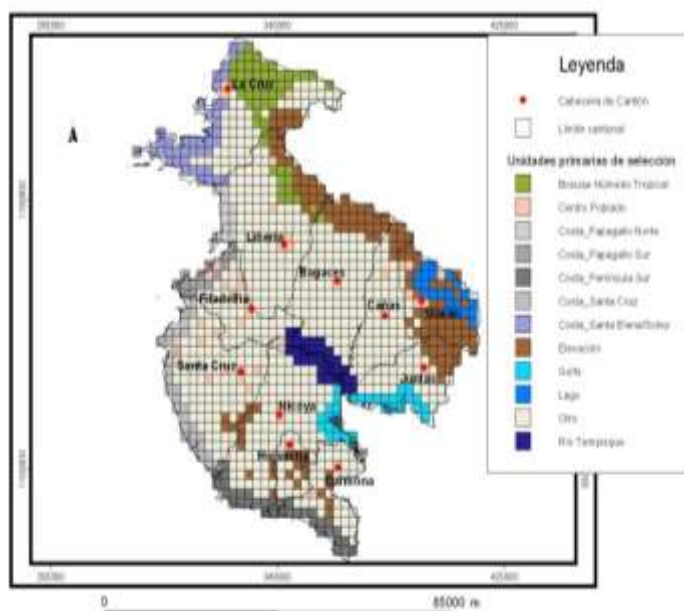


- Primera etapa de muestreo

Se seleccionó un punto al azar, el cual fue la base para la confección de una grilla, con cuadrículas de 9 Km² (3x3 km).



Las mismas se subdividieron en estratos

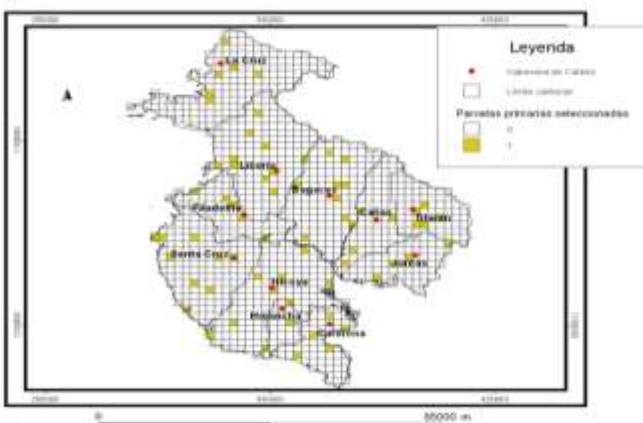




Bosque Húmedo Tropical
Centros poblados
Costa Santa Elena/Soley
Costa Papagallo Norte
Costa Papagallo Sur
Costa Santa Cruz
Costa Península sur
Elevación
Golfo de Nicoya
Lago Arenal
Río Tempisque
Otro

Primera etapa de muestreo :

Una vez seleccionado el número de unidades primarias por estrato, se realizó una selección aleatoria del 10% de las unidades primarias por estrato, a excepción del estrato "otro", en el cual se aplicó sólo un 5%, por ser la mayor área y en la que se espera encontrar menor intensidad de actividad turística.





Segunda etapa de muestreo

Dentro de las unidades primarias seleccionadas por estrato, se procedió a realizar un muestreo secundario, utilizando transectos como unidad secundarias.

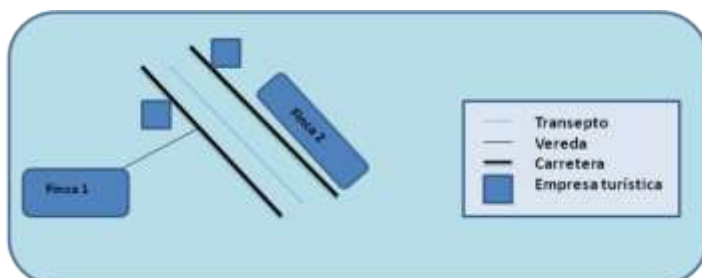
Para la definición de los transectos a seleccionar, se parte del supuesto que la localización de cualquier micro, pequeña o mediana empresa de turismo, debe estar asociada a una red vial.

Cada unidad secundaria está definida como un transecto de 600 m de longitud, los cuales se ubicarán aleatoriamente

Se seleccionarán 5 unidades secundarias por unidad primaria seleccionadas (67 en total), para un total de 335 unidades secundarias seleccionadas (201 Km de transectos de un total de 10449,48 km de carreteras existentes en el área de estudio)



Segunda etapa de muestreo





Para efectos de la recolección de información en el campo, se procedió a entrevistar cualquier micro, pequeña o mediana empresa turística a ambos lados del transecto sobre la calle

ALGUNOS RESULTADOS PRELIMINARES

Porcentajes a tener presentes

% Empresas cerradas **7,0%**

% No contestaron **7,7%**

% Total No Respuesta **14,7%**

Intensidad de empresas por kilómetro

Estrato	Empresas kilómetro	por
Costa Papagayo Sur	3.33	
Centro Poblado	3.14	
Costa Peninsular Sur	1.75	
Costa Santa Cruz	0.78	
Elevación	0.22	
Lago	0.17	
Río Tempisque	0.11	
Otro	0.10	
Costa Santa Elena / Soley	0.08	
Bosque Húmedo Tropical	0.00	
Costa Papagayo Norte	0.00	
Golfo	0.00	



Estimación de empresas por estrato y total

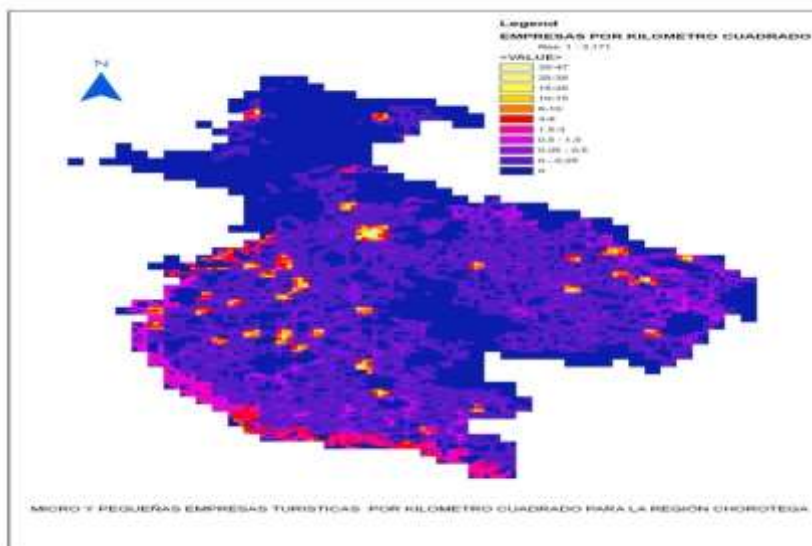
ESTRATO	TOTAL	%
Centro Poblado	3077	61.2%
Costa Peninsular Sur	647	12.9%
Otro	592	11.8%
Costa Santa Cruz	258	5.1%
Costa Papagayo Sur	206	4.1%
Elevación	204	4.1%
Lago	33	0.7%
Río Tempisque	9	0.2%
Costa Santa Elena / Soley	5	0.1%
Bosque Húmedo Tropical	0	0.0%
Costa Papagayo Norte	0	0.0%
Golfo	0	0.0%
Total general	5030	100.0%



Estimación de empresas por cantón

CANTON	TOTAL	PORCENTAJE
SANTA CRUZ	1133	22.5%
LIBERIA	755	15.0%
CARRILLO	751	14.9%
NICOYA	620	12.3%
TILARAN	459	9.1%
NANDAYURE	427	8.5%
CAÑAS	253	5.0%
BAGACES	187	3.7%
HOJANCHA	186	3.7%
LA CRUZ	144	2.9%
ABANGARES	116	2.3%
TOTAL	5030	100.0%

Mapeo de la muestra, por grado de intensidad



La experiencia de campo.



Iniciamos con la capacitación de más de 40 estudiantes de todas las universidades en las instalaciones del CEMEDE, en Nicoya. Actividad en la cual se tomó en cuenta las opiniones de los y las estudiantes, lo cual sirvió para una segunda retroalimentación del trabajo. Con este trabajo logramos crear un instrumento de campo completo, con el cual lograríamos recopilar toda la información necesaria para realizar nuestras conclusiones generales. Es importante recalcar que estos resultados provienen de la percepción de los entrevistados que en este caso son los dueños de las Mipymes.



Las conclusiones generales, a las cuales llegamos al abordar las zonas de trabajo, son las siguientes:

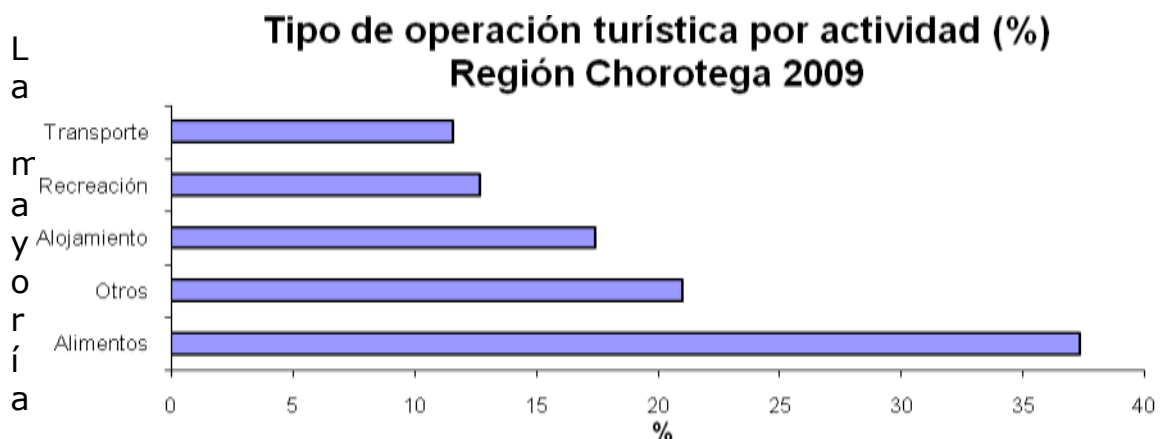
- En el campo nos dimos cuenta de que aunque hay zonas en las cuales no encontramos ninguna empresa, el potencial turístico para abrirlas se encuentra presente.
- No hay una relación directa entre los entrevistados y las opciones que ofrece la banca estatal para su capacitación, pues no son considerados importantes para esta iniciativa.
- Con este trabajo un 80% de las empresas, por primera vez fueron tomadas en cuenta.
- Se determinó en el día a día que estas pequeñas y medianas empresas tienen rostros familiares en donde las mujeres son las que dirigen el emprendimiento.
- En el campo nos dimos cuenta de que aunque hay zonas en las cuales no encontramos ninguna empresa, el potencial turístico para abrirlas se encuentra presente.



- No hay una relación directa entre los entrevistados y las opciones que ofrece la banca estatal para su capacitación, pues no son considerados importantes para esta iniciativa.
- Con este trabajo un 80% de las empresas, por primera vez fueron tomadas en cuenta, pues a la fecha no habían sido visitadas por ninguna otra institución sea educativa o estatal.
- Se determinó en el día a día que estas pequeñas y medianas empresas tienen rostros familiares en donde las mujeres son las que dirigen el emprendimiento.
- Este trabajo tiene como una de sus principales características, el ser una base para el trabajo futuro de las universidades en la región, tanto en investigación, como en extensión docente y acción social. La radiografía inicial de la región ha permitido crear toda una base de datos para capacitaciones directas a los y las habitantes de la zona involucradas en tan importante área de trabajo.

Uno de los aspectos más importantes de este trabajo es que sirve para que se mejore el proceso de regionalización, a través de proyectos de mayor alcance que permitan la formación de un equipo local ligado a las organizaciones de la sociedad civil, que tengan la capacidad de organizar empresas asociativas y a mediano plazo, puedan organizar TP y dirigir Laboratorios Organizacionales. De promover actividades de visita y seguimiento a las actividades de los proyectos financiados por CONARE, así como desarrollar una evaluación continua de los proyectos y con forme a los resultados, valorar el finamieto de lo mismo

Los resultados más importantes que logramos ubicar al aplicar el instrumento de campo son:

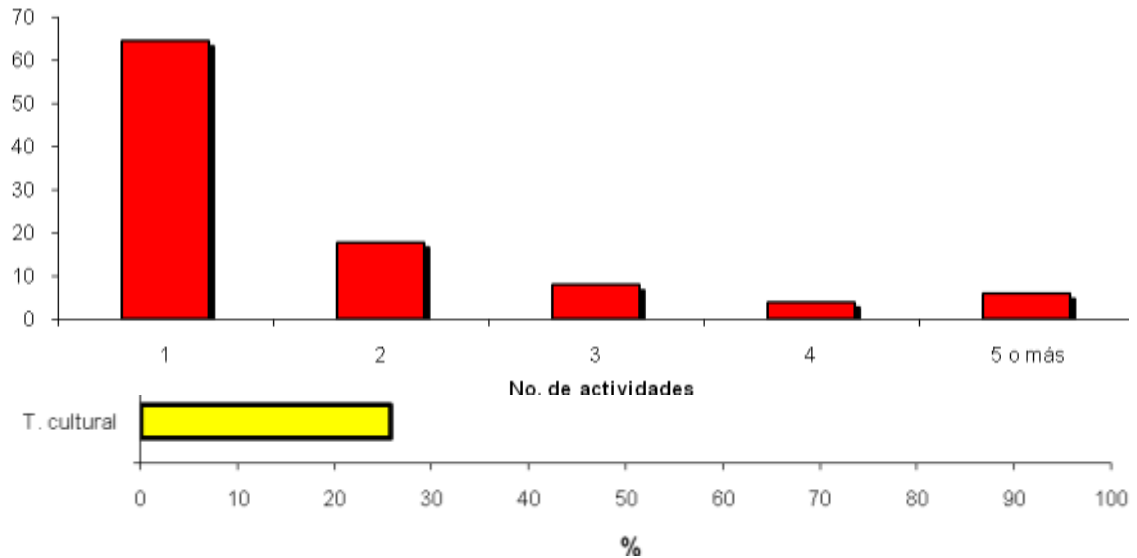


d



e las empresas Mipymes de la región se ubican en el campo de la alimentación, siendo los mismos de tipo muy simple. Fondas y pequeños restaurantes son los que se manifiestan como las más comunes.

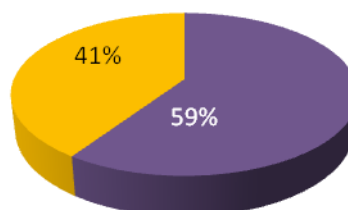
Frecuencia de operaciones turísticas conjuntas (%) Región Chorotega 2009



En cuanto al tipo de turismo que es demandado por los turistas que visitan nuestra región es el turismo residencia, y el turismo de aventura o de salud, siguiéndole el ecoturismo y el turismo rural comunitario.

Tipos de clientes que visitan las Mipymes

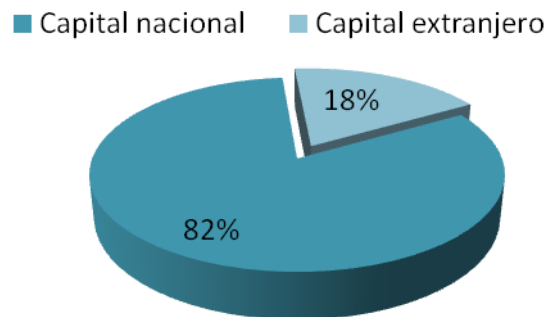
■ CLIENTE NACIONAL ■ CLIENTE EXTRANJERO





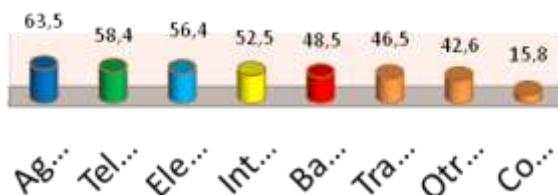
La clientela internacional es la que sostiene a este tipo de empresas, seguida muy de cerca por la nacional. Esto nos puede llevar a la conclusión de que las instituciones relacionadas con el sector, podrían implementar programas más fuertes, con el fin de mejorar los servicios al sector turismo.

COMPOSICION DEL CAPITAL



El esfuerzo de los costarricenses se ve plasmada en la constitución de las Mypimes, lo cual contrasta con la poca capacidad del Estado de brindar apoyo a las mismas.

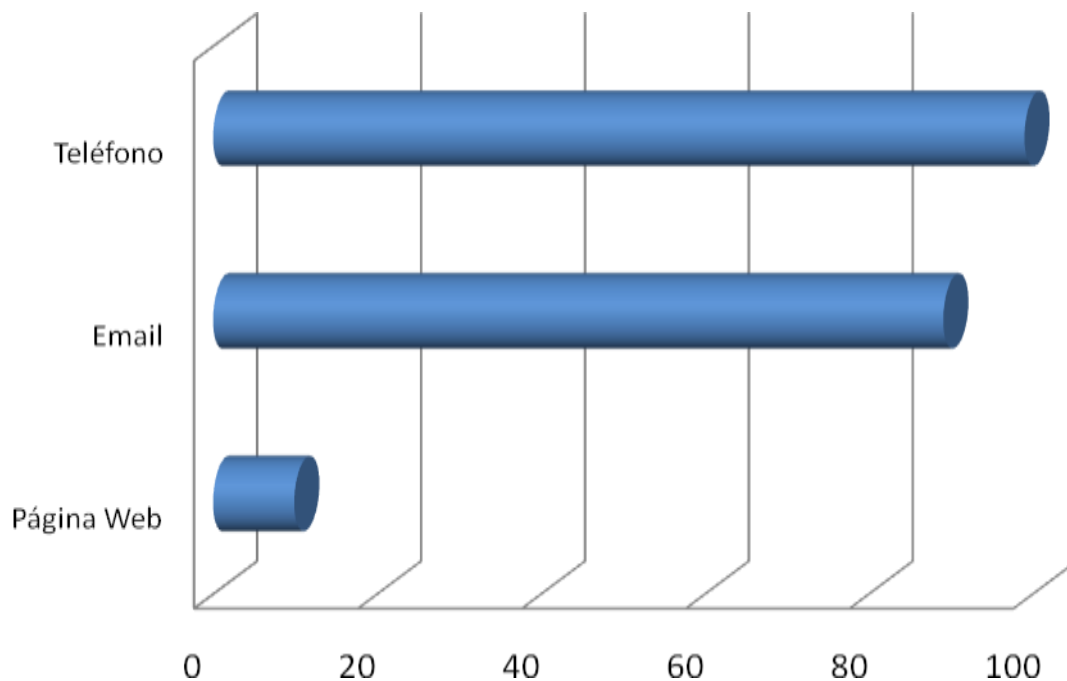
Servicios que solicitan los turistas de acuerdo a la...



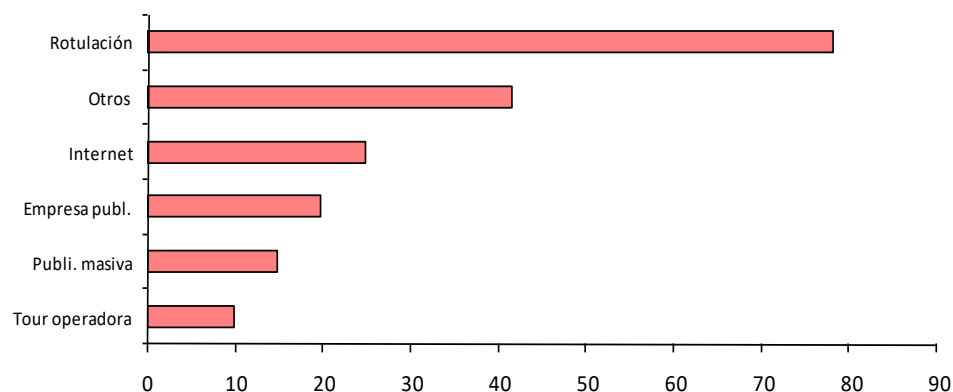


Esta pregunta es muy importante, pues determina las necesidades de los turistas y las capacidades con las que cuentan las diversas comunidades, para hacer frente a lo solicitado. Esta información es de vital importancia para las cámaras de turismo, la banca estatal, las municipalidades, el ICT, el ICE y AYA.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN REGIÓN CHOROTEGA 2009



Actividades de mercadeo turístico (%) Región Chorotega 2009





El mercadeo de la región es sumamente débil, las Mipymes buscan competir a través de la rotulación, medio muy primitivo pues no compite con el que generan las grandes industrias turísticas. Es importante un trabajo de capacitación que permita a las industrias pequeñas, llegar de manera más eficientes al mercado nacional.



Los y las empresarias ven la necesidad inmediata de capacitar a su empleados y lo permitirían pues una gran mayoría de los mismos ni siquiera han asistido o terminado la educación primaria. Las Universidades podemos incidir y trabajar esta área, a través de programas que pueden ser derivados del cuadro siguiente.



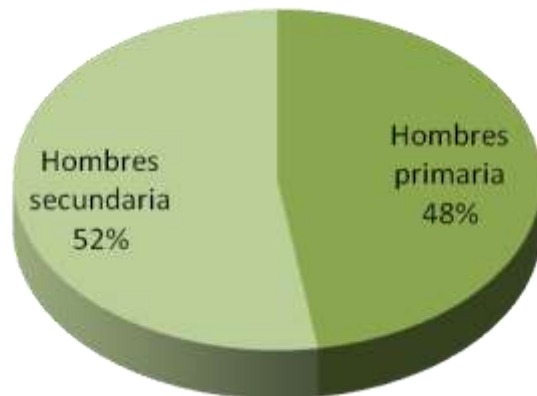


QUÉ TIPO DE PERSONAL PROFESIONAL EN TURISMO EMPLEA?

TÉCNICO : 86,1 %

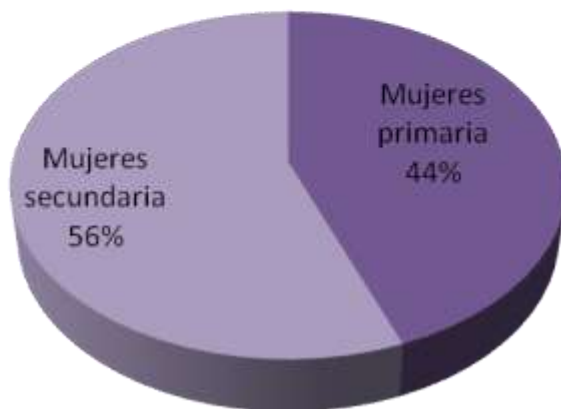
UNIVERSITARIO : 13,9 %

Porcentaje de colaboradores con educación primaria y secundaria en las empresas





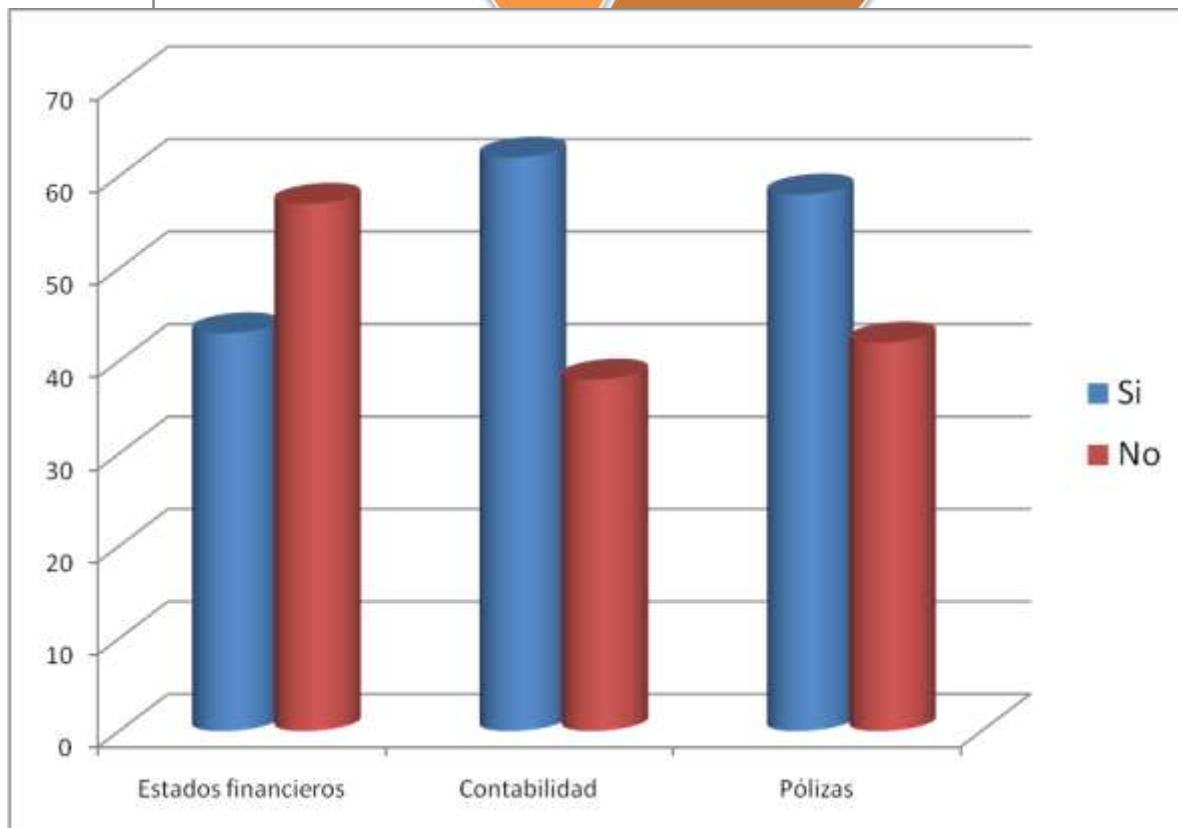
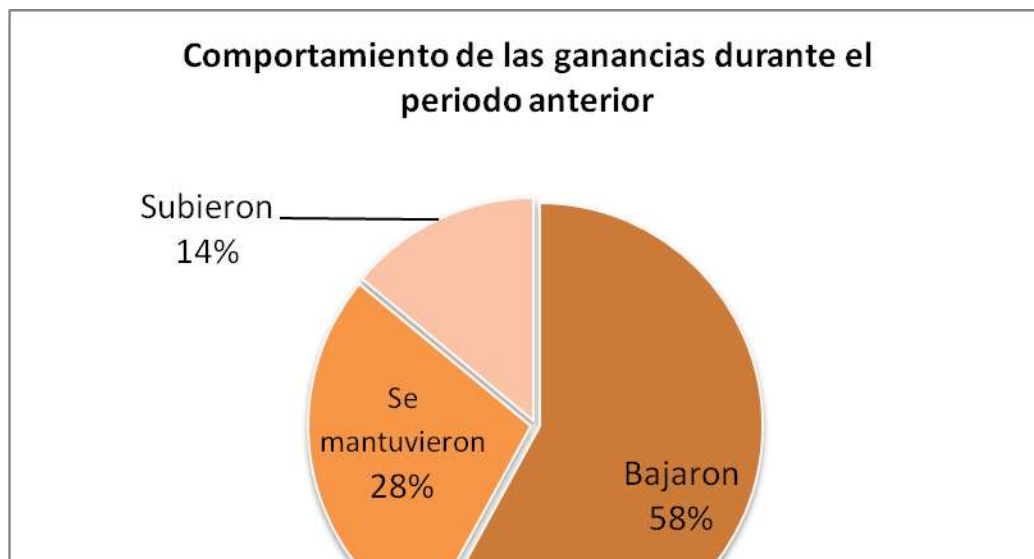
Porcentaje de colaboradoras con educación primaria y secundaria en las empresas





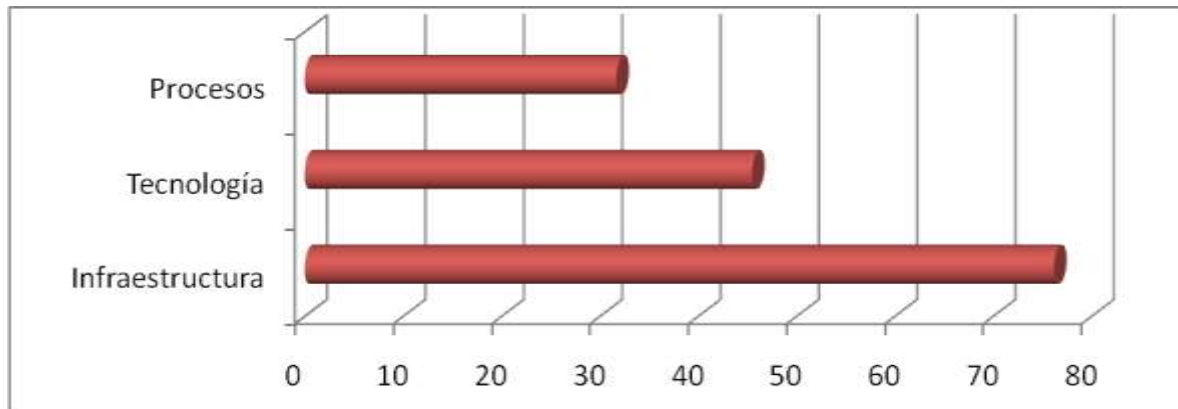
Las mipymes apenas si lograron sobrevivir a la crisis económica del periodo anterior, lo plantea un panorama difícil de supervivencia de las mismas.

Esto se liga al comportamiento de las ganancias. Sin embargo consideramos que no solo la crisis es culpable de esta situación sino de la poca o nula capacitación con la cuentan estos pequeños y medianos empresarios.





Las pocas ganancias generadas han sido invertida de la siguiente manera:



De lo anterior derivamos que de nuevo debemos las universidades impactar en la capacitación de estas personas con el fin de maximizar los procesos.

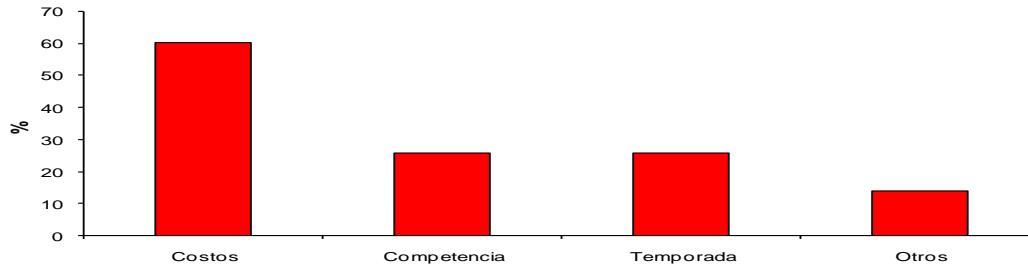
Varían los precios? REGIÓN CHOROTEGA 2009

SI : **16,8 %**

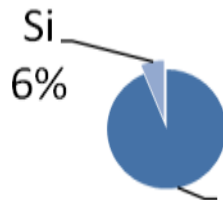
NO: **83,2 %**



De acuerdo a los siguientes criterios



Conoce el concepto de marca región?



En términos generales la marca, además de ser un signo de organización de las empresas, permite a los compradores: identificar con mayor rapidez los bienes y servicios que desea comprar, tomar decisiones, tener seguridad donde la calidad del servicio y producto.

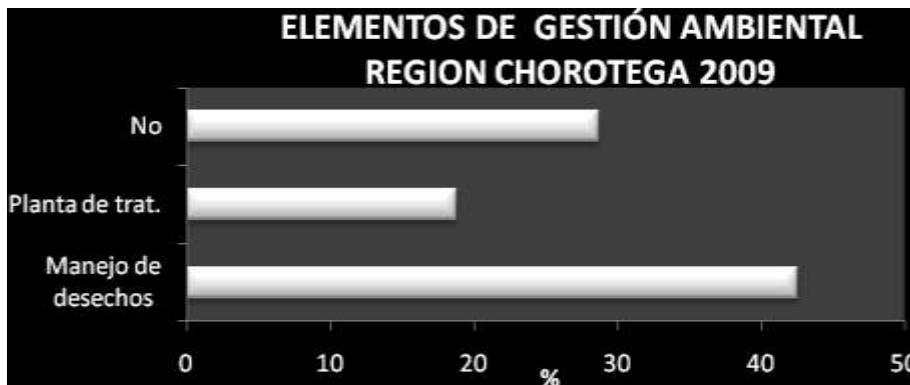
Desde el punto de vista de las empresas, determinar y crear el concepto, además de mantenerlo, le permite diferenciarse de la competencia y establecer puntos de avanzada para la región en la cual trabajan. Es por ello que el concepto de marca región para las Mipymes se hace imprescindible en la medida en que podría servir de referencia para competir con las grandes empresas. Lamentablemente dentro de la falta de capacitación también se encuentra este elemento pues al serles consultado acerca de si conocen acerca de este término, la respuesta fue la siguiente.

Un proyecto Marca Región se convertiría en un proceso estratégico que busca desarrollar y consolidar una imagen positiva de las Mipymes y por consiguiente facilitar su promoción.



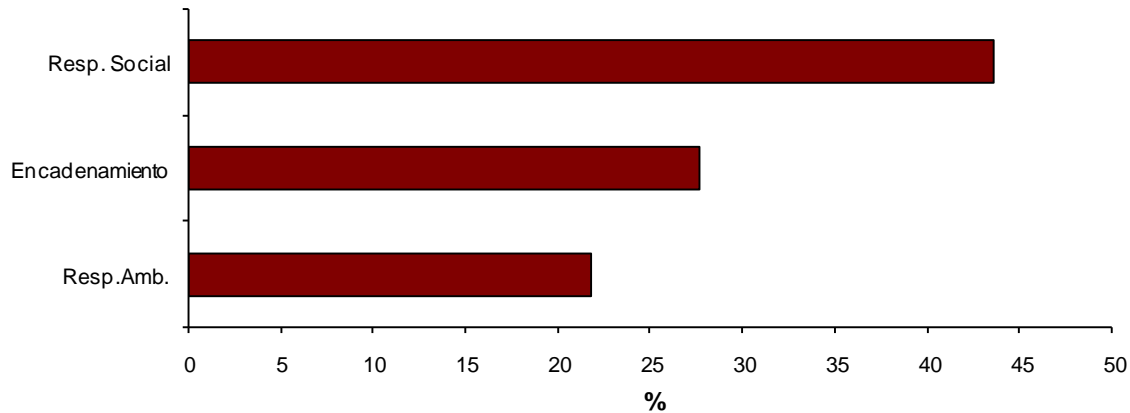
En cuanto a la relación de las Mipymes con el medio ambiente, tampoco se ha desarrollado un proceso real, un 87.1% no tienen certificados ambientales y no hay preocupación por mantener o tener elementos de gestión ambiental que permita ser menos agresivo con el ambiente.

Tiene certificaciones ambientales?



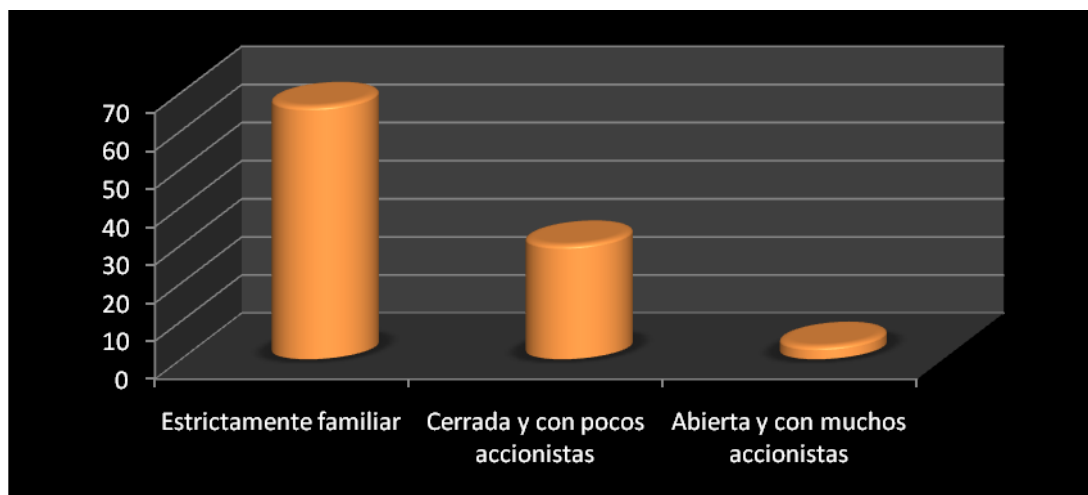
Estas empresas aunque con escasos recursos se han identificado con sus comunidades, buscando retribuir con algún tipo de sensibilidad social a las mismas.

CONTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS A LAS COMUNIDADES MEDIANTE RESPONSABILIDAD SOCIAL REGION CHOROTEGA 2009



Por último y no menos importante, tenemos el hecho de que las Mipymes tienen carácter de familia, pues son unidades familiares las encargadas de darle forma y contenido al trabajo de las mismas, tal y como se verá a continuación.

COMPOSICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL





ANEXO N.2 *Análisis de las interacciones que se dan entre el Instituto Costarricense de Turismo y las universidades estatales*

- En Costa Rica, al igual que gran parte de América Latina, hay cada día más preocupación por regular la educación superior de acuerdo a las realidades globales y locales, haciendo que la relación de la universidad con la sociedad sea una actividad cotidiana, llena de diversas prácticas sociales. Para visualizar lo anterior, proponemos en siguiente cuadro.

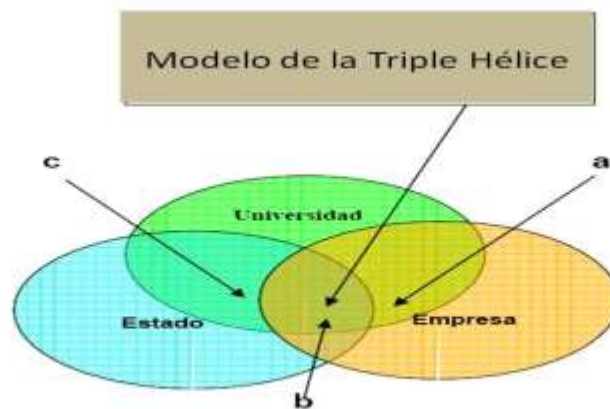


Figura 1. Modelo de triple hélice de la vinculación Universidad-Industria-Estado (Etzkowitz, 2000). En donde **a= Turismo**, **b= Estado**, **c= Universidad**. La Zona de organizaciones híbridas esta representada por una red trilateral de los propios agentes de vinculación.

A partir de la década de los ochentas del siglo XX, Guanacaste se convirtió en el referente turístico de Costa Rica, y en el desarrollo de esta estrategia geográfica se encuentra el ICT.

Por otro lado, las universidades estatales presentes en la provincia se han dado a la tarea de desarrollar carreras afines al área turística, con el fin de crear dentro de la zona personal capacitado en áreas diversas, como lo es el ecoturismo, la gestión empresarial, guías de turismo, hotelería entre otras.

La ley Orgánica del ICT en el artículo N°38, no previendo esta situación en su momento de creación, queda corta en sus pretensiones de formación de recurso humano calificado y dicta lo siguiente:

“Para la mejor atención de los turistas, el Instituto capacitará guías de turismo y será el único autorizado para extender licencias que autoricen para ese tipo de labor. Los deberes, atribuciones y requisitos de los guías de turismo serán establecidos en el respectivo reglamento. Nadie podrá realizar esas funciones,



si no cuenta con la respectiva licencia otorgada por el Instituto Costarricense de Turismo”

En este punto es importante resaltar que existe el marco legal necesario para la vinculación entre el Estado, las Universidades Estatales y que las normativas ambientales, comerciales y sociales están bastamente fundamentadas para lograr la interacción de las tres partes, para ello consultar COPOL art. 85, art 86, art 88. . Aún así, no existe un mandato legal al respecto.

Actualmente gran cantidad de jóvenes se interesan por las carreras de turismo que se imparten en las universidades de la región chorotega, pero algunos detectan de acuerdo a los énfasis de las carreras una incoherencia con la demanda del mercado.

“La población estudiantil universitaria tiene alta tendencia a seleccionar entre sus prioridades la carrera de turismo que se ofrece en forma amplia. No obstante, falta un mecanismo de vinculación eficiente entre las autoridades universitarias de la provincia con el Instituto Costarricense de Turismo con el fin de revisar la currículo necesaria y adaptar la formación requerida a la realidad demandada de la actividad económica. Asimismo, se requiere ampliar el manejo conceptual de la política y estrategia nacional de turismo sostenible aplicada a la Unidad Turística Guanacaste Norte”. (MIDEPLAN, Unidad de Planeamiento Turístico. Guanacaste Norte. Plan de Uso del suelo y Desarrollo Turístico. 2005. P.36.)

Procedimientos usados para recopilar la información de este trabajo:

- Detección de fuentes de información: en este punto se utilizó la revisión bibliográfica de libros, revistas, documentos en línea, documentos institucionales, leyes y reglamentos y memorias.
- Levantamiento de información
 - » Investigación bibliográfica: se seleccionó la información pertinente del tema en estudio.
 - » Entrevistas: se realizaron entrevistas abiertas, con preguntas semiestructuradas, el instrumento es cualitativo por el interés de analizar su contenido y no la frecuencia de respuesta. Fueron dirigidas estratégicamente a las personas responsables y conocedores del tema en las instituciones en estudio, con la intención de recopilar información actualizada e inédita. Las mismas se aplicaron por varias vías: entrevista



personal, correo electrónico, teniéndose que realizar contactos y citas previas con las personas a entrevistar.

- Calificación y Clasificación de la Información: Una vez obtenido la información se calificó la información del caso. La misma se subdividió en los ejes temáticos correspondientes a los objetivos planteados
- Análisis de la información: El trabajo se desarrolló principalmente en reuniones de trabajo semanales y visitas a las fuentes de información de las Universidades y oficinas del ICT entre otras.

CENTROS UNIVERSITARIOS ESTATALES QUE IMPARTEN CARRERAS DE TURISMO EN LA PROVINCIA DE GUANACASTE. U.C.R.-U.N.A-U.T.C-UNED.

La Sede Regional Guanacaste, UCR, fue fundada en la ciudad de Liberia en 1972. En mayo de 1990, se crea la carrera interdisciplinaria de Bachillerato en Turismo Ecológico. La Licenciatura en Gestión Ecoturística, fue aprobada en el 2004

La Universidad Nacional es la tercera institución de educación superior creada en Costa Rica en 1973. El Bachillerato en Turismo en la Sede Regional Chorotega de la Universidad Nacional (UNA) es aprobado en junio de 1999 por el Consejo Nacional de Rectores (CONARE), según el Dictamen de la Oficina de Planificación de la Educación Superior.

La Universidad Estatal a Distancia (UNED) fue creada en 1977. A diferencia de las otras universidades estatales la UNED se especializa en una concepción de educación a distancia, autodidacta y moderna en cuanto a metodologías pedagógicas de aprendizaje CONARE. La carrera Diplomado y Bachillerato en Promoción Turística de la UNED fue aprobada por el CONARE en enero de 1996, según el Dictamen de Oficina de Planificación de la Educación Superior

La Universidad Técnica Nacional fue creada en junio del 2008 mediante la Ley Orgánica de la Universidad Técnica Nacional N^o.8638, siendo la quinta universidad estatal creada en Costa Rica. Según el Director de Carrera de Turismo de la UTN, el proceso de esta universidad para ser integrada al Consejo Nacional de Rectores aun no finaliza. Diplomado Universitario en Gestión del Turismo Rural. La carrera Diplomado Universitario en Gestión del Turismo Rural es muy reciente pues se comenzó a impartir en el primer cuatrimestre del 2009, la misma fue propuesta por la Universidad Técnica Nacional sede Guanacaste, tiene una duración de dos años.



Marco comparativo

ELEMENTOS COMPARATIVOS	UNIVERSIDAD DE COSTA RICA	UNIVERSIDAD NACIONAL	UNIVERSIDAD ESTATAL DISTANCIA	UNIVERSIDAD TECNICA NACIONAL
Objetivo de la carrera	<i>Formación de profesionales en turismo. Capacitados para atender los procesos de evaluación, planificación y manejo de los recursos naturales desde la perspectiva de la actividad turística.</i>	Formar profesionales en la Gestión Empresarial del Turismo Sostenible, con sólidos conocimientos científicos-técnicos, éticos, morales, capaces de gestionar proyectos turísticos empresariales que respondan a las necesidades locales y nacionales con el fin de lograr un mejor nivel de vida de la población.	Formar profesionales que contribuyan a crear oportunidades de promoción social, equidad de género y democracia económica por medio de la capacitación en un turismo con responsabilidad social y ambiental... que logre nuevas oportunidades de empleo, incrementar su creatividad en el uso y administración de los recursos naturales.	Formar un profesional en el manejo y gestión de recursos naturales y turísticos con conocimientos gerenciales capaz de la utilización de estos para el diseño y formulación de proyectos, estrategias y respuesta a soluciones integrales que promuevan el desarrollo sostenible.
Plan de estudio	Dirigido al ecoturismo	Dirigido a la gestión empresarial	Dirigido a la Gestión Turística Sostenible	Dirigido a la Gestión del Turismo Rural en la modalidad de diplomado
Perfil profesional	Organizador de la actividad turística teniendo en cuenta la relación entre los recursos económicos y la promoción del turismo como un factor de explotación, para favorecer el desarrollo de los pueblos de la región.	Gestor directo de un turismo sustentable en el país y en la región Chorotega	Capaz de diseñar y promover acciones concretas para la práctica del turismo con responsabilidad y solidaridad social y ambiental. La formación recibida le facultará para mejorar su desempeño laboral, lograr nuevas oportunidades de empleo e incrementar su creatividad en el uso y administración de los recursos.	El profesional en Gestión del Turismo Rural está en capacidad de integrar y utilizar los recursos naturales, culturales y agropecuarios, y promover su adecuado manejo dentro de los conceptos de sostenibilidad.
Mercado Laboral	Cámara de Turismo. Agencias de turismo. Parques nacionales. Áreas protegidas. Administración de hoteles y conexos. Instituto costarricense de turismo. Asesoría y financiación bancaria para proyectos turísticos. I. C. T	Agencias de viajes - Alimentos y bebidas - Arrendamiento de autos - Centros de información turística - Líneas aéreas - Oficinas de representación turística - Operadores de tours - ONG 's - Sector hotelero y hospedaje - Municipalidades - Áreas Protegidas - Asociaciones Comunales	Podrán desempeñarse como gestores de proyectos de turismo rural a nivel local. Guía bilingüe turístico. Asistente administrativo en la pequeña o mediana empresa turística. Promotor y comercializador de paquetes turísticos.	Proyectos de Turismo Rural . - ONG 's Oficinas de representación turística Parques nacionales. Áreas protegidas. a

El ICT : es el máximo jerarca en el área de turismo, el mismo en teoría, debería ejercer el liderazgo y dictar las pautas sobre el desarrollo del turismo al resto de las instituciones involucradas en la actividad; y en referencia a la educación, también debería tomarse en cuenta dicha política en donde se vea una cohesión entre la planificación estratégica y el profesional formado para tal efecto.



- La retroalimentación puede darse ya que las universidades públicas pueden convertirse en un instrumento valioso para el desarrollo y planificación de la actividad turística.

Esto estimularía la asociatividad entre los entes, lo cual no solo mejoraría el desarrollo académico al generar los profesionales que se necesitan sino que además se daría una mejor articulación de esfuerzos para estimular a las MIPYMES

Con estas alianza estratégica las universidades servirían como un centro de monitoreo, apoyo y consulta en temas de interés del ente rector y estaría facilitando la toma de decisiones, con un proceso más integral y acorde a las necesidades y requerimientos del país.

Además, dinamizaría las investigaciones sobre temas realmente necesarios y pertinentes. Basado en todo lo anterior, sería conveniente integrar a las universidades en el proceso de planificación turística.

- De acuerdo al Plan General de Desarrollo Turístico Sostenible 2002-2012. (I.C.T):

A. Costa Rica es un referente importante a nivel internacional en cuanto a turismo se trata, pues actualmente se le apuesta a lo natural diferente y sostenible

B. Se manejan datos estadísticos del crecimiento económico del sector en C.R. Indica la fragilidad de la actividad y la necesidad de un verdadero desarrollo con inversión en lo social que permanece y agiliza la recuperación de una caída del crecimiento del turismo por efectos exógenos.

C. En cuanto a la generación de empleo es evidente la búsqueda de capacidades técnicas y de servicio y no de gestión del turismo o ecoturismo como se autodenomina el sector.

D. Se tiende a confundir crecimiento con desarrollo.

- E. Se pretende cambiar la imagen de turismo ecológico a turismo basado en la naturaleza con el fin de facilitar la flexibilidad de la oferta y ser menos riguroso con el tema de sostenibilidad ambiental, pues da de frente con estándares científicos nacionales y mundiales que se deben de respetar.

F. El trato del tema ambiental está alineado a un recurso de competitividad como un producto turístico, pero no se enfoca como un recurso de uso delicado, en donde debe imperar el criterio técnico para su adecuado manejo, incluyendo la capacidad de carga o el valor de no uso del recurso.

- F. Fragmenta el país en Zonas Turísticas, quizás es la única propuestas de planificación real que se incluye en el plan al hacer un inventario narrativo de la planta instalada y las capacidades de crecimiento, lo que permite la elaboración de una planificación estratégica y adaptada a cada una de las áreas turísticas. El plan sigue siendo poco propositivo, mostrando poco o ningún compromiso de planificación para el futuro del turismo nacional.

- Debilidades de la propuesta del I.C.T:



- La ausencia de información actualizada de los recursos de diversa índole, incluyendo los biológicos no permite proyectar el crecimiento de las Unidades de Planeamiento en su oferta turística.
- Siendo así y de acuerdo a las tareas pertinentes del ICT de promoción, se podría caer en una sobreoferta en términos de capacidad de nuestros recursos naturales, por satisfacer una demanda incitada por el buen desempeño de las campañas de promoción y las estadísticas internacionales.
- Evidentemente este documento representa el quehacer del ICT desde su dimensión de promotor de turismo más que de planificadora del Turismo
- Claramente se lee una marcada tendencia a elevar, la industria del turismo, resaltando que es la mayor del planeta y que definitivamente tiene el mayor efecto multiplicativo actuando como un dinamizador social.
- Es importante citar de acuerdo con el tema de investigación, que el documento analizado cita, aunque sin abordar la cuestión de la educación superior en el desarrollo de la industria turística es en la estrategia 2.2 que textualmente dice:
 - *"Desarrollar un programa continuo de formación y capacitación*
 - *La capacitación es la herramienta por excelencia para fortalecer un desarrollo sano de la industria turística. Para una industria como el turismo, intensiva en servicios, el recurso humano altamente calificado es una condición necesaria en todos los niveles de la actividad.*
 - *Si bien es cierto la capacitación es un tema directamente relacionado con el sector privado, lo cierto es que el país requiere desplegar un programa comprehensivo de capacitación que cubra desde la educación básica secundaria, la técnico profesional y hasta la universitaria.*
 - *El escenario 2 elegido requiere para desplegar los instrumentos necesarios de capacitación para promover y asegurar un alto nivel de participación local en el desarrollo. Igualmente los esfuerzos de educación universitaria tienen que estandarizarse para asegurar la calidad y dirección que el Escenario requiere.*
 - *En el plano técnico la proyección prevé un aumento de 45.000 empleos directos y 200.000 indirectos hacia el año 2012. Estas plazas laborales deberán ser llenadas con personal altamente calificado para asegurar por esta vía calidad en el servicio y otros factores de competitividad.*
- *Situación actual*
- *Se realizan bastantes esfuerzos en este campo con la participación del INA y se ha reactivado el Decreto Ejecutivo 21011-P-TUR-E mediante el cual se estableció la Comisión Turística y hotelera en temas relacionados con la capacitación, educación y formación de los recursos humanos para la industria turística.*
- *La educación a nivel universitario está sufriendo una transformación con programas más adecuados a la realidad. Sin embargo es necesario desplegar*



acciones de muy corto plazo y con el potencial necesario para mejorar las aptitudes actuales y preparar el futuro en el campo laboral, con la participación de todos aquellos entes nacionales que estén vinculados con la capacitación”.

- Instituto Costarricense de Turismo. (2002). Plan General de Desarrollo Turístico Sostenible 2002-2012. ICT. San José, Costa Rica. P 69
- Del Decreto ejecutivo citado anteriormente modificado por el decreto N° 33378-MEP-TUR el 17 de agosto del 2006 se desprende tácitamente:

La *Comisión de Educación Turística y hotelera* es un ente consultivo y se encarga de orientar, asesorar, recomendar y revisar todos los programas curriculares que tengan que ver con capacitación, educación y formación de los recursos humanos para la industria turística. Además de esto, debe revisar en forma permanente los programas curriculares de las entidades públicas y privadas encargadas de impartir las carreras y cursos de capacitación turística y hotelera, con la finalidad de sugerir su adecuación a las nuevas exigencias del sector turístico, así como las especialidades que el mercado laboral de la industria turística requiera (La Gaceta N° 198 — Martes 17 de octubre del 2006, reforma al decreto 21011 por medio de N° 33378-MEP-TUR

Así, el perfil del profesional que requiere la industria turística según el modelo de desarrollo que impulsa el ICT, depende mucho con las labores que vayan a desempeñar, además las carreras deberán estar muy actualizadas y acorde con los propósitos de turismo sostenible que predica el ICT en la política nacional, donde se busca promover dicha sostenibilidad mediante los Certificados de Sostenibilidad Turística. Son necesarios sobre todo profesionales con fuertes bases en conservación de la naturaleza y en el campo de la administración turística.

- El modelo de turismo que impulsa el ICT, no crea los espacios para la integración de los profesionales que se egresan de las universidades estatales y aunque no son cosas que deben ir juntas, si sería recomendable.
- El perfil de profesionales que requiere la industria turística según el modelo de desarrollo que impulsa el ICT es de Administración turística y hotelería, pero sin sostenibilidad.
- De manera de que no hay manera de que los impactos sean sometidos a procesos que permitan su amortiguamiento y convivencia con el entorno natural, cultural y en general comunitario. O sea responsabilidad social, de parte de los tomadores de decisiones. Más detalladamente profesionales versátiles; guías de campo, gestores ecoturísticos, entre otros.
- El ICT requiere la participación de las universidades en materia de investigación y desarrollo con las comunidades, participación en talleres relacionados con la problemática del turismo.
- Esta situación es reconocida por el ICT como un valor agregado en las labores de apoyo en investigaciones, capacitaciones, diagnósticos y estudios de desarrollos de proyectos en comunidades rurales.



- Así mismo sería importante que las universidades hicieran planteamientos de investigación acorde a las necesidades de dicho Instituto. Esta situación de acercamiento entre las universidades y el ICT han mermado en los últimos años.
 - Entre las principales problemáticas que el turismo está teniendo en Guanacaste se señalan; el desarrollo sin control por parte de los gobiernos locales y el desarrollo inmobiliario que se disfraza de turismo, y en este campo el I.C.T, debería de darse por enterado de las investigaciones de la academia
- EN CONCLUSIÓN**
- La interrelación existente entre el Instituto y las Universidades Estatales a nivel de la provincia e inclusive a nivel de país es muy poca, al existir un divorcio entre lo que realiza el ICT como ente rector de la actividad y lo que están realizando las universidades.
 - Se considera, que las universidades al tener una mayor interrelación con el ICT aportarían desde un punto de vista técnico, pautas para una mejor toma de decisiones. Esta situación, posiblemente sería contradictoria con los intereses económicos privados debido a las diferentes concesiones que el ICT ya ha otorgado en la zona.
 - Según las entrevistas realizadas, de las cuatro universidades en estudio, el ICT ha tenido mayor acercamiento históricamente en la prestación de servicios con la Universidad de Costa Rica y la Universidad Nacional.
 - El ICT requiere la participación de las universidades en los procesos de investigación y diagnósticos pertinentes, que sean congruentes con el Plan de Desarrollo Turístico. Esta situación generaría una mayor aproximación entre las universidades y el ICT. Por otra parte, en sentido contrario, la información requerida es de índole estadística y promocional, esto según datos suministrados por los mismos entrevistados.
 - Para el ICT se requiere profesionales versátiles que respondan de manera polifuncional a las variantes y necesidades del sector, pues hay una tendencia de las empresas turísticas que prefieran contratar un administrador de empresas y capacitarlo en turismo y no contratar un profesional en turismo para cumplir con trabajos de su empresa en el campo de la administración.

RECOMENDAMOS

- Del presente estudio se derivan las siguientes recomendaciones:
- Continuar con el apoyo con los proyectos para la creación de nuevas oportunidades de empleos mediante la creación de MYPEMES por parte de las universidades estatales de la zona pero además apoyadas e estimuladas por el instituto de turismo.



- Se deben tomar medidas urgentes para impulsar la regulación de la actividad turística en áreas protegidas que garantice la salud ambiental de los ecosistemas y el nivel de satisfacción de los turistas.
- Se recomienda al ICT estimular el desarrollo de un turismo de bajo impacto ambiental, que permita el mejoramiento real de la calidad de vida de los pobladores aledaños a zonas turísticas.
- Al Consejo de Gobierno, procurar que dentro de los miembros de la Junta Directiva del ICT, exista un representante de las universidades estatales, lo anterior permitiría que desde ese órgano director, se tenga una interrelación directa con las universidades y éstas lleven al seno del ICT puntos de vista holísticos desde la academia, respecto al desarrollo y manejo del turismo en nuestro país.

Para el ICT y las Universidades estatales, hacer una alianza estratégica, tener mayor comunicación, para que conjuntamente logren establecer soluciones a los diferentes problemas del sector y de la sociedad en sí, de esta forma se tendrían mayores argumentos técnicos, académicos a la hora de la toma de decisiones y direccionamiento apropiado de la actividad.

- Aprovechar y maximizar los recursos disponibles tanto del ICT como de las universidades estatales para lograr una mayor planificación e impacto de la actividad en la provincia guanacasteca.

Dentro de las funciones del ICT no se contempla la protección del ambiente, aunque ésta se encuentra implícitamente en la misión del instituto. Es lamentable que no se dejara algún artículo dentro del Estatuto, para estimular el mantenimiento y la preservación de los recursos naturales en sitios donde se desarrollen las actividades turísticas, por lo que se recomienda incluir lo mencionado anteriormente dentro del estatuto orgánico, para fortalecer y estimular la colaboración del ICT en áreas naturales.

- El Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2002-2012 está a punto de concluir su periodo, por lo que se recomienda al ICT tomar en cuenta la experiencia y recurso humano calificado que tienen las universidades estatales, por considerar que sería de gran ayuda para realizar la nueva propuesta de desarrollo turístico, además de planificar acciones y estrategias relacionadas con la formación de profesionales, capacitaciones e investigaciones, así como el impulso de iniciativas locales pertinentes al desarrollo de la actividad de una manera sostenible y de acuerdo a los intereses de un país.
- En vista que el ICT es el ente rector de la actividad turística del país es sano que en el mismo existan más colaboradores especializados en turismo sostenible, y en donde se podría utilizar las ofertas de perfiles profesionales que tienen las cinco universidades estatales.



- Brindar más oportunidades para la creación de las micro, pequeñas y medianas empresas turística por parte del ICT, con el fin de lograr un mayor encadenamiento local y generación de nuevas fuentes de empleos.
- Se recomienda profundizar sobre el total de empresas turísticas establecidas en el país, que cuentan con declaratoria turística y las que no, para determinar cuantitativa y cualitativamente, los sectores de turismo que representa (turismo masivo, turismo de salud, deportivo, rural, ecoturismo u otro tipo de turismo).
- Realizar un estudio cuantitativo y cualitativo para determinar el número de empresas dedicadas al turismo en el país y así establecer las razones por las cuales estas tienen o no declaración turística y cuáles son los sectores que representan.
- Se considera importante que el ICT cuente con un departamento de investigación que permita una visualización del futuro turístico a corto, mediano y largo plazo, en temas relacionados con el ordenamiento del espacio y producto turístico, necesidades y limitaciones de los diferentes polos turísticos, desarrollo local, potencialidades turísticas y desarrollo sostenible.
- Se considera de importancia vincular mediante convenios de cooperación, trabajos de graduación de los estudiantes de las carreras en turismo de las universidades en estudio con el ICT tales como: Seminario de Graduación, Proyecto de Graduación y Practica Dirigida de Graduación. Lo anterior permitiría un mayor acercamiento de los futuros profesionales en turismo al ICT y a las universidades brindar opciones de graduación más prácticas y aplicadas a una realidad inmediata.
- Se recomienda profundizar sobre el total de empresas turísticas establecidas en el país, que cuentan con declaratoria turística y las que no, para determinar cuantitativa y cualitativamente, los sectores de turismo que representa (turismo masivo, turismo de salud, deportivo, rural, ecoturismo u otro tipo de turismo).
- Realizar un estudio cuantitativo y cualitativo para determinar el número de empresas dedicadas al turismo en el país y así establecer las razones por las cuales estas tienen o no declaración turística y cuáles son los sectores que representan.
- Se considera importante que el ICT cuente con un departamento de investigación que permita una visualización del futuro turístico a corto, mediano y largo plazo, en temas relacionados con el ordenamiento del



espacio y producto turístico, necesidades y limitaciones de los diferentes polos turísticos, desarrollo local, potencialidades turísticas y desarrollo sostenible.

- Se considera de importancia vincular mediante convenios de cooperación, trabajos de graduación de los estudiantes de las carreras en turismo de las universidades en estudio con el ICT tales como: Seminario de Graduación, Proyecto de Graduación y Practica Dirigida de Graduación. Lo anterior permitiría un mayor acercamiento de los futuros profesionales en turismo al ICT y a las universidades brindar opciones de graduación más prácticas y aplicadas a una realidad inmediata.