

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL  
(UCI)



ESTRATEGIA DE MANEJO SOSTENIBLE CON LA FINALIDAD DE GENERAR  
VISITACIÓN RESPONSABLE EN EL RANARIO “MUNDO DE ANFIBIOS” EN EL HOTEL  
GREENLAGOON; EN LA FORTUNA DE SAN CARLOS.

Lic. Alejo Herrera Hernández

PROYECTO FINAL DE GRADUACION PRESENTADO COMO REQUISITO  
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE MASTER EN GESTION DEL TURISMO  
SOSTENIBLE

San José, Costa Rica

Diciembre, 2018

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL  
(UCI)

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como  
Requisito parcial para optar al grado de Máster en Gestión del Turismo Sostenible

---

M.Sc. Carlos Rodríguez Vega  
PROFESOR TUTOR

---

M.Sc. Alexander González Vega  
LECTOR No.1

---

M.Sc. Gerardo Artavia Zamora  
LECTOR No.2

---

Lic. Alejo Herrera Hernández  
SUSTENTANTE

## **DEDICATORIA**

Para todos los profesionales y aventureros trabajadores de turismo, quienes hacen de esta profesión que tanto me apasiona, una de las actividades más importantes para las familias de Costa Rica.

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a mi familia y amigos de toda la vida, quienes siempre son incondicionales y que me complementan para siempre tener la mejor actitud en esta grandiosa aventura que es la vida.

Igualmente para todos los compañeros del hotel GreenLagoon, con quiénes sin duda formamos una familia muy especial.

Al señor Cristian Padilla Carrión, por su generosidad y amplio conocimiento.

## INDICE

HOJA DE APROBACION	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
INDICE	v
INDICE FIGURAS	vii
INDICE CUADROS	viii
INDICE GRAFICOS	ix
INDICE ABREVIACIONES	x
RESUMEN EJECUTIVO	xi
<b>I. INTRODUCCION</b>	<b>13</b>
1.1. Antecedentes	15
1.2. Problemática	20
1.3. Justificación del problema	21
1.4. Supuestos	21
1.5. Restricciones	22
1.6. Objetivo general	22
1.7. Objetivos específicos	22
<b>II. MARCO TEORICO</b>	<b>24</b>
2.1. Referencias y conceptos	24
2.2. Marco institucional y organizacional	31
2.3. Marco legal	42
<b>III. MARCO METODOLOGICO</b>	<b>46</b>
3.1. Fuentes de Información	53
3.1.1. Fuentes Primarias	53
3.1.2. Fuentes Secundarias	54
3.2. Técnicas y Métodos de Investigación	54
<b>IV. RESULTADOS</b>	<b>59</b>
4.1. Identificar los principales elementos de potencial turístico presentes en el ranario Mundo de Anfibios, elaborando un inventario de especies de anfibios y otros animales presentes en el sitio.	59
4.1.1. Características generales	59
4.1.2. Análisis FODA	64
4.1.2.1. Fortalezas	64
4.1.2.2. Oportunidades	64
4.1.2.3. Debilidades	64
4.1.2.4. Amenazas	64
4.1.3. Inventario de especies presentes en el Ranario Mundo de Anfibios.	65
4.1.4. Atractivos turísticos del Ranario Mundo de Anfibios	72
4.2. Estrategia de normas básicas de conservación, adecuada para los individuos presentes en el ranario que garantice la armonía en este sitio, sin alteraciones que pongan en riesgo la vida de los anfibios.	74
4.2.1. Normas de conservación de Anfibios	74

4.2.2.	Reglamento Público de ingreso al sendero	77
4.3.	Generar una estrategia de mercadeo para la promoción del ranario Mundo de Anfibios como un proyecto de turismo sostenible, educativo y científico, de acuerdo al potencial turístico del ranario.	78
4.3.1.	¿Qué buscamos vender?	79
4.3.2.	¿A quién se lo vamos a vender?	80
4.3.3.	¿Cómo lo vamos a vender?	81
4.3.4.	¿Dónde lo vamos a vender?	87
4.3.5.	¿A qué precio lo vamos a vender?	89
4.3.5.1.	Costo Operativo	89
4.3.5.2.	Definición de precio	90
<b>V.</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>92</b>
<b>VI.</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>94</b>
6.1	Recomendaciones generales	94
6.2	Recomendaciones específicas	95
<b>VII.</b>	<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>97</b>
7.1	Bibliografía citada	97
7.2	Bibliografía consultada	98
7.3	Bibliografía web	99
<b>VIII.</b>	<b>Anexos</b>	<b>101</b>
	Anexo 1: Acta del proyecto final de graduación	101
	Anexo 2: Certificado para la Sostenibilidad Turística otorgado a GreenLagoon	105
	Anexo 3: Hoja de observación de especies del Ranario Mundo de Anfibios	106
	Anexo 4: Entrevista Estructurada a personas clave de GreenLagoon	107
	Anexo 5: Formato de Inventario de especies presentes en Ranario Mundo de Anfibios	108
	Anexo 6: Formato de Abundancia de especies según observación en el Ranario	109
	Anexo 7: Hoja de cotejo para inventario de recursos turísticos.	110
	Anexo 8: Formato para estrategia de Conservación	111
	Anexo 9: Estrategia General de Mercadeo	112
	Anexo 10: Perfil de cliente del Ranario Mundo de Anfibios	113
	Anexo 11: Estrategia de redes sociales	114
	Anexo 12: Análisis de Costos Operativos Mensuales del Ranario Mundo de Anfibios	115
	Anexo 13: Análisis de precios de tours en Ranarios de La Fortuna	116
	Anexo 14: Tarifas del Ranario Mundo de Anfibios	117

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Rotulo Entrada Ranario Mundo de Anfibios -----	13
Figura 2. Uno de los estanques del Ranario Mundo de Anfibios -----	14
Figura 3. Especie de ranas en apareamiento; acto biológicamente importante para la sobrevivencia de las especies.-----	14
Figura 4. Porcentaje de Turistas que visitan la zona de La Fortuna -----	16
Figura 5. Diversidad De Destinos y Desafíos del Turismo en Costa Rica: Los Casos de Tamarindo y La Fortuna -----	18
Figura 6. Vista del Ranario Mundo de Anfibios -----	19
Figura 7. Individuos de Agalychnis callidryas especie comúnmente usada en publicidad turística de Costa Rica -----	20
Figura 8. Definición Unique Selling Proposition. -----	28
Figura 9. Estrategia de Segmentación de Mercados -----	29
Figura 10. Elementos del Análisis Estratégico de Mercadeo -----	30
Figura 11: Ubicación de GreenLagoon respecto a la Reserva Ecológica Catarata Rio Fortuna -----	32
Figura 12: Imagen de límites y colindancia de GreenLagoon con el PNVA-----	33
Figura 13: Estructura Organizativa de GreenLagoon-----	34
Figura 14. Estrategia general para la obtención de atractivos turísticos del ranario. -----	46
Figura 15. Línea de Investigación del presente documento -----	48
Figura 16. Factores para la identificación del potencial turístico y constitución de un producto -----	49
Figura 17: Determinación del Potencial Turístico-----	50
Figura 18. Conformación del Producto turístico -----	50
Figura 19. Componentes de un Análisis FODA-----	50
Figura 20. Mapa de ubicación de GreenLagoon, según panorámica general -----	59
Figura 21. Ubicación del Ranario según mapa de la propiedad de GreenLagoon -----	62
Figura 22. Imagen del sendero del Ranario, ubicado en mapa de GreenLagoon -----	63
Figura 23. Brochure del Ranario Mundo de Anfibios (portada y contraportada) -----	82
Figura 24. Brochure del Ranario Mundo de Anfibios (información del interior)-----	83
Figura 25. Banner del Ranario Mundo de Anfibios-----	84
Figura 26. Manual de Marca del Ranario Mundo de Anfibios -----	85
Figura 27. Mapa de GreenLagoon, con ubicaciones de puntos de ventas del Ranario Mundo de Anfibios -----	88
Figura 28. Agencias de Viajes de La Fortuna, ubicadas estratégicamente para la venta de tours al Ranario Mundo de Anfibios -----	89

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Segmentos de Turismo _____	24
Cuadro 2: Pasos para elaboración de estrategia de mercadeo _____	27
Cuadro 3. Lista de Empresa con CST de La Fortuna de San Carlos _____	35
Cuadro 4: Identificación de StakeHolders _____	38
Cuadro 5. Esquema Metodológico de la Presente Investigación _____	52
Cuadro 6: Herramientas para la elaboración del mapa del Ranario Mundo de Anfibios _____	55
Cuadro 7: Identificación de Elementos Biogeográficos del Ranario _____	60
Cuadro 8: Características principales del Ranario Mundo de Anfibios _____	63
Cuadro 9: Especies observadas y cantidad de avistamientos de cada una _____	65
Cuadro 10: Inventario de anfibios observados en el ranario _____	66
Cuadro 11: Muestra de Abundancia de especies observadas que no son anfibios _____	71
Cuadro 12: Especies que han sido observadas en el ranario en distintos momentos _____	71
Cuadro 13: Hoja de Cotejo N°1 para inventario de recursos turísticos _____	72
Cuadro 14: Atractivos turísticos del Ranario Mundo de Anfibios _____	73
Cuadro 15: Estrategias de Conservación de Anfibios _____	74
Cuadro 16: Estrategia general de Mercadeo del Ranario Mundo de Anfibios _____	78
Cuadro 17: Estrategia general de Mercadeo del Ranario Mundo de Anfibios _____	79
Cuadro 18: Perfil de cliente del Ranario Mundo de Anfibios _____	80
Cuadro 19: Estrategia de redes sociales _____	86
Cuadro 20: Análisis de Costos Operativos Mensuales del Ranario Mundo de Anfibios _____	90
Cuadro 21: Análisis de precios de Ranarios en La Fortuna _____	90
Cuadro 22: Tarifas del Ranario Mundo de Anfibios _____	91

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Probabilidad de observación de las especies más abundantes _____	68
Gráfico 2: Probabilidad de Observación de las especies más comunes _____	69
Gráfico 3. Probabilidad de Observación de las especies poco comunes _____	70

## ÍNDICE DE ABREVIACIONES

**ADIFORT:** Asociación de Desarrollo Integral de La Fortuna

**AMITUFOR:** Asociación de Microempresarios Turísticos de La Fortuna

**AZA:** Association of Zoos & Aquariums

**CGR:** Contraloría General de La Republica

**CST:** Certificado para la Sostenibilidad Turística

**EUNED:** Editorial de la Universidad Estatal a Distancia

**FODA:** fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

**GPS:** Global Positioning System

**ICT:** Instituto Costarricense de Turismo

**IGM:** Índice de gestión Municipal

**INA:** Instituto nacional de Aprendizaje

**MINAE:** Ministerio de Ambiente y Energía de Costa Rica

**PNVA:** Parque Nacional Volcán Arenal

**SECTUR:** Secretaria de Turismo

**SINAC:** Sistema Nacional de Áreas de Conservación

**UICN:** Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza

**UPT:** Unidad de Planteamiento Turístico

**USP:** Unique Selling proposition

## RESUMEN EJECUTIVO

El ranario natural Mundo de Anfibios, es un proyecto del hotel GreenLagoon Wellbeing Resort, ubicado en La Fortuna de San Carlos, en donde se ofrece a los turistas, un tour para conocer el hábitat y el ambiente natural de los anfibios.

Ante la ausencia de una forma adecuada de manejo en el ranario, en la presente investigación, se planteó el problema de cómo generar desarrollo sostenible y garantizar la conservación de los anfibios, mediante una estrategia de manejo en el Ranario Mundo de Anfibios.

Como respuesta a esta problemática, se planteó el objetivo de elaborar una estrategia de manejo sostenible del Ranario Mundo de Anfibios, con la finalidad de generar visitación responsable a este atractivo en el hotel GreenLagoon, en La Fortuna de San Carlos.

Entre los principales productos obtenidos, según los objetivos específicos planteados, se destacan, un inventario de especies identificadas en el ranario, una estrategia de normas de conservación del ecosistema así como una estrategia de mercadeo para promocionar el ranario como un proyecto turístico.

Para desarrollar estos productos se procedió a identificar el potencial del ranario, utilizando como base la propuesta metodológica de la Secretaría de Turismo de México (2003). Posteriormente se elaboró la estrategia de conservación según la línea metodológica de Association of Zoos and Aquariums (2008). Por último, para concretar la estrategia de mercadeo del ranario Mundo de Anfibios, se implementó la metodología propuesta por Socatelli (2010).

Los resultados encontrados con la investigación en una primera etapa, que precisamente consistían en la evaluación del potencial turístico fueron, la obtención de información general del entorno del ranario desde una óptica cultural y natural, la elaboración de un análisis FODA que permitió conocer los elementos internos y externos del ranario, un inventario de especies presentes en el ranario y finalmente se diseñó un listado de atractivos turísticos que complementan el potencial turístico del Ranario Mundo de Anfibios.

Posteriormente, con la elaboración de la Estrategia de Conservación, se obtuvieron como resultados, una serie de normas de manejo y monitoreo de la flora y fauna así como de la planta física del ranario, para garantizar la conservación de las especies. Como complemento, se diseñó un reglamento de comportamiento para visitantes. Con este par de herramientas e información, se da forma y contenido a la estrategia de turismo sostenible en el ranario Mundo de Anfibios.

Como resultado, se diseñó un perfil del producto a ofrecer y se estudió el perfil del potencial cliente del ranario. Además se especificó la manera de mercadear el producto turístico en la comunidad.

Se concluye, que el ranario Mundo de Anfibios posee una excelente ubicación y condiciones, tanto para la visitación, como para la proliferación de cada vez más especies de anfibios de manera natural.

El método de investigación implementado, permitió evidenciar falta de control en el ranario Mundo de Anfibios y la necesidad no solo de la elaboración sino del cumplimiento de una estrategia de conservación y mercadeo.

A modo de recomendación, ya que el ranario está en funcionamiento, es importante, que todos los cambios en la operación del mismo que se requieran realizar, se lleven a cabo de manera paulatina, para que no se vean afectados los factores ambientales, la seguridad de los anfibios y la parte financiera de GreenLagoon. Todo cambio debe realizarse de manera coordinada y estratégica.

## I. INTRODUCCION

El hotel GreenLagoon, es un proyecto turístico ubicado en La Fortuna de San Carlos, Alajuela, Costa Rica, que ofrece a sus turistas un ranario llamado “Mundo de Anfibios”, debidamente construido como parte de sus servicios, sin embargo, el mismo no cuenta con una adecuada estrategia de manejo estructurada, que permita con certeza, conocer su estado actual. Al ranario únicamente se le realizan trabajos de control de vegetación una vez al mes, para que la misma no se expanda a los senderos, ni que cubran en su totalidad la superficie de los estanques. **La Figura 1** muestra la señalización de la entrada del ranario.



**Figura 1. Rotulo Entrada Ranario Mundo de Anfibios**

**Fuente: Propia**

Actualmente el ranario se ofrece a los turistas costarricenses y extranjeros como un servicio adicional del hotel GreenLagoon, con la finalidad de que los turistas conozcan el hábitat natural de los anfibios, haciendo hincapié en las especies presentes en el ranario y representativas de la zona.

La actividad consiste específicamente en visitar el ranario con un guía turístico, especializado en anfibios, que interpreta el hábitat y las especies identificadas en el sitio y momento en que se realiza el recorrido. La intención es transmitir conocimiento a los turistas, sobre los anfibios. Con la finalidad de crear sensibilidad sobre el papel y la importancia que tiene estos seres en los ecosistemas naturales. En la **Figura 2** se muestra un estanque, del ranario, los cuales son comunes hábitats de anfibios.



**Figura 2. Uno de los estanques del Ranario Mundo de Anfibios**

**Fuente: Propia**

El potencial natural y turístico del ranario, es un componente fundamental para determinar el manejo sobre sí mismo. Sin embargo, según la visitación que ya se experimenta y por la variedad de fauna identificada, en el ranario, se cuenta con la certeza del valor y aporte que el ranario ofrece, como una opción para potencializar el turismo local. En la **Figura 3** se muestra a una pareja de ranas en apareamiento.



**Figura 3. Especie de ranas en apareamiento; acto biológicamente importante para la sobrevivencia de las especies.**

**Fuente: Propia**

Por lo tanto, se pretende generar un aporte positivo al proyecto, a través no solo de una estrategia de conservación, sino desarrollar acciones de publicidad y mercadeo, así como el cotidiano mantenimiento de la estructura física y el recurso turístico, entre otros temas.

Igualmente importante para GreenLagoon es contar con la información necesaria para garantizar la seguridad de las especies naturales presentes en el ranario. Por lo que se generaran recomendaciones, para que se garantice la correcta interacción entre seres humanos y anfibios.

### **1.1. Antecedentes**

La Fortuna de San Carlos, es uno de los destinos turísticos más importantes de Costa Rica, gracias a la oferta y variedad de servicios turísticos de alta calidad así como atractivos naturales enfocados en la dinámica turística. Las aguas termales, el Volcán Arenal, la cultura local, la gastronomía, la alta calidad de servicio al cliente, la flora y la fauna, la planta turística así como la filosofía de turismo sostenible, son entre otros elementos, los responsables de la visitación de turistas a La Fortuna.

La **Figura 4** ilustra lo mencionado, donde un 42.6% de los turistas que visitan Costa Rica, pasan por La Fortuna o las Llanuras del Norte.

**Distribución de los pisos de demanda<sup>1</sup> internacional según  
Unidad de Planeamiento Turístico  
Via aérea, 2017**

Unidad de Planeamiento Turístico (UPT)		2017	
		%	Estimación de Turistas
<b>Total de turistas<sup>2</sup></b>			<b>1.780.550</b>
Estimación de la distribución por UPT	Caribe	24,6	437.194
	Guanacaste	49,8	885.975
	Llanuras del Norte	42,6	757.984
	Pacífico Medio	34,6	615.791
	Pacífico Sur	9,1	162.128
	Puntarenas	29,8	531.304
	Valle Central	52,8	939.689

**Notas:**

<sup>1/</sup> Cantidad de turistas que al menos pernoctaron una noche en la UPT.

<sup>2/</sup> Llegadas vía aérea excluyendo los Nicaraguenses que ingresaron por la Vía Terrestre.

**Figura 4. Porcentaje de Turistas que visitan la zona de La Fortuna**

**Fuente: ICT; Dirección de Planeamiento y Desarrollo Turístico**

El instituto Costarricense de Turismo (ICT) en su Plan General de Uso de la Tierra y Desarrollo Turístico para la Unidad de Planeamiento Turístico de Llanuras del Norte de Costa Rica, determina:

*“La zona de Llanuras del Norte tiene como centro turístico principal a La Fortuna, (provincia de Alajuela) y como centros secundarios, a Ciudad Quesada y Tilarán.*

*En esta zona se localizan numerosos atractivos de alta jerarquía entre los cuales se destacan: el Volcán y Laguna del Arenal, el Río Tabacón, el Cerro Chato, el Río Frío, el Refugio de Vida Silvestre Caño Negro, complementados con ríos aptos para el rafting, caídas de agua y plantaciones frutales.*

*Es una región que ha tenido un crecimiento importante sobre todo basado en pequeños hoteles y empresas de servicio variado. (ICT, Página 5)*

Tanto en La Fortuna, como en el resto de Costa Rica la estrategia que se ha implementado para el desarrollo del turismo, es la estrategia de turismo ecológico, que en filosofía complementa el ecoturismo, turismo sostenible, científico entre otras. Así como otras

alternativas de turismo de aventura que se realizan con la conciencia de no alterar el medio natural tan marcadamente. **La Figura 5** ilustra la afirmación anterior referente a la estrategia de ecoturismo y turismo ecológico, más puntualmente en La Fortuna de San Carlos.

### **La Fortuna como destino turístico: montaña y naturaleza**

#### **Características de la zona**

En La Fortuna el ecoturismo comenzó a desarrollarse a finales de los años ochenta, en un proceso en el que los habitantes locales empezaron a combinar su actividad principal, la agropecuaria, con la turística. La Fortuna es el distrito séptimo del cantón de San Carlos, con una población que pasó de 4.749 habitantes en 1984 a 9.743 en el 2000. Conforme el turismo se fue desarrollando, los cultivos de yuca y granos básicos fueron complementados o sustituidos completamente por actividades como el hospedaje de turistas y la provisión de servicios asociados, entre los que destacan comercios, tiendas de souvenirs, servicios de apoyo al turista, restaurantes y realización de excursiones, canopy y navegación por los “rápidos” de los ríos cercanos. En estas ocupaciones se integran muchas familias, lo que ha generado una importante reconversión de la mano de obra local. Dos características que han distinguido el desarrollo turístico en La Fortuna son el predominio de microempresas y la propiedad en manos de fortuneños (Olivares, 1999). El desarrollo turístico en este distrito no es concéntrico. Aunque en la comunidad de La Fortuna existe un fuerte polo de actividad, también hay otros emprendimientos en localidades cercanas, por ejemplo en los alrededores del lago Arenal, como es el caso de la comunidad de El Castillo, o bien las que están cerca de aguas termales, como Tabacón.

En 1994 se conformó la Asociación de Microempresarios Turísticos de La Fortuna (Amitufor), responsable en buena parte de promover un modelo turístico cuyo rasgo esencial es la empresa familiar. Los principales objetivos de la Asociación fueron: el fortalecimiento de la pequeña empresa turística a través de mecanismos que garantizaran su sostenibilidad, la búsqueda de nuevos mercados para sus productos a nivel nacional e internacional y la protección del patrimonio nacional para que fueran los empresarios de La Fortuna quienes usufructuaran las riquezas de la zona. En 1998 se contabilizaban 125 microempresas, de las cuales 120 eran de personas de la región, y

posteriormente se han ido instalando inversionistas nacionales y extranjeros con establecimientos de mediana envergadura. Su presencia, sin embargo, no ha desplazado a los propietarios locales, lo cual mantiene a La Fortuna muy cerca de su modelo turístico original. Aunque con el tiempo Amitufor se desarticuló, los microempresarios suelen participar en redes y tienen relaciones de cooperación importantes, pero informales (Olivares, 1999). Este esquema se ha fortalecido en las áreas rurales, a partir del desarrollo del turismo rural comunitario

**Figura 5. Diversidad De Destinos y Desafíos del Turismo en Costa Rica: Los Casos de Tamarindo y La Fortuna**

**Fuente: Informe XIII - Estado de la Nación 2007**

Siguiendo este comportamiento es que el hotel GreenLagoon diseña y ofrece al público el ranario, pretendiendo la interacción entre los anfibios y el turista. Lo anterior con el fin de ofrecer servicios que generen conciencia y sensibilidad ambiental a los visitantes.

Mundo de Anfibios se diseñó con la idea de ser una amenidad más para los turistas del hotel GreenLagoon. En su diseño se tomaron en cuenta criterios basados en la sostenibilidad ambiental, por lo que su construcción se realizó, imitando en la medida de lo posible un hábitat natural para anfibios, con más tendencia hacia las ranas y sapos. Sin embargo existe un vacío pues el atractivo no posee una estrategia de manejo adecuada para gestión y promoción dirigida a los turistas y comercio en general.

Básicamente por lo anterior, se seleccionó un sitio en la misma propiedad del hotel con abundancia de condiciones necesarias para la conservación de anfibios, principalmente agua y vegetación frondosa como refugio y sombra. Condiciones que permite a estos seres obtener sus requerimientos para vivir plenamente. Además se construyeron pequeños estanques juntos a áreas de vegetación y finalmente senderos para el tránsito de turistas. En la **Figura 6** se observa una panorámica desde el exterior del ranario, donde es posible apreciar la densidad boscosa que genera refugio a las especies.



**Figura 6. Vista del Ranario Mundo de Anfibia**

**Fuente: Propia**

El potencial de los anfibios en la exposición de las bellezas naturales de un sitio es muy importante y Costa Rica ha aprovechado la imagen natural de muchas especies para campañas internacionales de turismo. Obteniendo la admiración e interés de turistas en conocer estas especies. Motivo por el cual, una buena estrategia de manejo sostenible para el ranario Mundo de Anfibia, debería garantizar el éxito y sostenibilidad como negocio. En la **Figura 7** se aprecia una de las especies de ranas más populares de costa Rica.



**Figura 7. Individuos de *Agalychnis callidryas* especie comúnmente usada en publicidad turística de Costa Rica**

**Fuente: Propia**

## **1.2. Problemática**

Como ya se ha mencionado, el análisis de Mundo de Anfibios, hace referencia a una actividad turística, que por sí misma es muy atractiva para los visitantes, pero, que a su vez representa muchísima fragilidad por la exposición que pueden sufrir unos seres tan vulnerables como lo son los anfibios, al verse en interacción con los seres humanos.

Con este panorama, se plantea un reto enorme, que debe ser resuelto con una correcta estrategia de turismo sostenible. Para que GreenLagoon goce de un atractivo natural, correctamente conservado, educativo para el turista y financieramente sostenible.

Con esta información se plantea el siguiente problema:

¿Cómo generar desarrollo sostenible y garantizar la conservación de los anfibios, mediante una estrategia de manejo en el proyecto turístico Mundo de Anfibios, perteneciente al hotel GreenLagoon?

### **1.3. Justificación del problema**

La alta competencia en una zona desarrollada en materia de turismo como lo es La Fortuna de San Carlos, obliga a los empresarios a ser creativos a la hora de atraer turistas a sus negocios, por lo anterior, es común que constantemente se ofrezcan nuevos servicios, a como en su momento lo realizó GreenLagoon con la apertura del ranario.

Sin embargo, entre más especializado sea el nuevo servicio, mayor dirección y control debe existir sobre el mismo, para que se cumplan con exigencias como sobrevivencia y rentabilidad.

En el caso del ranario, existe un aspecto peculiar, los anfibios son frágiles y sumamente dependientes de sus condiciones biológicas, como al recurso agua. Por lo que se debe tener un criterio de responsabilidad máxima a la hora de exponerlos a interacción con el ser humano, para no alterar sus condiciones y arriesgar la vida de los mismos.

En este sentido, es una constante tomar en cuenta que la evaluación diaria será el parámetro que genere la información necesaria para el adecuado planteamiento de la propuesta de manejo sostenible del ranario. Lo que no se mide, no se mejora.

A pesar de la problemática en que se encuentra GreenLagoon, donde desarrolla una actividad sin la correcta dirección de ventas, financiera y ambiental, es importante, tener la certeza que con el planteamiento y desarrollo de una oportuna estrategia de manejo se podrán obtener oportunidades de mejora, en temas como conservación ambiental, prestigio comercial, impulso a la actividad, éxito financiero e investigación y aprendizaje para los visitantes.

### **1.4. Supuestos**

- La propuesta de manejo aplica a las especies que se logren identificar en el ranario.
- El ranario será accesible para turistas de todas las edades y nacionalidades.
- Todos los atractivos encontrados durante la investigación serán utilizados tanto para la estrategia de conservación como la estrategia de mercadeo.
- La temporada alta y la temporada baja definitivamente marcaran el patrón de la cantidad de turistas que diariamente visiten el ranario.

- La temporada seca o verano, puede provocar estrés en las especies, por escases de agua, motivo por el cual la visitación debe ser mayormente regulada.
- El ranario será una opción excelente para los turistas interesados en la vida natural y el turismo científico.
- El proyecto representara beneficio económico para el hotel GreenLagoon así como para guías y empresas de turismo local.

### **1.5. Restricciones**

- Aplicar la propuesta de manejo a otros ranarios sin previo estudio.
- Ingresar al ranario sin ser acompañados por un guía certificado.
- Manipulación de los anfibios.
- Realizar actividades dentro del ranario que comprometan el equilibrio biológico de los anfibios.
- Incumplir con el reglamento de Uso del ranario que se plantea en la presente investigación.
- Aplicación de sustancias toxicas como herbicidas u otros pesticidas a la vegetación del ranario.

### **1.6. Objetivo general**

Elaborar una estrategia de manejo sostenible del Ranario Mundo de Anfibios, con la finalidad de generar visitación responsable de este atractivo en el hotel GreenLagoon, en La Fortuna de San Carlos.

### **1.7. Objetivos específicos**

1. Identificar los principales elementos de potencial turístico presentes en el ranario Mundo de Anfibios, elaborando un inventario de especies de anfibios y otros animales presentes en el sitio.
2. Elaborar una estrategia de normas básicas de conservación, adecuada para los individuos presentes en el ranario que garantice la armonía en este sitio, sin alteraciones que pongan en riesgo la vida de los anfibios.

3. Generar una estrategia de mercadeo para la promoción del ranario Mundo de Anfibios como un proyecto de turismo sostenible, educativo y científico, de acuerdo al potencial turístico del ranario.

## II. MARCO TEORICO

### 2.1. Referencias y conceptos

La actividad turística tiene la particularidad que es muy diversa en composición de disciplinas dentro de su dinámica. Motivo por el cual, igual de diversa es la actividad en su composición de filosofías y términos que componen la industria en Costa Rica. Es por ello que es sumamente importante definir los principales tipos de turismo que se desarrollan en La Fortuna de San Carlos, lugar en donde se encuentra el Ranario Mundo de Anfibios.

En este sentido el Instituto Nacional de Aprendizaje - INA -, en su análisis Generalidades del Turismo propone una definición según cada tipo de Turismo. El **Cuadro 1** muestra los principales tipos de turismo y su definición de acuerdo al INA.

Cuadro 1. Segmentos de Turismo	
Definición	Motivaciones de Viaje
<b>Turismo de Aventura</b>	Modalidad practicada por un amplio grupo de personas que se desplazan para realizar actividades deportivas terrestres, aéreas, marítimas y acuáticas.
<b>Turismo Ecológico</b>	<p>Ejecución de un viaje a áreas naturales que están relativamente sin disturbar o contaminar, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar el panorama junto con sus plantas y animales silvestres, así mismo cualquier manifestación cultural pasada o presente que se encuentre en esas áreas.</p> <p>Turismo de la naturaleza que promueve la conservación y los esfuerzos para un desarrollo sostenible.</p> <p>Un fenómeno que engloba toda una serie de opciones, que varían desde un enfoque purista científico, hasta la visita de recreo a una zona natural como actividad de fin de semana o como parte de un viaje más importante.</p>
<b>Turismo de salud</b>	Involucra a todas aquellas personas que se desplazan con el propósito de recibir tratamientos de naturaleza física y mental, que mejoren la salud.

<b>Turismo de negocios</b>	Turismo que involucra a las personas que se desplazan con el propósito de hacer actividades lucrativas. También los desplazamientos que tienen como objeto la visita a ferias, exposiciones y realizaciones técnicas de importancia.
<b>Turismo religioso</b>	Turismo que involucra a todas aquellas personas que viajan con el propósito de participar en eventos religiosos de importancia internacional.
<b>Turismo rural</b>	Turismo que practican todas aquellas personas que se desplazan a las zonas rurales de un país, con diversas motivaciones.
<b>Turismo Cultural</b>	Turismo practicado por personas con motivación de instruirse, estudiar las costumbres, las instituciones y la vida de los pueblos; conocer monumentos históricos, artísticos y arqueológicos o admirar las grandes realizaciones humanas.

**Fuente: Elaboración Propia; Basado en Módulo de Formación Generalidades del Turismo INA**

La Fortuna de San Carlos al ser una de las principales zonas turísticas de Costa Rica cuenta en su oferta de servicios con actividades de casi todos los tipos mencionados. Como lo es el turismo de aventura, ecoturismo, turismo rural, turismo de salud, cultural entre otros. En el caso de este estudio, cabe mencionar que la filosofía de GreenLagoon es la de bienestar y su operación durante los últimos diez años, ha consistido en destacarse como un albergue de turismo sostenible al punto de haber obtenido la calificación de 4 niveles de Sostenibilidad Turística, CST otorgado por el ICT (**ver Anexo 2**).

Con la información anterior y con base en la clasificación de tipos de turismo del INA, se hace posible catalogar el Ranario Mundo de Anfibios, como un atractivo turístico con fundamentados de turismo ecológico, que en el caso de GreenLagoon complementa y enriquece los criterios de turismo sostenible con que opera el hotel.

En referencia al turismo sostenible, La Organización Mundial de Turismo expresa la siguiente definición.

“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.”

**Recuperado de: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion> (2018, sep. 12)**

Un concepto importante de determinar y que complementa al turismo sostenible es el potencial turístico del elemento en cuestión. Un elemento o atractivo con un potencial turístico de importancia debería manejarse bajo la filosofía del turismo sostenible, para que este potencial sea aprovechado integral y conscientemente.

Respecto a la importancia de conocer el potencial turístico, Rafael Covarrubias (2015), en su libro *Evaluación del Potencial en Municipios Turísticos a través de Metodologías Participativas* aporta:

Evaluar el potencial turístico conlleva un análisis completo que permite definir si un destino o una zona en específico pueden tener la capacidad de ser desarrollada turísticamente, ya que al tener una visión clara de lo que se puede aprovechar, se puede iniciar el desarrollo de nuevos proyectos turísticos, asimismo, si se conoce cuáles son los recursos potencialmente turísticos se puede definir una oferta turística que permita una diferenciación con los demás productos turísticos. De la misma manera ocurre con la demanda turística, ya que si se identifica y analiza se puede saber a qué tipo de usuario ofrecerle los productos turísticos de ese destino. (pp. 2)

La información anterior genera la necesidad de plantear la estrategia de manejo correcta, para sacar el máximo provecho al ranario y por ende su potencial turístico. El cual en supuestos es muy amplio.

Referente a la elaboración de la estrategia de mercadeo, para procurar la sostenibilidad financiera del Ranario Mundo de Anfibios, se vuelve estrictamente necesario tomar en

cuenta los conceptos de una estrategia que en su correcta aplicación garantice el éxito del proyecto. En este caso se toman en consideración los elementos presentes en el Plan Estratégico de Mercadeo del Ing. Mario A. Socatelli Porras. El **Cuadro 2** muestra los pasos a seguir para la elaboración de una estrategia de mercadeo.

<b>Cuadro 2: Pasos para elaboración de estrategia de mercadeo</b>	
<b>Paso</b>	<b>Detalle</b>
Paso 1	¿Qué es lo que buscamos vender?
Paso 2	¿A quién se lo vamos a vender?
Paso 3	¿Cómo lo vamos a vender?
Paso 4	¿A dónde lo vamos a vender?
Paso 5	¿A qué precio los vamos a vender?

**Fuente: Elaboración propia; Basado en Plan Estratégico de Mercadeo. Socatelli, p. 2**

Con estas interrogantes queda de manifiesto lo importante de definir un producto, un comprador y la manera de llegar a ese comprador. Cada una de estas etapas de la estrategia de mercadeo debe implementarse de la manera más meticulosa posible para que se cumplan a manera de objetivos o metas de ventas.

Uno de los aportes más relevantes de la estrategia de Socatelli consiste en la identificación del U.S.P. (Unique Selling Proposition) o Propuesta Única de Ventas, la cual se define en la **Figura 8** de la siguiente manera:

❖ **Definición del U.S.P. (Unique Selling Proposition).**

- El U.S.P. (Unique Selling Proposition) ó la "Propuesta Única de Ventas" es el elemento de posicionamiento que hará que nuestro hotel se diferencie de los demás.
- Resume los beneficios (no atributos) o razones para que nos elijan al comprar.
- Palabra o frase que evocará una imagen o concepto mental que identifica sólo a nuestro hotel.
- Comunica la promesa de servicios (Creíble y que pueda cumplirse).
- El U.S.P. se puede complementar con una imagen que evoque un sentimiento.
- Proyecta los beneficios que lo hacen diferente.

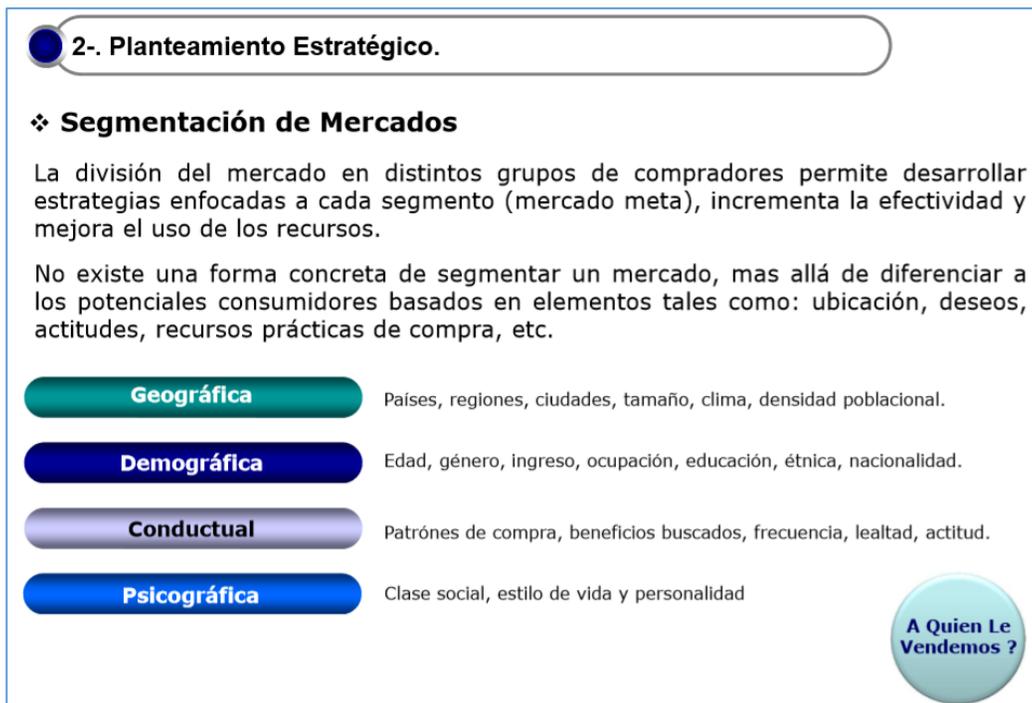



**Figura 8. Definición Unique Selling Proposition.**

**Fuente: Plan Estratégico de Mercadeo. Socatelli, p. 7**

Con la información que genera el Unique Selling Proposition, se vuelve posible pensar en la importancia de diferenciar un elemento distintivo del Ranario Mundo de Anfibios de los demás proyectos similares de la zona.

Igualmente Socatelli en el tema de mercadeo realiza un aporte muy importante sobre la etapa de la selección de clientes o la segmentación del mercado, la cual se aprecia en la **Figura 9**. Esta información es sumamente necesaria para la selección de la correcta estrategia de búsqueda de clientes.

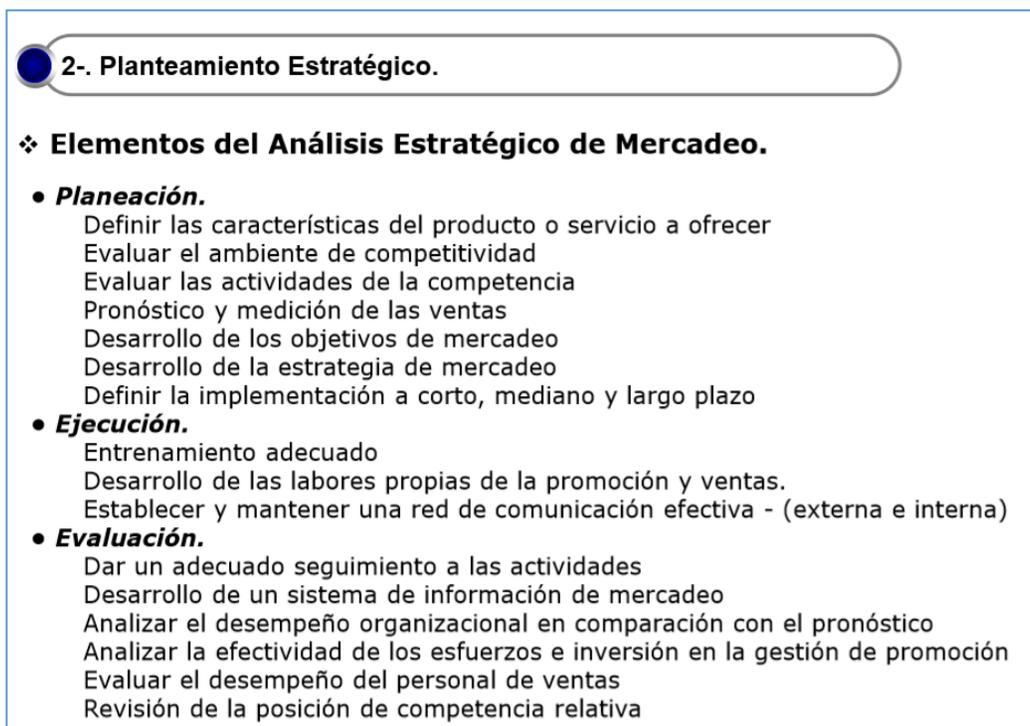


**Figura 9. Estrategia de Segmentación de Mercados**

**Fuente: Plan Estratégico de Mercadeo. Socatelli, p. 10**

En una actividad tan amplia en oferta de servicios como lo es el turismo, es importante identificar correctamente a quien se le van a ofrecer estos servicios, para no desperdiciar recursos en tratar de atraer al cliente incorrecto.

De igual manera, Socatelli propone un proceso de análisis a la estrategia de mercadeo de proyectos turísticos, para procurar medir y controlar a profundidad sus etapas de Planeación, Ejecución y Evaluación. La **Figura 10** a continuación, esquematiza estas etapas.



**Figura 10. Elementos del Análisis Estratégico de Mercadeo**

**Fuente: Fuente: Plan Estratégico de Mercadeo. Socatelli, p. 3**

Otro elemento de importancia para la recopilación de información en proyectos como el Ranario Mundo de Anfibios es el análisis FODA, pues el mismo permite analizar los componentes externos e internos del proyecto. Identificado las Debilidades y Fortalezas como elementos internos y las Amenazas y Oportunidades como elementos externos del negocio.

Según García y Cano (2000) La técnica FODA se orienta principalmente al análisis y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las Fortalezas y Debilidades de la organización, así como las Oportunidades (aprovechadas y no aprovechadas) y Amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo. (pp 89)

En la misma línea, según Kotler y Armstrong (2001) el principal propósito de realizar un análisis FODA es alcanzar un conocimiento profundo de la empresa y su entorno para poder encontrar y distinguir nuevas oportunidades de marketing. Una oportunidad de marketing

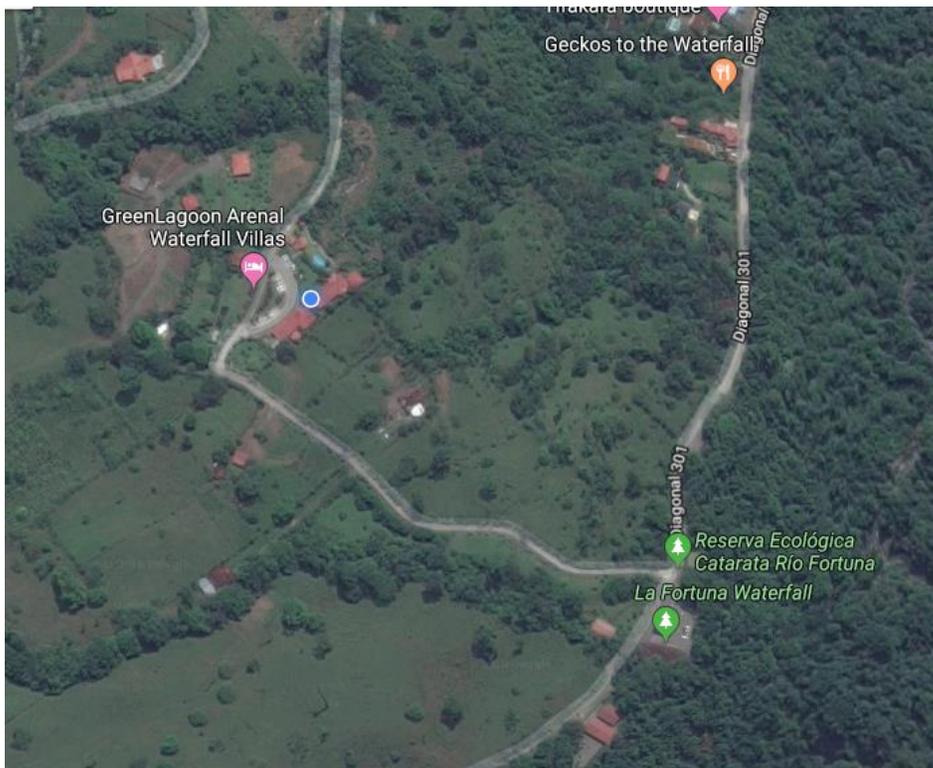
es “un área de necesidad de los compradores en la que una empresa puede tener un desempeño rentable (pp 76).

Con la información que se ha logrado obtener de otras fuentes, en este capítulo, es posible tener un panorama más claro, de los objetivos de la investigación, para así lograr el mejor resultado posible a la hora de plantear la Estrategia de Manejo Sostenible del ranario Mundo de Anfibios.

## **2.2 Marco institucional y organizacional**

GreenLagoon es un hotel con diez años de existencia, ubicado en La Fortuna de San Carlos, 300 metros noroeste de la Reserva Ecológica Catarata Rio Fortuna. Esto a 5.5 kilómetros del centro de la comunidad de La Fortuna.

La propiedad del hotel es de aproximadamente 120 hectáreas y en su parte oeste colinda con el PNVA, propiamente en el sector Cerro Chato. La **Figura 11** ilustra la cercanía de los proyectos turísticos GreenLagoon y la Catarata del río Fortuna.



**Figura 11: Ubicación de GreenLagoon respecto a la Reserva Ecológica Catarata Río Fortuna**

**Fuente: Google Maps, <https://www.google.com/maps/@10.443791,-84.6680962,745m/data=!3m1!1e3>**

A través de los años, GreenLagoon se ha caracterizado por ofrecer servicios turísticos, con filosofía de turismo sostenible y turismo de bienestar, impulsando aspectos, como la importancia de mantener estilos de vida saludables; el descanso, la buena alimentación, la meditación, el contacto con la naturaleza, la promoción de la salud, el impulso de la agricultura orgánica para abastecer el restaurante del hotel, todo lo anterior a través del turismo.

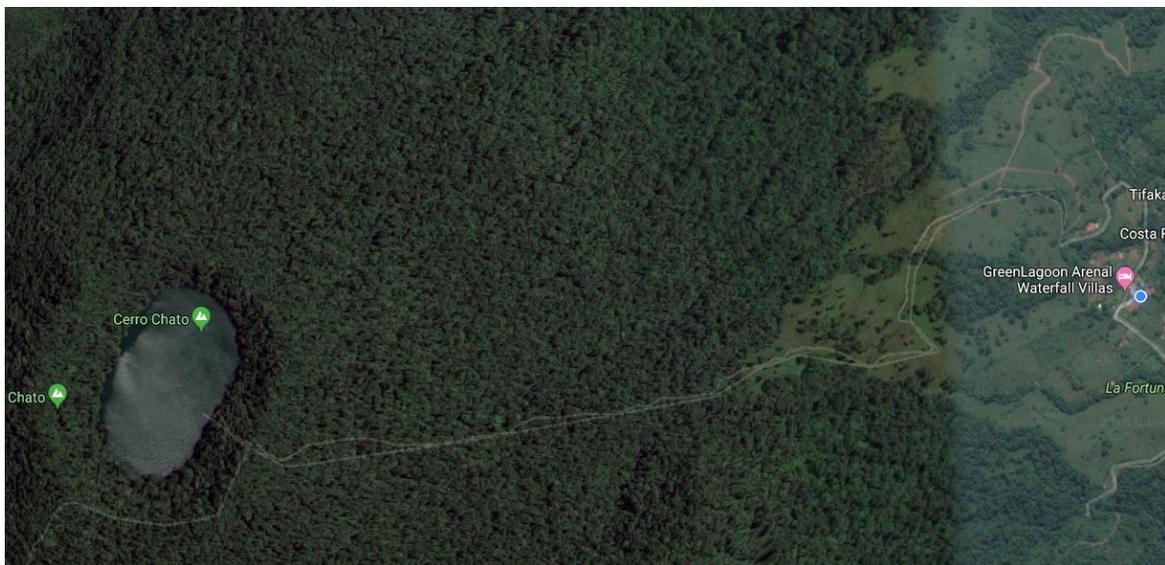
Con respecto al tipo de hospedaje, GreenLagoon ofrece todas las categorías de habitaciones, desde habitaciones estándar hasta villas familiares de lujo totalmente equipadas. Siendo las vistas panorámicas de las llanuras del norte uno de los principales potenciales del hotel.

**Misión:** Nuestra misión es ofrecer un complejo turístico de altísima calidad que se enfoque en el bienestar, la sostenibilidad y la hospitalidad, donde nuestros huéspedes puedan descansar, comer platillos saludables elaborados con plantas orgánicas y entrar en contacto con la naturaleza con el objetivo de rejuvenecer el cuerpo y el alma.

**Visión:** Ser la empresa líder de Costa Rica en bienestar integral a través del turismo, mediante la promoción de estilos de vida saludables.

Además el atractivo natural es de gran valor para el hotel, pues es muy común observar diversidad de flora y fauna en los alrededores de las instalaciones. Esto gracias a la influencia natural por la cercanía que tiene el hotel con el PNVA. Los senderos y cercanías de hotel en sus partes de mayor vegetación son sitios excelentes para la observación de aves.

La topografía de GreenLagoon es de considerable pendiente, esto por su ubicación en las faldas del Cerro Chato, lo que genera que el hotel cuente con una excelente vista panorámica de la zona, lo cual, sin duda le da gran valor turístico al hotel. La **Figura 12** muestra la ubicación de GreenLagoon con respecto al PNVA y al Cerro Chato.

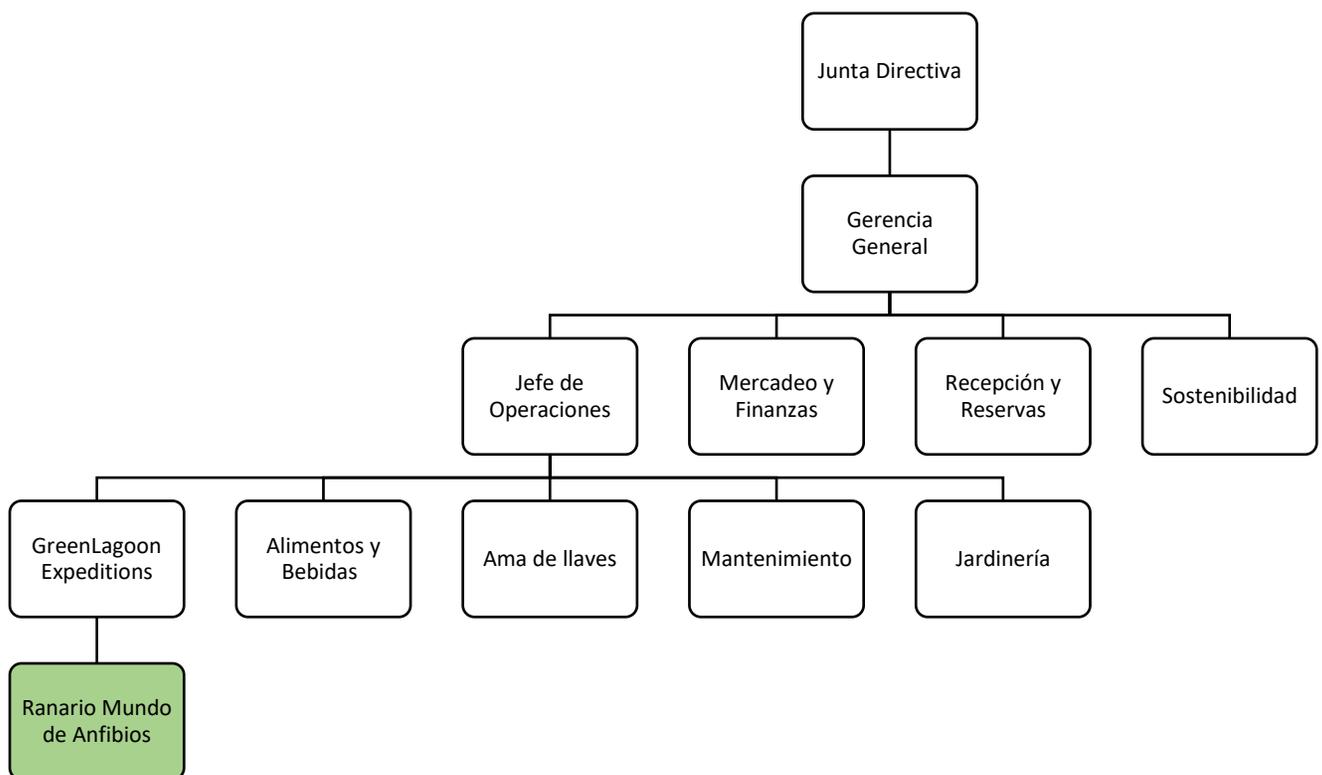


**Figura 12:** Imagen de límites y colindancia de GreenLagoon con el PNVA

**Fuente:** Google Maps

En lo que respecta al tipo de turista que visita el hotel, se ha identificado que GreenLagoon es visitado principalmente por turistas de Estados Unidos, de entre treinta y sesenta años, de clase económica media alta, amantes de la naturaleza, por lo general viajan en pareja en busca de aventura y contacto con la naturaleza o en familia donde el objetivo es primordialmente la relajación que genera la naturaleza, las aguas termales y la belleza paisajística de La Fortuna. Es importante tener en cuenta que el Volcán Arenal sigue siendo un icono a la hora de escoger La Fortuna como destino de viaje.

La estructura organizativa de GreenLagoon se muestra en la **Figura 13**, donde es evidente que la administración directa del ranario, corresponde al departamento de GreenLagoon Expeditions. Las decisiones meramente de operación diaria y de las actividades con los turistas que se realizan en torno al ranario corresponden a este departamento.



**Figura 13: Estructura Organizativa de GreenLagoon**

**Fuente: Elaboración Propia**

En su compromiso con la sostenibilidad turística, GreenLagoon ha obtenido el Nivel 4 del programa CST del ICT, este programa se define de la siguiente manera:

“El Certificado para la Sostenibilidad Turística - CST - es un programa del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), diseñado para categorizar y diferenciar empresas turísticas de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad, en cuanto al manejo de los recursos naturales, culturales y sociales.

Dicho galardón es otorgado por la Comisión Nacional de Acreditación con sede en Costa Rica”.

**Recuperado de: <https://www.turismo-sostenible.co.cr> (2018 Sep. 05)**

A manera de ejemplificar el grado de compromiso con la sostenibilidad turística de las empresas en La Fortuna de San Carlos, en el **Cuadro 3** se muestra la siguiente lista. Igualmente es importante recalcar que estas empresas al ser homologas en filosofía con el proyecto Mundo de Anfibios, se vuelven clientes potenciales para una alianza comercial.

<b>Cuadro 3. Lista de Empresa con CST de La Fortuna de San Carlos</b>	
<b>Empresas Operadoras de tours</b>	Jacamar Naturalist Tours
	Sky Adventures
	Anywhere Costa Rica
	Aventuras Arenal
	Arenal Mundo Aventura
	Canoa Aventura S.A.
	Pure Trek Canyoning
	Ecoterra Costa Rica
	Sunset Tours

	<p>Wave Expeditions</p> <p>Eagle Tours</p> <p>Pura Vida Tours</p>
<p><b>Hoteles</b></p>	<p>Hotel Arenal Kioro</p> <p>Hotel Arenal Springs Resort &amp; Spa</p> <p>Hotel Las Colinas</p> <p>Los Lagos Hotel Spa &amp; Resort</p> <p>Rancho Margot</p> <p>Tabacon Resort</p> <p>Arenal Nayara Hotel Y Gardens</p> <p>Arenal Observatory Lodge</p> <p>Finca Luna Nueva Lodge</p> <p>Greenlagoon Falls Park &amp; Lodge</p> <p>Hotel Arenal Manoa</p> <p>Hotel Arenal Paraiso</p> <p>Hotel Arenal Volcano Inn</p> <p>Hotel Campo Verde</p> <p>Hotel Royal Corin Wellness And Spa Resort</p> <p>Arenal Country Inn (Don Fede)</p>

	<p>Casa Luna Lodge</p> <p>Hotel La Fortuna</p> <p>Hotel Monte Real</p> <p>Villas Eco Arenal</p> <p>Catarata Eco Lodge</p> <p>Completo Turistico Tilajari</p> <p>Hotel Arenal Rabfer</p> <p>Hotel Montaña De Fuego</p> <p>Hotel Bosques De Chachagua</p>
<b>Parques Temáticos</b>	<p>Don Juan Coffee Tour</p> <p>Mistico Arenal Hanging Bridges</p> <p>Parque Temático Costa Rica Sky Adventures Fortuna</p>
<b>Restaurantes</b>	<p>Restaurante Ti-Cain Arenal Springs</p>
<b>Rentadoras de Vehículos</b>	<p>Adobe Rent A Car</p> <p>Alamo Rent A Car – National Car Rental</p>

**Fuente: Elaboración propia; basado en:**  
[https://www.turismosostenible.co.cr/index.php?option=com\\_mtree&Itemid=2](https://www.turismosostenible.co.cr/index.php?option=com_mtree&Itemid=2)

Con respecto a las instituciones que tienen influencia en el ranario, el **Cuadro 4** presenta los Stakeholders más importantes de la zona y sus principales características:

<b>Cuadro 4: Identificación de StakeHolders</b>		
<b>Instituciones</b>	<b>Funcionalidad</b>	<b>Relación con el Ranario</b>
Empresas de Turismo locales	<p>Las necesidades de los turistas están muy bien cubiertas pues las empresas de turismo cubren todo tipo de exigencias con un nivel muy alto de calidad. La Fortuna cuentan con:</p> <p>Agencias de viajes</p> <p>Agencias Operadoras de Tours</p> <p>Agencias de Transportes</p> <p>Oficinas de información turística</p> <p>Tiendas varias</p> <p>Hoteles de toda categoría</p> <p>Agencias operadoras de Tours</p> <p>Parques temáticos</p> <p>Restaurantes</p> <p>Centros de conferencias</p> <p>Entre otros</p>	<p>Las empresas de turismo locales serán de suma importancia como socios comerciales.</p> <p>Las agencias, operadoras y hoteles colaboraran en temas de ventas de tours.</p> <p>Los proyectos similares como ranarios, serán fuentes de información para el manejo de Mundo de Anfibios.</p>
Asociación de Desarrollo Integral de La Fortuna (ADIFORT)	ADIFORT, cumple un papel fundamental en el desarrollo de la comunidad de la mano del turismo. Es la organización administradora de la Reserva	ADIFORT, como vecino próximo podrá impulsar el valor del ranario, pues los alcances y recursos de la

	<p>Catarata Rio Fortuna, principal atractivo turístico de La Fortuna, que reinvierte todos los ingresos de esta actividad en obras sociales.</p> <p>La Catarata está ubicada a 300 metros de GreenLagoon, lo que los convierte en socios comerciales y aliados en la industria del turismo.</p> <p>ADIFORT es una organización sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es velar por el bienestar de la comunidad mediante proyectos de educación, caminos, gestiones del cementerio, conservación de los recursos naturales y el embellecimiento de la comunidad...</p> <p><a href="http://www.arenaladifort.com">www.arenaladifort.com</a></p> <p><a href="http://www.cataratalafortuna.com">www.cataratalafortuna.com</a></p>	<p>Asociación son muy amplios.</p> <p>ADIFORT puede generar un impacto muy positivo en el ranario con acciones como asistencia profesional, asociatividad empresarial y promoción del sector “La Catarata” como destino turístico en la comunidad de La Fortuna.</p>
Arenal Cámara de Turismo y Comercio	El objetivo de Arenal Cámara de Turismo y Comercio, es la representación, la defensa de los intereses comunes de sus asociados, la promoción y el fortalecimiento de lazos recíprocos de colaboración y apoyo entre las	La Cámara realiza esfuerzos que generan beneficios muy acertados para los empresarios, básicamente en temas como análisis del entorno, capacitación y promoción.

	<p>personas físicas y jurídicas que la integran así como el desarrollo y ejecución de proyectos que se traduzcan en un beneficio directo para los asociados de la Cámara y las comunidades de la región del Arenal.</p> <p>Los asociados de la Cámara, tienen acceso a programas de Capacitación y Desarrollo, Promoción y Mercadeo así como Beneficios Adicionales.</p>	<p>Además la Cámara vela por la composición de la oferta turística de La Fortuna e interviene cuando hay denuncias y oportunidades de mejora.</p> <p>Es importante que Mundo de Anfibios se afilie a la Cámara para disponga de los beneficios que se ofrecen.</p>
Municipalidad	<p>La Municipalidad de San Carlos es la mejor Municipalidad de Costa Rica, por segundo años consecutivo, esto según la Contraloría General de La Republica – CGR – esto de acuerdo al índice de Gestión Municipal que se publica cada año.</p> <p>De acuerdo con IGM, San Carlos obtuvo un 94% en Gestión y Desarrollo Institucional, un 94% en Planificación y Participación Ciudadana y Rendición de Cuentas, un 79% en Gestión y Desarrollo Ambiental, un 83% en Gestión de Servicios Económicos y un 91% en Gestión de Servicios</p>	<p>La municipalidad de San Carlos si bien es sumamente laboriosa, aún podría realizar mejoras para impulsar la actividad con mayor fortaleza, con acciones como mejoramiento de carreteras, para que el acceso de agencias y turistas sea más a fácil.</p> <p>Además es importante que los proyectos que generan valor agregado al ranario como el restaurante y hotel, estén al día con los pagos y permisos municipales.</p>

	<p>Sociales, para un total de 88.5 en el IGM. El año pasado el municipio también obtuvo ese primer lugar a nivel nacional pero con un 87.5%. Fuente: <a href="http://laregion.cr/alcalde-explica-por-que-san-carlos-es-la-mejor-municipalidad-del-pais/">laregion.cr/alcalde-explica-por-que-san-carlos-es-la-mejor-municipalidad-del-pais/</a></p> <p>Es importante recalcar que la Municipalidad tiene gran influencia, en La Fortuna en lo que respecta a cobro de impuestos, reparación de caminos, promoción de la actividad comercial, entrega de permisos de funcionamiento de comercio, programas de reciclaje, entre otros.</p>	
<p>Instituto Costarricense de Turismo (ICT)</p>	<p>El ICT cumple un papel muy importante como ente Gubernamental promotor de la actividad del turismo, como ente que capacita y acompaña a los empresarios en temas de actualización como las nuevas tendencias de turismo, en el caso de La Fortuna en turismo sostenible y más actualmente en turismo de bienestar, el cual es llamado el futuro del turismo.</p>	<p>El ICT es de suma importancia para el ranario, ya que es el ente encargado de la promoción del país a nivel de turismo y por ende, mediante las campañas de promoción del ICT se pueden obtener beneficios muy importantes para el ranario.</p>

	<p>Para La Fortuna es sumamente importante que el ICT cuente con una oficina en San Carlos para tener una comunicación más expedita en temas como tramite de permisos que se tramitan en el ICT así como para obtener mayor acercamiento y conocimiento de lo que hace el Instituto.</p> <p>Misión: Ser una institución orientada a fortalecer el modelo de desarrollo turístico sostenible costarricense mediante la definición de políticas públicas, alianzas, programas y proyectos para fomentar la competitividad, la sostenibilidad, la equidad, la solidaridad y la grata permanencia de los turistas, todo con miras a mejorar el nivel de vida de los costarricenses.</p> <p>Recuperado de:  <a href="http://www.ict.go.cr/es/ict/quienes-somos">www.ict.go.cr/es/ict/quienes-somos</a></p>	<p>Además a través del ICT, es posible obtener capacitación en temas de Sostenibilidad Turística, lo cual es fundamental para fortalecer la gestión del ranario.</p>
--	---	--

**Fuente: Elaboración propia**

### **2.3 Marco legal**

Para tener mayor claridad, de la perspectiva de esta investigación, es necesario rescatar información correspondiente a la legislación del ranario. En este caso, son importantes las indicaciones que se encuentran en la ley #9106 Reforma a la Ley Conservación de la Vida

–Silvestre, de La Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica la cual expresa lo siguiente.

**Artículo 1:** La presente ley tiene como finalidad establecer las regulaciones sobre la vida silvestre. La vida silvestre está conformada por el conjunto de organismos que viven en condiciones naturales, temporales o permanentes en el territorio nacional, tanto en el territorio continental como insular, en el mar territorial, las aguas interiores, la zona económica exclusiva y las aguas jurisdiccionales y que no requieren el cuidado del ser humano para su supervivencia. Los organismos exóticos declarados como silvestres por el país de origen, los organismos cultivados o criados y nacidos en cautiverio provenientes de especímenes silvestres, sus partes, productos y derivados son considerados vida silvestre y regulados por ley. La vida silvestre únicamente puede ser objeto de apropiación particular y de comercio, mediante las disposiciones contenidas en los tratados públicos, los convenios internacionales, esta ley y su reglamento. (2012 p. 1)

**Fauna silvestre:** la fauna silvestre está constituida por los animales vertebrados e invertebrados, residentes o migratorios, que viven en condiciones naturales o que hayan sido extraídos de sus medios naturales o reproducidos ex situ con cualquier fin en el territorio nacional, sea este continental o insular, en el mar territorial, en aguas interiores, zona económica exclusiva o aguas jurisdiccionales y que no requieren el cuidado del ser humano para su supervivencia; así como aquellos animales exóticos, vertebrados e invertebrados, declarados como silvestres por el país de origen; incluye también los animales criados y nacidos en cautiverio provenientes de especímenes silvestres. La clasificación taxonómica de las especies se establecerá en el reglamento de esta ley (2012 P. 3)

Un aspecto interesante a considerar es que en términos coloquiales el ranario Mundo de Anfibios se determina como el espacio o hábitat natural de ranas y sapos o en su efecto el sitio para ver estos anfibios, como ocurre en la actividad turística.

Sin embargo La Asamblea Legislativa de La República de Costa Rica, si tiene un concepto aproximado para este tipo de sitios, el cual denomina como Zoocriadero, esto igualmente en la Ley #9106.

**Zoocriadero:** sitio que puede tener o no fines comerciales, en el cual se propaga o reproduce vida silvestre, con conocimiento del manejo de las especies, fuera de su hábitat natural y donde se involucra el control humano, en el proceso de selección y elección de los organismos que se reproducirán. (2012, p. 5)

Según la definición anterior, Mundo de Anfibios no es un zoocriadero, pues en el ranario no hay manipulación de las especies como tal, ya que en este ranario, lo que se realizó fue la crear un espacio con condiciones idóneas para que los anfibios en su momento llegaran por sí solas y se establecieran en el sitio, según como ocurrió.

Igualmente los ranarios, en este caso encasillados como zoocriaderos se regulan bajo parámetros y condiciones preestablecidos legalmente, como lo es el caso de la tenencia o cautiverio. Esto según lo indica la Ley #9106

**Tenencia:** Se prohíbe la tenencia en cautiverio de vida silvestre salvo cuando provenga de un sitio de manejo legalmente establecido para la reproducción con fines de conservación, reintroducción o comerciales. El SINAC determinará cuáles especies serán objeto de estudios poblacionales para establecer el plantel parental para centros de reproducción autorizados (2012, p. 7)

Igualmente, en temas de legislación para el manejo del ranario, es necesario tener conocimiento acerca de la ley #7788 Ley de Biodiversidad, misma que se constituyó para conservar la biodiversidad de las especies de Costa Rica, así como para procurar el uso sostenible de los recursos naturales.

En este sentido legislativo, la biodiversidad se define como: Variabilidad de organismos vivos de cualquier fuente, ya sea que se encuentren en ecosistemas terrestres, aéreos, marinos, acuáticos o en otros complejos ecológicos. Comprende la diversidad dentro de cada especie, así como entre las especies y los ecosistemas de los que forma parte. Para los efectos de esta ley, se entenderán como comprendidos en el término biodiversidad, los elementos intangibles, como son: el conocimiento, la innovación y la práctica tradicional, individual o colectiva, con valor real o potencial asociado a recursos bioquímicos y genéticos, protegidos o no por los sistemas de propiedad intelectual o sistemas sui generis de registro. (1998, P. 2)

Algunas definiciones de gran importancia para el ranario que se encuentran en la Ley de Biodiversidad son, especie, ecosistema y hábitat. Definiciones que son fundamentales para la elaboración de la estrategia de manejo del ranario, así como para la correcta información que se transmitirá a los turistas que deseen conocer la vida de los anfibios. Estos términos se definen a continuación.

**Especie:** Conjunto de organismos capaces de reproducirse entre sí. (2012, P. 3)

**Ecosistema:** Complejo dinámico de comunidades de plantas, animales, hongos y microorganismos y su medio físico, interactuando como una unidad funcional. (2012, P. 3)

**Hábitat:** Lugar o ambiente donde existen naturalmente un organismo o una población. (2012, P. 4)

Otra ley ambiental de gran importancia para el manejo sostenible del ranario es la Ley Forestal #7575, esto pues algunos anfibios como las ranas utilizan la vegetación como su hábitat natural. En este sentido, es posible afirmar que las proximidades del ranario, se identifica un ecosistema boscoso. Pues según la Ley Forestal este término se define de la siguiente manera.

**Ecosistema boscoso:** Composición de plantas y animales diversos, mayores y menores, que interaccionan: nacen, crecen, se reproducen y mueren, dependen unos de otros a lo largo de su vida. Después de miles de años, esta composición ha alcanzado un equilibrio que, de no ser interrumpido, se mantendrá indefinidamente y sufrirá transformaciones muy lentamente (1996, p. 2)

Definitivamente, la conservación de la cobertura vegetal es vital para garantizar que exista un verdadero ecosistema natural, que en este particular es el ranario, en donde las especies de anfibios obtengan su hábitat de las plantas, que serán conservadas según la estrategia de manejo y la implementación de la Ley Forestal.

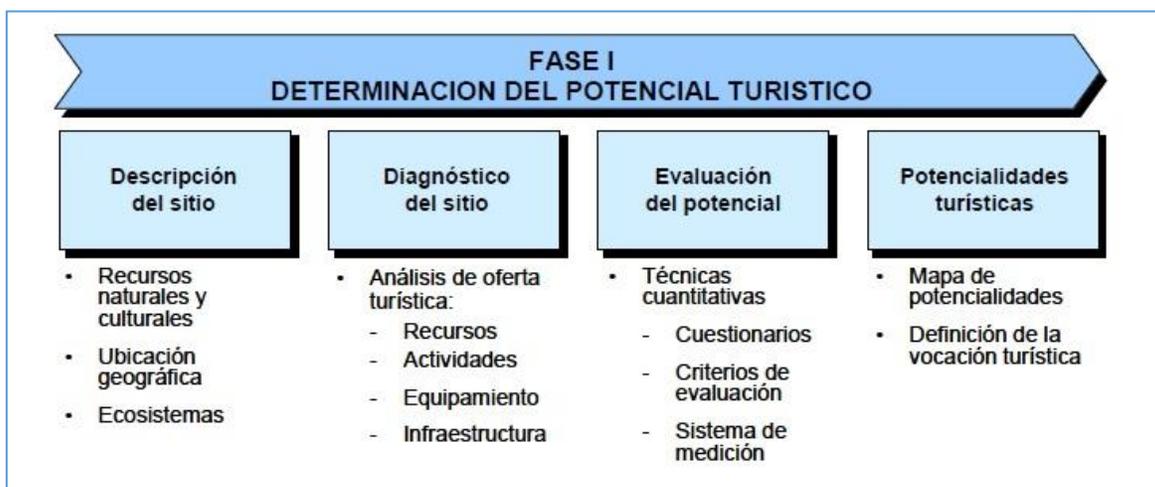
### III. MARCO METODOLOGICO

La presente investigación es de clasificación mixta pues la obtención de datos obedecen a necesidades cuantitativas y cualitativas que buscan el análisis de datos documentales y en campo a través de la experiencia.

La investigación presentó tres objetivos diferentes entre ellos, que obedecieron a la conformación de una estructura sólida, que permitió no solo conformar un producto de calidad para la venta, sino también asegurar la sostenibilidad de un proyecto y la conservación de especies, muchas de ellas en riesgo ecológico.

En este sentido se establecieron tres líneas metodológicas definidas. La primera para la identificación de potencial, basándose en la propuesta metodológica de la Secretaria de Turismo de México (2003) que identifica el potencial turístico en zonas tropicales y que ha sido utilizada ampliamente en investigaciones a nivel turístico costarricense.

La **Figura 14** muestra la estrategia general para la obtención de los atractivos turísticos según la metodología seleccionada y que fue adaptada a la presente investigación:



**Figura 14.** Estrategia general para la obtención de atractivos turísticos del ranario.

Fuente: SECTUR, 2003.

Esto llevó a la segunda línea metodológica identificada, la estrategia de conservación. Donde la identificación clara de los atractivos, generó una necesidad imperante: su conservación a largo plazo. En este caso, si bien es cierto el ranario tiene una composición silvestre donde se ha promovido un hábitat que genere presencia de anfibios pero siempre en estado natural, también se propuso un sendero que hace un recorrido específico, siempre visitando las mismas plantas y cuerpos de agua por lo que uno de los supuestos principales de la investigación fue la repetición de observación de individuos, lo que hizo necesaria una estrategia de conservación más estricta.

Así pues, para la elaboración de la estrategia de conservación se tomó la línea metodológica de Association of Zoos and Aquariums (2008), lo que permitió tener precauciones extra para la observación de un mismo individuo en repetidas ocasiones.

Por último, una tercera línea metodológica se enfocó a la puesta en valor, tanto de los elementos atractivos identificados, como de las líneas de conservación que se siguieron en el proyecto y que ya han sido planteadas. Para este objetivo se siguió la metodología propuesta por Socatelli (2010) para el establecimiento de planes estratégicos de mercadeo.

La **Figura 15** muestra la línea metodológica de la investigación en relación a las propuestas bases seleccionadas:



**Figura 15. Línea de Investigación del presente documento**

**Fuente: Elaboración propia.**

Primeramente es importante aclarar que Potencial Turístico, que según el glosario de SECTUR (2003) en su investigación Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios, se define como: capacidad que tienen los productos turísticos regionales o municipales para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes a una región en particular.

Afirmación que generó la necesidad de identificar las peculiaridades del Ranario en mención y su clasificación y valor como producto turístico.

La **Figura 16** muestra los factores para la identificación del potencial turística, tanto en la forma de determinar primeramente la existencia del potencial turístico y en una segunda fase se expone el proceso metodológico de la constitución de un producto turístico según ese potencial.

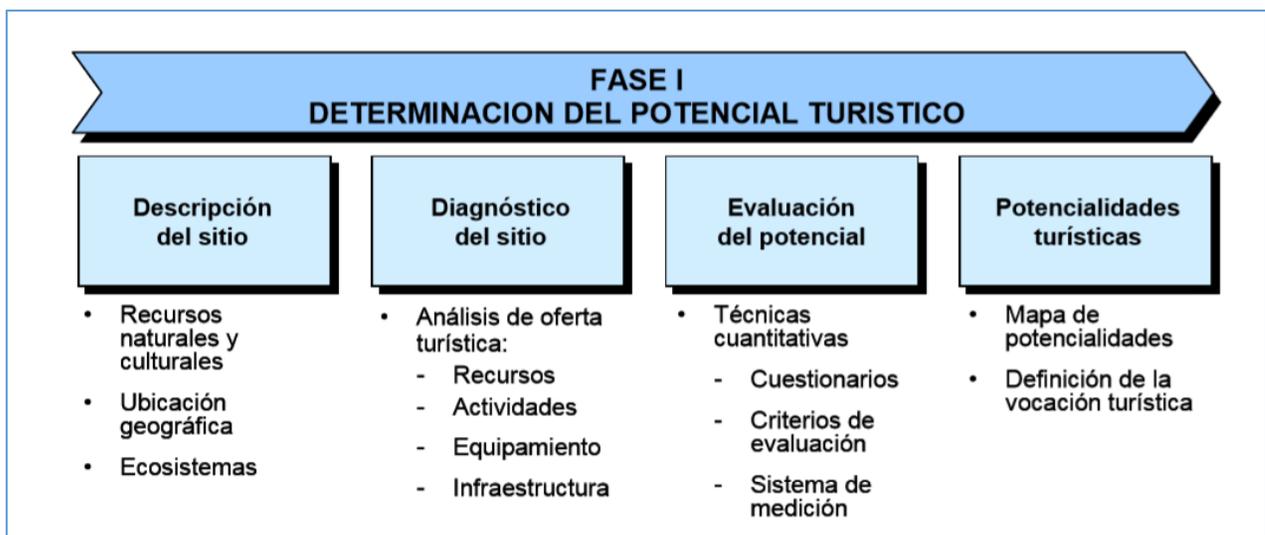


**Figura 16. Factores para la identificación del potencial turístico y constitución de un producto**

Fuente: SECTUR

Para la presente investigación, la anterior metodología permitió determinar el potencial turístico del ranario Mundo de Anfibios así como la posterior conformación de la estrategia de visitación turística al mismo de una manera sostenible.

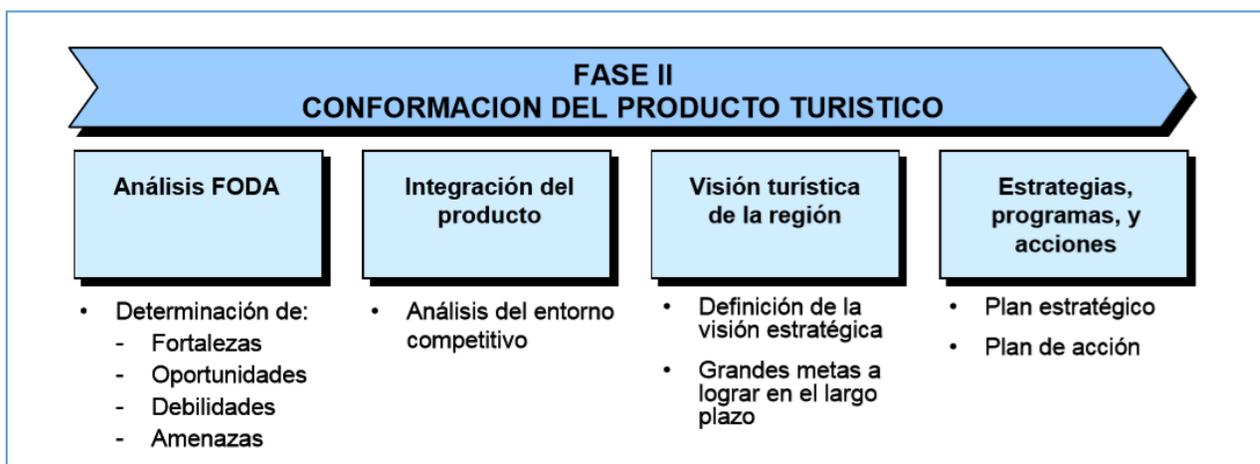
Para determinar adecuadamente del potencial turístico del ranario Mundo de Anfibios, se implementó el diagnóstico de la Fase I de la Metodología Integral de Evaluación, la cual se detalla en la **Figura 17**.



**Figura 17: Determinación del Potencial Turístico**

Fuente: SECTUR

Una vez que se identificaron los componentes del potencial turísticos del Ranario, se implementó la Fase II de la Metodología Integral de Evaluación, conformando así un producto turístico sostenible. Ver la **Figura 18** que contiene la información al respecto.

**Figura 18. Conformación del Producto turístico**

Fuente: SECTUR

En relación, al Análisis FODA, **la Figura 19** muestra los componentes, tal cual fueron analizados e identificados, para obtener la información del entorno del ranario que los componentes mencionados generaron.

**COMPONENTES DE UN ANÁLISIS FODA**

	Positivos	Negativos
Internos	Fortalezas	Debilidades
Externos	Oportunidades	Amenazas

**Figura 19. Componentes de un Análisis FODA**

Fuente: García y Cano pp. 89

Para obtener la información necesaria del análisis del potencial turístico del ranario Mundo de Anfibios y su respectiva propuesta de visitación, fue necesario recopilar información que permita garantizar el éxito del ranario y el adecuado manejo de las especies naturales presentes en el mismo.

En este sentido la observación fue una técnica realmente importante. Barrantes (2002) asegura lo siguiente con respecto a la observación *“observar supone advertir los hechos como se presentan y registrarlos, siguiendo algún procedimiento físico o mecánico. La simple observación espontánea de un fenómeno no asegura una percepción e interpretación correcta. En la observación natural suelen estar presentes elementos contextuales, imprecisiones, propias del medio sensorial, diferentes niveles de concentración, asimilación, y contraste, que pueden modificar lo observado”* (pp 203).

En la misma línea de la observación, otra manera de recolectar información fue con la técnica de la observación participante que igualmente Barrantes (2002) define como: *Es un método interactivo para recoger información que tiene una profunda participación del observador”* (pp 207).

Otra técnica igualmente importante para la recolección de información que no se pudo dejar de lado fue la entrevista. En el caso de esta técnica Barrantes (2002) aporta lo siguiente: *“...el propósito de la entrevista es obtener respuestas sobre el tema, problema o tópico de interés en los términos, el lenguaje y la perspectiva del entrevistado (“en sus propias palabras”). El “experto” es el entrevistado, por lo que el entrevistador debe escucharlo con atención y cuidado. Nos interesan el contenido y la narrativa de cada persona”*. (pp 208).

Una forma de recolectar información fue mediante encuestas y cuestionarios, pues son instrumentos que están al alcance de todos. Para ambos casos Barrantes (2002) igualmente hace sus aportes. *Los cuestionarios tienen muchas ventajas, por ejemplo, llegar a muchas personas en un mismo momento, por lo que es más económico. Con las encuestas puede conocerse: opiniones, actitudes, creencias, intenciones, impactos, distribuciones, actividades, hábitos, condiciones, ingresos, etc.”* (pp 185).

Un elemento importante en esta investigación, fue obtener la mayor cantidad de información de los guías turísticos, pues por lo general son fuentes primarias de información y en este caso con gran conocimiento de causa. En este sentido una técnica que se implementó fue la entrevista en profundidad, la cual Barrantes (2002) define así: *Es una especie de conversación entre iguales, y no un intercambio formal de preguntas y respuestas. El investigador es el principal instrumento de la investigación, y no un protocolo o formulario de entrevista.* (pp 208).

El **Cuadro 5** ilustra la metodología de la presente investigación.

<b>Cuadro 5. Esquema Metodológico de la Presente Investigación</b>	
<b>Objetivo</b>	<b>Técnica e Instrumento</b>
<p><b>Identificar los principales elementos de potencial turístico presentes en el ranario Mundo de Anfibios, elaborando un inventario de especies de anfibios y otros animales presentes en el sitio.</b></p>	<p><b><u>Observación:</u></b> Para determinar el potencial turístico del ranario fue vital observar los componentes del mismo, tomando en cuenta especies de flora y fauna presente, el diseño del mismo, así como la interacción de la especies que generen atracción de turistas.</p> <p><b><u>Entrevista:</u></b> Una fuente de información primordial fue la que se obtuvo de parte de guías y turistas que hayan experimentado el tour del ranario. Así como la información del inventario.</p> <p>El aporte de los guías suministro el conocimiento técnico y científico del sitio y el aporte de los turistas básicamente fue del impacto de la experiencia y de mejoras así como de aceptación del producto turístico.</p> <p><b><u>Revisión Bibliográfica:</u></b> La Revisión bibliografía fue necesaria para aclarar los conceptos de los componentes de potencial turístico, para su aplicación e interpretación en campo.</p> <p><b><u>Hoja de Cotejo:</u></b> Este instrumento permitió medir las condiciones del ranario según la percepción del turista. Con la información de la escala y la hoja de cotejo se pudo tomar decisiones para el adecuado manejo del ranario.</p>
<p><b>Elaborar una estrategia de normas básicas de conservación, adecuada para los individuos presentes en el ranario que garantice la armonía en este sitio, sin alteraciones que pongan en riesgo la vida de los anfibios.</b></p>	<p><b><u>Revisión Bibliográfica:</u></b> en este capítulo se realizó una revisión de bibliografía, tanto digital como física, para comprender, realizar e implementar un manual para la adecuada conservación de las especies naturales presentes en el ranario, para que las mismas sean parte del producto turístico, de manera sostenible.</p> <p>Un campo temático que se tomó en cuenta fue la legislación Costarricense que en este caso aplicó para la conservación de la vida silvestre, como el caso de la Ley #9106.</p> <p><b><u>Metodología de Association of Zoos and Aquariums:</u></b> Para la estrategia de normas de conservación del ranario, se tomó como matriz los estatutos de</p>

	AZA, quienes son líderes en cuidado animal, conservación y diversión familiar. Según su propia publicidad.
<b>Generar una estrategia de mercadeo para la promoción del ranario Mundo de Anfibios como un proyecto de turismo sostenible, educativo y científico, de acuerdo al potencial turístico del ranario.</b>	<p><b>Metodología de Mercadeo del Turismo:</b> Esta fase que corresponde al último objetivo se enfocó en una estrategia de mercadeo, donde se tomó como referencia a Mario Socatelli, y sus análisis sobre mercadeo turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La planificación del Producto turístico.</li> <li>- Gestión del Mercadeo Turístico.</li> <li>- Guía de Desarrollo del Plan Estratégico de Mercadeo.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### 3.1. Fuentes de Información

Para el presente estudio se requirió de información veraz y de primera mano, que además pudo ser verificada y cotejada por medio de fuentes bibliográficas y científicas. Estas fuentes se dividen en primarias y secundarias.

#### 3.1.1. Fuentes Primarias

Las personas que tienen total conocimiento del funcionamiento del ranario y personas que disfrutaban del ranario como un atractivo turístico.

- **Christian Padilla:** Guía con 20 años de experiencia en la zona de La Fortuna y especializado en las especies de anfibios de la zona de GreenLagoon. Principal actor para la identificación y corroboración de especies.
- **Personal de GreenLagoon:** Son las personas que se conocen a detalle tanto la operación como la composición del ranario Mundo de Anfibios, específicamente los que participaron en la construcción y visitan regularmente el ranario.
- **Turistas de GreenLagoon:** Tienen el conocimiento crítico y comparativo del ranario como producto turístico. La medición de la experiencia del atractivo turístico fue vital para este estudio.

### 3.1.2. Fuentes Secundarias

Para las fuentes secundarias se puede dividir en dos categorías. Primeramente las fuentes que se utilizaron como verificación de datos y fuentes de confirmación:

- Savage y Bolaños (2009)
- Muñoz (2013)

Además otro elemento importante como referencia se encontró en los proyectos similares de la zona:

- Arenal Oasis Eco Lodge & Wildlife Refuge
- Arenal Natura Ecological Park

Ambos tipos de Fuentes de información fueron utilizados de manera complementaria de un lado hacia el otro y viceversa, de manera que los datos alcanzados fueron completamente veraces.

## 3.2. Técnicas y Métodos de Investigación

Tal como lo muestra la Figura 15, la investigación se llevó a cabo de manera lineal, encontrando primero las respuestas a un objetivo para después pasar al siguiente, para lograr encontrar un todo y el objetivo central de la investigación.

En el primer objetivo se plantearon dos elementos centrales por encontrar, el primero de esos pasos se refiere al inventario de especies presentes en el Ranario Mundo de Anfibios. Inicialmente se requirió delimitar el espacio para la investigación, por lo que se estableció claramente el mapa del Ranario Mundo de Anfibios. El **Cuadro 6** muestra las herramientas utilizadas para lograr dicho mapa.

<b>Cuadro 6: Herramientas para la elaboración del mapa del Ranario Mundo de Anfibios</b>	
<b>Elemento</b>	<b>Herramienta</b>
<b>Mapa base</b>	Google Hybrid
<b>Trazado de sendero</b>	App GPS Tracker
<b>Elaboración del mapa</b>	QGIS

**Fuente: Elaboración propia**

Para encontrar este inventario se planteó, tal como lo menciona la metodología, un enfoque mixto. De esta forma se estableció la realización de visitas de campo para la aplicación del **Instrumento 1**, presente en el **Anexo 3**, que muestra una hoja de observación con las especies más comunes de la zona de GreenLagoon y alrededores, además de espacio para anotar todas las que surgieron.

Esta hoja fue completada por el investigador, el guía Christian Padilla, y otros funcionarios de GreenLagoon, donde se anotó cada especie una única vez, de manera que se pudo establecer un parámetro de abundancia de observación, además fue posible anotar particularidades con respecto a los avistamientos.

Dichas visitas fueron realizadas 2 veces por día durante 3 meses, intercalando a las 6 am y a las 6 pm, teniéndose en cuenta que se debía anotar la condición climática. Se aprovecharon las visitas de mantenimiento o tours del personal para dichos recorridos.

La aplicación del Instrumento 1 también fue influenciado por los resultados de la aplicación del **Instrumento 2**, presente en **Anexo 4**, que se refería a la aplicación de una Entrevista Estructurada a personas clave funcionarios de GreenLagoon que revelaron datos importantes del Ranario Mundo de Anfibios. La aplicación de este instrumento brindo una guía de las especies a buscar, donde buscar así como otros datos importantes para la investigación.

Una vez aplicadas todas las visitas, las hojas de observación se estructuraron en un inventario de especies, que se muestra en el **Instrumento 3** del **Anexo 5**. Este inventario tiene la particularidad de mostrar en orden las especies más abundantes.

Para mostrar esta abundancia se empleó un método simplificado de categorización, tal como lo muestra el **Instrumento 4** del **Anexo 6**. En este caso, partiendo del hecho de que el número máximo de observaciones es de 90 y el mínimo es 0.

Estas características de abundancia se pueden expresar a su vez como probabilidades de observación para un visitante, en este caso se utilizó una regla de tres:

$$A : B :: C : X$$

Donde:

- A: Es la cantidad máxima de observaciones.
- B: Representa el 100% de probabilidades de observación.
- C: Es la cantidad de observaciones de una especie específica.
- X: Es el porcentaje de probabilidad de observación de esa especie específica por encontrar.

Así pues:

$$X = (B \times C) / A$$

Con esta información, fue posible determinar las probabilidades de observación de cada una de las especies encontradas en el ranario, basándose en los datos recolectados durante el periodo de investigación.

Esta información y algunos de los datos recopilados en los comentarios de las hojas de observación se convirtieron en insumos para la aplicación de una hoja de cotejo presente en el **Instrumento 5** del **Anexo 7**, para la identificación de atractivos turísticos más allá de las especies identificadas.

En este caso, se estableció un filtro relacionando el Instrumento 5 y el 4. De manera que se consideró atractivo únicamente si en la Hoja de observación del instrumento 4 resulta con un rango de Común o Abundante, descartando el rango de Poco Común, por su bajo potencial como atractivo, desde el punto de vista de probabilidad de observación. Esto a

excepción de que una de las especies Poco Comunes presente peculiaridades excepcionales identificadas.

Una vez identificadas claramente las especies presentes en el Ranario y habiendo identificado los atractivos asociados, se procedió a la consecución del objetivo número 2, para establecer una estrategia de conservación que permita la utilización responsable de los recursos encontrados.

Para la elaboración de dicha estrategia se siguió la guía del **Instrumento 6** presente en el **Anexo 8** y que establece las categorías mínimas que debe contener la estrategia de conservación.

Una vez que se logró tener el recurso turístico claramente delimitado se procedió a elaborar la estrategia de mercadeo. El **Instrumento 7**, presente en el **Anexo 9**, muestra el cuadro de estrategia por desarrollar para la consecución de dicho objetivo.

Cuando se logró establecer la estrategia de conservación y se tuvo seguridad que los anfibios estarían seguros para ser expuestos al contacto con el ser humano, se procedió a establecer la metodología para atraer a clientes ambientalmente responsable y afines al proyecto.

Primeramente se definió el perfil de cliente a alcanzar, para esto se realizó un análisis según el **Instrumento 8** ubicado en el **Anexo 10**. Con esta información se pretende no desperdiciar recursos económicos en buscar clientes que no son los ideales para el ranario.

Por otro lado, fue importante establecer medios de comunicación para llegar a esos clientes ya fuera para establecer una comunicación directa o indirecta, en este sentido se debe aprovechar las facilidades que ofrecen las redes sociales, mismas que mantiene al mundo entero conectado de manera inmediata. En este caso particular se hace referencia al **Instrumento 9** presentado en el **Anexo 11**, donde básicamente se seleccionan dos redes sociales para la publicidad del ranario.

Los datos financieros son de suma importancia para complementar una adecuada estrategia de mercadeo, pues las proyecciones y metas de ventas son las que definirán si el proyecto es financieramente rentable. Para tener acceso a estos, se estableció el

**Instrumento 10**, disponible en el **Anexo 12**. Con la obtención de esta información, se logró un panorama más claro sobre los gastos y costos de operar el Ranario.

Con la información anterior que mostro los costos, se generó la necesidad de establecer un precio para los tours, para la búsqueda de ingresos, sin embargo este precio debe ser razonable. Como respuesta a esto, se implementó el **Instrumento 11** que analiza el precio de la competencia, para establecer un precio justo y promedio para competir en la zona. Este instrumento se puede apreciar en el **Anexo 13**.

Finalmente, se establecieron las tarifas especiales para las agencias aliadas, que les permita obtener una comisión por cada venta realizada. Para conocer estas tarifas especiales se plantea el **Instrumento 12** ubicado en el **Anexo 14**, que genera el cálculo, según un monto porcentual, como beneficio para el intermediario.

Tal como se mencionó anteriormente, la investigación tiene carácter lineal, por lo que algunos de los instrumentos anteriores se convertirán en las respuestas del Instrumento 12, generando poco a poco los insumos necesarios para obtener los productos necesarios y así completar la estrategia de mercadeo del Ranario Mundo de Anfibios del Hotel GreenLagoon Wellbeing Resort.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Identificar los principales elementos de potencial turístico presentes en el rancho Mundo de Anfibios, elaborando un inventario de especies de anfibios y otros animales presentes en el sitio.

#### 4.1.1. Características generales

El primer paso del desarrollo de cualquier estrategia de conservación o promoción turística siempre está sujeta a la clara identificación de los recursos naturales que dan pie a los atractivos, sobre todo si se trata de actividades ecoturísticas.

En el caso de GreenLagoon Wellbeing Resort, es importante tener claro el ambiente natural donde se encuentra ubicado. La **Figura 20** muestra la ubicación de GreenLagoon con respecto a la geografía local y los puntos de acceso:

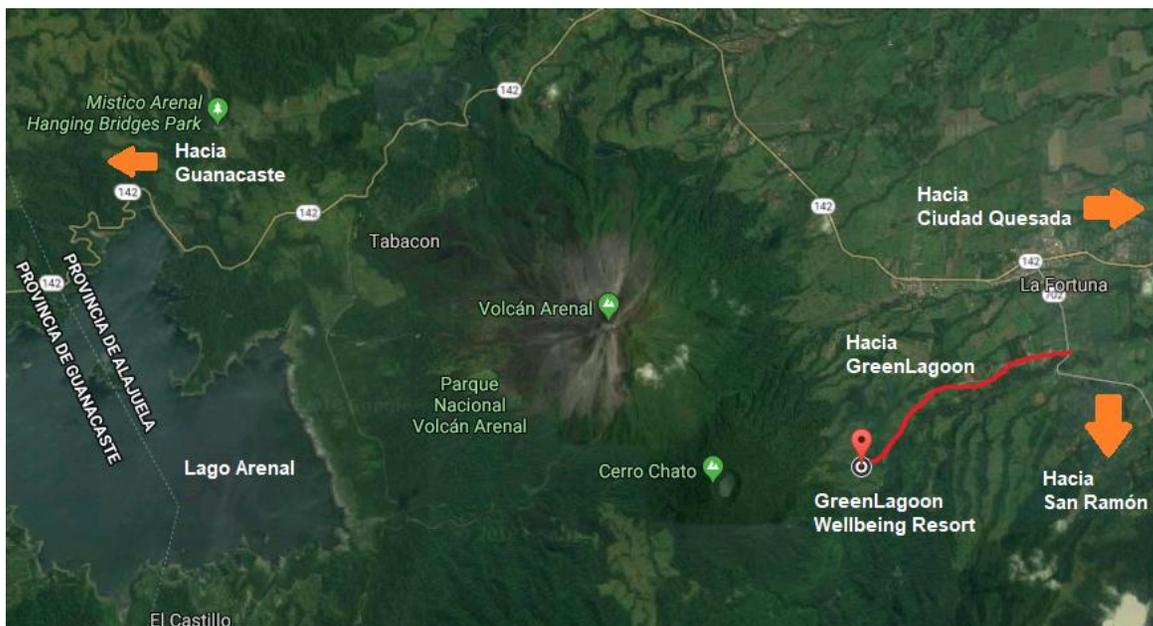


Figura 20. Mapa de ubicación de GreenLagoon, según panorámica general

Fuente: Elaboración propia basado en Google Maps

Como se puede observar, el sitio se encuentra justo al pie del Parque Nacional Volcán Arenal y el Cerro Chato, estableciendo una importante conexión ecológica, lo que le permite riqueza en biodiversidad.

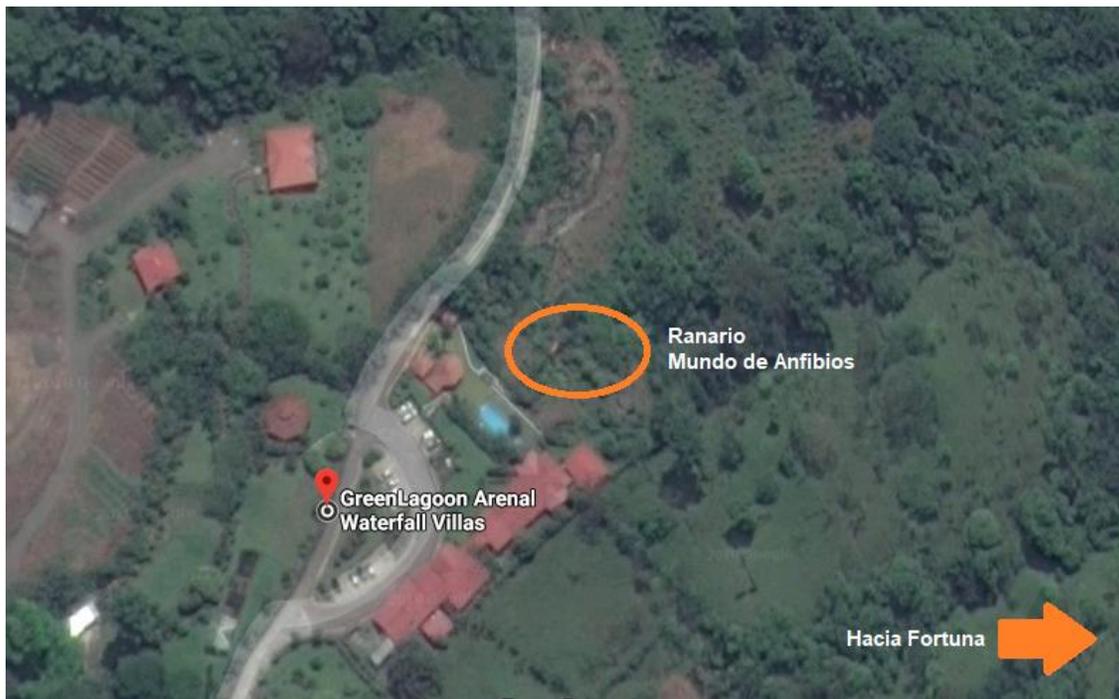
Para conocer realmente el potencial turístico del ranario Mundo de Anfibios, es necesario conocer también los componentes del mismo y su valor como elementos de interés para los turistas. En el Cuadro 7 se establecen los principales componentes biogeográficos del sitio:

<b>Cuadro 7: Identificación de Elementos Biogeográficos del Ranario</b>	
<b>Elementos Naturales</b>	<b>Descripción</b>
Características generales	<p>El Hotel GreenLagoon es colindante con el PNVA, motivo por el cual hay gran influencia del amplio recurso natural del Parque en la propiedad del hotel y sobre el ranario.</p> <p><b>Extensión:</b> 12 080 hectáreas</p> <p>Altitud: desde 400 a 1 755 msnm</p> <p><b>Precipitación:</b> entre 4 000 mm y 5 500 mm anuales</p> <p><b>Estacionalidad:</b> periodo lluvioso de mayo a enero y periodo seco de febrero a abril</p> <p><b>Temperatura:</b> entre 16 y 24 grados centígrados</p> <p><b>Rasgos geográficos sobresalientes:</b> Volcán Arenal, Cerro Chato</p> <p><b>Zonas de Vida:</b> Bosque Pluvial Tropical Premontano (80% del Parque), Bosque Pluvial Tropical Montano Bajo, Bosque muy Húmedo Premontano y Bosque muy Húmedo Tropical Transición a Premontano.</p> <p><b>Flora:</b> 88 familias, 189 géneros y 271 especies de plantas</p> <p><b>Mamíferos:</b> 74 géneros y 79 especies de mamíferos esperadas</p> <p><b>Aves:</b> 323 géneros y 466 especies de aves esperadas.</p> <p><b>Artrópodos:</b> 92 familias, 503 géneros y 812 especies registradas</p> <p>Datos tomados de: Plan de Turismo Sostenible del PNVA Pág. 17.</p>
Fauna	<p>Las especies principales identificados son:</p> <p>Ranas, sapos, serpientes como la terciopelo, osos perezosos, aves como tucanes, pavas, chachalacas, loras, yigüirros, así como pizotes, mapaches, osos hormigueros, chanchos de monte, zorro pelón, entre otros.</p>
Flora	<p>Principalmente el ranario se compone de vegetación como:</p> <p>Heliconias, lirios, helechos arborescentes, bromelias, platanillas. Mucha de esta vegetación es utilizada por las ranas como su hábitat.</p>
Elementos Culturales	<b>Descripción</b>

<p>Manifestaciones culturales</p>	<p>La variable cultural es parte fundamental de la información que se comparte con el turista. La historia del volcán y su impacto sobre la economía local y actividad turística, la historia de la formación del pueblo de La Fortuna. Así como la actividad agrícola que se desarrolla en el hotel. Son componentes culturales que experimentan en el tour de ranario.</p>  <p>Foto: Huerta Orgánica de GreenLagoon; componente de la cultura Sancarleña.</p>
-----------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia

La **Figura 21** muestra la ubicación general del ranario con respecto a la propiedad de GreenLagoon.



**Figura 21. Ubicación del Ranario según mapa de la propiedad de GreenLagoon**

Fuente: Elaboración propia basado en Google Maps

La **Figura 22**, muestra el mapa del recorrido del Ranario Mundo de Anfibios, generado a partir del recorrido utilizando aplicación GPS y geo referenciado por medio de QGis, tal como lo establece la metodología.



Figura 22. Imagen del sendero del Ranario, ubicado en mapa de GreenLagoon

Fuente: Elaboración propia

El Cuadro 8 muestra los elementos principales del Ranario Mundo de Anfibios.

Cuadro 8: Características principales del Ranario Mundo de Anfibios		
Sector	Descripción	Características
<b>Estanque abierto</b>	Justo al inicio del sendero, estanque de aguas claras sin vegetación y a la orilla del sendero	Alta presencia de Ranas
<b>Estanque Lirios</b>	Estanque con mucha vegetación donde es más difícil apreciar el agua	Ranas y sapos sobre la vegetación
<b>Estanque Heliconias</b>	Totalmente rodeado de heliconias de altura	Presencia de ranas con un poco más de dificultad pero más escénico
<b>Puente de piedras</b>	Estanque con un puente de piedra que lo atraviesa para mejor observación de las especies	Posibilidad de observación de especies grandes
<b>Caídas de agua</b>	Pequeñas caídas de agua junto al sendero	Posibilidad de observación de especies de ranas de vidrio

<b>Estanque de arbustos</b>	Estanque con presencia de especies distintas a los demás estanques	Es posible observar especies de reptiles
<b>Sector Agallychnis</b>	Cargado de heliconias, área abierta.	abundancia de ranas de ojos rojos
<b>Lago abierto</b>	Hacia el final del sendero el estanque más grande	Presencia de serpientes, área abierta.
<b>Sector aéreo</b>	Sendero elevado en la ladera	Posibilidad de observar la copa de los arbustos.

**Fuente: Elaboración propia**

### 4.1.2. Análisis FODA

Con Respecto al análisis FODA del Ranario, se logra obtener la siguiente información, la cuales es sumamente importante para tener un panorama más claro de los pros y contras a los que deberá hacerle frente el proyecto.

#### 4.1.2.1. Fortalezas

- Alta biodiversidad en el ranario
- GreenLagoon es una marca posicionada y de prestigio
- Alta calidad profesional del personal
- Diversidad de servicios turísticos además del ranario

#### 4.1.2.2. Oportunidades

- Alta visitación turística a La Fortuna
- Nuevos clientes a través de las agencias de La Fortuna
- Posibles alianzas con otros ranarios de la comunidad
- Herramientas web como medios de mercadeo

#### 4.1.2.3. Debilidades

- Falta de una estrategia de ventas
- Falta una estrategia de mercadeo
- No existe una estrategia de conservación
- No hay investigación a profundidad sobre las especies

#### 4.1.2.4. Amenazas

- Temporadas de baja visitación turística muy intensas

- Alta y especializada competencia de proyectos afines.
- Época seca, que genera estrés hídrico a las especies.
- Inestabilidad de la economía regional y nacional.

#### 4.1.3. Inventario de especies presentes en el Ranario Mundo de Anfibios.

El elemento principal del producto turístico Mundo de Anfibios, son las especies de ranas y sapos y sus interacciones. El valor de las ranas al ecosistema es invaluable y el potencial de estas especies para la promoción turística está más que demostrado con diversa publicidad que ha realizado Costa Rica en el extranjero, con la finalidad de mostrar la vida silvestre y así atraer turistas.

La periodista Gabriela Hernández (2002), aporta lo siguiente en un Comunicado de Prensa de NatureServe y UICN-Mesoamérica. *Además de atraer ecoturismo, los anfibios son importantes porque se alimentan de insectos y así ayudan al control de zancudos y de otros insectos que transmiten enfermedades a los seres humanos. También constituyen alimento para muchas otras especies, las cuales se verían en peligro en caso de que ellos desaparezcán".* Dr. Enrique Lahmann, Director de la UICN en Mesoamérica.

El **Cuadro 9** muestra los resultados de especies y cantidad de observaciones durante la aplicación del Instrumento 1, tal como estipula la metodología de la investigación.

Cuadro 9: Especies observadas y cantidad de avistamientos de cada una		
Nombre científico	Nombre común en ingles	Cantidad de avistamientos
<i>Agalychnis callidryas</i>	Red-eyed leaf frog	85
<i>Hyalinobatrachium valerioi</i>	Reticulated glass frog	18
<i>Dendropsophus ebraccata</i>	Hourglass tree frog	74
<i>Tlalocohyla loquax</i>	Swamp frog	52
<i>Bufo haematiticus</i>	Bufo toad	60
<i>Leptodactylus pentabactylus</i>	Bull frog	48
<i>Eleutherodactylus fitzingeri</i>	Common rain frog	75
<i>Elatherobctylus haylaeformis</i>	Common tink frog	65
<i>Smilisca sórdida</i>	Dark tree frog	51
<i>Centrolenela ilex</i>	Ghost glass frog	19
<i>Dendrobates auratus</i>	Green black poison dart frog	50
<i>Oophaga pumilio</i>	Blue jeans poison dart frog	80
<i>Rana tailory</i>	Tailory frog	43
<i>Incilius valliceps</i>	Gulf coast toad	44

<i>Rhaebo haematiticus</i>	truando toad	39
<i>Espadarana prosoblepon</i>	emerald glass frog	15
<i>Hyalinobatrachium fleischmanni</i>	Northern Glass Frog	17
<i>Craugastor bransfordii</i>	Fitzinger's robber frog	61
<i>Craugastor megacephalus</i>	broad - headed frog	18
<i>Craugastor mimus</i>	Tilaran robber frog	24
<i>Craugastor noblei</i>	Noble's Robber Frog	62
<i>Diasporus diastema</i>	Caretta robber frog	47
<i>Scinax boulengeri</i>	Boulenger's snouted tree frog	42
<i>Smilisca baudinii</i>	Mexican Treefrog	41
<i>Smilisca phaeota</i>	Central American Smilisca	43
<i>Iguana iguana</i>	Green iguana	41
<i>Choleopus hoffmani</i>	Two-toed sloth	15
<i>Boa constrictor</i>	Red-tailed boa	21
<i>Bothros asper</i>	Fer - de - lance snake	12
<i>Anolis humilis</i>	Slender Anolis	35
<i>Alouatta palliata</i>	Howler monkey	5
<i>Ectophylla alba</i>	Caribbean white tent-making bat	3

Fuente: Elaboración propia

El **Cuadro 10**, muestra el inventario de especies de anfibios, desde las más abundantes a las menos comunes, tal como lo plantea la metodología:

Cuadro 10: Inventario de anfibios observados en el ranario				
Abundancia	#	Nombre científico	Nombre común en ingles	Cantidad de avistamientos
Abundante	1	<i>Agalychnis callidryas</i>	Red-eyed leaf frog	85
	2	<i>Oophaga pumilio</i>	Blue jeans poison dart frog	80
	3	<i>Eleutherodactylus fitzingeri</i>	Common rain frog	75
	4	<i>Dendropsophus ebraccata</i>	Hourglass tree frog	74
	5	<i>Elatherobctylus haylaeformis</i>	Common tink frog	65
	6	<i>Craugastor noblei</i>	Noble's Robber Frog	62
	7	<i>Craugastor bransfordii</i>	Fitzinger's robber frog	61
Común	8	<i>Bufo haematiticus</i>	Bufo toad	60
	9	<i>Tlalocohyla loquax</i>	Swamp frog	52
	10	<i>Smilisca sordida</i>	Dark tree frog	51
	11	<i>Dendrobates auratus</i>	Green black poison dart frog	50
	12	<i>Leptodactylus pentabactylus</i>	Bull frog	48
	13	<i>Diasporus diastema</i>	Caretta robber frog	47
	14	<i>Incilius valliceps</i>	Gulf coast toad	44
	15	<i>Rana tailory</i>	Tailory frog	43
	16	<i>Smilisca phaeota</i>	Central American Smilisca	43
	17	<i>Scinax boulengeri</i>	Boulenger's snouted tree frog	42
	18	<i>Smilisca baudinii</i>	Mexican Treefrog	41

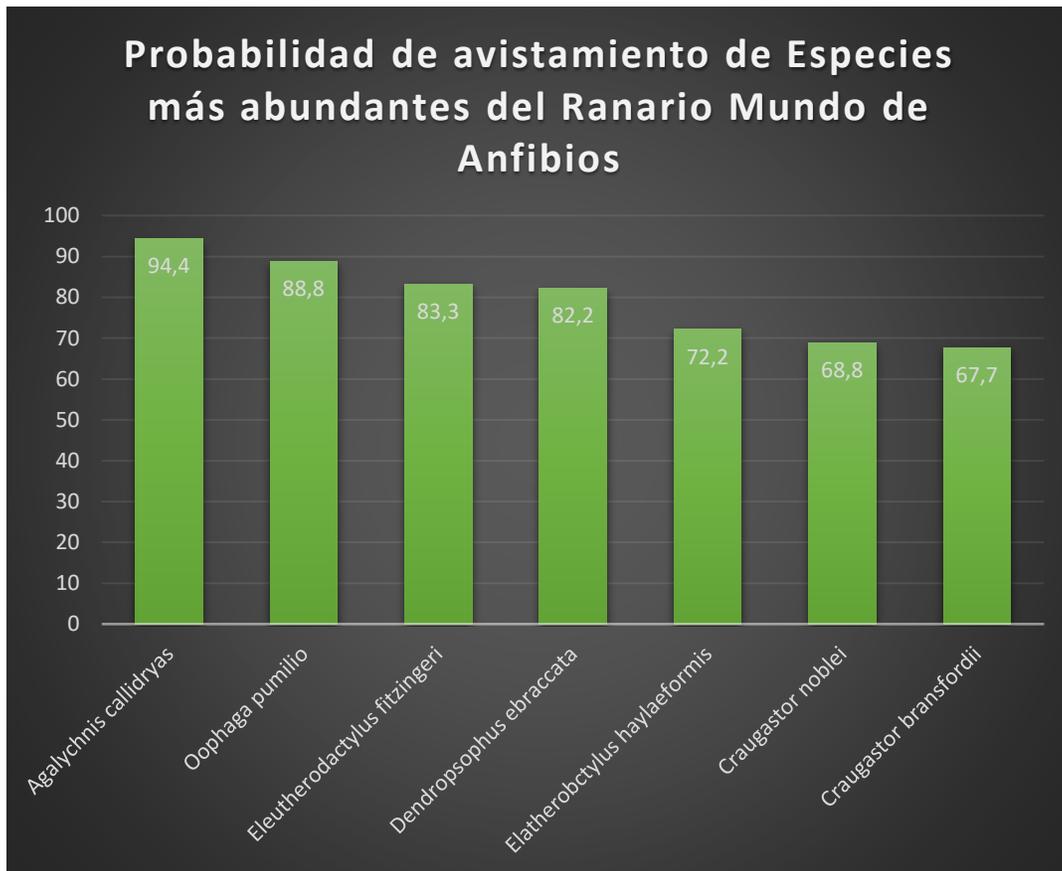
	19	<i>Rhaebo haematiticus</i>	truando toad	39
Poco Común	20	<i>Craugastor mimus</i>	Tilaran robber frog	24
	21	<i>Centrolenela ilex</i>	Ghost glass frog	19
	22	<i>Hyalinobatrachium valerioi</i>	Reticulated glass frog	18
	23	<i>Craugastor megacephalus</i>	broad - headed frog	18
	24	<i>Hyalinobatrachium fleischmanni</i>	Northern Glass Frog	17
	25	<i>Espadarana prosoblepon</i>	emerald glass frog	15

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al Cuadro anterior, es importante destacar algunas de las observaciones más importantes de la aplicación del instrumento:

- Es constante la observación de huevos de ranas y amplexo.
- A pesar de ser especies poco comunes, se observan ranas de vidrio, atractivas para la investigación.
- La variedad de géneros establece un ecosistema atractivo al visitante.

De acuerdo a estos resultados y la metodología planteada, el **Gráfico 1** muestra la probabilidad de observación de las especies abundantes:



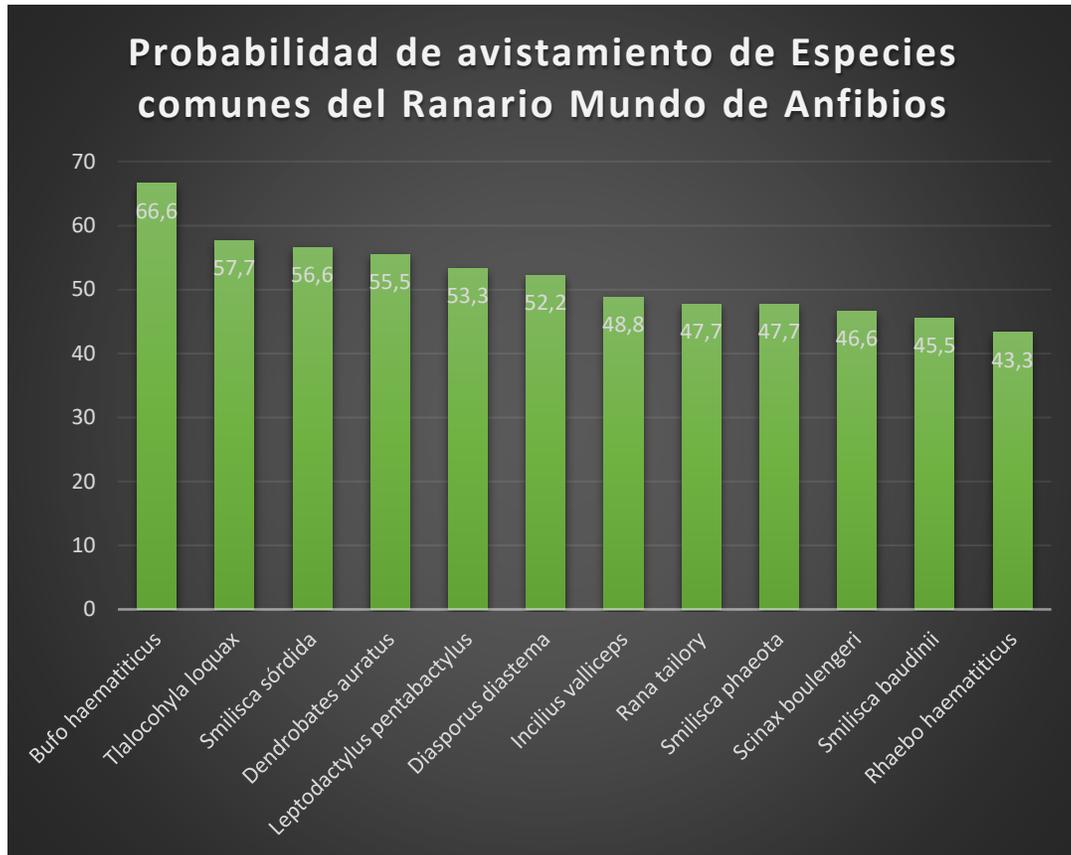
**Gráfico 1. Probabilidad de observación de las especies más abundantes**

**Fuente: Elaboración propia**

Como el gráfico lo muestra, en el caso de las especies más abundantes, las probabilidades de observación son amplias, con algunos elementos a destacar:

- La especie más abundante en el Ranario (*Agalychnis callidryas*) con casi un 95% de posibilidad de observación, es la especie más famosa y buscada por los observadores de anfibios en Costa Rica.
- La segunda especie más observada (*Oophaga pumilio*) es una especie diurna, por lo que el ranario posee actividad incluso de día, que podría ser aprovechada para la visitación.
- La especie menos observada dentro de las clasificadas como abundantes en el ranario (*Craugastor bransfordii*), tiene aun así una gran probabilidad de ser observada en un recorrido, con casi un 68% de probabilidad.

El **Gráfico 2**, muestra la probabilidad de observación de las especies consideradas como comunes en el Ranario Mundo de Anfibios:



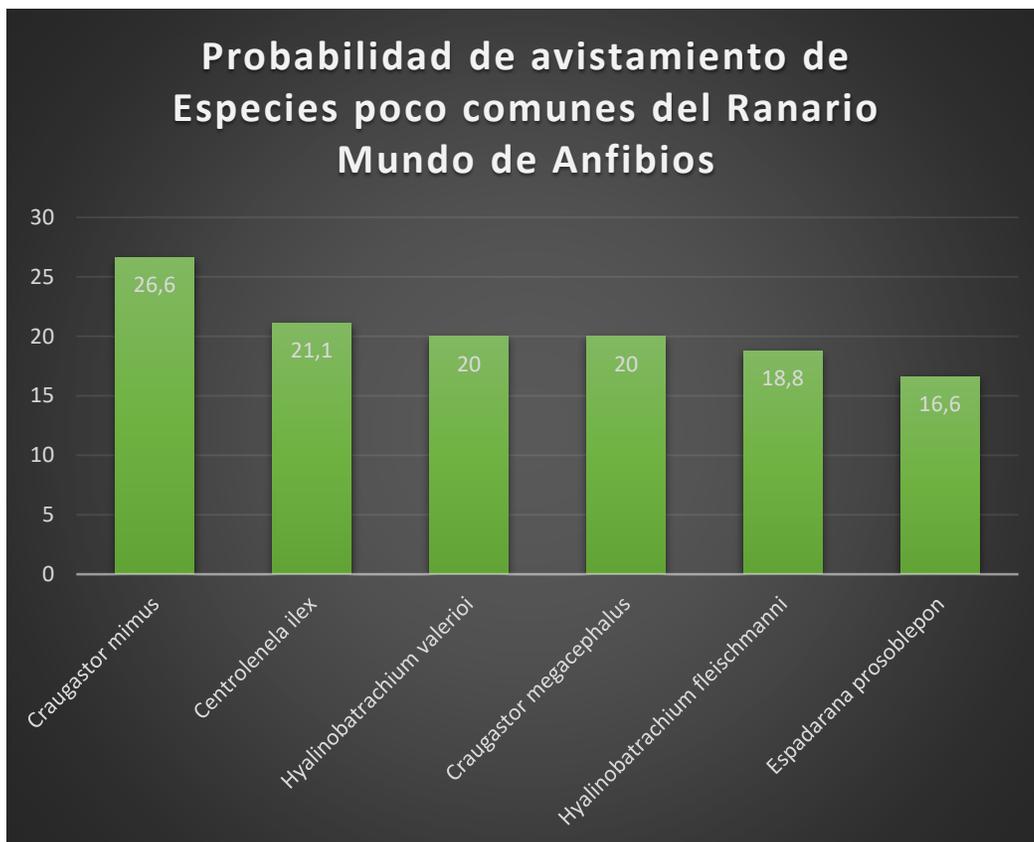
**Gráfico 2: Probabilidad de Observación de las especies más comunes**

**Fuente: Elaboración propia**

Para este caso, también se pueden destacar algunos datos:

- El grupo de especies comunes del ranario se mantiene en un rango parecido de probabilidades de observación con una variación de cerca del 20%.
- Sobresale el *Bufo haematiticus* con casi un 67% de posibilidades de observación en un recorrido.
- La especie *Dendrobates auratus* es una especie diurna y de las más atractivas para los observadores de anfibios.

Por su parte, el **Gráfico 3** muestra las probabilidades de observación para las especies poco comunes del Ranario Mundo de Anfibios:



**Gráfico 3. Probabilidad de Observación de las especies poco comunes**

**Fuente: Elaboración propia**

De igual manera, en este grupo es posible destacar elementos importantes:

- Si bien las probabilidades de observación durante un recorrido son bajas, las especies son bastante atractivas, sobre todo para observadores más especializados que buscan especies difíciles de observar.
- La mayoría de estas especies son de las llamadas ranas de vidrio, muy atractivas para las personas con conocimiento de anfibios.

De igual forma, el **Cuadro 11** muestra la abundancia de las especies que se observaron en los recorridos y que no corresponden a anfibios:

Cuadro 11: Muestra de Abundancia de especies observadas que no son anfibios				
Abundancia	#	Nombre científico	Nombre común en inglés	Cantidad de avistamientos
Común	1	<u><i>Iguana iguana</i></u>	Green iguana	41
	2	<u><i>Anolis humilis</i></u>	Slender Anolis	35
Poco Común	3	<u><i>Boa constrictor</i></u>	Red-tailed boa	21
	4	<u><i>Choleopus hoffmani</i></u>	Two-toed sloth	15
	5	<u><i>Bothros asper</i></u>	Fer - de - lance snake	12
	6	<u><i>Alouatta palliata</i></u>	Howler monkey	5
	7	<u><i>Ectophylla alba</i></u>	Caribbean white tent-making bat	3

Fuente: Elaboración propia

En este caso es importante destacar:

- Si bien la presencia de Serpiente Terciopelo (*Bothros asper*) es poco común, es importante generar acciones en la estrategia de conservación que permitan minimizar el riesgo de una mordedura.
- El Murciélago blanco (*Ectophylla alba*) tiene potencial para convertirse en un atractivo interesante del ranario, por lo que sería importante investigar un poco su presencia en el sitio.
- Las especies diurnas como el perezoso y el mono congo representan importantes atractivos

Por último, a partir de la aplicación del Instrumento 2 (Entrevista a personas clave), el **Cuadro 12** muestra la lista de especies que, según observaciones previas o esporádicas, podrían ser observadas en el Ranario en algún momento, a pesar de que no fueron observadas durante el periodo de aplicación de la metodología:

Cuadro 12: Especies que han sido observadas en el ranario en distintos momentos		
Nombre científico	Nombre en inglés	Nombre común
<u><i>Nasua Narica</i></u>	White-nosed coati	Pizote
<u><i>Felis pardalis</i></u>	Ocelot	Ocelote
<u><i>Choleopus hoffmani</i></u>	Two-toed sloth	Perezoso de dos dedos
<u><i>Acanthoscurria geniculata</i></u>	Brazilian whiteknee tarantula	Tarantula rodilla amarilla
<u><i>Bothriechis schilegii</i></u>	Eyelash pitviper	Bocaraca
<u><i>Tamandua mexicana</i></u>	Northern tamandua	Oso hormiguero
<u><i>Cebus capuchino</i></u>	capuchin monkey	Mono cara blanca

<i>Rhynchonycteris naso</i>	Long – nosed bat	Murciélago narizón
<i>Sylvilagus</i>	Sylvilagus Sp	Conejo cola de algodón
<i>Eira barbara</i>	Grey Headed tayra	Tolomuco

Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.4. Atractivos turísticos del Ranario Mundo de Anfibios

Basándose en la metodología planteada, la aplicación del Instrumento 5 ayuda a la identificación de los diferentes atractivos turísticos para desarrollar en el Ranario Mundo de Anfibios.

El **Cuadro 13** muestra el resultado de la aplicación de dicho instrumento:

Cuadro 13: Hoja de Cotejo N°1 para inventario de recursos turísticos				
Categoría	Tipo	Presente	Ausente	Observaciones
<b>Ecoturismo</b>	Observación de ranas	X		
	Observación de sapos	X		
	Observación de salamandras		X	
	Observación de reptiles	X		Únicamente para <i>Iguana iguana</i>
	Observación de aves nocturnas		X	
	Observación de murciélagos		X	Se debe profundizar con un estudio específico.
<b>Turismo Científico</b>	Reproducción de anfibios	X		Amplexo y observación de huevos
	Observación y estudio de especies en peligro de extinción		X	Ninguna identificada durante el periodo de estudio.
	Observación de especies muy poco comunes o estudiadas		X	Las especies han sido ampliamente estudiadas en la zona
	Observación de fenómenos o comportamientos nuevos para la ciencia		X	Ninguno observado por el investigador o guía experto
	Investigación de especies de anfibios	X		Facilidad de acceso y condiciones de investigación

Fuente: Elaboración propia

Así pues, el **Cuadro 14** muestra la síntesis de atractivos que serán utilizados como base de los objetivos subsiguientes:

<b>Cuadro 14: Atractivos turísticos del Ranario Mundo de Anfibios</b>	
<b>Categoría</b>	<b>Atractivo</b>
<b>Ecoturismo</b>	Observación de ranas
	Observación de sapos
	Observación de reptiles
<b>Turismo Científico</b>	Reproducción de anfibios
	Investigación de especies de anfibios

**Fuente: Elaboración propia**

## 4.2. Estrategia de normas básicas de conservación, adecuada para los individuos presentes en el ranario que garantice la armonía en este sitio, sin alteraciones que pongan en riesgo la vida de los anfibios.

El desarrollo del presente capítulo se realiza con base en la metodología previamente planteada de la Association of Zoos and Aquariums, esto con la finalidad de generar las bases de la estrategia de conservación para el ranario Mundo de Anfibios.

### 4.2.1. Normas de conservación de Anfibios

Con la información que se obtuvo en el capítulo anterior, es posible tener un panorama más claro de la diversidad de especies que coexisten en el ranario. En el **Cuadro 15** se proponen las estrategias y acciones que garantizará el manejo y bienestar de los anfibios.

<b>Cuadro 15: Estrategias de Conservación de Anfibios</b>		
<b>Categoría</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Acciones</b>
<b>Manejo de las especies</b>	Monitorear constantemente los individuos y especies presentes en el ranario y conocer el comportamiento de las mismas, para procurar que se cumplan sus necesidades básicas y así fomentar la reproducción de los anfibios.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar mensualmente un conteo de especies e individuos.</li> <li>2. Realizar investigaciones de los requerimientos de las especies para su reproducción.</li> <li>3. Visitar otros proyectos similares para obtener mayor conocimiento de las necesidades y comportamiento de los anfibios.</li> </ol>
<b>Manejo de los estanques</b>	Los estanques son los principales hábitats de los anfibios y por ello deben al menos estar con todas las condiciones que los anfibios requieren como agua y vegetación. En este caso se debe velar por que los estanques no se sequen esto principalmente en la época seca. Además los lirios, la especie del espejo de agua en los estanque debe existir de manera controlada para que no se vuelva una plaga y cubra la totalidad del espejo de agua.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mensualmente controlar el excedente de lirios presentes en la superficie de los charcos para que la vegetación no cubra la totalidad del espejo de agua.</li> <li>2. Diariamente chequear el nivel así como la disposición del agua que ingresa al ranario.</li> <li>3. Implementar un sistema de riego para el área del ranario, que sea funcional principalmente en la época seca.</li> </ol>
<b>Manejo de la vegetación</b>	La vegetación debe ser controlada de una manera que no afecte negativamente las especies de ranas, en este caso lo más importante es el mantenimiento de las especies de	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mensualmente controlar las plantas del ranario, que predominantemente son heliconias así como zacate, para que no invadan los estanques y</li> </ol>

	flora que permita a las especies de anfibio encontrar refugio y lugares que les permita su reproducción.	senderos para evitar accidentes en los turistas y la seguridad de los anfibios.
<b>Manejo de los senderos</b>	Los senderos deben estar limpios y accesibles para los visitantes, la vegetación no debe estar obstruir el paso de los turistas. Además los senderos deben estar fuera de los estanques para que no haya un contacto tan cercano entre los visitantes y los anfibios.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los senderos deben limpiarse diariamente para evitar que hayan objetos que puedan ocasionar accidentes a los turistas.</li> <li>2. Los senderos no deben tener acceso directo a los estanques para que los visitantes no ingresen al hábitat de los anfibios.</li> <li>3. Debe existir la señalización necesaria a lo largo del sendero para que los turistas no cometan imprudencias, como alimentar a los animales.</li> </ol>
<b>Protección de los suelos</b>	El suelo es de los factores más importantes, pues un suelo sano permite la vida de las especies. En este caso se debe evitar la erosión vigilando que el agua sea canalizada y controlada para que y no escurra sin control. Además si se realizan movimientos de tierra para construir más estanques o senderos, estos deben realizarse en sitios alejados de donde los anfibios ya se han establecido.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mantener la vegetación anexa al ranario para evitar la erosión.</li> <li>2. Evitar fugas de agua de los estanques, para que no se formen nuevos canales y destrucción de la estructura actual.</li> <li>3. Nunca aplicar herbicidas ni agentes tóxicos, para el control de plagas u otra intención, solamente, productos como abonos orgánicos.</li> <li>4. Vigilar y justificar si se requiere hacer movimientos de tierra para que esto no altere la estabilidad y riqueza del suelo, en su condición actual.</li> </ol>
<b>Análisis de la calidad del agua</b>	Debe realizarse un control de la calidad del agua del ranario y verificar diariamente que el agua no está siendo contaminada por otras fuentes como el agua de la lavandería, el restaurante o las habitaciones.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La calidad del agua es fundamental, pues los anfibios son totalmente dependientes de este recurso, por ello se debe tener un control diario del agua que recorre los estanques para evitar que no hayan contaminantes como cloro, detergentes, aguas negras o jabonosas, que podrían ser mortales para las especies.</li> <li>2. Cada seis meses realizar exámenes de laboratorio para conocer la condición y componentes del agua del ranario.</li> </ol>
<b>Seguridad para el turista</b>	La seguridad del turista es prioridad número uno y esta depende en gran medida del acatamiento y aplicación de las normas que indican los guías. La idea es evitar mordeduras de serpientes, resbalones, picaduras de insectos, entre otros.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. En todos los tours los turistas deben utilizar equipo como linterna y botas o zapatos cerrados.</li> <li>2. No se debe salirse del sendero.</li> <li>3. No manipular animales.</li> </ol>
<b>Guías turísticos</b>	Los guías de turismo certificados y especialistas en anfibios, serán los responsables en todo momento de la operación de los tours. Con su	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contratación de guías turísticos certificados con experiencia en anfibios.</li> </ol>

	<p>conocimiento y experiencia deben garantizar que en la medida de lo posible se ejecuten todas las medidas de seguridad de los turistas y las especies de anfibios.</p> <p>Diariamente los guías serán críticos en hacer mejoras para las condiciones generales del ranario, según su experiencia en cada tour.</p>	<p>2. Antes de cada tours se asignaran alrededor de diez minutos para una inducción de la actividad.</p> <p>3. Ningún tour iniciara si antes no se ha comprobado que todos los turistas están al tanto de las normas y equipo de seguridad.</p> <p>4. En cada tour los turistas evaluaran aspectos específicos del guía asignado en su tour.</p>
<b>Normativas de fotografías</b>	<p>Los anfibios, principalmente las ranas son seres muy buscados para las fotografías, sin embargo al ser seres nocturnos, la luz del flash de las cámaras, puede resultar muy perjudicial para su visión, por lo que las fotografías se deben tomar únicamente sin flash.</p>	<p>1. Ninguna fotografía, a ningún anfibio se podrá tomar con flash.</p> <p>2. El guía será quien decida si alguna especie observada puede ser fotografiada o no.</p> <p>3. Ante todo es importante procurar la seguridad de las especies para realmente realizar turismo sostenible.</p>
<b>Contacto con las especies</b>	<p>El contacto con las especies debe evitarse bajo cualquier circunstancia, pues la piel de los anfibios es muy sensible y cualquier químico o hasta el sudor del ser humano puede ser perjudicial para ellos.</p>	<p>1. No tocar a los animales</p> <p>2. Antes de realizar el tour evitar usar, cremas, alcohol en gel, desodorantes en aerosol, repelentes de insectos, entre otros.</p>
<b>Sostenibilidad Turística</b>	<p>La operación del ranario se desarrollará bajo lineamientos de sostenibilidad turística, enfocada en los ámbitos ambiental y social, ha como lo ha realizado GreenLagoon durante los últimos años.</p>	<p>1. Protección de los recursos naturales.</p> <p>2. Promoción y conservación de la de la vida silvestre.</p> <p>3. Contratación de guías locales para incentivar el empleo.</p> <p>4. Promoción de la educación y conciencia ambiental a través del turismo sostenible.</p>
<b>Investigación</b>	<p>La investigación debe ser cada día más minuciosa y evacuar situaciones como reproducción, enfermedades, número de individuos, entre otras, que permitan tener la información necesaria para tomar decisiones y así fortalecer las estrategias que se han mencionado en este cuadro.</p>	<p>1. El personal de ranario diariamente estará atento de cualquier cambio o evento notorio, en las especies y reportar cualquier anomalía a la gerencia de GreenLagoon.</p> <p>2. Realizar alianzas con otros proyectos similares de la zona para intercambiar experiencias y conocimientos de las especies.</p> <p>3. Realizar convenios con organismos de investigación biológica, para que el ranario sea un centro de investigación y conocimiento práctico de profesionales.</p>

**Fuente: Elaboración Propia**

#### 4.2.2. Reglamento Público de ingreso al sendero

El reglamento de uso público es una síntesis del análisis anterior y se realiza con la intención de que sea de conocimiento de todos los visitantes y funcionarios del ranario. Esto para procurar evitar accidentes, imprudencias y principalmente para salvaguardar la seguridad de los turistas y los anfibios. Igualmente con el reglamento se busca lograr control y orden de las situaciones que ocurren en el interior del ranario, como los tours y las investigaciones.

El reglamento se establece en el siguiente listado.

1. No fumar.
2. No tirar basura.
3. No salirse del sendero.
4. No ingresar a los estanques.
5. No alimentar a los animales.
6. No tomar fotografías a los anfibios con flash.
7. No ingresar bajo efecto de bebidas alcohólicas o drogas.
8. No ingresar al ranario con alimentos ni bebidas.
9. No tocar a los animales, especialmente a las ranas.
10. Acatar en todo momento las indicaciones de los guías turísticos.
11. No ingresar al ranario con químicos como cremas, repelentes u otros.
12. Antes de realizar el tour asegúrese de portar botas o zapatos cerrados así como linterna.
13. GreenLagoon se reserva el derecho de admisión ante cualquier comportamiento inadecuado, por parte de los visitantes en el ranario.

### 4.3. Generar una estrategia de mercadeo para la promoción del ranario Mundo de Anfibios como un proyecto de turismo sostenible, educativo y científico, de acuerdo al potencial turístico del ranario.

Una vez delimitados claramente los recursos naturales y los atractivos del Ranario Mundo de Anfibios, es importante generar una adecuada estrategia para garantizar la visitación constante del sitio.

De esta forma y siguiendo la metodología de Socatelli, el **Cuadro 16**, muestra la estrategia general de mercadeo para el Ranario Mundo de Anfibios, en función de la información encontrada en los capítulos anteriores.

<b>Cuadro 16: Estrategia general de Mercadeo del Ranario Mundo de Anfibios</b>		
<b>Pregunta</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Productos por desarrollar</b>
<b>¿Que buscamos vender?</b>	<b>Ecoturismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de ranas</li> <li>• Observación de sapos</li> <li>• Observación de reptiles</li> </ul>
	<b>Turismo Científico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reproducción de anfibios</li> </ul>
<b>¿A quién se lo vamos a vender?</b>	<b>Clientes de GreenLagoon.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil de cliente de GreenLagoon.</li> </ul>
	<b>Agencias de viajes de Fortuna.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil de agencias de viajes de Fortuna.</li> </ul>
	<b>Clientes directos.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil del cliente meta.</li> </ul>
<b>¿Cómo lo vamos a vender?</b>	<b>Clientes de GreenLagoon.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brochure promocional.</li> <li>• Banners promocional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de Brochure promocional.</li> <li>• Diseño de Banners promocional.</li> </ul>
	<b>Clientes de otros hoteles y agencias de viajes.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brochure promocional.</li> <li>• Banner promocional.</li> <li>• Manual de marca y ventas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de Manual de Marca.</li> </ul>
	<b>Cliente Directo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esquema general de página web.</li> <li>• Estrategia de redes sociales.</li> </ul>

¿Dónde lo vamos a vender?	Hotel GreenLagoon	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mapa de puntos estratégicos de venta en GreenLagoon.</li> </ul>
	Hoteles y Agencias de Fortuna	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mapa puntos de venta de Fortuna</li> </ul>
¿A qué precio lo vamos a vender?	Precio Rack	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de costos.</li> </ul>
	Precio Neto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de precio.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.3.1. ¿Qué buscamos vender?

Para poder vender el producto, es importante tener claro internamente lo que se va vender. El **Cuadro 17** muestra los productos a ofrecer en el Ranario Mundo de Anfibios.

Cuadro 17: Estrategia general de Mercadeo del Ranario Mundo de Anfibios			
Pregunta	Respuestas	Productos por desarrollar	Detalle
¿Que buscamos vender?	Ecoturismo	Observación de ranas y sapos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerca de 25 especies diferentes.</li> <li>• Especies representativas como la Rana de ojos rojos.</li> <li>• Especies atractivas como las ranas de vidrio.</li> <li>• Sapos y ranas son indicadores de integridad ecológica.</li> </ul>
		Observación de reptiles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reptiles son controladores de plagas.</li> <li>• Representan oportunidad de educación ambiental.</li> </ul>
	Turismo Científico	Reproducción de anfibios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentan reproducción mediante amplexo.</li> <li>• Espectáculo atractivo por su explosión de individuos.</li> <li>• Las fases primarias de reproducción son atractivos de investigación.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

### 4.3.2. ¿A quién se lo vamos a vender?

Con el objetivo de poder llegar adecuadamente al cliente, es importante definir el perfil de las personas a las que se les venderá el producto. El **Cuadro 18** muestra los perfiles de los clientes del Ranario Mundo de Anfibios, según datos de Mercadeo de GreenLagoon.

<b>Cuadro 18: Perfil de cliente del Ranario Mundo de Anfibios</b>	
<b>Tipo de Cliente</b>	<b>Perfil</b>
<b>Clientes de GreenLagoon.</b>	<p><b>Sexo:</b> Hombres y mujeres.</p> <p><b>Edad promedio:</b> 30 a 50 años</p> <p><b>Nacionalidad:</b> Mayoritariamente USA.</p> <p><b>Poder adquisitivo:</b> Alto</p> <p><b>Nivel educativo:</b> Medio- Alto</p>
<b>Agencias de viajes de Fortuna.</b>	<p><b>Capital:</b> Nacional</p> <p><b>Actividad:</b> Ecoturismo y aventura.</p> <p><b>Promedio de colaboradores:</b> 10 – 20.</p> <p><b>Promedio ventas diarias:</b> \$500- \$1000</p>
<b>Clientes directos</b>	<p><b>Sexo:</b> Hombres y mujeres.</p> <p><b>Edad promedio:</b> 20 a 60 años</p> <p><b>Nacionalidad:</b> Mayoritariamente USA, Europa.</p> <p><b>Poder adquisitivo:</b> Medio- Alto</p> <p><b>Nivel educativo:</b> Medio- Alto</p> <p><b>Estilo de vida:</b> Amantes de la naturaleza, ciencias biológicas, ecoturismo, sostenibilidad.</p> <p><b>Perfil generacional:</b> Generación X, Millenials</p>

**Fuente:** Elaboración propia basado en datos de GreenLagoon.

### 4.3.3. ¿Cómo lo vamos a vender?

Uno de los elementos más importantes del mercadeo es establecer cómo se va vender el producto. En el caso de GreenLagoon y el Ranario Mundo de Anfibios, se han definido los siguientes materiales promocionales:

- **Brochure:** Desarrollado para colocar en diferentes puntos del Hotel GreenLagoon y para distribuir a las agencias de viajes.
- **Banner:** Diseñado para colocar en el Hotel GreenLagoon.
- **Manual de ventas:** Diseñado para distribuir entre los principales vendedores como material de referencia.

La **Figura 23** muestra el diseño de Tiro (Portada y contraportada) elaborado para el brochure del Ranario Mundo de Anfibios, en ingles debido al perfil del cliente que se ha encontrado y seleccionado.



Figura 23. Brochure del Ranario Mundo de Anfibios (portada y contraportada)

Fuente: Elaboración propia

De igual forma, la **Figura 24** muestra el Retiro (Caras Interiores) del diseño de brochure del Ranario Mundo de Anfibios



*Apt for Children, Teens, Adults,  
Elderly people and physically  
challenged ones*

GreenLagoon's Amphibian World is a Natural Ecosystem on its own and a project immersed in a natural open 2.5 acres-land of ponds and rainforest. It is a unique paradise of beautiful creatures in Costa Rica. A healthy Amphibian world means a healthy ecosystem, a healthy Planet and most likely healthy people within the Ecosystem.

A fascinating world of scientific jungle wonders, the amphibian species is full of unusual and extreme adaptations and is home to the most intriguing, colorful and diverse creatures. 24 different species, and in the best days, up to 30 species live within our 12 ponds. These Species of amphibians live in an natural rainforest jungle at "The Amphibian World", optimal for their reproduction.

These creatures play a very important role in the development of a healthy Flora and Fauna environments. Scientific data reveals the amphibians are Bio-Indicators of healthy environments and optimum climate. Along with the amphibians, there are dozens of insect, arachnid and reptile species in the ecosystem.

Amphibians in our area attract thousands of worldwide visitors and scientific experts from all over the globe to observe and further studies of these species. Here you will learn about the biology, physiology and evolution of amphibians, as well as on Ecology and Ethology; the meaning of amphibians for mankind; and Endangerment and Species Protection. Learn why amphibians are important in global warming and about habitat loss and how pesticides have placed many amphibians - even common frogs and toads - on the road to extinction.

**Figura 24. Brochure del Ranario Mundo de Anfibios (información del interior)**

**Fuente: Elaboración propia**

De igual forma, la **Figura 25** muestra el diseño seleccionado para el banner, estableciendo uniformidad de diseño con el brochure.



**Figura 25. Banner del Ranario Mundo de Anfibios**

**Fuente: Elaboración propia**

La **Figura 26** se presenta el Manual de Marca para la promoción del Ranario Mundo de Anfibios.



**MUNDO DE ANFIBIOS**

\$40.00 Para huéspedes de GreenLagoon  
 \$45.00 Para turista particular  
 \$30.00 Para turista Costarricense  
Tarifa comisión del 30%  
**Que traer:** Zapatos cómodos, agua y capa  
**Horario:** 6 pm  
**Tiempo:** 2 horas







**Mundo de Anfibios** es un ranario donde las ranas viven libremente en su hábitat natural.

En este lugar se promueve el turismo ecológico y educativo pues los turistas pueden aprender todo sobre las ranas al recorrer los senderos y estanques del ranario. Los guías especializados garantizarán a los turistas el aprendizaje sobre las especies presentes en el lugar.

### Otros Servicios

- Restaurante
- Servicios Sanitarios
- Información Turística
- Parqueo

Teléfono: 2479 7700  
 Dirección: 300 m N Catarata Río Fortuna






Figura 26. Manual de Marca del Ranario Mundo de Anfibios

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, la estrategia determina dos elementos de mercadeo digital:

1. Lineamientos de Pagina Web.
2. Estrategia de redes sociales.

En cuanto a los lineamientos para la página web se establece:

- La página debe ser Responsive (Adaptable a cualquier tipo de dispositivo).
- La página debe tener un Landing Page Call to Action. Es decir, que la página principal establezca un llamado a la acción inmediato y atractivo por parte del cliente.
- Debe contener una galería amplia de especies del Ranario.
- Debe establecer claramente la responsabilidad ambiental de Ranario.
- No puede contener información de precios para agencias.

Finalmente, el **Cuadro 19** presenta la estrategia de redes sociales:

<b>Cuadro 19: Estrategia de redes sociales</b>	
<b>Elemento</b>	<b>Detalle</b>
<b>Redes Sociales seleccionadas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Facebook</li> <li>2. Instagram</li> </ol>
<b>Periodos de publicación</b>	Realizar 4 publicaciones por semana.
<b>Temas de publicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Especies de anfibios presentes en ranario.</li> <li>• Comportamientos.</li> <li>• Descubrimientos relacionados a las especies.</li> <li>• Mejoras en ranario.</li> <li>• Experiencias con clientes.</li> <li>• Historias publicadas por clientes.</li> </ul>
<b>Contenidos no permitidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chistes o bromas.</li> <li>• Contenido político o religioso.</li> <li>• Noticias negativas de competidores.</li> <li>• Problemáticas o delitos ambientales de la zona.</li> <li>• Noticias de otras páginas.</li> <li>• Publicidad del hotel.</li> </ul>
<b>Gestión de comentarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se intentará replicar todo comentario en la página en menos de 24 horas.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenido vulgar u ofensivo será eliminado.</li> </ul>
<b>Etiquetas seleccionadas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• #MundoAnfibios</li> <li>• #Anfibios</li> <li>• #Ranas</li> <li>• #Ecoturismo</li> </ul>
<b>Promoción Online</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar una promoción o rifa 1 vez por trimestre.</li> <li>• Pago de publicidad por \$50 mensuales (tomados de costos de publicidad y mercadeo)</li> </ul>

**Fuente: Elaboración propia**

#### 4.3.4. ¿Dónde lo vamos a vender?

Los puntos de venta se establecen de manera clara. La **Figura 27** muestra los puntos de venta dentro del hotel GreenLagoon para colocación de Brochures y Banner:



Simbología:



Punto de Ventas estratégicos del Ranario en La propiedad de GreenLagoon

**Figura 27. Mapa de GreenLagoon, con ubicaciones de puntos de ventas del Ranario Mundo de Anfibios**

**Fuente: Elaboración Propia; usando mapa propiedad de GreenLagoon**

A su vez, la **Figura 28** muestra los puntos de venta a nivel de La Fortuna con los que se ha establecido relación para la venta del tour.



Simbología:

 Puntos de Ventas estratégicos del Ranario en las principales agencias de Viajes de La Fortuna de San Carlos.

**Figura 28. Agencias de Viajes de La Fortuna, ubicadas estratégicamente para la venta de tours al Ranario Mundo de Anfibios**

Fuente: Elaboración Propia, usando mapa de Google Maps

### 4.3.5. ¿A qué precio lo vamos a vender?

#### 4.3.5.1. Costo Operativo

El **Cuadro 20** muestra el análisis del costo operativo mensual del Ranario Mundo de Anfibios.

<b>Cuadro 20: Análisis de Costos Operativos Mensuales del Ranario Mundo de Anfibios</b>	
<b>Rubro</b>	<b>Costo Operativo mensual (Montos en Dólares )</b>
<b>Salario de 2 Guías Turísticos</b>	\$1 635.00
<b>Mantenimiento del ranario</b>	\$130.72
<b>Mercadeo y Publicidad</b>	\$49.02
<b>Compra de Equipo de Seguridad</b>	\$57.19
<b>Total</b>	<b>\$ 1 871.93</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.3.5.2. Definición de precio

Para establecer el precio del tour del Ranario Mundo de Anfibios en GreenLagoon, se procedió a analizar los precios del mismo tour, pero en otros proyectos en La Fortuna, que son competencia directa de Mundo de Anfibios. En el **Cuadro 21** se presentan los distintos precios.

<b>Cuadro 21: Análisis de precios de Ranarios en La Fortuna</b>				
<b>Tipo de Cliente</b>	<b>Proyecto</b>			
	<b>Arenal Oasis</b>	<b>Ecocentro Danaus reserva biológica</b>	<b>Arenal Mundo aventura</b>	<b>Arenal Natura Ecological Park</b>
<b>Tarifa Huéspedes</b>	\$25.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Precio adulto extranjero</b>	\$40.00	\$48.00	\$53.00	\$36.00
<b>Precio para niños</b>	\$20.00	\$24.00	\$37.00	\$22.00
<b>Precio adulto extranjero con transporte</b>	\$50.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Estudiantes</b>	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$29.00
<b>Adultos mayores</b>	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$29.00

<b>Turista costarricense</b>	\$0.00	\$38.00	\$0.00	\$13.00
<b>Estudiantes nacionales</b>	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Niños costarricense</b>	\$0.00	\$19.00	\$0.00	\$0.00

**Fuente: Elaboración propia**

Basado en la información de los precios de la competencia y el análisis de costos, el **Cuadro 22** muestra la definición de tarifas del Ranario Mundo de Anfibios

<b>Cuadro 22: Tarifas del Ranario Mundo de Anfibios</b>		
<b>Tipo de Cliente</b>	<b>Rack</b>	<b>Neto</b>
Comisión: Se define el 30% para agencias de viajes		
<b>Extranjero Agencia</b>	\$45	\$31.50
<b>Nacional Agencia</b>	\$30	\$21
<b>Huésped GreenLagoon</b>	\$40	N/A

**Fuente: Elaboración propia**

## V. CONCLUSIONES

Una vez alcanzados todos los objetivos de la presente investigación, se concluye que el Ranario Mundo de Anfibios posee a partir de ahora una Estrategia de Manejo Sostenible que le permitirá desarrollar este atractivo de manera efectiva a largo plazo y garantizando la conservación de los recursos naturales que dan origen al atractivo.

Así pues, las estrategias planteadas han hecho posible la conservación de los anfibios a través de la visitación responsable, resolviendo el problema planteado originalmente para la investigación.

De igual forma y de acuerdo con los resultados obtenidos es posible generar algunas conclusiones importantes para el Ranario Mundo de Anfibios y el Hotel GreenLagoon:

1. El Ranario Mundo de Anfibios posee una excelente ubicación y condiciones, tanto para la visitación, como para la proliferación de cada vez más especies de anfibios.
2. La investigación constante constituye una de las principales herramientas para el Ranario Mundo de Anfibios, no solo para generar conocimiento acerca de las especies presentes, sino también para garantizar su integridad a mediano y largo plazo.
3. El Ranario Mundo de Anfibios posee una importante diversidad de especies que le permite ofrecer variedad y dinámica en los recorridos, tanto para ecoturistas como para posibles visitantes de carácter científico.
4. La norma de conservación es vital para garantizar la integridad del Ranario Mundo de Anfibios y se convierte en una herramienta diaria para la operación adecuada del mismo.
5. El mercadeo del Ranario Mundo de Anfibios posee dos pilares, el primero y tradicional a través de la publicidad visual hacia las personas ya en la comunidad de La Fortuna y un segundo pilar digital a través de redes sociales.
6. La alta visitación turística que ha logrado La Fortuna, es una de las principales oportunidades que tiene el ranario, para que a través de una correcta estrategia de mercadeo se logre posicionarse como uno de los principales atractivos naturales de la zona y ser rentable en términos financieros.

7. Al ser GreenLagoon un proyecto con gran afinidad por sostenibilidad ambiental, los componentes ambientales de la Estrategia de Manejo del Ranario son de fácil comprensión para los colaboradores del ranario, esto debido a los conocimientos en temas de conservación y promoción ambiental que ya manejan.
8. El método de investigación implementado, permitió evidenciar falta de control en el ranario Mundo de Anfibios y la necesidad no solo de la elaboración sino del cumplimiento de una estrategia de conservación y mercadeo.
9. La información obtenida mediante el inventario de especies, permite asegurar que el potencial turístico del ranario es muy amplio, pues se lograron identificar especies especialmente de ranas exóticas muy buscadas por los turistas, sin embargo, este contacto humano – anfibio, debe ser muy regulada, mediante un reglamento de visitación, motivo por el cual la estrategia de conservación es fundamental.

## VI. RECOMENDACIONES

Las siguientes recomendaciones se realizan con base en la información recopilada en la presente investigación. La idea de estas recomendaciones es crear un efecto positivo a corto, mediano y largo plazo en la gestión del Ranario Mundo de Anfibios para garantizar que se cumpla un verdadero desarrollo sostenible a partir del turístico que representan los anfibios.

### 6.1 Recomendaciones generales

1. Al encontrarse el ranario ya en funcionamiento es importante, que todos los cambios en la operación del mismo que se requieran realizar, se lleven a cabo de manera paulatina, en donde no se vean afectados los factores ambientales, la seguridad de los anfibios y la parte financiera de GreenLagoon. Todo cambio debe realizarse de manera coordinada y estratégica.
2. Es importante fortalecer los conceptos de conciencia y sensibilidad ambiental entre los funcionarios de GreenLagoon que tengan influencia en el ranario, pues la investigación ha generado información de la importancia de proteger los anfibios desde un ámbito ambiental hasta legal, por lo que una incorrecta “manipulación” de los anfibios puede ocasionar diversos problemas.
3. Una vez que se haya consolidado la Estrategia de Conservación en el ranario, es importante que GreenLagoon, “reproduzca” este tipo de proyectos, para complementar la oferta de servicios a sus clientes buscando más diversidad de opciones sostenibles y educativas que enriquezcan la actividad de turismo en La Fortuna. Algunos casos pueden ser observación de aves y caminatas nocturnas.
4. La parte investigativa como se ha mencionado en el presente documento, es vital para tomar decisiones sobre cómo debe ser la interacción entre anfibios y seres humanos así como para saber más sobre la conservación de los anfibios. Por este motivo se debe fortalecer la estrategia de investigación de especies, mediante alianzas con otros proyectos, universidades y centros de investigación expertos en anfibios.
5. El ranario debe ser un proyecto inclusivo que genere conocimiento y conversación profesional a la comunidad científica, turística y vecinos de La Fortuna.

6. Es fundamental crear alianzas comerciales y de transmisión de conocimiento y experiencias con otros proyectos de perfil similar, que ya cuentan con varios años en el negocio y que han creado una fama muy importante por su gran labor, estos negocios básicamente son: Ecocentro Danaus Reserva Ecologica, Arenal Natura Ecological Park, Arenal Oasis Eco Lodge & Wildlife Refuge, Arenal Mundo Aventura Parque Ecológico Tropical, Veragua Rain Forest Eco – Adventure Costa Rica y La Paz Waterfall Gardens & Peace Lodge.

## **6.2 Recomendaciones específicas**

1. La publicidad y mercadeo del ranario actualmente es nula, por lo que una de las primeras acciones que se deben tomar es promocionar e informar a los posibles vendedores y compradores, sobre esta actividad. Lo anterior para comenzar a recolectar recursos económicos para la puesta en marcha de la Estrategia de Manejo de manera general.
2. Actualmente se debería fijar como meta que el ranario esté totalmente listo para recibir turistas en la fecha del 20 de diciembre de 2018 para aprovechar el inicio de la temporada alta de turistas a La Fortuna de San Carlos, pues definitivamente en esta temporada hay mayores oportunidades de ventas de tours.
3. Si bien el hotel GreenLagoon en los últimos diez años ha operado bajo criterios de sostenibilidad ambiental, al punto de tener una certificación CST de 4 niveles de 5 posibles, es importante que en el año 2019 renueve esta certificación, para así fortalecer su gestión de turismo sostenible y se fije el logro de la categoría máxima.
4. Igualmente se debe crear una página web, para el ranario donde se compartan las publicaciones de las investigaciones, información general del ranario, tarifas públicas, promociones, recomendaciones para realizar el tour, un acceso para reservar en línea, entre otros. Además se deben crear medios sociales para promocionar el tour en medios como Facebook e Instagram.
5. Los guías turísticos, quienes serán los que tengan mayor contacto con el ranario deberán tener sistemas de monitoreo de todos los pormenores que ocurran con las especies y el comportamiento de las mismas, para así ir generando bases de información que servirán para tomar decisiones en la gestión del proyecto.

6. El ranario debe tener señalización a lo largo de los senderos, pero con material y diseños que no generen un impacto tan marcado en el ranario. Se debe colocar en la entrada del ranario el reglamento de uso y todos los turistas deben leerlo.
7. Es necesario que se realicen las modificaciones en la infraestructura y senderos del ranario, para que el mismo sea congruente con los requerimientos de la ley 7600 de Costa Rica; Ley igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad. Para así comenzar a promocionar el ranario a este sector de la población.
8. Es de vital importancia tener una estrategia de suministro de agua, para que en la temporada seca la flora y fauna no sufran de estrés hídrico. Esto se solucionaría con un sistema de riego convencional.

## VII. BIBLIOGRAFIA

### 7.1 Bibliografía citada

1. Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, (1998). Ley de Biodiversidad # 7788.
2. Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, (1992). Ley de Conservación de la Vida Silvestre # 9106.
3. Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, (1996). Ley Forestal # 7575.
4. Association of Zoos & Aquariums. (2015) Amphibia Conservation.
5. Association of Zoos & Aquariums. (2008) Lineamientos para el Manejo de Poblaciones de Anfibios. (41 paginas)
6. Barrantes, R. (2008). Investigación, un camino al conocimiento. Un enfoque cualitativo y cuantitativo. Editorial EUNED. San José, Costa Rica.
7. Bolaños et al. (2010). Taller para Revisar la Lista Roja de Anfibios de Costa Rica de la UICN y Evaluación del Cumplimiento de las Acciones de la Estrategia de Conservación de los Anfibios de Costa Rica. 3-4 de agosto, 2010. Escuela de Biología de la Universidad de Costa Rica, San Pedro, San José, Costa Rica. Conservation Breeding Specialist Group (SSC/IUCN)/CBSG Mesoamerica
8. Covarrubias Rafael, (2014). Evaluación del Potencial en Municipios Turísticos a Través de Metodologías Participativas. El caso de los Municipios de la Zona Norte de Colima, México.
9. García T. y Cano M (2000). EL FODA: Una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones
10. Instituto Costarricense de Turismo, (2010). Plan Nacional de Turismo Sostenible de Costa Rica 2010 – 2016. Resumen Ejecutivo
11. Instituto Nacional de Aprendizaje (2002). Generalidades del Turismo. San José, Costa Rica.
12. Kotler P. y Armstrong G. (2001) Fundamentos de Marketing. Edición adaptada para Latinoamérica Sexta edición. México
13. Programa Estado de la Nación, (2007). Decimotercero Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible. San José, Programa Estado de la Nación.

14. Sistema Nacional de Áreas de Conservación SINAC, (2015). Herramienta para el Manejo de los Flujos de visitación en las Áreas Silvestres Protegidas del SINAC. San José Costa Rica
15. Sistema Nacional de Áreas de Conservación SINAC. Programa de Turismo en Áreas Protegidas. Estrategia de Turismo sostenible en las Áreas Silvestres Protegidas del Sistema Nacional de Áreas de Conservación.
16. Socatelli Mario. (2009) El Mercadeo del Turismo Sostenible. Intermark – Consultores en Turismo. Publicado en la Revista Viajes & Turismo – Honduras.
17. Socatelli Mario. (2010) Gestión del Mercadeo Turístico. Módulo II. Planteamiento Estratégico.
18. Socatelli Mario. (2010) Guía de desarrollo del Plan Estratégico de Mercadeo.
19. Vicky A. Poole. (2008) Association of Zoos & Aquariums. Guía para el manejo de Anfibios en Cautiverio

## 7.2 Bibliografía consultada

1. Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, (1996). Ley igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad # 7600.
2. Asociación de Desarrollo Integral de La Fortuna (ADIFORT). Generalidades de La Fortuna. (2018, 15 de Agosto). Obtenido de <http://arenaladifort.com/>
3. Bolaños, et al. (2003). Plan de Manejo y Asesoría de Conservación (CAMP) para las especies de anfibios de Costa Rica: Borrador del Informe. Conservation Breeding Specialist Group, Mesoamérica, San José, Costa Rica
4. Bolaños, et al. (2007). Taller para Establecer una “Estrategia de Conservación de los Anfibios de Costa Rica”. Informe Final. San José, Costa Rica. 28-30 de setiembre, 1 de octubre, 2006
5. Organización para Estudios Tropicales. (2006) Manual de Procedimientos Operacionales de La Selva.
6. Pérez, Mónica (2003). La guía del ecoturismo, cómo conservar la naturaleza a través del ecoturismo. Editorial Mundi Prensa. Madrid, España. 290 páginas
7. Picado, P. (2017) El Renacer de Los Anfibios. Universidad de Costa Rica. Oficina de Divulgación e Información

8. Plan de Acción para la Conservación de los Anfibios que con la ayuda de Zoológicos y Acuarios busca Salvar parte de los anfibios en peligro de extinción. (2008) Arca de los Anfibios.
9. Región Huetar Norte, Promotora de La Estrategia Regional de Desarrollo Zona Económica Especial". Ciudad Quesada, San Carlos, Costa Rica.
10. Savage, J. M., y F. Bolaños. (2009) A checklist of the amphibians and reptiles of Costa Rica
11. Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación. Estrategia de Turismo Sustentable En reservas de Biosfera y Sitios Ramsar de Argentina
12. Vargas Gilbert. (2009). turismo y espacios naturales protegidos en Costa Rica: enfrentamiento o concertación. Rev. Ciencias Sociales Universidad de Costa Rica
13. Vargas, Johnny (2003). Revista Reflexiones Universidad de Costa Rica, Facultad de Ciencias Sociales. Edición número 1, volumen 82. 110 páginas.
14. World Tourism Organization, (2013). Sustainable Tourism for Development Guidebook.
15. Zona Económica Especial ZEE. 2007. "Estrategia Regional de Desarrollo". Ciudad Quesada, San Carlos, Costa Rica.

### 7.3 Bibliografía web

1. Alcalde explica por qué San Carlos es la mejor municipalidad del país (2018, 30 agosto). Obtenido de <http://laregion.cr/alcalde-explica-por-que-san-carlos-es-la-mejor-municipalidad-del-pais/>
2. Arenal Mundo Aventura. Parque Ecológico Tropical. Night Hikes. (2018 2 de Noviembre). Obtenido de: <https://www.arenalmundoaventura.com/night-hikes>
3. Arenal Natura Ecological Park. Tarifas Tours. Natura Premium. (2018 2 de Noviembre). Obtenido de: <http://arenalnatura.com/rates/>
4. Arenal Oasis Eco Lodge & Wildlife Refuge. Tarifas Oficiales. Arenal Oasis, Frog Watching Night Walk. (2018 2 de Noviembre). Obtenido de: <http://www.arenaloasis.com/frog-watching>
5. Ecocentro Danaus Reserva Ecologica. Tarifas del Ecocentro Danaus. (2018 2 de noviembre). Obtenido de: [https://www.dropbox.com/sh/0fe6gvau1fe5liq/AAC\\_Gs\\_Q0qqX6UjFy11\\_iIEYa?dl=0](https://www.dropbox.com/sh/0fe6gvau1fe5liq/AAC_Gs_Q0qqX6UjFy11_iIEYa?dl=0)

6. Govern de las Islas Baleares. Estrategia de Turismo Sostenible para las Islas Baleares 2017-2020
7. González Santamaría Pedro. El producto turístico (2018 15 de Octubre) Obtenido de  
[http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/guianza/contenido\\_u4.pdf](http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/guianza/contenido_u4.pdf)
8. La Paz Waterfall Gardens & Peace Lodge. Frogs (Ranarium). (2018 20 de octubre) Obtenido de: <http://www.waterfallgardens.com/frogs.php>
9. Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. Lista Roja Costa Rica (2018, 30 octubre). Obtenido de <https://www.iucnredlist.org/search/list?query=costa%20rica&searchType=species>
10. Veragua Foundation For Rainforest Research. Research Projects. Amphibians and Reptiles. (2018 25 de octubre). Obtenido de: <http://www.veraguarainforest.com/foundation/projects/>
11. Veragua Rain Forest Eco – Adventure Costa Rica. Frog Habitat Tour in the Costa Rica Rain Fores. (2018 25 Octubre). Obtenido de: <http://veraguarainforest.com/attractions/frog-habitat.html>

## VIII. Anexos

### Anexo 1: Acta del proyecto final de graduación



#### ACTA (CHÁRTER) DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN (PFG)

**Nombre y apellidos:** Alejo Herrera Hernández

**Lugar de residencia:** La Fortuna, San Carlos, Alajuela, Costa Rica.

**Institución:** Universidad para la Cooperación Internacional – UCI. Costa Rica

**Cargo / puesto:** Director del Proyecto

Información principal y autorización del PFG	
Fecha: 25 de junio de 2018	<b>Nombre del proyecto:</b> Estrategia de manejo sostenible con la finalidad de generar visitación responsable en el ranario "Mundo de Anfibios" en el hotel GreenLagoon; en La Fortuna de San Carlos.
<b>Fecha de inicio del proyecto:</b> 9 de Julio de 2018	<b>Fecha tentativa de finalización:</b> 10 de Noviembre de 2018
<b>Tipo de PFG: (tesina / artículo)</b> Tesina	
<b>Objetivos del proyecto:</b> <b>Objetivo General</b> Elaborar una estrategia de manejo sostenible con la finalidad de generar visitación responsable en el ranario Mundo de Anfibios, en el hotel GreenLagoon, en La Fortuna de San Carlos. <b>Objetivos específicos</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar los principales elementos de potencial turístico presentes en el ranario, elaborando un inventario de las especies de ranas y sapos presentes en el sitio.</li> <li>2. Elaborar una estrategia de normas básicas de conservación, adecuada para los individuos presentes en el ranario que garantice la armonía en este sitio, sin alteraciones que pongan en riesgo la vida de los anfibios.</li> <li>3. Generar un programa de ventas y promoción del ranario como un proyecto de turismo sostenible y educativo para los turistas que visitan el lugar, de acuerdo al potencial turístico del ranario.</li> </ol>	



<p><b>Descripción del producto:</b></p> <p>GreenLagoon es un hotel de montaña ubicado en la comunidad turística de La Fortuna de San Carlos. En este hotel se promueve por convicción el turismo sostenible y el turismo de bienestar, es por esto que la conservación de los recursos naturales es un estilo de vida.</p> <p>Como todo proyecto turístico GreenLagoon ofrece servicios a sus visitantes como alimentación, hospedajes, masajes, clases de yoga y tours.</p> <p>En esta línea y buscando alternativas para los turistas, en el 2017 se construye un ranario que pretende servir de escuela natural a los turistas, para que aprendan de anfibios.</p> <p>En la actualidad el ranario, si bien es un hábitat importante para los anfibios que ahí se encuentran, no se ha aprovechado desde el punto de vista de turístico como se esperaba, a pesar del aparente potencial que los anfibios representan como atractivo turístico.</p> <p>Es por ello que este estudio pretende realizar una estrategia que una los factores conservación y venta de tours educativos en el ranario, para que este proyecto empiece a ser económicamente rentable y se recupere la inversión financiera que en su momento se utilizó para la construcción del mismo.</p>
<p><b>Necesidad del proyecto:</b></p> <p>Realizar un inventario de las especies presentes en el ranario para conocer las condiciones que las especies requieren y cumplen en este hábitat.</p> <p>Crear una estrategia de conservación de los anfibios del ranario a través de los lineamientos de la filosofía del turismo sostenible: armonía, turismo, conservación.</p> <p>Garantizar la rentabilidad de proyecto a través de ventas de tours de turismo sostenible.</p>
<p><b>Justificación de impacto del proyecto:</b></p> <p>Los anfibios son especies sumamente frágiles, aún más si son sometidas a prácticas turísticas negativas del ser humano, que en su afán por ser la especie dominante no mide las consecuencias de sus acciones en un largo periodo de tiempo. Esta más que demostrado que el ser humano es el principal culpable de muchas de las extinciones de especies de animales que alguna vez pisaron la tierra. Es por esto que crear estrategias de conservación y concientización para la sobrevivencia de la flora y fauna es una obligación para el manejo del ranario.</p> <p>Por esta razón, se pretende crear una estrategia de conservación de anfibios en el hotel GreenLagoon a través del turismo sostenible, en el que los turistas se pongan en contacto con estos anfibios y conozcan como son estos animales en su hábitat natural.</p> <p>Por último y no menos importante, es necesario crear un programa de ventas y promoción del ranario para garantizar que el proyecto sea sostenible desde el punto de vista financiero.</p>



**Restricciones:**

- El presente estudio debe realizarse en un periodo de tres meses.
- Se cuenta con disponibilidad de veinte horas por semana para la realización del estudio.
- El segmento de turistas entrevistados serán clientes de GreenLagoon.
- Se plantea solamente la oferta de tours al ranario de GreenLagoon y no a otros sitios similares.
- La iniciativa aplica solamente para ranas y sapos; y no otros anfibios o reptiles que habiten el ranario.
- El estudio pretende crear un tour educativo en La Fortuna de San Carlos.

**Entregables:**

- Inventario de ranas y sapos presentes en el ranario Mundo de Anfibios.
- Croquis informativo del ranario.
- Normativa de conservación para el manejo de las especies presentes en el ranario.
- Estrategia de publicidad y ventas de tours educativos al ranario.

**Identificación de grupos de interés:**

**Cliente(s) directo(s):**

Inversionistas.

Gerentes de proyectos.

Turistas extranjeros interesados en turismo ecológico, ecoturismo y turismo sostenible.

Turistas nacionales interesados en turismo ecológico, ecoturismo y turismo sostenible.

Colaboradores.

Proveedores de servicios (informáticos, transportistas, de tours).

**Cliente(s) indirecto(s):**

Asociación de desarrollo Integral La Fortuna – ADIFORT.

Comunidad de La Fortuna.

Investigadores y especialistas en anfibios.

Arenal Cámara de Turismo y Comercio.

Instituto Costarricense de Turismo – ICT.

Entidades financieras (créditos bancarios).

Escuelas y colegios.



<b>Aprobado por (Tutor):</b> Carlos Rodríguez Vega	<b>Firma:</b> 
<b>Estudiante:</b> Alejo Herrera Hernández	<b>Firma:</b> 

## Anexo 2: Certificado para la Sostenibilidad Turística otorgado a GreenLagoon



### Anexo 3: Hoja de observación de especies del Ranario Mundo de Anfibios

Instrumento 1		
Hoja de observación de especies del Ranario Mundo de Anfibios		
Condiciones climáticas:		
Especie	Avistamientos	Observaciones

## Anexo 4: Entrevista Estructurada a personas clave de GreenLagoon

Instrumento 2	
Entrevista Estructurada a personas clave de GreenLagoon	
Pregunta	Respuesta
1. Datos Personales:	Nombre: Puesto:
2. ¿Cuál es su relación con el Ranario?	Construcción ( ) Mantenimiento ( ) Guía ( ) Otro, especifique _____
3. ¿Posee conocimiento o afición por la observación de anfibios?	Si ( ) No ( )
4. ¿Cuántas especies diferentes ha podido observar aproximadamente en el Ranario?	
5. ¿Ha podido identificar claramente algunas de las especies observadas?	Si ( ) No ( )
6. ¿Cuáles son las especies que ha podido identificar?	1. _____ 2. _____ 3. _____
7. ¿Cuántas especies ha observado que no ha sido posible identificar?	
8. ¿Tiene idea de cuál especie o genero podría ser alguna de las especies no identificadas claramente?	Si ( ) No ( ) Cuales: _____
9. ¿Posee fotos de estas especies que pueda facilitar?	Si ( ) No ( )
10. Algún otro dato particular que pueda aportar respecto al Ranario	_____ _____ _____

### Anexo 5: Formato de Inventario de especies presentes en Ranario Mundo de Anfibios

Instrumento 3			
#	Nombre científico	Nombre común en ingles	Cantidad de avistamientos
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

## Anexo 6: Formato de Abundancia de especies según observación en el Ranario

Instrumento 4			
Abundancia de especies según la observación de Instrumento 1			
Especie	Poco Común (0 a 30 avistamientos)	Común (31 a 60 avistamientos)	Muy común (61 a 90 avistamientos)

## Anexo 7: Hoja de cotejo para inventario de recursos turísticos.

Instrumento 5				
Hoja de Cotejo N°1 para inventario de recursos turísticos				
Categoría	Tipo	Presente	Ausente	Observaciones
<b>Ecoturismo</b>	Observación de ranas			
	Observación de sapos			
	Observación de salamandras			
	Observación de reptiles			
	Observación de aves nocturnas			
	Observación de murciélagos			
<b>Turismo Científico</b>	Reproducción de anfibios			
	Observación y estudio de especies en peligro de extinción			
	Observación de especies muy poco comunes o estudiadas			
	Observación de fenómenos o comportamientos nuevos para la ciencia			

## Anexo 8: Formato para estrategia de Conservación

<b>Instrumento 6</b>		
<b>Formato para estrategia de Conservación</b>		
<b>Categoría</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Acciones</b>
<b>Manejo de Especies</b>		
<b>Manejo de los estanques</b>		
<b>Manejo de la Vegetación</b>		
<b>Manejo de los senderos</b>		
<b>Protección de los suelos</b>		
<b>Análisis de la calidad del agua</b>		
<b>Seguridad para el turista</b>		
<b>Guías Turísticos</b>		
<b>Normativas de Fotografías</b>		
<b>Contacto con las especies</b>		
<b>Sostenibilidad Turística</b>		
<b>Investigación</b>		

## Anexo 9: Estrategia General de Mercadeo

<b>Instrumento 7</b>		
<b>Estrategia general de Mercadeo del Ranario Mundo de Anfibios</b>		
<b>Pregunta</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Productos por desarrollar</b>
¿Que buscamos vender?		
¿A quién se lo vamos a vender?		
¿Cómo lo vamos a vender?		
¿Dónde lo vamos a vender?		
¿A qué precio lo vamos a vender?		

**Anexo 10: Perfil de cliente del Ranario Mundo de Anfibios**

<b>Instrumento 8</b>	
<b>Perfil de cliente del Ranario Mundo de Anfibios</b>	
<b>Tipo de Cliente</b>	<b>Perfil</b>
<b>Cientes de GreenLagoon.</b>	
<b>Agencias de viajes de Fortuna.</b>	
<b>Cientes directos</b>	

## Anexo 11: Estrategia de redes sociales

<b>Instrumento 9</b>	
<b>Estrategia de redes sociales</b>	
<b>Elemento</b>	<b>Detalle</b>
<b>Redes Sociales seleccionadas</b>	
<b>Periodos de publicación</b>	
<b>Temas de publicación</b>	
<b>Contenidos no permitidos</b>	
<b>Gestión de comentarios</b>	
<b>Etiquetas seleccionadas</b>	
<b>Promoción Online</b>	

## Anexo 12: Análisis de Costos Operativos Mensuales del Ranario Mundo de Anfibios

Instrumento 10	
Análisis de Costos Operativos Mensuales del Ranario Mundo de Anfibios	
Rubro	Costo Operativo mensual (Montos en Dólares )
<b>Total</b>	<b>\$</b>

### Anexo 13: Análisis de precios de tours en Ranarios de La Fortuna

<b>Instrumento 11</b>				
<b>Análisis de precios de Ranarios en La Fortuna</b>				
<b>Tipo de Cliente</b>	<b>Proyecto</b>			
	<b>Arenal Oasis</b>	<b>Ecocentro Danaus reserva biológica</b>	<b>Arenal Mundo aventura</b>	<b>Arenal Natura Ecological Park</b>
<b>Tarifa Huéspedes</b>				
<b>Precio adulto extranjero</b>				
<b>Precio para niños</b>				
<b>Precio adulto extranjero con transporte</b>				
<b>Estudiantes</b>				
<b>Adultos mayores</b>				
<b>Turista costarricense</b>				
<b>Estudiantes nacionales</b>				
<b>Niños costarricense</b>				

## Anexo 14: Tarifas del Ranario Mundo de Anfibios

Instrumento 12		
Tarifas del Ranario Mundo de Anfibios		
Tipo de Cliente	Rack	Neto
Comisión: Se define el 30% para agencias de viajes		
Extranjero Agencia		
Nacional Agencia		
Huésped GreenLagoon		