

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL
(UCI)

Propuesta de enfoque regenerativo
aplicado al turismo en el cantón de
Hojancha, Costa Rica.



María Raquel Ramírez Portela

PROYECTO FINAL DE GRADUACION PRESENTADO COMO REQUISITO
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE MASTER EN LIDERAZGO Y GERENCIA
AMBIENTAL

San José, Costa Rica

Abril 2023

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 (Nombre de la Maestría)

Olivier Chassot
PROFESOR TUTOR

Laura Arguedas
LECTOR No.1

Sara Zúñiga
LECTOR No.2

María Raquel Ramírez Portela
SUSTENTANTE

DEDICATORIA

A mi familia. Mis hermanos, mi mamá, mi tía Rosita que pasaron largos momentos de espera mientras dedicaba gran parte del tiempo libre a mi capacitación y formación. Gracias por apoyarme en este proceso.

A Dios que me ayudó a entender que mi camino está en la Naturaleza y quien me recuerda que vuelva a mi esencia, a mis raíces. Gracias por mi finca, la huerta y los animalitos que me acompañarán en una segunda etapa.

A mis amigos, mis compañeros de maestría y Olivier mi tutor, que me alentaron y estuvieron presentes en los momentos que les necesitaba.

A todos los que me daban aliento cuando sentía que ya no podía continuar. “Gracias a la vida que me ha dado tanto” y que a veces se nos olvida tantas y tantas oportunidades que se nos brindan. Gracias al firmamento por sus estrellas y porque ellas son la luz que me dirigen cuando pierdo el rumbo.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios guía insoslayable de mi andar por tierra.

A mis hermanos quienes se encuentran a gran distancia en kilómetros, pero muy cerca de mi corazón.

A mi mamá que siempre nos inculcó esforzarnos para lograr nuestros objetivos.

Gracias Dios por la salud que tuve para poder aprender. Gracias por darme un corazón que se engrandece cuando me encuentro ante la belleza de Madre Natura.

Gracias a mi abuelo Álvaro Portela que cuando yo era niña, ya escribía sobre la importancia de preservar la Naturaleza y regenerar la tierra. Gracias por sus doctrinas.

A mi papá que también quería a los animalitos y que disfrutábamos juntos del olor de los pinos. A todos mis ancestros que nos enseñaron ese amor por la tierra.

A Snoopy mi perrito, compañero de clases. Se asomaba en la computadora y se dormía en mis piernas brindándome su calor y compañía.

INDICE

HOJA DE APROBACION	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
INDICE	v
INDICE FIGURAS	vii
INDICE CUADROS	viii
RESUMEN EJECUTIVO	x
1 INTRODUCCION.....	1
1.1 Antecedentes y necesidad del proyecto.....	1
1.2 Justificación del problema.....	2
1.3 Objetivo general.....	3
1.4 Objetivos específicos.....	3
2 MARCO TEORICO.....	4
2.1 Marco conceptual.....	4
2.1.1 Turismo sostenible.....	13
2.1.2 Turismo sostenible en Costa Rica.....	13
2.1.3 De lo sostenible a lo regenerativo.....	16
3 MARCO METODOLOGICO.....	19
3.1 Recolección de datos.....	20
3.2 Fuentes de Información.....	20
3.3 Diseño de estrategias y programas de marketing orientados al cliente.....	22
4 DESARROLLO.....	24
4.1 Antecedentes del turismo en Costa Rica.....	24
4.2 Contexto del cantón de Hojancha.....	27
4.2.1 Ubicación geográfica.....	27
4.2.2 Historia de Hojancha.....	28
4.2.3. Los Valores de los Hojancheños y la historia de la reforestación.....	31
4.2.4 Datos generales del cantón.....	33
4.2.5 La Zona Azul.....	33
4.2.6 Desarrollo económico.....	34
4.2.7 Hidrografía.....	35
4.2.8 Características demográficas.....	35
4.2.9 Clima de Hojancha.....	36
4.2.10 División territorial administrativa.....	37
4.2.11 Zonas de vida.....	38
4.2.12 Uso del suelo.....	38
4.2.13 Propuesta de un modelo de agricultura conservacionista.....	39
4.2.14 El sector forestal como parte del desarrollo integral del territorio.....	40
4.2.15 La organización comunitaria.....	40
4.2.16 Otras actividades productivas asociadas.....	40

4.2.17 Infraestructura básica de Hojancha	42
4.3 Diagnóstico y acciones participativas, que permitan orientar al sector público y privado en el desarrollo turístico del cantón de Hojancha.	43
4.3.1. Identificación de los recursos turísticos de la zona, para la creación de productos de turismo con enfoque regenerativo.	43
4.3.2 Recursos turísticos identificados en Hojancha	44
4.3.3 Propuesta de una ruta turística con bienes y servicios con emprendimientos locales.	45
4.3.4 ¿Cómo promocionar Hojancha en el sector turismo?.....	46
4.3.5 ¿Por qué incentivar el turismo?	46
4.3.6 Desarrollar el modelo de turismo con enfoque regenerativo	47
4.3.7 ¿Qué es el marketing mix y las 4 P del marketing?.....	49
4.3.8 Plan de Mercadeo	53
4.3.9 Implementación y desarrollo del plan estratégico.....	54
4.3.10 Plan de seguimiento	58
4.3.11 Órganos de seguimiento	58
4.3.12 Indicadores	58
4.4 Resultados del presente estudio	59
4.5 Propuesta de la ruta turística con bienes y servicios de emprendimientos locales	71
4.6 Plan de implementación de la estrategia	86
4.7 Ejemplos otras rutas turísticas que podrían brindar a futuro otros proveedores locales.	86
4.8 Política de sostenibilidad en procura de la mitigación de impactos negativos en el medio ambiente	91
4.8.1 Política ambiental	92
5 CONCLUSIONES.....	101
6 RECOMENDACIONES.....	106
7 BIBLIOGRAFIA.....	109
8 ANEXOS.....	115
Anexo 1. Acta del proyecto final de graduación.	115
Anexo 2. Cuestionario para las entrevistas.....	118
Anexo 3. Encuesta aplicada a los stakeholders.	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ámbitos del turismo regenerativo.....	17
Figura 2. La metodología de investigación.....	19
Figura 3. Planificación estratégica en la segmentación de mercado.....	23
Figura 4. Mapa de ubicación de Hojancha.....	28
Figura 5. Escudo de Hojancha.....	29
Figura 6. Hoja del árbol de Hojancha (<i>Coccoloba pubensces</i>).....	30
Figura 7. Bandera de Hojancha.....	31
Figura 8. Bosque de Hojancha.....	32
Figura 9. Las 5 zonas azules del mundo.....	33
Figura 10. Ejes del plan de desarrollo turístico para Hojancha.....	47
Figura 11. Marketing mix y sus componentes.....	49
Figura 12. Ciclo de vida de un producto.....	52
Figura 13. Logotipo de Hojantours.....	53
Figura 14. Ejemplo de giras en España.....	53
Figura 15. Líneas estratégicas del plan.....	55
Figura 16. Género de los encuestados.....	61
Figura 17. Elementos que haga que los lugareños se sientan identificados con su comunidad.	61
Figura 18. Elementos que hacen que no se sientan cómodos en su comunidad.....	62
Figura 19. Perspectiva del empleo.....	64
Figura 20. Punto de vista de cómo mejorar la situación en Hojancha.....	64
Figura 21. Percepción sobre el turismo.....	65
Figura 22. Cree que existen elementos para desarrollar el turismo.....	67
Figura 23. Atractivos turísticos.....	67
Figura 24. Creencia sobre una ruta turística.....	69
Figura 25. Por qué cree que aún no cuentan con una turística.....	69
Figura 26. Tour Frutos de la tierra.....	73
Figura 27. Ruta turística Frutos de la Tierra.....	74
Figura 28. Parque de Hojancha.....	74
Figura 29. Iglesia católica de Hojancha.....	75
Figura 30. Logo finca El Ojoche.....	76
Figura 31. Fotografía de Pablo Ramírez y Gustavo Moreno.....	77
Figura 32. Mapa para llegar a reserva Monte Alto.....	78
Figura 33. Río Nosara 1990.....	78
Figura 34. Reserva Monte Alto. Quebrada en el sendero Las Orquídeas.....	79
Figura 35. Ave:Trogón (<i>Trogon elegans</i>).....	80
Figura 36. Fotografía de un bosque ripario.....	81
Figura 37. Reserva El Toledo.....	81
Figura 38. Cascada en la Reserva El Toledo.....	82
Figura 39. Almuerzo típico en el Toledo.....	83
Figura 40. Ruta turística Mar a Cielo.....	86
Figura 41. Playa Carillo.....	87
Figura 42. Ruta turística Los Miradores.....	88

Figura 43. Mirador Reserva Natural Monte Romo	88
Figura 44. Ruta turística "Las Subastas"	89
Figura 45. Ganaderos en puja, subasta de Nicoya.....	89
Figura 46. Matambu.	90
Figura 47. Trabajando artesanías en Matambú.....	90
Figura 48. Resultados de emisiones de carbono en las rutas turísticas propuestas	94

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Comparación entre turismo regenerativo y turismo sostenible.....	15
Cuadro 2. Aporte PIB Costa Rica 2016.....	25
Cuadro 3. Llegadas de turistas período 2017- 2019.....	26
Cuadro 4. Estimación de la diversidad de productos que se consumen en el destino.	27
Cuadro 5. Censo por cantón 2011.	34
Cuadro 6. Cantidad de habitantes de Hojancha 2022.....	35
Cuadro 7. Variables climáticas de Hojancha.....	36
Cuadro 8. Red vial cantonal de Hojancha 2020.	37
Cuadro 9. Uso de suelo en el cantón de Hojancha.....	38
Cuadro 10. Sistema de producción predominante en el área de la Agencia de Extensión Agropecuaria.....	39
Cuadro 11. Desarrollo de las líneas estratégicas.	56
Cuadro 12. Ficha técnica de la investigación.....	60
Cuadro 13. Resumen One day tour.	83
Cuadro 14. Costos operativos	85
Cuadro 15. Programa de gestión de residuos sólidos y procesos internos	93
Cuadro 16. Programa para mitigar aspectos negativos del transporte.....	95
Cuadro 17. Iniciativas de mitigación de impactos negativos.	96

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tiene como objetivo elaborar un plan de desarrollo turístico con enfoque regenerativo mediante un diagnóstico y acciones participativas, que permitan orientar al sector público y privado en el desarrollo turístico del cantón de Hojancha, Costa Rica. Se busca identificar y utilizar de manera sostenible los recursos turísticos de la zona con el fin de crear productos turísticos con un ángulo regenerativo. Para lograr esto, se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de los recursos turísticos de la zona, identificando una gran variedad de atractivos naturales y culturales que aún no han sido aprovechados para el desarrollo socioeconómico y turístico de la región.

Para el desarrollo de este estudio se recopilaron datos cualitativos y cuantitativos mediante la aplicación de la entrevista y la encuesta. Las entrevistas se aplicaron a líderes de los diferentes distritos a través de preguntas abiertas. Las encuestas fueron aplicadas a administradores, dueños de locales comerciales, familias, líderes comunitarios y población en general. El objetivo era comprender el segmento de mercado al que podría apuntar el proyecto, conocer la demanda y la oferta y proponer un plan de desarrollo turístico de cara al futuro.

La investigación inició con un análisis de mercado que derivó de las necesidades de un cantón para que las familias cuenten con ingresos adicionales. Se examina la situación mundial del turismo, el contexto particular y actual en Hojancha, y la realidad en otros cantones con productos similares. El estudio de campo se realizó durante los meses de agosto y setiembre del 2022.

En base a los resultados del análisis, se ha propuesto la creación de una ruta turística que incluya bienes y servicios de emprendimientos locales, diseñada de manera sostenible y enfocada en la conservación del medio ambiente. Además, se ha elaborado una política de sostenibilidad para mitigar los impactos negativos en el medio ambiente, incluyendo la gestión de residuos, la conservación de la biodiversidad, el uso responsable de los recursos naturales, la reducción del consumo energético, la promoción del transporte sostenible y el turismo

responsable. La política de sostenibilidad se considera una herramienta clave para garantizar un impacto positivo y duradero en la comunidad y el entorno natural.

Para lograr un desarrollo turístico sostenible y responsable en Hojanca, se hace necesaria la colaboración de todos los sectores sociales y la implicación en el proyecto de instituciones públicas como el ICT y la Municipalidad de Hojanca, así como también de empresas privadas que podrían agremiarse en una asociación o cámara de turismo. Además, se hace evidente la necesidad de diseñar una propuesta de información que permita ilustrar la riqueza patrimonial contenida en la comunidad, con el fin de contribuir al desarrollo del turismo local. Es fundamental el desarrollo de infraestructuras y bases educativas que permitan la acogida de los nuevos flujos turísticos.

En definitiva, la identificación de recursos turísticos, la creación de productos con enfoque regenerativo, la proposición de una ruta turística con emprendimientos locales y la elaboración de una política de sostenibilidad son acciones clave para lograr un desarrollo turístico sostenible y responsable en Hojanca. Al implementar estas medidas, se garantiza la protección del patrimonio natural y cultural, el bienestar de las comunidades locales y la satisfacción de los turistas que visitan la zona. Por tanto, este proyecto representa una oportunidad única para impulsar el desarrollo socioeconómico y turístico de Hojanca de manera sostenible y responsable.

1 INTRODUCCION

1.1 Antecedentes y necesidad del proyecto

Hojancha es el undécimo cantón de la provincia de Guanacaste, en Costa Rica y está ubicado en el extremo sur de la península de Nicoya. Es el cantón de más reciente creación de la provincia. Las coordenadas geográficas medias del cantón de Hojancha están dadas por 09°58'38" latitud norte y 85°24'39" longitud oeste. La anchura máxima es de veintinueve kilómetros, en dirección noreste a suroeste. Desde el paso sobre el río Momollejo, en el camino que une al poblado Matambú con ciudad Nicoya, hasta Punta El Roble, en el litoral Pacífico. Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM, s.f.).

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, sf.) en su estudio "Caracterización del área de influencia de la agencia de extensión agropecuaria" Hojancha cuenta con 261.42km². El promedio anual de precipitación varía de los 2000 a los 3000 mm, sin embargo, en las partes elevadas del cantón se puede alcanzar cifras de 3500 mm anuales. La distribución de la lluvia es irregular, alternándose una estación seca con una lluviosa. La temperatura es alta y constante durante todo el año, el promedio anual es de 27.1°C. El uso actual del suelo en el cantón de Hojancha, corresponde principalmente a la conservación (47%), seguida por el uso pecuario (38%), forestal (7,6%) y agrícola (2,1%).(MAG s.f).

La Agencia de Extensión Agropecuaria de Hojancha y las organizaciones de productores locales, han adoptado el modelo de agricultura conservacionista con un enfoque que permite producir conservando y conservar produciendo. El cantón de Hojancha y sus áreas destinadas a la producción agrícola, históricamente, han sufrido procesos de degradación de las tierras, erosión hídrica, pérdida de fertilidad del suelo y contaminación, entre otros. El uso inadecuado del suelo, la fisiografía y los regímenes de lluvias, favorecen el asentamiento de esos procesos en forma severa y acelerada, ocasionando un riesgo real para la productividad, la seguridad alimentaria y la vida humana en condiciones extremas. El anterior enfoque de agricultura conservacionista, como puede observarse encaja en el escenario bioturístico, en la medida que busca preservar y mantener los sistemas básicos de producción agrícola, buscando tal vez no la acumulación de capital sino, más bien, una auto sostenibilidad familiar. Esto unido a otras estrategias y a otros conceptos, dentro de un uso de suelo adecuado, y dentro de las posibilidades económicas razonables, puede incentivar la

apropiación por parte del ciudadano común de los sistemas de producción vistos desde el punto de vista ambiental. (MAG, s.f.)

Pese a que en los últimos diez años la zona alta de los cantones de Nicoya, Hojancha y Nandayure se han convertido en un importante foco productor de cítricos, la difícil situación económica que enfrenta el país ha provocado que vean mermada la venta de sus productos en el mercado, donde su margen de utilidad es muy bajo e insuficiente para realizar inclusive la cosecha de sus productos. Por ello, este trabajo propone un modelo innovador de turismo regenerativo con el fin de dinamizar la economía del cantón. Hojancha puede ser ejemplo de desarrollo turístico regenerativo para otras pequeñas comunidades. Para ello, se hace necesario identificar los recursos turísticos de la zona para crear productos que vayan de la mano con el desarrollo regenerativo.

1.2 Justificación del problema

El potencial turístico que posee el cantón de Hojancha lo coloca en una posición de privilegio para ser considerado un destino recreativo para los visitantes de la provincia donde se podrían entrelazar con diferentes rutas ya establecidas, beneficiándose también otros cantones vecinos a éste. El turismo fungiría como un motor dinamizador de la economía local de toda la región, sin embargo, los pobladores consideran que pese al gran potencial que posee, se requiere un mayor nivel de organización y fortalecimiento local para sacar adelante un proyecto de esta naturaleza.

La presente investigación podría ser de utilidad para varias organizaciones e instituciones que deseen información técnica para invertir en el cantón, tal es el caso del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) en el momento que requiera de nuevas rutas para diversificar la oferta de servicios en el país. Para la Municipalidad de Hojancha también resulta una nueva innovación y una forma de mover la economía local. Según entrevista a don Eduardo Pineda, alcalde de Hojancha, como parte de esa innovación, el gobierno local ha trabajado y diseñado una marca cantón “Somos Hojancha” la cual busca fortalecer la visitación turística y busca dar a conocer todo lo bueno que tenemos, nos hace un cantón diferente y eso es lo que pretendemos de mostrar”. (ICT 2022). Por su parte, los operadores turísticos se enfocan en turismo sostenible, turismo de bienestar y turismo con enfoque regenerativo. De acuerdo con el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) la tendencia del

2022 es viajar en pequeños grupos, en zonas abiertas y donde los turistas aprendan y tengan nuevas experiencias.

También podrían involucrarse en este plan los centros de investigación y educación, como lo son el CATIE, EARTH, universidades nacionales y extranjeras que impartan carreras con ingeniería forestal. Según nos comenta en la entrevista don Emel Rodríguez dueño de la Reserva El Toledo, estos centros educativos hoy ya visitan el cantón. En El Toledo, les enseñan técnicas sobre la restauración de la cobertura vegetal.

Hojancha es un cantón que ya ha obtenido grandes logros con proyectos enfocados en la investigación, educación y conservación. En el pasado, varios ciudadanos se unieron para regenerar la cuenca del río Nosara y crearon la Reserva forestal Monte Alto. Otros grupos que se podrían beneficiar con este proyecto son los estudiantes del CTP, transportistas de turismo de la zona de Guanacaste, dueños de cabinas de la zona, restaurantes. El turista, operadoras, estudiantes de universidades, e investigadores requerirán diferentes servicios complementarios a la actividad central, como transporte, alojamiento, alimentación, guías, traductores y actividades de ocio.

1.3 Objetivo general

Elaborar un plan de desarrollo turístico con enfoque regenerativo mediante un diagnóstico y acciones participativas, que permitan orientar al sector público y privado en el desarrollo turístico del cantón de Hojancha.

1.4 Objetivos específicos

- ✓ Identificar los recursos turísticos de la zona para la creación de productos de turismo con enfoque regenerativo.
- ✓ Proponer una ruta turística con bienes y servicios con emprendimientos locales.
- ✓ Elaborar una política de sostenibilidad en procura de la mitigación de impactos negativos en el medio ambiente.

2 MARCO TEORICO

2.1 Marco conceptual

Se ha realizado una revisión documental extensa con una revisión sistemática y organizada de la bibliografía relacionada con el tema de estudio, tratando de encontrar en la bibliografía, las mejores definiciones para poder presentar los conceptos más apropiados en el contexto de este trabajo.

Se trata de establecer un marco de teorías que expliquen los resultados obtenidos en la investigación y que integre los enfoques teóricos con las experiencias y observaciones personales que nos han enriquecido.

El proyecto busca como resultado elaborar un plan de desarrollo turístico con enfoque regenerativo para el cantón de Hojancha. Por ello es de suma importancia conceptualizar el turismo con enfoque regenerativo y los pilares que lo sustentan. Desde ya es importante comprender que el turismo con enfoque regenerativo no es un tipo de turismo como lo sería el turismo cultural o el turismo agrícola, ni una nueva forma de llamar a la sostenibilidad, sino más bien, es un principio que se debe de aplicar al diseño turístico construyendo la capacidad de los sistemas. Es un bienestar real de la sociedad.

Importantes definiciones que serán aplicadas en el desarrollo de este documento:

Atractivos turísticos: Kotler (1992) clasifica atractivos que poseen los lugares, mencionando principalmente la belleza natural, historia y personajes famosos, mercados, atracciones culturales y étnicas, recreación y entretenimiento, complejos deportivos, espectáculos, edificios, monumentos y esculturas. Describimos brevemente los atractivos para integrarlos a nuestra investigación.

- a) Belleza natural. Los pueblos que se encuentran en terrenos pintorescos y que disfrutan de espléndidos paisajes. Hojancha cuenta con hermosos escenarios naturales cuyos paisajes están conformados por ríos, quebradas, montañas, bosques. Se han

preocupado de reforestar la cuenca del río Nosara y por ello Hojanca es conocido en el territorio nacional.

- b) Historia y personajes famosos. Lugares que fueron escenario de eventos históricos o que conservan el sabor de períodos pasados actúan como un imán para los turistas. Con la llegada del padre Luis Vara Carro como párroco de Hojanca comenzó un gran impulso social y económico para Hojanca y sus alrededores.
- c) Mercados. Cada comunidad tiene una o más áreas comerciales donde la gente compra su comida, ropa, muebles, etc. Estos mercados van creando la identidad de productos y servicios ofrecidos por una región. En nuestro caso, “la feria del agricultor” es un espacio intercultural, no son solo espacios físicos, sino también son medios que facilitan a las y los productores locales y emprendedores manifestar su acervo cultural, mostrarse, visibilizarse, comunicarse y fortalecerse.
- d) Atracciones culturales. Los museos, instituciones educativas, orquestas, grupos teatrales y bibliotecas como instituciones culturales en una región no sólo agrandan a los residentes, sino que también atraen turistas y gente de negocios. Según Sicultura (2020) “el anfiteatro de Hojanca es el lugar donde la comunidad de Hojanca recibe artistas y mantiene actividades culturales y sociales, campañas de salud y seguridad pública y los acontecimientos de la Cruz Roja. Se encuentra junto al parque central”.
- e) Recreación y entretenimiento. Cada sitio necesita proporcionar a sus ciudadanos áreas para la recreación y diversión. Las instituciones tradicionales que cumplen con esta función son los bares, cafés, clubes de baile, discotecas, parques, centros de la comunidad, compañías de actuación, zoológicos, campos de golf regulares y en miniatura, y estadios deportivos locales.
- f) Espectáculos. La mayoría de las localidades patrocinan actos públicos para celebrar acontecimientos y aniversarios. En Hojanca podemos observar actos culturales como desfiles de carretas, desfile de bueyes, actos cívicos del día de la Independencia, actos cívicos del día de las Culturas, desfile de caballos.
- g) Edificios, monumentos y esculturas.

h) La Gente. Un lugar que posee una buena infraestructura y muchos atractivos, sin embargo, puede no tener éxito debido a la forma en que los visitantes perciben a su gente. La hospitalidad de los residentes de un lugar puede afectar el atractivo de una localidad en varias formas. ¡Y ese es el éxito de Hojancha su gente es maravillosa! Son las personas quienes me hicieron considerar que este debía ser un destino turístico, Son personas buenas, sanas, trabajadoras, educadas. Hojancha es uno de los cantones con menores índices de delincuencia del país. Los visitantes se llevan la imagen de la gente que vive en un sitio en particular. (Kotler 1992)

Actividad turística: Existen múltiples definiciones del concepto turismo, pero dada la complejidad de dicha actividad, ninguna de éstas puede ser consideradas como absoluta. Sin embargo, debido a la necesidad de crear un marco conceptual que nos lleve a determinar unas estadísticas homogéneas y fiables de turismo, se suele aceptar la definición de la OMT en la Conferencia de Ottawa (1991), la cual define al turismo como “aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocio y otros motivos”. Se dice que el turismo es una actividad compleja, pues en ella están englobados múltiples sectores y actividades de la economía (hostelería, agencias de viajes, transporte, construcción, etc.), además, nos encontramos ante un fenómeno multidisciplinar, el cual es estudiado desde diferentes puntos de vista (económico, geográfico, social, etc.). Todo esto convierte a la actividad turística como una actividad complicada de analiza (Flores Ruiz, 2007).

En los años 50, 60, y 70, la motivación principal del turista era el descanso y la diversión. Fue a partir de los años 80 que cambian un poco estas motivaciones. Empiezan a diversificarse. Se incluye como motivo de viaje practicar deporte, viajes por negocios, visitar a familiares y amigos, intereses culturales, y hasta por razones médicas. Actualmente, debemos de agregar el turismo de bienestar. Como consecuencia debemos segmentar el mercado. (Flores Ruiz, 2007).

Coevolución: Es el cambio evolutivo recíproco que se da en especies interactuantes y que está mediado por la selección natural. Un proceso a través del cual dos o más organismos ejercen presión de selección mutua y en sincronía (en tiempo geológico) y da como resultado

adaptaciones específicas recíprocas. Si no hay adaptación mutua, no existe coevolución. La coevolución necesita especificidad (cada rasgo en una especie se debe a presiones selectivas de otros rasgos de las otras especies del sistema), reciprocidad (los rasgos en ambos participantes del sistema evolucionan conjuntamente) y simultaneidad (los rasgos en ambos participantes evolucionan al mismo tiempo) (Gómez, s.f.).

Demanda turística interna total: La demanda turística interna total consiste en la suma del consumo turístico interno, la formación bruta de capital fijo turístico y el consumo colectivo turístico (CST: RMC 2008, párr. 4.114). No incluye el consumo turístico emisor.

Desarrollo: En el presente estudio incorporamos el término “desarrollo” en varios puntos, ya sea referido como desarrollo sostenible, desarrollo regenerativo o sencillamente, el desarrollo de proyectos o comunidades. El término “desarrollo” significa crecimiento, progreso, evolución o mejoría. Es, por otro lado, la acción y efecto de desarrollar o desarrollarse y puede hacer referencia a una tarea, una persona, un país o cualquier otra cosa (Significados.com, 2017). El desarrollo económico es el crecimiento continuo y sostenido de la capacidad de un país o región para generar riqueza, mantener e incrementar su capital financiero. Las naciones del mundo persiguen el desarrollo económico como primer objetivo hacia un desarrollo integral (humano, social). Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo. (Universidad del Zulia 2020)

Cuando el desarrollo económico de una nación repercute positivamente en la calidad de vida de sus habitantes, ofreciéndoles la posibilidad de desarrollar su potencial creativo y productivo, tener una vida satisfecha a nivel de necesidades e intereses y gozar del bienestar, oportunidades y libertad, se da el desarrollo humano. (Universidad del Zulia 2020)

Desarrollo regenerativo: El desarrollo regenerativo es un sistema de tecnologías y estrategias para generar un conocimiento del sistema integral de un lugar y desarrollar las capacidades para el pensamiento sistémico estratégico y el compromiso e involucramiento de los actores que se requiere para asegurar procesos de diseño regenerativo para alcanzar un aprovechamiento sistémico que se auto-organiza y auto evoluciona (Mang & Reed, s.f.)

Desarrollo sostenible: El informe de Brutland de 1987 o su nombre original “Nuestro Futuro Común”, fue el primer intento para tratar de armonizar el desarrollo con la sostenibilidad. En él

se define al desarrollo sostenible o sustentable como aquél que satisface las necesidades del presente sin comprometer a futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. Un proceso sostenible es el que puede ser mantenido sin interrupción, debilitamiento o pérdida de cualidades valiosas. La sostenibilidad es una condición necesaria para que una población esté en o bajo su capacidad de carga. La sostenibilidad tiene la convicción de que la generación presente debería pasar su herencia de riqueza natural, no sin haber cambiado, pero sin haber disminuido en su potencial para apoyar generaciones futuras (Naciones Unidas 1987).

Destino (destino principal de un viaje): El destino principal de un viaje turístico se define como el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje (RIET, 2008, párr. 2.31).

Ecosistema: El concepto de ecosistema, que es una comunidad de organismos y sus interacciones ambientales y físicas como una unidad ecológica, fue el que modeló todo el pensamiento ecológico posterior a lo relatado en la sección anterior y promovió una mirada sistémica de la ecología (Capra, citado por Dimuro, s.f.). Un ecosistema es una unidad que está formada por factores bióticos (organismos vivos) y abióticos (componentes que no tienen vida que influyen sobre los seres vivos, como el suelo, el clima, el agua, la luz, la temperatura y los nutrientes) en la que se dan interacciones vitales, fluye la energía y circula la materia (Portal Educativo, 2011).

Empleo en las industrias turísticas: El empleo en las industrias turísticas son las personas empleadas en las industrias turísticas en cualquiera de sus empleos, aquellas que desempeñan su empleo principal en las industrias turísticas, o como un recuento de los empleos en las industrias turísticas (RIET, 2008, párr. 7.9).

Experiencia turística: Uno de los puntos que tocaremos en el estudio como parte de los factores que debería contener el modelo de turismo regenerativo, es la experiencia transformativa. Desde el punto de vista del marxismo, el término “experiencia” es el conjunto de la práctica social de los hombres, creada en el proceso de la acción recíproca social entre el hombre y el mundo exterior, en el proceso de la actividad práctica y antes de la actividad material-productora, en la que el hombre modifica la naturaleza y se modifica a sí mismo. En

la experiencia nos relacionamos con nuestras sensaciones y nuestras propias experimentaciones, no con objetos o fenómenos materiales (Filosofia.org, 2001).

Una experiencia turística debe implicar emocionalmente a los clientes en el producto y/o servicio que está consumiendo. Por ejemplo, cuando una ola nos acaricia los pies, cuando dormimos en una casa rural y oímos a los gallos cantar al amanecer, cuando degustamos un plato típico, etc. Por lo que, puede considerarse también toda interacción que el viajero tiene con todos los agentes y recursos de un destino que proporciona valores sensoriales, emocionales, relacionales y cognitivos y que complementan a los que son meramente funcionales. La experiencia turística comienza en el momento en el que el turista interactúa con el destino, incluso antes de la llegada (López, 2009).

Formas de turismo: Existen tres formas básicas de turismo: el turismo interno, el turismo receptor y el turismo emisor. Esas formas pueden combinarse de varias maneras para derivar las siguientes formas adicionales de turismo: el turismo interior, el turismo nacional y el turismo internacional. (OMT)

Gasto turístico: El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros (RIET, 2008, párr.4.2).

Industrias turísticas: Las industrias turísticas abarcan todos los establecimientos cuya actividad principal es una actividad característica del turismo. El término industrias turísticas equivale a actividades características del turismo, dos términos que a veces se utilizan como sinónimos en las RIET (2008, párrs. 5.10 y 5.11, y gráfico 5.1).

Motivo (principal) de un viaje turístico: El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar (RIET, 2008, párr. 3.10). La clasificación de los viajes turísticos según el motivo principal hace referencia a nueve categorías: esa tipología permite identificar los diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etcétera) (RIET, 2008, párr. 3.14 y gráfico 3.1).

Paradigma: Dado el carácter histórico y social del lenguaje, las palabras, los paradigmas nos muestran, entonces, la diversidad de las formas de conocer de una época y

cada uno de ellos constituye un modo común fuera del cual no es posible conocer. Hurtado y Toro (1997)

Planificación estratégica: Según Cotorruelo (citado por Diez, Gutiérrez & Pazzi, 2013), la planificación estratégica se puede definir como un proceso participativo que involucra a los principales actores políticos, económicos y sociales de la comunidad y cuyo objetivo es elaborar un diagnóstico compartido sobre los aspectos claves del desarrollo competitivo a escala local. La técnica incluye un proceso de mediación y concertación de intereses varios, que buscan integrarse en base a objetivos comunes, asignando prioridades. La planificación estratégica es una herramienta clave para la toma de decisiones de las instituciones públicas o empresas privadas. A través de un diagnóstico de la situación actual, se establecen las acciones que se tomarán para llegar a un futuro deseado a mediano y largo plazo (Armijo, 2009).

Producto turístico: Es preciso comprender la conceptualización de lo que corresponde a un producto turístico, porque según la OMT “es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital” (Organización Mundial del Turismo, 2019).

Productos Turísticos: Según la UNWTO (s.f.), parte de los productos turísticos son “el alojamiento para visitantes, los servicios de provisión de alimentos y bebidas, servicios de transporte de pasajeros, agencias de viajes servicios culturales, y servicios propios del turismo que son particulares de cada país o territorio”. UNWTO (s.f.)

Regeneración: La regeneración es la acción y resultado de regenerar o regenerarse (K. Dictionaries Ltd., 2013); regenerar por su lado es, según el American Heritage Dictionary of the English Language (citado por Mang & Reed, s.f.), dar una nueva vida o energía a algo, revitalizar, devolver a una existencia renovada y más vigorosa. También podría ser reformar espiritual o moralmente, mejorar la condición moral o también mejorar un lugar o sistema,

especialmente haciéndolo más activo o exitoso. En el contexto del presente estudio, la regeneración, según Reed (2006) es “un proceso de involucramiento con el propósito de curar a los sistemas vivos (humanos y naturaleza) y dar a luz a un nuevo espíritu, para participar conscientemente en expandir el proceso de curación. Esto lo hace de forma que enriquece las posibilidades de una mayor diversidad de relaciones vivas. Si no existe un potencial más profundo de relaciones vivas, entonces no hay regeneración. La regeneración puede aplicarse a distintos sectores de desarrollo”. Reed (2006)

Diseño regenerativo: Según Mang & Reed (s.f.), “el diseño regenerativo es un sistema de tecnologías y estrategias que está basado en el entendimiento del trabajo profundo de los ecosistemas, que genera diseños para regenerar, más que agotar, los sistemas de soporte vitales y los recursos dentro de los conjuntos socioecológicos”.(Mang & Reed (s.f.),

Story of place (historia del lugar): “es un enfoque regenerativo, que se emplea en el desarrollo sostenible comunitario y se utiliza para comprender una comunidad. Es un proceso participativo y sistémico que identifica y rinde homenaje a la naturaleza única de un lugar y la gente que vive en él. Aumenta la capacidad de una comunidad para descubrir, compartir y hacer realidad una historia que es suya y es única y sirve para profundizar las conexiones y hacer crecer la armonía de las personas con el lugar (Regenesis Group, s.f.).

Turismo: El turismo, según la UNWTO (World Tourism Organization), “es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico”. UNWTO (World Tourism Organization).

Desde una perspectiva económica, Fuster Lareu (1991) define al turismo como “un agregado de cinco consumos: transporte, alojamiento, alimentación, adquisición de bienes y servicios y disfrute de bienes y espectáculos”.

Tipos de turismo: Existen varios tipos de turismo. Para efectos del presente trabajo estos serían algunos de ellos:

Etnoturismo. Son los viajes que se relacionan con los pueblos indígenas y su hábitat con el fin de aprender de su cultura y tradiciones. Matambú es parte del cantón de Hojancha. Matambú es uno de los territorios indígenas de Costa Rica y es el único de la etnia chorotega en el país, fue fundado en 1980. (UNA, 2013)

Agroturismo. Parte de los destinos previstos son visitas a fincas con huertas orgánicas y regenerativas donde se centran en recuperar la fertilidad y calidad del suelo de forma natural, sin fertilizantes de síntesis. Se entiende como la modalidad turística en áreas agropecuarias, una comunidad rural que muestra y comparte no sólo su idiosincrasia y técnicas agrícolas, sino también su entorno natural en conservación, donde se busca que el campesino se beneficie con la expansión de su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo. (Repositorio IICA 2009)

Ecoturismo. Según la UNWTO (2002), “es toda forma de turismo basado en la naturaleza y donde la motivación principal de los turistas es la observación y apreciación de esa naturaleza, así como las culturas tradicionales en zonas naturales”.

Turismo internacional: El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores (RIET, 2008, párr. 2.42).

Turista (o visitante que pernocta): Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET, 2008, párr. 2.13).

Visitante: Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado (RIET, 2008, párr. 2.9). Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET 2008, párr. 2.13).

2.1.1 Turismo sostenible

El Turismo Sostenible según la OMT (Organización Mundial del turismo) indica que es “la existencia del modelo se asegura y perpetúa a futuro en el tanto se garantice que el crecimiento turístico se da de tal forma que se reducen en la fuente o se internalizan (asumiendo el costo de la depreciación natural y social) las externalidades negativas, ambientales y sociales, para evitar que se reduzca la capacidad del territorio para sostener la actividad turística a futuro. En el tanto que se afecten los recursos naturales que sustentan los atractivos y la prestación de servicios (falta de agua, por ejemplo) la capacidad productiva del sistema turístico disminuirá hasta potencialmente agotarse por completo, dando como resultado la extinción del sistema en un momento determinado (el sistema en este punto es insostenible y por lo tanto deja de existir). El resultado esperado y deseado es que la evolución del sistema (organización, adaptación, cambio y emergencia), se aproxime a una condición de sostenibilidad que bien se puede definir en base a los objetivos de desarrollo sostenible planteados por OMT y PNUMA (figura 1.2) (OMT/PNUMA, 2005).

2.1.2 Turismo sostenible en Costa Rica

Son muchos los medios de comunicación y revistas de viajeros que otorgan reconocimientos a Costa Rica como un país sostenible y apto para viajar. Otros lo recomiendan como un excelente destino turístico.

De acuerdo con el artículo “*Costa Rica premiada nuevamente por ser líder en turismo sostenible*” del periódico La República, Costa Rica es reconocido por ser un país líder en turismo sostenible. En la entrevista indicó don Virgilio Espinoza, jefe del Departamento de Certificaciones y Responsabilidad Social Turística del ICT “son muchas las entidades que nos reconocen por trabajar el turismo de una manera educada, con conciencia ecológica y ambiental, con acciones tangibles de sostenibilidad que se refleja en las comunidades, para generar encadenamientos productivos, así como experiencias únicas. Por eso somos constantemente galardonados y antes de entrar en este capítulo quiero citar algunos premios que hemos recibido en los últimos meses. Este artículo también indica que Costa Rica recibió un reconocimiento mundial por sus esfuerzos permanentes en el desarrollo y consolidación del turismo sostenible, por parte del Consejo Global de Turismo Sostenible. “La principal ventaja en la obtención de este premio es el aumento de la credibilidad internacional del

estándar CST, que se alinea a los criterios universales para la gestión sostenible, beneficios sociales y económicos para la comunidad local, reducción de la contaminación, entre otros. Este reconocimiento le dice al mundo que Costa Rica sigue fortaleciendo con mucha dedicación su eje transversal de la sostenibilidad que lo ha destacado en el mundo en los últimos años”. (Espinoza 2021).

El periódico La República también cita en septiembre del 2022 el artículo “Costa Rica dentro de los seis mejores destinos turísticos del mundo, basado en una revista de viajes alemana. En él explica que Costa Rica fue uno de los seis destinos turísticos galardonados como parte de los premios de la revista alemana de viajes Travel book.(La República, 2022)

Otro premio que ratifica a Costa Rica como Mejor Destino de Viajes de Larga Distancia es el Travel book Award. El premio fue otorgado “después de valorar criterios como relación calidad-precio, sostenibilidad, seguridad, variedad de actividades, accesibilidad, fiabilidad de la nieve, limpieza, calidad del transporte público y calidad del agua. Australia, Sudáfrica, Estados Unidos e Indonesia fueron los países que superó Costa Rica en la categoría "Mejor Destino de Viajes de Larga Distancia” (WTM Responsible Tourism Awards Latin America 2021).

Bloomerang también destacó a Costa Rica entre los destinos turísticos más atractivos para visitar en 2021 en la lista “Where to Go in 2021”.. En la lista de 24 países Costa Rica se etiqueta bajo la leyenda “Leave No Trace (No dejes rastro)”, en referencia a que los turistas pueden sumergirse en la naturaleza durante sus visitas. (Bloomberg, 2021)

Mientras tanto en enero 2021, la revista National Geographic, coloca a Costa Rica como el mejor destino de turismo sostenible. Indica en el artículo que: “El turismo sostenible es a la vez ecológico y culturalmente sensible. El pequeño país de Centroamérica abanderada la etiqueta verde de la ecología. No obstante, su territorio concentra la mayor biodiversidad del mundo. Hay volcanes, bosques nubosos, parques nacionales, bellísima fauna y flora, y mucha simpatía por parte de sus gentes”.

¿Qué es Turismo Sostenible y qué es turismo con enfoque regenerativo?

Como vimos anteriormente la Organización Mundial del turismo (OMT) define el turismo sostenible como “la existencia del modelo se asegura y perpetúa a futuro en el tanto se

garantice que el crecimiento turístico se da de tal forma que se reducen en la fuente o se internalizan las externalidades negativas, ambientales y sociales, para evitar que se reduzca la capacidad del territorio para sostener la actividad turística a futuro. (OMT/PNUMA, 2005). Sin embargo, hemos excedido los límites planetarios y se hace “necesario aprender cómo se puede participar con la naturaleza mediante el uso de la salud de los sistemas ecológicos como base para el diseño y en este caso, el método de aprendizaje propuesto es la regeneración” (Reyes, 2020). El mundo debe generar cambios y se debe de crear una nueva forma de hacer proyectos, con fundamentos en el entendimiento del ser humano impulsando nuevos paradigmas en el turismo. Esta es la transición del turismo sostenible al turismo con enfoque regenerativo.

El turismo con enfoque regenerativo “propone crear una plataforma viva, creativa y dinámica para investigar, aprender y converger activando la inteligencia colectiva y la creatividad para la coevolución del ser humano y la naturaleza a través del turismo regenerativo. Tanto el turismo sostenible como el turismo regenerativo están relacionados, es decir, ambos buscan realizar acciones que minimicen el impacto negativo hacia la naturaleza; sin embargo, el turismo regenerativo debe tener una base sustentable para restaurar el accionar del ser humano con la naturaleza, reconciliar la relación entre humanos y naturaleza y regenerar la participación de los seres humanos con la naturaleza misma”. (Reyes & Casasola, 2021).

El turismo con enfoque regenerativo lejos de distanciarse del turismo sostenible se acerca e integra el turismo responsable, pero busca mejorarlos con un cambio total en los valores y proporcionar un uso más eficiente de los recursos para desacelerar la degradación creando experiencias para que el turista sea el gestor del cambio.

Cuadro 1. Comparación entre turismo regenerativo y turismo sostenible.

Perspectivas del turismo regenerativo y del turismo sostenible	
Turismo regenerativo	Turismo sostenible

Sensible y relacional	Sistémico y estructural
Desarrolla el destino integralmente	Desarrolla el atractivo o la actividad específica
Se enfoca en el diseño de experiencias	Se centra en el manejo de los aspectos logísticos
Estimula un muy alto impacto personal	Minimiza los impactos negativos
El anfitrión actúa como un facilitador	Anfitriones y guías fungen como intérpretes
Genera experiencias transformadoras	Genera vivencias

Fuente: Socatelli, M (2021).

Para Teruel y Briceño (2018), turismo regenerativo es un entendimiento emergente, evolutivo y dinámico, que incluye a la sostenibilidad dentro del marco de sistemas vivos y enfatiza la relación del ser humano consigo mismo, con el otro y con la tierra; en donde se invita al otro a visitar el lugar, ralentizando el ritmo del visitante y creando una experiencia que activa conexiones profundas y positivas entre el visitante, la comunidad local (el otro), el lugar y los sistemas que sostienen la vida allí, alineando tanto al residente y al visitante a los ritmos propios de la naturaleza”. Teruel y Briceño (2018).

El turismo con enfoque regenerativo trabaja “con el ser humano y sus 3 tipos de relación que deben ir integradas: consigo mismo/a, con el/la otro/a y con la naturaleza, buscando bajar el ritmo del visitante para que pueda sintonizar con el lugar” (Teruel & Briceño, 2018).

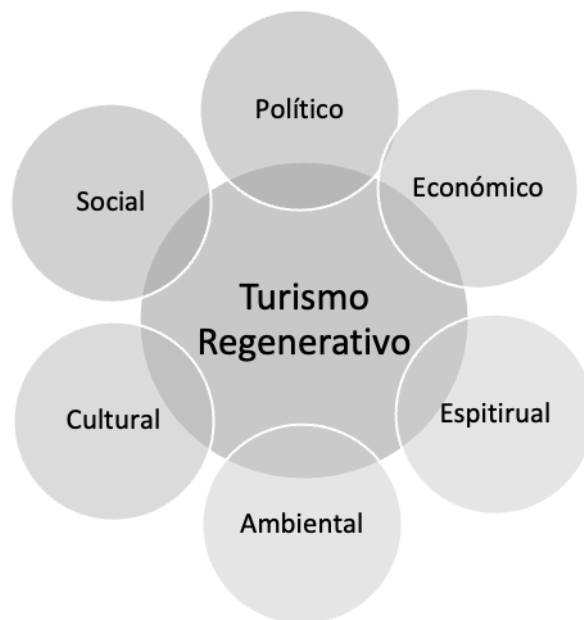
2.1.3 De lo sostenible a lo regenerativo

Turismo con enfoque regenerativo

De acuerdo con Socatelli (2020), el turismo regenerativo es “un entendimiento emergente, evolutivo, dinámico que incluye la sostenibilidad dentro del marco de sistemas vivos y enfatiza la relación del hombre consigo mismo, con el otro y con la tierra. Se fundamenta en seis ámbitos y prioriza la integración de todos los actores en su diseño para

apoyar el propósito concreto del destino, as alianzas co-evolutivas con la naturaleza y el pensamiento sistémico y así construir la capacidad de los sistemas socioambientales para obtener un crecimiento saludable a largo plazo en interacciones que sean mutuamente beneficiosas”.

Figura 1. Ámbitos del turismo regenerativo.



Fuente: elaboración propia.

La figura 1 explica los ámbitos del turismo con enfoque regenerativo. El modelo y cultura regenerativa deben de ser profundamente fieles a unos valores concretos. La idea sugiere que, para transformarse en un viaje consciente, el cambio tiene que comenzar desde las bases, es decir, la gente de la comunidad. Por ello, el cambio debe ocurrir en la propia gestión del turismo.

De acuerdo con la revista El Bien Social (2022) en lugar de tener gerentes se deben tener líderes, el poder se traspasa al colectivo en el sentido de que los anfitriones (es decir, todos los residentes o agentes involucrados de alguna forma en el lugar) deben asumir su parte de responsabilidad y tener voz sobre el turismo en su región. Mediante la participación,

tiene que actuar como agente de cambio y debe trabajar como un administrador de la comunidad con la comunicación constante dentro de sí misma. También, se deja atrás el concepto de “expertos” y se enfoca en la inteligencia colectiva, lo que construye en la comunidad. (El Bien Social 2022)

El turismo con enfoque regenerativo surge como una solución completa que se fue creando de varios conceptos turísticos como el turismo verde, sostenible, responsable. Como se mencionó anteriormente, el turismo regenerativo va más allá de la sostenibilidad y de minimizar el impacto generado por la actividad turística.

Según Araneda (2019), el turismo regenerativo cuenta con siete pasos para el diseño de experiencias regenerativas: 1) Definir mi identidad y propuesta de valor experiencial; 2) Sentido de lugar: conectar, sentir y comprender el lugar para un diseño coevolutivo; 3) Soñar la experiencia regenerativa: pensar lo que desearía que ocurriera en el viajero; 4) Identificar los momentos de verdad; 5) Diseñar la experiencia óptima que genera una conexión con el entorno; 6) Aplicar estándares del encuentro enfocado en el cuidado de la calidad; 7) La celebración, proceso de retroalimentación y mejora continua. Si se logra completar el diseño de la experiencia regenerativa habrá una transformación en el sentido del viaje, mayor conexión del viajero consigo mismo, con los otros y con la naturaleza (o entorno) sin perder autenticidad, originalidad e identidad, generando una huella, un flujo y movimiento propio (Araneda, 2019).

En Costa Rica, el turismo con enfoque regenerativo es novedoso. Por ello se debe trabajar desarrollar y dar a conocer y posicionar este paradigma en el sector. La idea es que las empresas puedan aplicar los principios del turismo regenerativo y de esta forma, innovar en los productos y servicios que se ofertan. Este es el caso de la propuesta para Hojancha. Según Reyes, el turismo regenerativo es idóneo para desarrollarse en actividades turísticas con baja capacidad de carga de manera que genere una mayor atención y creación de momentos únicos hacia el participante, por ejemplo, en actividades de turismo rural comunitario, donde la atención al viajero es personalizada”. (Reyes 2020)

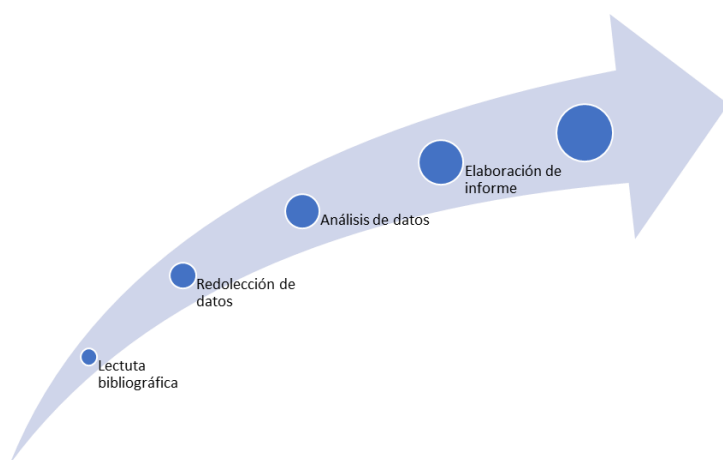
3 MARCO METODOLOGICO

El presente trabajo se realizó mediante diversas fuentes de investigación integrando la experiencia del investigador para recabar y procesar los datos con el fin de elaborar un plan de desarrollo turístico con enfoque regenerativo mediante un diagnóstico y acciones participativas, que permitan orientar al sector público y privado en el desarrollo turístico del cantón de Hojanca. Con la información recabada se podrán identificar los recursos turísticos de la zona para la creación de productos. A través de su marco metodológico involucra participantes, herramientas, diseños y análisis de datos.

Según Bhosale (2022) “la metodología de investigación es la estrategia que se utilizará para que un proyecto de investigación sea exitoso por lo que su elección determina todo el rumbo de la investigación”.

Basado en las características propias del presente trabajo y el tema planteado en este apartado, se exponen los métodos, técnicas e instrumentos de la investigación cuya aplicación se consideró necesaria para obtener la información que permitió diseñar las acciones a seguir para medir el potencial de turismo y generar una ruta turística con bienes y servicios de emprendimientos locales.

Figura 2. La metodología de investigación.



Fuente: elaboración propia.

3.1 Recolección de datos

El presente trabajo se desarrolló recolectando datos de fuentes primarias y secundarias. Se solicitó ayuda a los portadores originales de la información. Para extraer los mismo se utilizó el método de la encuesta, de la entrevista, y por observación.

3.2 Fuentes de Información

Revisión literaria

En primer lugar, el presente documento se enriqueció por medio de la revisión literaria y luego se investigaron los datos y la experiencia profesional. “La investigación incluye un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno” (Sampieri, 2014).

La revisión de la literatura “implica detectar, consultar y obtener las referencias y otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio, de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar el problema de investigación” (Sampieri, 2014, p. 53). Para la elaboración de este documento se revisaron múltiples fuentes bibliográficas de manera selectiva, debido al alto volumen de publicaciones en las diferentes áreas del conocimiento.

Se consultó toda la información relacionada con el tema a investigar (libros, informes, estadísticas, etc.). Esto sirvió para elaborar el marco teórico. Parte de la información son estadísticas como las publicadas por el INEC Y el ICT que han contribuido a que se pueda desarrollar la revisión bibliográfica de una forma más profunda

Obtención de información a través de otras fuentes:

Observación directa: En los 3 meses que se vivió en Hojancha también se aplicó la observación directa (toma de apuntes en las visitas de campo) y mientras se mantuvieron las conversaciones informales. Se aprovechó para investigar posibles productos turísticos. Para ello fue necesario recorrer fincas, viveros, lecherías, áreas ganaderas, huertas y su estado actual para levantar un inventario inicia.

Estas conversaciones generaron mucha información valiosa sobre lo que piensan los vecinos de la comunidad.

De acuerdo con Díaz San Juan (2011) la observación es “un elemento fundamental de todo proceso de investigación, en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos”. Y fue a través de la observación donde se identificaron detalles que sirven para completar el estudio de esta investigadora respecto a la información vinculada al conocimiento del sector turístico.

Entrevistas: En lo referente a los aspectos cualitativos, se decidió entrevistar a líderes comunales del cantón de Hojanca como lo son personeros de la municipalidad, gerentes, posibles proveedores de servicios y profesionales del turismo. Esto permite movernos entre la teoría y los datos, apoyándose unos en los otros para el establecimiento de relaciones. “Las entrevistas consisten en un acto de comunicación oral que se establece entre dos o más personas, con el fin de obtener una información” (Malhotra et al., 2004).

En el anexo # 2 se encuentra el formato de las entrevistas utilizado para esta investigación. Estas fueron realizadas oralmente, con previa autorización del entrevistado y de manera presencial. El entrevistado establece su propio discurso con el fin de que no se sienta presionado y nos regale la información de una manera apacible. Posteriormente la información se analizará tanto de forma vertical (encadenamiento de ideas y relaciones) como horizontal (los temas de interés de los entrevistadores). (Malhotra et al., 2004)

Se realizaron visitas a las casas de los líderes comunitarios. Se aplicó la observación por entrevista como un intercambio conversacional de forma verbal, con la finalidad de obtener información, datos o hechos. El método de la entrevista fue de corte informal. Se estructuró de acuerdo con el lenguaje corporal del entrevistado para que siempre se sienta cómodo con la interacción. Algunas de las personas entrevistadas fueron: don Eduardo Pineda, alcalde de la Municipalidad de Hojanca. Verónica Campos, Vicealcaldesa de la Municipalidad de Hojanca De la oficina de la mujer de la Municipalidad de Hojanca se entrevistó a Zindy Guevara. En la Liga del Agua se entrevistó a su gerente general, Emel Rodríguez quien también nos aportó muchos datos de gran valor. Desde Matambú, se conversó con varios líderes comunales como lo son don Ronald Alemán líder de CONAE y Mildred Villegas.

La encuesta: Esta se aplicó a un grupo de individuos, invitándoles a contestar una serie de preguntas estructuradas en un cuestionario escrito y previamente preparado. Las encuestas se realizarán a través de los medios electrónicos de forma aleatorias con respuestas abiertas y cerradas y de ahí podrán analizarse aspectos cuantitativos en respuestas cerradas y cualitativos en respuestas abiertas. Se recolectaron alrededor de 400 respuestas y las mismas fueron tabuladas y graficadas para ser presentadas en el capítulo “resultados” en la página 76. Para desarrollar esta fuente se utilizó la plataforma digital Survey Monkey.

3.3 Diseño de estrategias y programas de marketing orientados al cliente

Toda organización para poder llegar con sus productos o servicios a los clientes debe diseñar políticas y estrategias que les ayuden a establecer los precios del producto a los clientes y a los consumidores; un plan de comunicación que llegue a la mente de los consumidores, facilitando e informando del valor superior entregado al cliente; además proporcionando una red de distribución que permita que el producto llegue en el momento y la forma deseada por el cliente (Rodríguez, 2011).

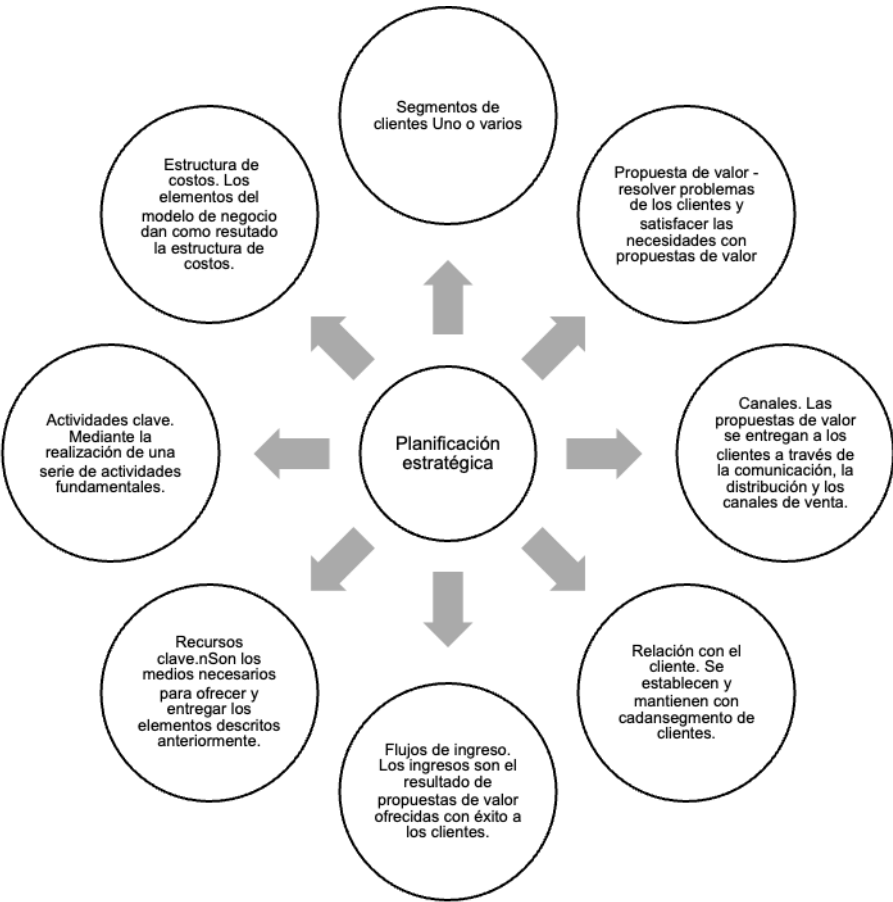
Por ello en el diseño de una estrategia de marketing respondemos a 2 preguntas claves: ¿A quiénes vamos a atender (mercado meta)? Y ¿Cómo atenderemos mejor a nuestros clientes? También llamada propuesta de valor.

Una empresa debe segmentar al mercado y escoger a los segmentos que desea atender brindando un buen servicio y atención. Para contestar la segunda interrogante debemos definir la propuesta de valor, estableciendo los beneficios. Según Stanton et al. (2007) “la selección del mercado objetivo es encontrar compradores con altas probabilidades de adquirir el producto o servicio ofrecido y que se pudieran convertir en clientes potenciales, asimismo es hallar un nicho de mercado con una competencia débil o sin competencia para incursionar y acaparar la mayor parte del mercado”.

Como se muestra en la figura 3 la Planificación Estratégica es indispensable para fortalecer la segmentación de mercado. Varios elementos componen este plan estratégico, por ejemplo: Segmentos de clientes, Propuesta de valor, Estructura de costos, Actividades y

recursos clave, Flujos de ingreso, Relación con el cliente y canales Las propuestas de valor se entregan a los clientes a través de la comunicación y la distribución.

Figura 3. Planificación estratégica en la segmentación de mercado



Fuente: elaboración propia.

4 DESARROLLO

4.1 Antecedentes del turismo en Costa Rica

Costa Rica es un destino que históricamente ha logrado poner en valor una oferta de servicios y productos turísticos, incluyendo ecoturismo, sol y playa, aventura, turismo rural, bienestar, reuniones y otros más (ICT, 2009).

Su potencial de desarrollo le ha permitido al sector agregar nuevos productos y hacer mezclas para satisfacer nuevos intereses de la demanda, siempre en un marco natural y de sostenibilidad. Esta característica de flexibilidad le imprime dinamismo y permite a muchos actores locales incorporarse a la actividad turística con productos innovadores al generar con ellos dos características distintivas del modelo: la diversidad de actividades que se ofertan y su amplia dispersión en el territorio nacional.

La estimación de la distribución de esos flujos turísticos demuestra que la demanda no es ni estática ni uniforme, sino que se desplaza por buena parte del territorio (montaña, playa y ciudad) favoreciendo la realización de las actividades turísticas. Esta interrelación entre la distribución de atractivos, la planta turística y los recorridos de la demanda es lo que contribuye a generar los 12 días promedio de estadía (ICT, 2017)

El turismo se ha convertido en la principal actividad económica para Costa Rica y en la actualidad es la primera fuente generadora de divisas, sumados los aportes directos e indirectos, la cifra llega a 8,2% del PIB. En 2016 el sector turístico generó 211.000 puestos de empleo directos, es decir, el 8,8% del empleo en el país.

El Banco Central de Costa Rica (BCCR) con la colaboración del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), presentó los resultados de la Cuenta Satélite de Turismo, donde se destaca que el aporte de esa industria al Producto Interno Bruto (PIB) del país se incrementó de 4,4% en el 2012 a 6,3% en el 2016 y 8,2% en 2019 si se suman los aportes directos e indirectos, la cifra llega a 8,2% del PIB.

Para dimensionar el tamaño de la actividad turística se adjunta el siguiente cuadro a manera de ejemplo de las actividades económicas y su aporte al PIB para el año 2016.

Cuadro 2. Aporte PIB Costa Rica 2016.

Comparativo aporte al PIB en Costa Rica año 2016	
Actividad Económica	Aporte porcentual
Turismo	6,3%
Servicios de informática	2,2%
Producción de energía eléctrica	2,1%
Fabricación suministros médicos	1,8%
Actividad tradicional como el cultivo de banano	1,1%

Fuente: Banco Central de Costa Rica. 2017

De acuerdo con el Banco Central de Costa Rica 2017, la Cuenta Satélite de Turismo (CST) constituye un esquema macroeconómico integrado, coherente y flexible, que se basa en definiciones, clasificaciones, reglas contables derivadas y armonizadas con el Sistema de Cuentas Nacionales. Ejemplo de la importancia del turismo para nuestro país es el aporte del turismo de Costa Rica al PIB en el 2016 fue de 6,3%, mientras que en México aportó a su PIB 8,7%; en Canadá fue de 1,9% y Colombia reportó el 1,8% de su PIB (ICT, 2022).

Las cifras mejoraron en el 2019 porque de acuerdo con el Consejo Nacional de Competitividad Turística, (CONACOT) y Dirección General de Migración y Extranjería (DGME) durante el 2019, las llegadas internacionales a Costa Rica alcanzaron la cifra de 3.139.008. Hubo un aumento del 4,1% respecto al año anterior. Este aumento supera el crecimiento mundial del turismo que es del 4% y duplica el promedio de América (2%) según datos del barómetro de la Organización Mundial de Turismo (OMT) en el período 2019”. (ICT 2019).

El viaje turístico se sigue caracterizando por la tendencia de consumir muchos productos debido a la gran variedad de actividades disponibles en el destino. Costa Rica continúa siendo un destino donde los turistas disfrutan de una gran variedad de posibles actividades relacionadas con naturaleza, ecoturismo, aventura, playa, deportes, fincas agro-productivas, cultura y bienestar, y es por lo tanto un destino que continúa atrayendo los segmentos de mercado de interés, o lo que es lo mismo, atrae perfiles afines a los mejores prospectos de demanda internacional.

Las personas realizan actividades turísticas diferentes. El turismo rural, la visita a comunidades, la observación de flora y fauna y las caminatas por senderos y bosques ha cobrado gran importancia tal y como se muestra en el cuadro 3. (ICT en 2019)

Cuadro 3. Llegadas de turistas período 2017- 2019

Actividad realizada por turistas	Porcentaje
Sol y playa	72,00%
Caminatas por senderos (con o sin guía) [Trekking - Hiking	40,30%
Observación de la flora y la fauna	38,60%
Compras (artesanías, arte, cigarros, licores, café, etc)	36,60%
Visita a los volcanes	34,50%
Aguas termales	30,50%
Zip-line / Tirolesa	29,20%
Paseos en bote, banana boat, moto acuática, sky acuático.	22,70%
Puentes colgantes	19,30%
Snorkel	17,80%
Surf	16,60%
Observación de aves con equipo especial	12,30%
Cabalgatas o paseos a caballo	12,10%
Visita a una comunidad rural y compartió actividades, tradiciones, etc	10,60%
Visita a museos, teatros, galerías, arte	10,30%
Bienestar (algas, sales, spa volcánicos, masaje terapéutico)	10,20%
Cuadraciclo / ATV	9,00%
Rápidos de los ríos (Rafting)	8,30%
Kayak en el mar - sea kayaking - kayak en río	8,20%
Observación de delfines y ballenas	6,30%
Pesca deportiva	4,90%
Rappel	4,90%
Luna de Miel	4,20%
Buceo	3,30%
Teleférico	2,20%

Fuente: ICT 2019

La prioridad de actividades ha cambiado para el 2022. De acuerdo con el Plan Nacional de Turismo del ICT 2022-2027, el turismo activo (caminatas por senderos) y naturaleza sobrepasan a la actividad de playa tal y como se muestra en el cuadro 4. Pese a que varían por zona, el común denominador entre las propuestas es el protagonismo de la biodiversidad tica. “La aventura, caminatas por las áreas protegidas y observación de fauna se colocan

como las actividades favoritas de los visitantes, según la Asociación Costarricense de Operadores de Turismo (ACOT)”, entidad que agrupa a las agencias receptoras.

Cuadro 4. Estimación de la diversidad de productos que se consumen en el destino.

Producto	Porcentaje de menciones
Activo	32%
Natural	27%
Sol y Playa	20%
Cultural	9%
Familiar	9%
Gastronomía	2%
Bienestar	1%
Compras	0.5%
Ocio nocturno	0.1%

Fuente: ICT: Plan Nacional de Turismo 2022-2027

4.2 Contexto del cantón de Hojanca

4.2.1 Ubicación geográfica

Hojanca se encuentra a una altitud media de 350 metros sobre el nivel del mar, es el cantón número 11 de la provincia de Guanacaste (Costa Rica). Tiene una superficie de 261,42 km², y la temperatura media de la ciudad es de aproximadamente 27 °C.

Las coordenadas geográficas medias del cantón de Hojanca están dadas por 09°58’38” latitud norte y 85°24’39” longitud oeste.

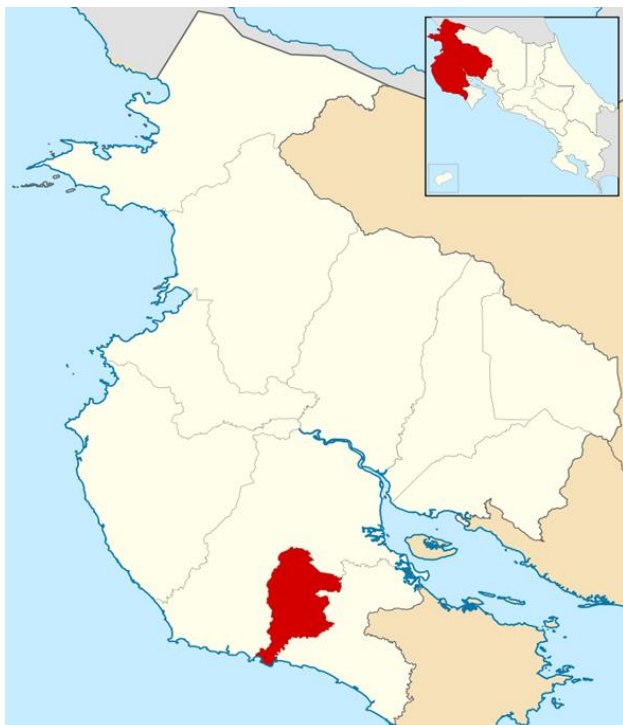
Ubicado a poco más de 300 kilómetros de la ciudad capital de Costa Rica de San José, el cantón se encuentra en la parte media de la península de Nicoya. Es relativamente compacto, con un solo cordón de tierra que abarca una pequeña parte de la costa del Pacífico de playa Carrillo hacia el sur, hasta la desembocadura del río Ora.

Es el cantón noveno de la provincia, así como el más pequeño por su extensión territorial. Colinda con los cantones de Nicoya al Norte y Oeste, al Este con Nandayure, y

posee una estrecha salida al mar al suroeste en Puerto Carrillo, limita al Sur con el Océano Pacífico. Su cabecera es la propia ciudad de Hojanca.

Los distritos de Hojanca son: Hojanca, Monte Romo, Puerto Carrillo, Huacas, Matambú.

Figura 4. Mapa de ubicación de Hojanca.



Fuente: MAG (s.f)

4.2.2 Historia de Hojanca

De acuerdo con la Mini enciclopedia del Ministerio de Educación de Costa Rica (MEP), en la época precolombina, el territorio que hoy conocemos como el cantón de Hojanca formaba parte de las provincias de los indígenas chorotegas, que se ubicaban en la península de Nicoya y sus dominios se extendían hasta el lago de Nicaragua, constituida por varios pueblos o señoríos. En 1910, los primeros pobladores provenían de Matambú y de los cantones de San Ramón, Atenas y Palmares entre los cuales estaban las familias de los señores Barrantes, Bermúdez, Guzmán, Mora, Quesada, Quirós, Venegas entre otras. Fue en

1914, que se establece la primera escuela y se llamaba Escuela Nosara. La primera Iglesia de Hojanca se construyó en 1925. (Ministerio de Educación (MEP)) 2013,

Según comenta Emel Rodríguez, gerente de la Liga del Agua de Hojanca, el padre Vara llega a Hojanca en 1961. Luis Vara Carro fue durante 40 años sacerdote de Hojanca. Ejerció y promovió liderazgo entre los pobladores. El padre Hojanca comenzó un gran impulso social y económico para Hojanca y sus alrededores. También impulsó la titulación de tierras por parte del I.T.C.O., con el primer representante al Consejo Municipal de Nicoya señor Régulo Barrantes Hidalgo, seguido posteriormente por el Profesor Guido Durán Fallas. Una vez declarado Distrito Administrativo a este territorio, La Asociación de Desarrollo, con el Presbítero, dan la lucha por el cantonato y por medio de viajes a la Asamblea Legislativa, con buses repletos de habitantes de la región portando pancartas solicitando, la aprobación de la ley que los declarara el undécimo cantón de la provincia de Guanacaste. Fue así como el 2 de noviembre de 1971 - por medio de la ley No. 4887, se le concedió el título de cantón a la población de Hojanca y de Villa a su cabecera del cantón. Desde entonces cuentan con un escudo y una bandera para representar el cantón. (Rodríguez 2022)

Figura 5. Escudo de Hojanca



Fuente: Municipalidad de Hojanca.

El origen del nombre Hojancha se debe a un árbol localizado en la región, que los indígenas denominaron de hoja ancha, por las características muy especiales del tamaño de sus hojas. El Hojancha es un árbol de hasta 20 metros de altura y diámetro de hasta 60 cm o más, con flores amarillentas, en racimos solitarios terminales; frutos globosos a ovoideos. Su madera es dura, pesada, durable, de fibras corridas y rectas, de granos muy finos, coge buen pulimento y es resistente al contacto con la tierra. Resistente al ataque de termitas, su madera es utilizada en construcciones, para vigas, horcones, postes, traviesas, obras de tornería y en la fabricación de muebles. Sembrada como ornamental de crecimiento lento. Planta melífera. (IFAM s.f.)

Figura 6. Hoja del árbol de Hojancha (*Coccoloba pubensces*).



Fuente CEDAF. Liogier, A. 2000.

Figura 7. Bandera de Hojancha.



Fuente: Municipalidad de Hojancha.

4.2.3. Los Valores de los Hojancheños y la historia de la reforestación

En Hojancha, un elemento que incidió en el éxito del proceso de desarrollo forestal del cantón tiene que ver directamente con la historia y formación de la identidad local. Su corta historia revela una serie de acontecimientos que han, a lo largo de un siglo, moldeado la identidad del Hojancheño como individuo y como pueblo. Su idiosincrasia ha sustentado los pilares de este desarrollo forestal y ha marcado un modelo de desarrollo.

Según Emel Rodríguez gerente de la Liga del Agua, entre los principales valores que destacan en las personas de Hojancha están la unión familiar y el apoyo mutuo, el asociacionismo, la orientación hacia la resolución de conflictos, la adaptabilidad, la capacidad emprendedora, de organización y renovación y la preocupación por el medio ambiente. Estas características representan ingredientes fundamentales y facilitadores para la formación de una base organizativa local, la gestión de proyectos y, por ende, para el desarrollo del cantón. (Rodríguez 2010)

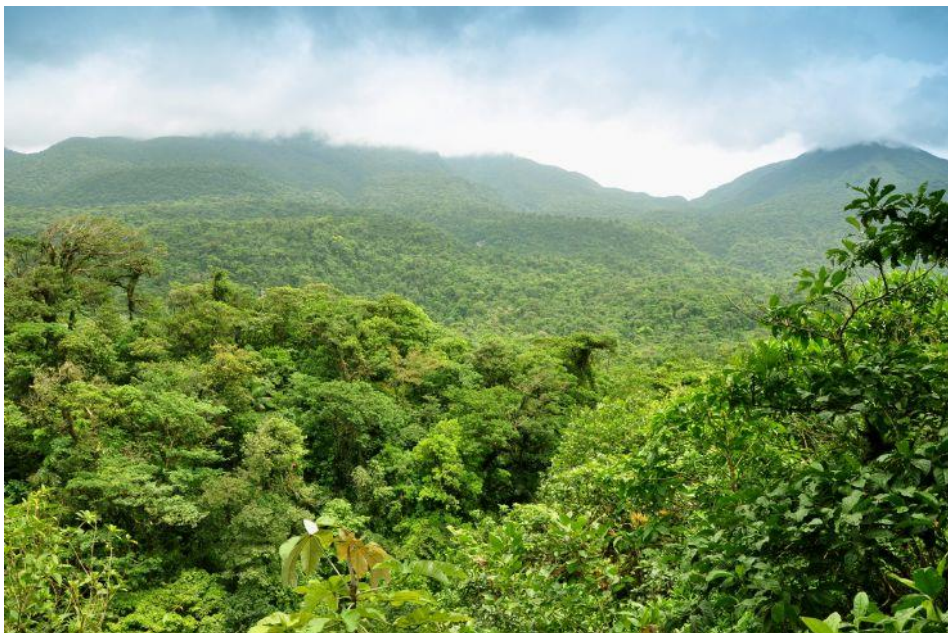
En 1992 hubo una crisis. Durante tres veranos seguidos vivieron una total escasez de agua, de los tubos salía un líquido achocolatado y, por temporadas, las cisternas del AyA eran los que abastecían a los habitantes con baldes de agua. A un grupo de vecinos se les ocurrió

reforestar las fincas aledañas a la cuenca del Río Nosara. El problema era que las tierras estaban en manos de ganaderos. (FAO, s.f)

Por aquella época, un grupo de vecinos propuso buscar 900 personas que compraran una hectárea de terreno ahí para formar la reserva forestal. El pueblo se unió y en tres meses pudieron comprar la finca de 12 hectáreas ubicada en el punto más alto del cantón, donde hoy está el mirador de Monte Alto. Otros propietarios privados también comenzaron a dejar, por sí solos, que el bosque creciera. Con el tiempo, la gente vio el cambio en el cauce del río. Vieron que con el bosque no solo recuperaban el agua, sino que también era una oportunidad de empleo, de atracción de inversiones y de fomento del turismo. Hoy, la zona protectora Monte Alto tiene 924 hectáreas. (FAO, s.f)

Hoy día a Hojanca se le considera en Costa Rica como "el cantón forestal", debido a su gran desarrollo en establecimiento, manejo y aprovechamiento de plantaciones forestales. Asimismo, goza de gran prestigio nacional por la buena participación y coordinación de las instituciones del cantón en actividades productivas y de conservación. Hojanca se destaca por ser líder en el cultivo de café en toda la zona guanacasteca. Además, el cantón de es galardonado con la Bandera Azul ecológica como resultado de su limpieza y es el único cantón en Guanacaste que ha recibido el honor. (FAO, s.f)

Figura 8. Bosque de Hojanca.



Fuente: Periódico Mensaje 2021

4.2.4 Datos generales del cantón

El nivel de alfabetismo del cantón es del 96,5%, con una escolaridad promedio de 7,2 años. (INEC 2022).

Hojancha es el único cantón del país que no reportó asesinatos durante esos más de 14 años. Además, ostenta los niveles de criminalidad más bajos del país. El secreto es una buena coordinación institucional, una política de recuperación de parques, no tener hacimientos poblacionales y registrar pocas diferencias en el desarrollo de sus distritos. (Periódico La Nación 2019)

4.2.5 La Zona Azul

Hojancha integra parte de las comunidades y de las 5 poblaciones a nivel mundial llamadas Zona Azul donde existen factores que coinciden en dichas poblaciones como la buena salud física y mental, tradición alimentaria saludable, respeto a la unión familiar, sólida fe y espiritualidad, movilidad constante y un propósito de vida (ICT, 2022).

Buettner definió las Zonas Azules como “un concepto del estilo de vida y el medio ambiente que produce longevidad. Son lugares donde las personas se trasladan caminando más que en carro, comen más plantas que carne en una dieta que incluye frijoles o granos como maíz, donde la familia es su razón de ser y es lo número uno. Tienen grupos de amigos con los que comparten hábitos saludables” (Buettner 2005).

Figura 9. Las 5 zonas azules del mundo.



Fuente: (Dan Buettner. La voz de Goicoechea 2005)

Hojancha es uno de los cinco cantones guanacastecos (Nicoya, Santa Cruz, Hojancha, Carrillo y Nandayure) que destacan a nivel mundial como una “zona azul”, por concentrar poblaciones con alta longevidad superior a los noventa y cien años. Este aspecto debe de considerarse de gran importancia como destino turístico para compartir con los turistas los buenos hábitos que hacen que la población de la zona tenga una excelente calidad de vida.

4.2.6 Desarrollo económico

En términos económicos, el cantón de Hojancha destaca por el comercio de recursos agrícolas como son el arroz, maíz, frijol, miel y frutas.

De acuerdo con el último censo del INEC en el 2011, el cantón de Hojancha reflejaba en el sector Primario el 32.7% de la población. Este grupo trabajaba en agricultura, ganadería y pesca. En el sector Secundario su fuerza laboral representaba el 12.5% es decir la industria manufacturera y construcción. En el sector terciario había un 54.8% de la población. Incluía: comercio y reparación, transporte y almacenamiento, hoteles y restaurantes, Intermediación financiera y de seguros, actividades profesionales y administrativas de apoyo, administración pública, enseñanza y salud, comunicación y otros servicios. (INEC 2011).

Cuadro 5. Censo por cantón 2011.

Cantón	Población en fuerza de trabajo	Hombres que participan en la fuerza de trabajo	Mujeres que participan en la fuerza de trabajo	Tasa de ocupación	Tasa de desempleo abierto	Porcentaje de población ocupada en el sector primario	Porcentaje de población ocupada en el sector secundario	Porcentaje de población ocupada en el sector terciario	Porcentaje de población ocupada en el sector privado	Porcentaje de población ocupada en el sector público
Guanacaste										
Liberia	23 728	14 842	8 886	49,5	4,8	8,4	13,0	78,6	79,2	20,8
Nicoya	16 887	11 321	5 566	42,1	3,6	16,9	14,5	68,6	80,0	20,0
Santa Cruz	19 791	12 776	7 015	45,4	4,4	12,2	10,9	76,9	82,6	17,4
Bagaces	6 442	4 807	1 635	44,1	3,8	29,2	12,6	58,2	79,3	20,7
Carrillo	12 646	8 644	4 002	43,9	5,6	13,3	16,0	70,6	88,6	11,4
Hojancha	2 416	1 781	635	42,8	2,2	32,7	12,5	54,8	83,4	16,6

Fuente: INEC 2011

4.2.7 Hidrografía

El sistema fluvial del cantón Hojancha corresponde a la vertiente del Pacífico, el cual pertenece a la cuenca de los ríos de la Península de Nicoya. El área es drenada por el río Ora, al que se le unen los ríos Lajas, Zapotal y Perros; lo mismos que por el Río Nosara y sus afluentes; así como por los ríos Blanco, Iguanita, Camarón, Cacao Mico, Matina, Momollejo, que se unen al río Morote. Los citados cursos de agua nacen en el cantón, en fila Maravilla y cerros aledaños a la misma, los cuales presentan diferentes rumbos. Los ríos Ora y Nosara desembocan el océano Pacífico y el Morote en el Golfo de Nicoya. Los ríos Perros, Ora, Blanco, Momollejo, y las quebradas Troja, Tres Quebradas, Lajones son límites cantonales; los tres primeros con Nandayure; y el otro, junto con las quebradas, con Nicoya. (Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), sf.)

4.2.8 Características demográficas

En el cuadro 6 para el año 2011 según Censo del INEC, Hojancha contaba con una población de aproximadamente 3500 habitantes. Para el 2022 ha crecido la población de Hojancha y según el Censo del INEC 2022, la población total del cantón es de 8,085 habitantes aproximadamente un 50% de población habita en el distrito de Hojancha.

Cuadro 6. Cantidad de habitantes de Hojancha 2022

Población total Hojancha cantón	8 085
Hojancha distrito	4 707
Monte Romo	724
Puerto Carrillo	1 893
Huacas	761
Hombres	Total de hombres
Hojancha cantón	4 168
Hojancha distrito	2 424
Monte Romo	373
Puerto Carrillo	972
Huacas	399

Mujeres	Total de mujeres
Hojancha cantón	3 917
Hojancha distrito	2 283
Monte Romo	351
Puerto Carrillo	921
Huacas	362

Fuente: Instituto de Estadística y Censo (INEC,2022)

4.2.9 Clima de Hojancha

El cantón de Hojancha posee las características climáticas propias de la cuenca media e inferior del río Tempisque. La distribución de la lluvia es irregular, alternándose una estación seca con una lluviosa. La estación seca es muy marcada para los meses diciembre, enero, febrero, marzo y abril, meses en los cuales el promedio de lluvia está por debajo de los 50 mm. La época lluviosa se extiende de mayo a noviembre, con máximos de lluvia durante los meses de junio (257,4 mm) y octubre (294,4 mm). En julio y agosto el cantón es afectado “veranillo de San Juan y la canícula”, periodos durante los cuales se presentan varios días o semanas secas consecutivos. La temperatura es alta y constante durante todo el año, el promedio anual es de 27.1°C Al igual que el resto de la región, la zona se ve afectada frecuentemente por el fenómeno El Niño que prolonga el periodo seco hasta por 8 meses, causando severas pérdidas en el campo agropecuario, energético, hídrico y pesquero. La temperatura aumenta ligeramente durante este evento. (Ministerio de Agricultura y Ganadería 2022).

Cuadro 7. Variables climáticas de Hojancha.

Variable	Rango
Temperatura promedio	27 C
Precipitación	2300-2800 mm
Horas luz promedio	11h 50m
Radiación solar promedio	6,7
Periodos secos /lluvia	De diciembre a abril meses secos

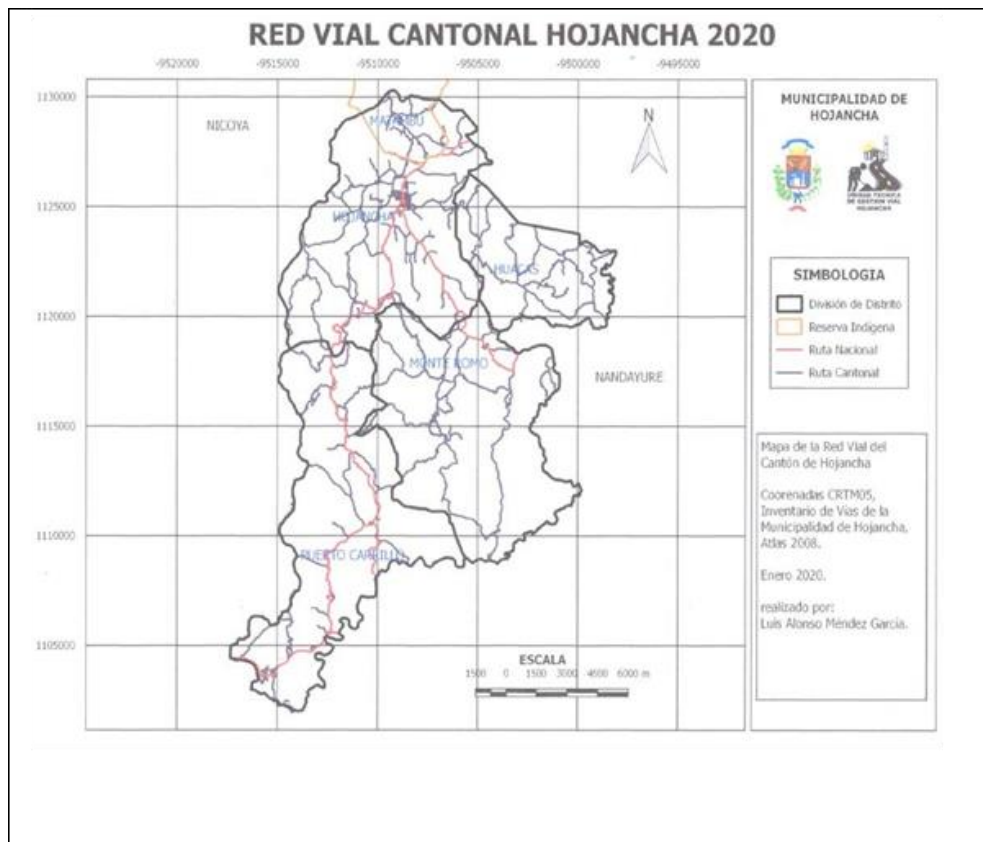
Fuente: Ministerio de Agricultura y ganadería 2022

4.2.10 División territorial administrativa

Hojancha procede del cantón Nicoya, establecido este último en ley N.º 36 del 7 de diciembre de 1848 pero de acuerdo con la ley No 4887, del 2 de noviembre de 1971, Hojancha se constituyó como cantón número once de la Provincia Guanacaste como cabecera se asignó la villa del mismo nombre. En la ley no se indicaron los distritos de este nuevo cantón. Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, sf.)

Como se puede apreciar en el cuadro número 8, Hojancha cuenta con una red vial bastante robusta tomando en cuenta que el 90% de las calles principales de los cantones están asfaltadas.

Cuadro 8. Red vial cantonal de Hojancha 2020.



Fuente: Municipalidad de Hojancha 2010

4.2.11 Zonas de vida

El cantón de Hojanca cuenta con dos zonas de vida; el Bosque Húmedo Tropical y el Bosque muy Húmedo Premontano. La vegetación del Bosque Húmedo Tropical está constituida por bosques relativamente altos y densos. La altura varía entre 30 a 40 metros. Es siempre verde, excepto en las zonas con largo periodo seco, donde es semicaducifolia. Las epífitas son abundantes, pero no en exceso. Para esta parte del país, el bosque húmedo tropical se presenta como una zona de vida en asociación atmosférica seca producido por un periodo seco más largo de lo común para la precipitación de este bioclima. Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, sf.)

El Bosque muy Húmedo Premontano es de estatura de mediana a alta, Los árboles del dosel generalmente son de 30 a 40 m de altura, con las copas redondas anchas y troncos relativamente cortos y lisos. Las gambas son comunes pero pequeñas (Ministerio de Agricultura y Ganadería 2022).

4.2.12 Uso del suelo

El uso del suelo en el cantón de Hojanca corresponde principalmente a la conservación (47%), seguida por el uso pecuario (38%), forestal (7,6%) y agrícola (2,1%). Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, sf.)

Cuadro 9. Uso de suelo en el cantón de Hojanca.

Actividad agropecuaria y forestal	Uso actual (Ha)
Agrícola	587
Pecuario	10.000
Forestal	2.000
Conservación	12.267
Otros usos	1.288
Total	26.142

Fuente: Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE)

Lo que se refiere al sistema de producción según el estudio del CATIE, predominan los cultivos de cítricos, café y granos básicos como frijol y maíz. También se destinan varias hectáreas para la ganadería. (CATIE 2012)

Cuadro 10. Sistema de producción predominante en el área de la Agencia de Extensión Agropecuaria.

Componentes del sistema productivo	Descripción del sistema
Cultivo de cítricos	Cultivo puro (monocultivo) predominante naranja dulce
Ganadería bovina	10.000 has pasturas, predominantemente, ganado para carne (80%)
Cultivo de café	Sistemas agroforestales, café arbolado
Cultivos anuales	Granos básicos para autoconsumo

Fuente: Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) 2012.

4.2.13 Propuesta de un modelo de agricultura conservacionista.

Hojancha ha adoptado el modelo de agricultura conservacionista con un enfoque que permite “producir conservando y conservar produciendo” según se aprecia en el informe redactado por del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG 2020) y su Dirección Nacional de Extensión Agropecuaria, la Agencia de Extensión Agropecuaria de Hojancha y las organizaciones de productores locales. (MAG 2020)

El cantón de Hojancha ha sufrido procesos de degradación de las tierras, erosión hídrica, pérdida de fertilidad del suelo y contaminación, entre otros. El uso inadecuado del suelo y el sistema de lluvias favorecen el asentamiento de esos procesos en forma severa y acelerada. Por ello es importante contar con un proceso de equilibrio con respecto a la gestión de la actividad agrícola y una práctica para la producción y el impacto sobre el medio ambiente. (MAG 2020).

El enfoque tradicional de la conservación de los suelos ha demostrada a través de los tiempos una insuficiencia para corregir y revertir los procesos de degradación. El desarrollo regenerativo es parte de la respuesta a dicha insuficiencia que podría se combinado con la

“Agricultura conservacionista, definido como la utilización adecuada de la tierra para los fines de producción, buscando aumentar la productividad para satisfacer las necesidades de la población, evitando, reduciendo y controlando los procesos por los cuales ella se degrada, a través del uso de tecnologías que sean capaces de cumplir con estos requisitos y adaptadas a los sistemas de producción locales” (MAG, 2020).

4.2.14 El sector forestal como parte del desarrollo integral del territorio.

Mientras tanto, el sector forestal ha logrado avances en la protección al bosque y el aprovechamiento forestal. Desde hace muchos años, los habitantes comprenden que los servicios ambientales que brinda el bosque, como la protección del agua, la belleza escénica son parte de una solución para el crecimiento comuna. Esto será un factor clave para el desarrollo turístico del cantón. (MAG 2020)

4.2.15 La organización comunitaria

El padre Vara fue el gran impulsor inicial de la organización comunitaria en Hojancha. Su concepción de desarrollo era comenzar de abajo hacia arriba, a partir de las necesidades sentidas. En colaboración con organismos externos se impulsaron acciones que fortalecieron la organización comunitaria. A lo largo de las últimas décadas han surgido organizaciones comunitarias locales como Coopepilangosta R.L. (1961), Asociación de Desarrollo Integral de Hojancha (1967), Cámara de Ganaderos (1985), CACH (1978), Cemprodeca (1989), FPRN-Monte Alto (1992), Aguadefor y Fundecodes (2000). Esta base organizativa local es bastante particular y exitosa dentro de la estructura de gobernanza del cantón, ya que representa el pilar de sustentación de los proyectos de desarrollo y conservación a nivel regional. A través de estas organizaciones, varios actores y líderes locales lograron capacitarse y especializarse en diferentes temas; además, se aumentó el grado de confianza e incidencia en programas, instituciones internas/externas (gestores, técnicos, académicos, etc.) y productores rurales, lo que redundó en proyectos con mejores y más duraderos resultados para la región (Campos et ál., 1992, Salazar, 2003, Vallejo et ál., 2006).

4.2.16 Otras actividades productivas asociadas

Apicultura

En 1978, el CACH inauguró un programa de fomento apícola como parte del plan de desarrollo integrado del cantón. Desde entonces, el programa ha estado a cargo del Departamento Apícola del CACH, el cual compra toda la producción (miel, polen y cera de abejas) de los apiarios de Hojancha y cantones vecinos de Nicoya y Nandayure. La miel se envasa en diferentes presentaciones y se comercializa con una marca propia: “Miel de Abeja La Pampa” (Revista Costa Rica, 2008).

Turismo

El turismo es una actividad socio-productiva incipiente en Hojancha y con muy poco desarrollo. A pesar de los recursos naturales y culturales con que se cuenta, tales como playas, montañas, ríos, tradiciones y costumbres, la actividad turística es básica. El área costera, donde se ubica Puerto Carrillo, es donde el desarrollo ha sido más acelerado. La cantidad de recursos naturales y la idiosincrasia de sus habitantes, es lo que inspira este trabajo y busca proponer una ruta turística con destinos de origen regenerativo que permitan el desarrollo del cantón.

Caficultura, ganadería y hortalizas

La actividad agropecuaria en Hojancha también ha seguido un desarrollo innovador. El cultivo del café de montaña con variedades criollas se inició en 1930 con los colonos que llegaron del Valle Central. En 1978, el Centro Agrícola Cantonal de Hojancha (CACH) incluyó en su Plan Operativo, el fomento del cultivo del café y la consolidación de Coopepilangosta R.L. (Revista de Costa Rica 2008). El CACH logró que el Icafé declarara la parte alta de la península de Nicoya como zona cafetalera, lo cual permitió la transferencia de tecnología y financiamiento por parte del Sistema Bancario Nacional. Se impulsó entonces la arborización de los cafetales, con el fin de mejorar las condiciones de sombra y el aporte de materia orgánica, la regulación de la temperatura y la protección de los suelos. Se redujo el uso de agroquímicos y se diversificó la producción con cultivos asociados al café como naranja, plátano, aguacate o especies maderables. Recientemente, Coopepilangosta R.L. ha logrado certificar 445 ha de café sostenible bajo el sello UTZ KAPEH. (CATIE, 2012).

En los años de 1970, la actividad ganadera sufrió una crisis, por lo tanto, el Centro Agrícola Cantonal de Hojancha propuso la adopción de la ganadería de doble propósito. “Se

introdujeron razas lecheras, principalmente Holstein, que al cruzarlas con el hato local darían animales con capacidad de producir carne y leche. En coordinación con el MAG se mejoró la alimentación del ganado y la genética del hato y se fortaleció la organización de productores. Las pasturas fueron cambiadas por pastos mejorados y se sembró caña de azúcar para alimentar al ganado en verano. Recientemente se han incorporado consideraciones ambientales para proteger el suelo, conservar el agua y salvaguardar diferentes especies de flora y fauna. La Cámara de Ganaderos de Hojancha cuenta con más de 100 afiliados (CATIE, 2012).

La producción de hortalizas es una de las actividades más recientes del CACH. Se ha apoyado el establecimiento de parcelas de chile dulce, tomate, cebolla, papa y otras hortalizas que mostraron buena adaptación. Actualmente 40 familias se dedican a la producción hortícola. (CATIE 2012)

4.2.17 Infraestructura básica de Hojancha

En este apartado describiremos el estado actual de las infraestructuras básicas con las que cuenta Hojancha. (Ministerio de Educación de Costa Rica (2013).

En cuanto a telefonía e internet, Matambú, en Hojancha, se convirtió en 2019 en el primer territorio indígena conectado del país. Además de servicios fijos de Internet y telefonía, dispone de telecomunicaciones móviles con tecnología 4G LTE. Las escuelas y colegios recibieron nuevos enlaces de conectividad mediante el Programa de Comunidades Conectadas; el ICE se encargó de instalar telefonía y acceso a internet de banda ancha en escuelas y colegios. (Ministerio de Educación de Costa Rica (2013).

Respecto a las carreteras debe señalarse que el territorio presenta unas características difíciles para la construcción de grandes carreteras, por ser una zona montañosa con múltiples obstáculos para salvar. Sin embargo, existe la Ruta Nacional Terciaria 902, es una ruta nacional de Costa Rica ubicada en la provincia de Guanacaste. Esta ruta atraviesa el cantón de Nandayure (los distritos de Carmona, Zapotal), el cantón de Hojancha (los distritos de Hojancha, Monte Romo). (Ministerio de Educación de Costa Rica (2013).

Las instituciones educativas son varias. Colegios públicos y privados. Las universidades públicas como la Universidad Nacional y la UCR, UNED también tiene sede en

el cantón. El CTP Colegio Técnico Profesional es gran impulsor del desarrollo del cantón. (Ministerio de Educación de Costa Rica (2013).

Hojancha cuenta con el único Centro de Salud la Clínica de Hojancha de la CCSS con servicio de urgencias y también ofrece servicio en consultorios privados. El hospital más cercano se encuentra ubicado en Nicoya. (Ministerio de Educación de Costa Rica (2013).

4.3 Diagnóstico y acciones participativas, que permitan orientar al sector público y privado en el desarrollo turístico del cantón de Hojancha.

4.3.1. Identificación de los recursos turísticos de la zona, para la creación de productos de turismo con enfoque regenerativo.

La importancia de identificar los recursos turísticos existentes es que nos permitirá crear productos turísticos con enfoque regenerativo que a su vez imprimirán dinamismo a la economía del cantón.

La actividad turística tiene un carácter multi sectorial dinámico con encadenamientos antes, durante y después de la prestación de servicios de turismo con el resto de la economía. Estos son particularmente importantes para un acercamiento integral al desarrollo de un país y del turismo en especial. El turismo contribuye en forma directa, indirecta e inducida a una serie de áreas de las economías como son las siguientes: El empleo, directo e indirecto. La inversión, en infraestructura general en zonas turísticas y específica como puede ser la hotelera que generalmente es la que se calcula, (y se expresa en muchos casos en número de habitaciones en el alojamiento) así como la de soporte entre otras la de transporte, incluyendo las comunicaciones y las telecomunicaciones (que se contabilizan separadamente pero que influyen en forma decisiva en la provisión de servicios turísticos.) De la inversión total, se puede intentar captar el porcentaje de la participación de la inversión pública y privada, así como extranjera directa, acumulada y en sus flujos, así como los pagos al capital en sus diversas modalidades. El turismo contribuye a los ingresos en forma de contribuciones diversas e impuestos directos, indirectos, así como inducidos: los impuestos y derechos específicos al turismo, los impuestos sobre la renta de los empleados en el sector, los que se les imponen a las empresas, los impuestos al capital y a los beneficios deduciendo la

depreciación y los subsidios o exenciones que a veces pueden ser importantes. (CEPAL 2001)

4.3.2 Recursos turísticos identificados en Hojancha

1. Puerto Carrillo: Con arena clara y mar turquesa, la playa de Puerto Carrillo es una de las más cómodas para visitar. A lo largo de la costa, hay palmeras con mesas y sillas y el carro se puede dejar justamente al lado de la playa porque ahí no más está la carretera.
2. Territorio de Matambú: La población indígena Chorotega cuenta con artesanías de calidad, se puede degustar el delicioso chicheme y disfrutar de las bellezas naturales como cascadas y caminatas por senderos en las montañas.
3. Jardín Botánico Hojancha: Está ubicado detrás de las instalaciones de la red de cuido y cuenta con senderos que muestra el jardín. Es perfecto para disfrutar del aire puro en medio del casco urbano. Ahí podrá ver una enorme cantidad de plantas nativas.
4. La poza de Santa Marta: Sin duda es una de las pozas más grandes del cantón ubicada en Monte Romo.
5. Reserva Monte Alto: Reserva biológica con diversidad de flora y fauna. Hay un albergue con senderos, salón de conferencias y comedor. Anualmente es visitado por más 1.800 personas.
6. Las pilas de Pilangosta: La comunidad de Pilangosta tiene un río que va corriendo y va formando pilas, de ahí el nombre del pueblo.
7. Área protegida privada Dos Cascadas, Salto El Calvo: Esta es la catarata más alta de Centroamérica, en San Isidro de Hojancha, 14 km al sur del centro del cantón. A lo lejos se puede observar ver la inmensidad del Salto del Calvo, dos imponentes caídas de agua separadas entre sí por 175 mts, las cuales miden 350 y 300 metros de altura, según la medición de un topógrafo en el año 2004. Al sitio se puede ir en caballo o caminando.

8. Refugio nacional de vida silvestre Camaronal, ubicado en territorios de Hojancha y Nandayure
9. Corredor biológico Hojancha – Nandayure: El Corredor Biológico Hojancha-Nandayure se ubica en la parte central de la Península de Nicoya, abarcando el 25% del área del cantón de Hojancha y el 75% del área de Nandayure. Se caracteriza por su variedad en ecosistemas: Bosque de galería en los márgenes de los ríos y quebradas principales, grandes extensiones de bosque secundario en las laderas de las serranías, reductos de bosques primarios intervenidos que conservan la estructura original y variedad de especies. (SINAC s.f.)
10. Bosque Modelo Chorotega: El Bosque Modelo Chorotega comprende un área superior a las 500,000 hectáreas, correspondiendo al 10% del área total de Costa Rica. Está compuesto por cinco cantones de la provincia de Guanacaste: Hojancha, Nicoya, Nandayure, Santa Cruz y Carrillo. Además, abarca tres distritos pertenecientes al cantón central de Puntarenas: Cóbano, Lepanto y Paquera. Dentro de este territorio se encuentra la comunidad indígena Matambú, única representación existente del pueblo indígena Chorotega. (Red Internacional de Bosques Modelo RIBM 2022)
11. Mirador Monte Romo: de donde se puede apreciar el Golfo de Nicoya.
12. Ríos Oro, Lajas, Zapotal, Nosara, Brujo, Perros y Blanco.

4.3.3 Propuesta de una ruta turística con bienes y servicios con emprendimientos locales.

Como se ha indicado anteriormente, Hojancha cuenta con inmensos atractivos naturales para ofrecer a sus visitantes. Sin embargo, desde el punto de vista de infraestructura vial y de logística falta mucho por desarrollar. Si se desea integrar a todo el cantón como una opción para desarrollar un destino turístico se requerirá de una Cámara de Turismo o Asociación de empresarios turísticos que en conjunto con el ICT impulsen dicho plan cantonal. Tal y como lo hicieron en la Zona de los Santos con el programa de Gestión Integral de Destinos Turísticos, lanzado por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) para

fortalecer las capacidades locales y diversificar los productos que se ofrecen a los visitantes nacionales y extranjeros en la Zona de los Santos. (ICT 2016)

4.3.4 ¿Cómo promocionar Hojancha en el sector turismo?

Como menciona el CATIE (2012) en su artículo La experiencia forestal de Hojancha:, “Hojancha se debe promocionar como un cantón donde el desarrollo se da en armonía con la naturaleza: un cantón verde. Se debe seguir un enfoque de turismo rural sostenible que garantice la sostenibilidad de la biodiversidad y, a la vez, que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de la población”. (CATIE 2012).

4.3.5 ¿Por qué incentivar el turismo?

Como se indicó antes, los encadenamientos generados por el sector turismo confirman lo esencial que es para nuestro país mantener condiciones adecuadas tanto para los visitantes internacionales como para los nacionales.

La propuesta de enfoque regenerativo aplicado al turismo en el cantón de Hojancha, Costa Rica, busca promover prácticas de agricultura regenerativa y tours que expliquen la importancia de la regeneración de los suelos, tanto en fincas con huertas orgánicas (que ya existen) como en fincas de naranjas, café y chocolate, creando de esta manera una plataforma pionera en la gestión de negocios regenerativos.

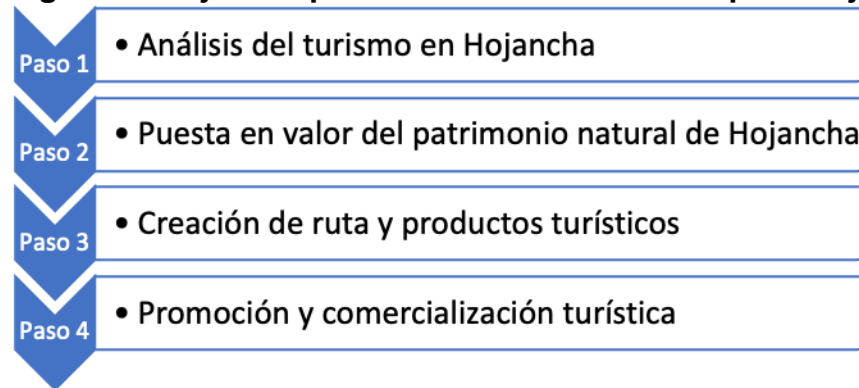
La dinámica que ha vivido el cantón de Hojancha podría desarrollar de una amplia gama de productos turísticos, principalmente por su diversidad ecológica, cultural y variedad de atractivos. Sin lugar a duda podría ofrecerse el ecoturismo, la observación de aves, la aventura, el turismo rural y el cultural. De igual forma, la tradición y calidad de la producción de maíz de la zona, así como su riqueza histórica indígena. También puede ofrecer diferentes rutas logrando que el turista de Guanacaste disfrute de otros productos y escenarios que no sean únicamente, la playa.

Previamente se ha realizado una evaluación con la cual se ha obtenido un diagnóstico del estado en el que se encuentra el sector de turismo en Hojancha y luego se definieron los objetivos del plan y las estrategias para alcanzar dichos objetivos, brindando

recomendaciones a los agentes públicos y privados implicados en el desarrollo e implementación de este plan.

El Plan de desarrollo turístico en Hojancha se estructura en 4 ejes:

Figura 10. Ejes del plan de desarrollo turístico para Hojancha.



Fuente: elaboración propia.

La naturaleza, las reservas biológicas, el paisaje, la fauna, la flora y su gente son claramente los principales atractivos turísticos de Hojancha. La visitación llegaría atraída por estos factores. Por ello, se debe de planificar y gestionar de una forma correcta desde el principio. Además, el plan sitúa la preservación del patrimonio natural creando productos turísticos, ligados al turismo con enfoque regenerativo y al ecoturismo (equipamiento de miradores de observación de fauna y flora, fotografía de naturaleza, interpretación del paisaje y la geología).

El proyecto pretende proteger los recursos naturales del territorio, crear contenido interpretativo de los elementos del patrimonio natural, cultural y etnográfico - controlar los flujos turísticos y la capacidad de acogida.

4.3.6 Desarrollar el modelo de turismo con enfoque regenerativo

Los objetivos generales del plan para desarrollar un modelo turísticos en Hojancha son:

Desarrollar un destino turístico con enfoque regenerativo

- i. Crear un plan estratégico para el desarrollo del cantón.
- ii. Crear un plan de acción de mitigación del impacto del cambio climático

iii. Diseñar una ruta turística con servicios que pueden brindar proveedores locales.

i. Plan estratégico

Dado el posicionamiento que tiene Costa Rica a nivel internacional, Hojancha se dirige a un turista exigente, tanto en términos de calidad como de variedad, interesados por la naturaleza, cultura y tradición. Por ello, aprovechando sus inicios en este ámbito, el turismo debe verse como una herramienta para avanzar apoyando la educación ambiental y el enfoque regenerativo. El turista podrá hacer uso responsable de los elementos naturales que se le brindan y contribuir a su preservación.

Algunas estrategias específicas que acompañarían este plan son:

- ✓ Apoyar y fortalecer la marca identificativa de Hojancha como destino para el desarrollo de actividades de turismo con enfoque regenerativo.
- ✓ Búsqueda de mercados cercanos de distritos y cantones limítrofes, fomentando el desarrollo de acuerdos y convenios con otras comunidades para incrementar el desarrollo del sector.
- ✓ Fomentar la presencia de los servicios de turismo que ofrece Hojancha en ferias y exposiciones a nivel nacional e internacional.
- ✓ Dar a conocer las rutas turísticas a las agencias y tour operadoras nacionales a través de un *Fam Trip* (o viaje de familiarización) para que los que venden los paquetes turísticos vayan a conocer las maravillas que ofrece el cantón, sus alrededores y puedan promoverlo en el extranjero.
- ✓ Dar a conocer, a través de medios de comunicación nacional, la ruta turística para que los costarricenses visiten el cantón y vacacionen en otros lugares que no sea solo la playa.
- ✓ Aumentar la eficacia y eficiencia de la gestión por parte de las instituciones implicadas.
- ✓ Aumentar la cantidad de información relacionada con el mercado turístico y el impacto económico del sector de turismo para que los habitantes de Hojancha participen más activamente en este proyecto.
- ✓ Obtener fondos de inversión pública, privada y ONGs en el sector de turismo para este cantón.

Con lo anterior se pretende

- Provocar cambios en las actitudes a nivel político y técnico, así como de los agentes privados implicados en el sector.
- Implicar a todos los agentes públicos y privados del sector en la propuesta, desarrollo, y seguimientos de los proyectos a largo plazo.
- Orientar y ordenar el desarrollo del sector del turismo activo bajo unas premisas de calidad, sostenibilidad y con enfoque regenerativo.

4.3.7 ¿Qué es el marketing mix y las 4 P del marketing?

En 1960, E. Jerome Macarthy, profesor de contabilidad en la Universidad Estatal de Michigan, introdujo por primera vez el concepto de marketing mix y las 4 P del marketing en su libro Basic Marketing: A Managerial Approach.

En este mismo explicaba cuáles son los cuatro elementos básicos que permiten explicar de una manera integral el funcionamiento del marketing: el producto, el precio, el punto de venta y la promoción. Estos cuatro conceptos se engloban dentro del denominado marketing mix, el cual permite crear estrategias eficientes para lanzar un nuevo producto al mercado.

Se refieren al mix de mercado como la combinación adecuada de publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas que la empresa utiliza para alcanzar sus objetivos publicitarios del marketing. (Ibáñez, 2017, p.32)

A pesar de la importancia del marketing mix o mezcla de mercadeo, en el último informe de Managing digital marketing 2020, elaborado por Smart Insights, el 41% de las empresas no tienen definida de manera clara una estrategia de marketing.

Figura 11. Marketing mix y sus componentes.



Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detallan estos elementos y se explican cómo serán empleados en el plan estratégico de Hojanca.

Precio: En la organización del operador turístico, uno de los aspectos fundamentales que debe tener en cuenta es la fase de cálculo del precio del tour y el acuerdo con la contraparte sobre el precio del paquete de servicios.

Entre los principales factores que influyen en el nivel de precios de los servicios turísticos se encuentran los siguientes:

Factores externos: La relación entre la oferta y la demanda. El nivel y la dinámica de los precios de la competencia. La regulación gubernamental tanto de la economía en general como del sector turístico en particular. Los consumidores, su capacidad de pago, intereses, hábitos y gustos.

Por el contrario, los factores internos inciden de otra manera: Analizar la demanda y los costes a diferentes precios. Se elige el nivel de precios que produce el mayor beneficio. La posición de liderazgo en el mercado contribuye a aumentar la cuota de mercado. En este caso como appena estamos empezando se considera que los precios que se fijan sean lo más bajo posible. Los precios bajos crean demanda. Brindar la más alta calidad de servicio, lo que

requiere personal altamente cualificado. La cobertura en publicidad, ventas personales, promoción de ventas, etc.

La tabla de precios anteriormente expuesta llevó un largo análisis previo a su configuración. Se tomó en cuenta la competencia, los destinos de playa cercanos, la larga distancia para llegar a Hojanca, los precios de mercado de tours parecidos a estos en el resto del país. Se analizó la infraestructura de cada prestador del servicio, las capacitaciones que tienen en turismo, las certificaciones necesarias para cumplir con las políticas gubernamentales etc.

También analizamos varias interrogantes: ¿Qué valor tiene el producto para el cliente? ¿Existen unos precios estándar establecidos o fuertemente asumidos por los consumidores para nuestro producto o para productos similares? Bajando el precio del producto, ¿lograremos realmente conseguir ventaja competitiva en el mercado

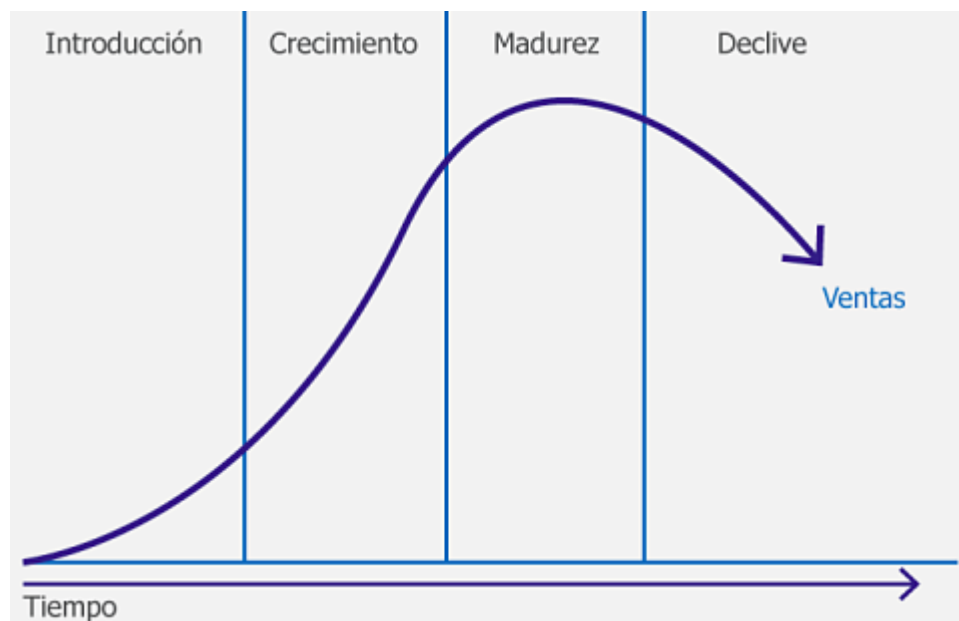
Plaza: Esta se refiere a los lugares donde venderemos nuestro producto y a los canales de distribución. A mayor cantidad de sitios donde el consumidor pueda encontrar lo que ofrecemos, mayor cantidad de ventas. Pero en este caso en particular como es una visita presencial es en un único lugar donde venderemos nuestros servicios. También nos hicimos varias preguntas para poder determinar la plaza: ¿Qué debemos analizar para llevar a cabo una buena distribución? Variables como: • Dónde se van a comprar nuestros productos o servicios. • Transporte. • Tiempos de la operación. • Costos • Canales que más me conviene utilizar: venta directa, distribuidores, tiendas online, ferias etc.

Producto: es el valor tangible o intangible, es decir, del servicio, idea, etc., con el que una empresa pretende satisfacer las necesidades de sus potenciales clientes. En Hojanca las fincas, las huertas, la cultural el paisaje, la idiosincrasia son parte de los productos que se pueden ofrecer. Hojanca como cantón es una propuesta de valor, pero debe crearse una estrategia empresarial. La ruta cultural de Hojanca (destino cantón, varios tours y no solo el nuestro) es un producto de servicios que tiene una modalidad guiada que debería ser desarrollada a través de una Cámara de Turismo de Hojanca que incluye un guía bilingüe y transporte.

Las rutas se encuentran en la primera fase Introducción que incluye la conceptualización, estructura y diseño. Están constituidas por: a) comunidad local, b) recursos histórico-culturales, socioeconómicos y naturales, c) atractivos periféricos adicionales, d) guías especializados, e) medios de transporte y comunicación, f) servicio de almuerzo.

Tal y como se presenta en la figura 5 un producto o servicio pasa por un ciclo que comprende la Introducción del producto o servicio, un Crecimiento en el tiempo donde alcanzará su Madurez y si no nos cercioramos de entregar valor habrá un Declive.

Figura 12. Ciclo de vida de un producto.



Fuente: elaboración propia

Hojancha como cantón, está en capacidad de ofrecer varios servicios turísticos. En cada distrito existen varias opciones para llevar a los turistas. La experiencia nos señala que cada día se podrían desarrollar hasta 3 actividades. Sin embargo, la Cámara de Turismo de Hojanca deberá crear varias rutas turísticas cantonales y promoverla a través de las agencias o tur operadoras con la ayuda del gobierno local y el ICT.

Promoción: En este punto del proceso nos encargaremos de decirle a la gente que existimos y por qué le conviene adquirir nuestro producto. La labor de la publicidad es dar a

conocer un producto o un servicio en un mercado determinado. • La promoción nos ayudará a acelerar el proceso de venta.

4.3.8 Plan de Mercadeo

Desarrollo y posicionamiento de la marca

Identificar un servicio o producto está directamente relacionado con la marca. Elementos como símbolos, diseños, y/o textos forman parte de su definición.

Figura 13. Logotipo de Hojantours.



Fuente: elaboración propia

Promoción

Al ser un servicio diferenciado no solo por sus rutas sino también por su manejo de bajo impacto ambiental, los tours se darán a conocer a los clientes finales a través de varios formatos, incluidos panfletos impresos y digitales, sitio web, correos electrónicos, y giras a conferencias turísticas tradicionales y sostenibles.

Un ejemplo de estas son las que organizan el Consejo de Turismo Sostenible Global (GSTC por sus siglas en inglés - Global Sustainable Tourism Council).

Figura 14. Ejemplo de giras en España.

GSTC 2022 Sustainable Tourism Conference | Seville, Andalusia, Spain | 12-15 December 2022



Fuente: <https://www.gstccouncil.org/gstc2022sevilla/>

Publicidad

Además de tener un buen producto, debemos comercializarlo a través de los canales de distribución más adecuados. Para ello se realizarían campañas en servicios digitales como Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, así como en servicios tradicionales de radio y prensa. Gran parte del esfuerzo estaría enfocado en manejar los costos a un mínimo, colaborando con otros para que reportajes locales o especiales que se realicen incluyan la propuesta de Hojantours.

4.3.9 Implementación y desarrollo del plan estratégico.

Ámbito de aplicación:

El ámbito de aplicación del plan debe ser cantonal en función de las áreas que abarquen las líneas, programas y proyectos definidos en el mismo.

Participación de los agentes implicados:

Se deben de establecer los agentes implicados en el sector para así obtener un plan participativo, según las necesidades reales del sector, en el que la toma de decisiones sea

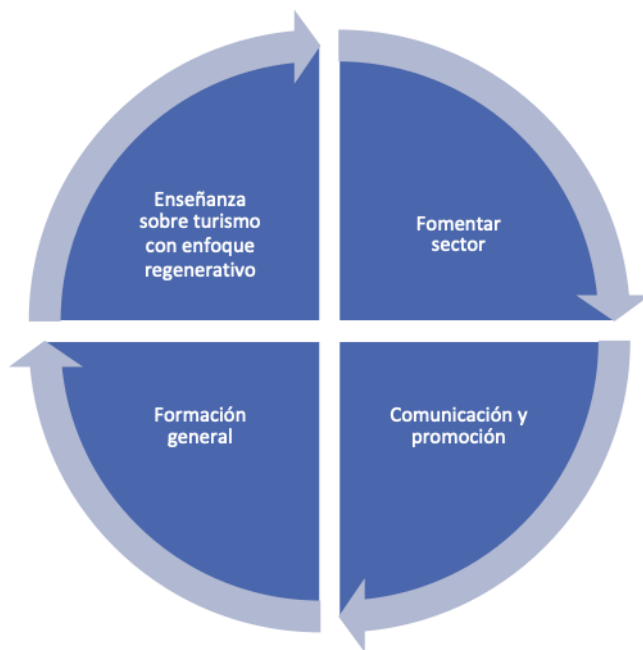
operativa y en el que se creen vínculos entre el sector público y el privado. Para lo cual se deben de crear mesas de trabajo que contenga participantes de los cinco distritos.

Como parte de la metodología de elaboración de este, se han realizado toda una serie de acciones encaminadas a obtener la participación de los ciudadanos tales como encuestas y entrevistas a una muestra importante de los habitantes de Hojancha. Se repartieron 400 encuestas vía digital con una aplicación que se llama Survey Monkey.

Las líneas estratégicas o directrices esenciales para este plan son:

1. Fomentar el sector
2. Comunicación y promoción
3. Formación general
4. Enseñanza sobre turismo con enfoque regenerativo

Figura 15. Líneas estratégicas del plan.



Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 11. Desarrollo de las líneas estratégicas.

Línea	Programa	Proyecto	Indicadores de seguimiento
Fomento del sector	Creación de una marca identificativa del turismo en Hojancha	Fomentar Marca Cantón en conjunto con la Municipalidad	Marca creada y registrada
		Crear un catálogo de actividades, productos y servicios turísticos del cantón	Nº de nuevas actividades/productos creados y puestos en marcha
	Creación de nuevos productos	Participar en ferias y eventos regionales, nacionales e internacionales	Nº de ferias y/o eventos a los que se ha acudido
		Elaborar guías, folletos y campañas de promoción del sector.	Nº de guías y/o folletos editados
		Elaboración de una Web propia del sector.	Web creada y puesta en funcionamiento.
Comunicación y Promoción	Interrelaciones	Crear Red de contactos con comercializadoras y demandantes de este tipo de turismo.	Red creada y contactos existentes
	Publicidad	En conjunto con el CTP, elaborar folletos interactivos.	Folletos diseñados y publicados
	Promoción, difusión y comunicación on line	Fomentar Presencia del sector en las principales redes sociales	Redes sociales, número de usuarios y seguidores
		Elaboración de folletos interactivos.	Folletos diseñados y publicados
		Elaboración de un catálogo virtual de productos del sector.	Catálogo diseñado y publicado
		Elaboración de un catálogo virtual de productos del sector.	Consultas y/o visitas al catálogo

		Creación de la Cámara de Turismo de Hojanca	Cámara creada e inscrita
		Brindar capacitaciones para formar profesionales del sector	Nº de acciones formativas programadas y ofertadas
		Enseñar a los proveedores turísticos las técnicas de guiado	Nº de acciones formativas programadas y ofertadas
		Enseñar a los proveedores turísticos las técnicas de guiado	Nº de participantes en las actividades formativas
		Enseñar a los proveedores turísticos las técnicas de guiado	Planes formativos diseñados y publicados
	Difusión y trabajo en equipo	En conjunto con las universidades que están en la zona, impartir clases de inglés gratuitas	Nº de clases programadas
Formación	Plan de Formación Profesional del Turismo	Creación de una Red de Empresas y Profesionales del turismo	Red de empresas y profesionales creada
		Creación de una Red de Empresas y Profesionales del turismo	Nº de participantes en la red
		Crear brochures, catálogos que contenga información sobre desarrollo regenerativo	Brochures diseñados y publicados
		Llevar a profesionales en el tema para que impartan algunos talleres	Nº de acciones formativas programadas y ofertadas
		Llevar a profesionales en el tema para que	Nº de participantes en las actividades formativas

		impartan algunos talleres	
	Apoyo al sector empresarial del turismo de Hojanca	Evaluar el conocimiento sobre el tema	Nº de evaluados
Enseñanza sobre turismo con enfoque regenerativo	Capacitación al sector sobre desarrollo regenerativo	Incluir en la ruta turística solo a aquellos proveedores que hayan asistido a los talleres	Nº de participantes aprobados

Fuente: elaboración propia.

4.3.10 Plan de seguimiento

El Plan de Seguimiento es la planificación constituida como sistema de medición del avance de las líneas estratégicas hacia la optimización del sector del turismo, los programas y proyectos de actuaciones a lo largo de un determinado periodo de tiempo” (Gobierno de Cantabria, 2019).

Con ello queremos medir a través de indicadores la eficiencia de este plan estratégico. Este seguimiento es muy importante porque “garantiza que cualquier irregularidad se detecte y corrija a tiempo, lo que permite reducir al mínimo los efectos perjudiciales para el proyecto. Para que resulte verdaderamente eficaz, debe realizarse de forma abierta con una amplia participación de los interesados.

4.3.11 Órganos de seguimiento

Los órganos responsables del seguimiento serán los representantes de la Cámara de Turismo de Hojanca, Gobierno local y proveedores incluidos en el circuito. Además, representantes privados del sector: empresarios del sector, profesionales, etc.

4.3.12 Indicadores

Los indicadores de gestión en proyectos tienen un papel fundamental para el control y mejoramiento de los resultados y representan un hito en el cumplimiento de los objetivos y el logro del alcance del proyecto. Tal y como lo menciona (Todorović et al., 2014), uno de los principales problemas para la gestión del conocimiento en el entorno de proyecto es el pobre

análisis de éxito de los proyectos y la falta de adecuada documentación sobre los resultados de los proyectos anteriores. Resultados que fundamentalmente pueden obtenerse a través de un buen sistema de indicadores de rendimiento. En particular, se habla por ejemplo de la implementación de la metodología de Balanced Scorecard (BSC) en los proyectos al menos desde 2012; partiendo de la importancia de indicadores clave de rendimiento como las medidas que se deben calcular en la ejecución del proyecto (Kazi et al., 2012; Puentes & Guevara, 2015).

4.4 Resultados del presente estudio

En el presente trabajo se han analizado los resultados de forma cuantitativa y cualitativa. En las encuestas los datos cuantitativos, proceden de preguntas cerradas que se convierten en un valor numéricos.

Las respuestas cualitativas nos revelan información detallada acerca de lo que sienten los pobladores. Pueden expresarse mejor y de una manera más abierta. Lo mismo sucede con los datos recabados en las entrevistas.

A través de la plataforma SurveyMonkey y su distribución fue a través de la plataforma Whatsapp. Se recolectaron alrededor de 400 respuestas y las mismas fueron tabuladas y graficadas para ser presentadas en los anexos. Este estudio cuantitativo recaba las percepciones de los habitantes de Hojanca hacia el turismo y otros temas, como, por ejemplo, la situación económica actual, las capacidades de las instituciones para formar a profesionales. Se creó en idioma español. En el anexo # 3 se adjunta el cuestionario elaborado para realizar las encuestas.

El número de cuestionarios válidos ha sido de 360, de un total de 400. Sus edades oscilan entre 18 y 99 años. El trabajo de campo se ha desarrollado en los 5 distritos del cantón: Matambú, Carillo, Hojanca, Monte Romo con el fin de captar la mejor muestra. De estas 400 personas el 68% son mujeres y el 32% son hombres. No indican su edad.

Para la tabulación y análisis de la información obtenida, se utilizaron métodos y técnicas estadísticas y matemáticas que ayudan a obtener conclusiones formales, científicamente comprobadas.

En el cuadro 15 se puede observar un resumen o la ficha técnica de la investigación.

Cuadro 12. Ficha técnica de la investigación.

Población objetivo	Residentes del cantón de Hojancha
Número de población	400 habitantes
Ambito temporal	Julio a Septiembre 2022
Método de captación	Encuesta digital
Procedimiento	Muestreo aleatorio simple
Nivel de confianza	95%
Error muestral	5%
Cuestionarios validados	360

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en los siguientes gráficos los datos cuantitativos, proceden de preguntas cerradas y los cualitativos de preguntas abiertas. En términos generales, es muy interesante observar que por ejemplo en la pregunta 3 y según entrevistas realizadas los pobladores indican que los elementos que hacen que no se sienta cómodo(a) en su comunidad es la poca oferta de trabajo con un 66%.

También podemos deducir de los resultados que el 37% de la población opina que la situación de empleo se puede mejorar a través del turismo. Y que si unen empresa privada, gobierno local y emprendedores el 48% cree que tendrán turismo. Esto ratifica el potencial de la zona como ya se ha explicado. Los mismos pobladores le ven gran potencial saben que cuentan con los elementos necesarios, es cuestión de unir esfuerzos.

Por último, creo oportuno analizar las respuestas a la pregunta número 10 de la encuesta donde la población manifiesta claramente que aún no cuentan con una ruta turística porque consideran que no hay fondos, que falta organizarse y falta liderazgo.

De estos resultados se sustenta la recomendación de crear una cámara de turismo o asociación de turismo con líderes locales y emprendedores que impulsen un proyecto cantón como este. El potencial existe.

Figura 16. Género de los encuestados

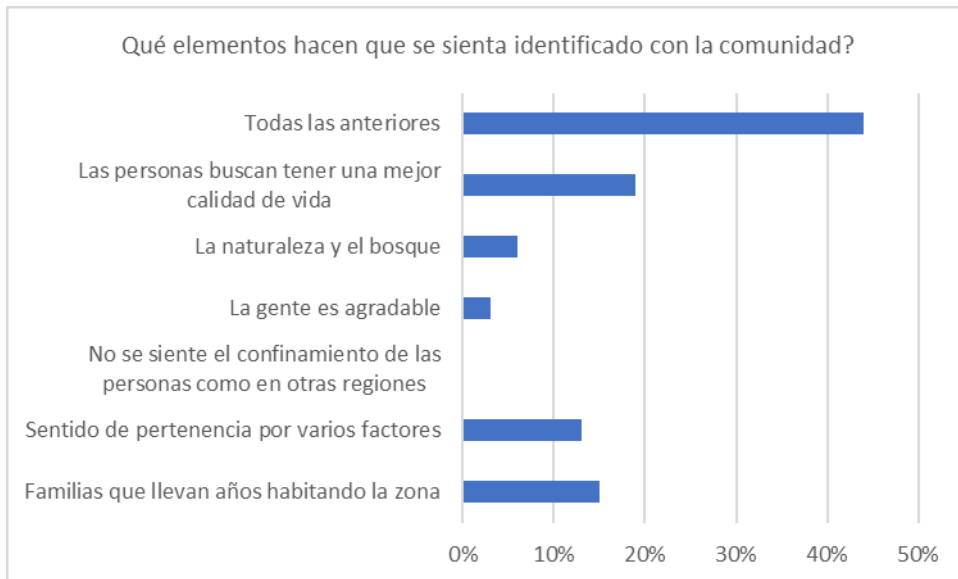


Fuente: elaboración propia

Del 100% de la población que contestó las encuestas de manera aleatoria el 68% eran mujeres.

Figura 17. Elementos que haga que los lugareños se sientan identificados con su comunidad.

Familias que llevan años habitando la zona	15%
Sentido de pertenencia por varios factores	13%
No se siente el confinamiento de las personas como en otras regiones	0%
La gente es agradable	3%
La naturaleza y el bosque	6%
Las personas buscan tener una mejor calidad de vida	19%
Todas las anteriores	44%



Fuente: elaboración propia.

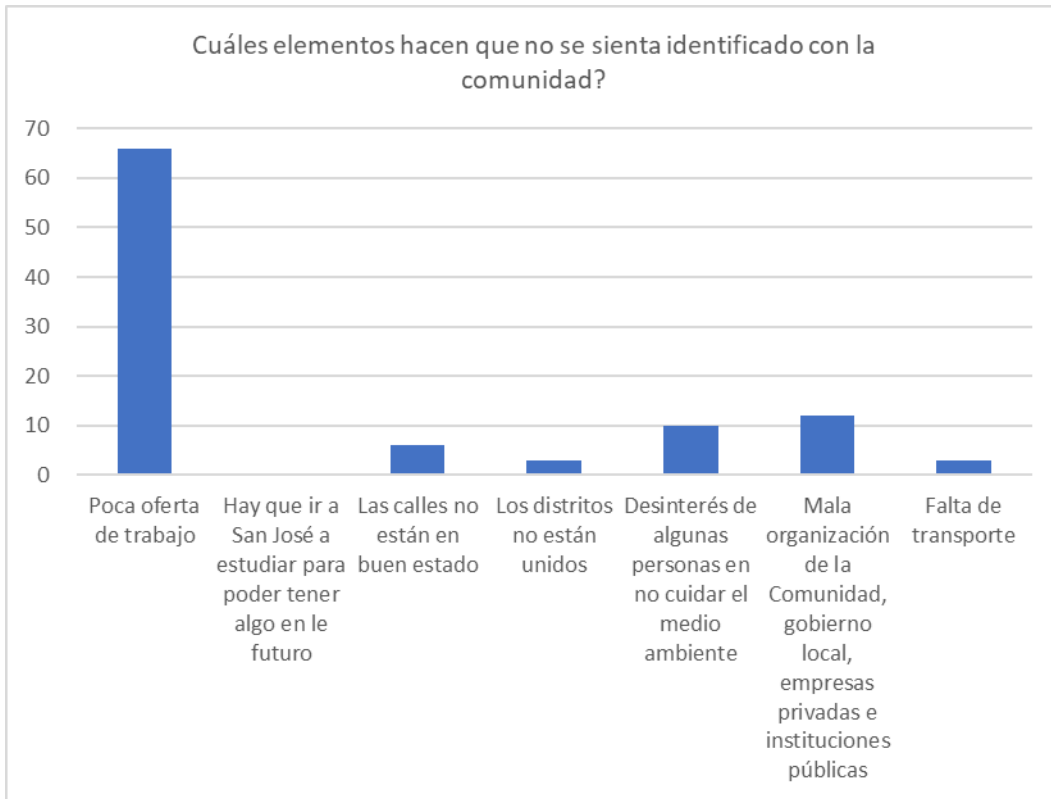
Interpretación:

Es claro que los habitantes de Hojancha se sienten identificados con su comunidad por múltiples razones y ahí están fundamentados algunos pilares del desarrollo regenerativo como que los habitantes buscan una mejor calidad de vida y que no sienten confinamiento como en otras zonas del país por ejemplo los que habitamos en San José.

Figura 18. Elementos que hacen que no se sientan cómodos en su comunidad.

Poca oferta de trabajo	66
Hay que ir a San José a estudiar para poder tener algo en el futuro	0
Las calles no están en buen estado	6
Los distritos no están unidos	3
Desinterés de algunas personas en no cuidar el medio ambiente	10
Mala organización de la Comunidad, gobierno local, empresas privadas e instituciones públicas	12
Falta de transporte	3

Fuente: elaboración propia



Fuente: elaboración propia

Interpretación

Este gráfico es interesante porque además de la escasa oferta de trabajo los ciudadanos perciben desinterés de algunos en no cuidar del medio ambiente y de nuevo, parece que en sus venas llevan la importancia de cuidarnos y al medio ambiente como lo promueve el desarrollo regenerativo. Por otro lado, en diferentes ocasiones tiene claro que entre instituciones están desorganizados pero este factor es muy fácil de arreglar con la voluntad de todos.

Figura 19. Perspectiva del empleo.



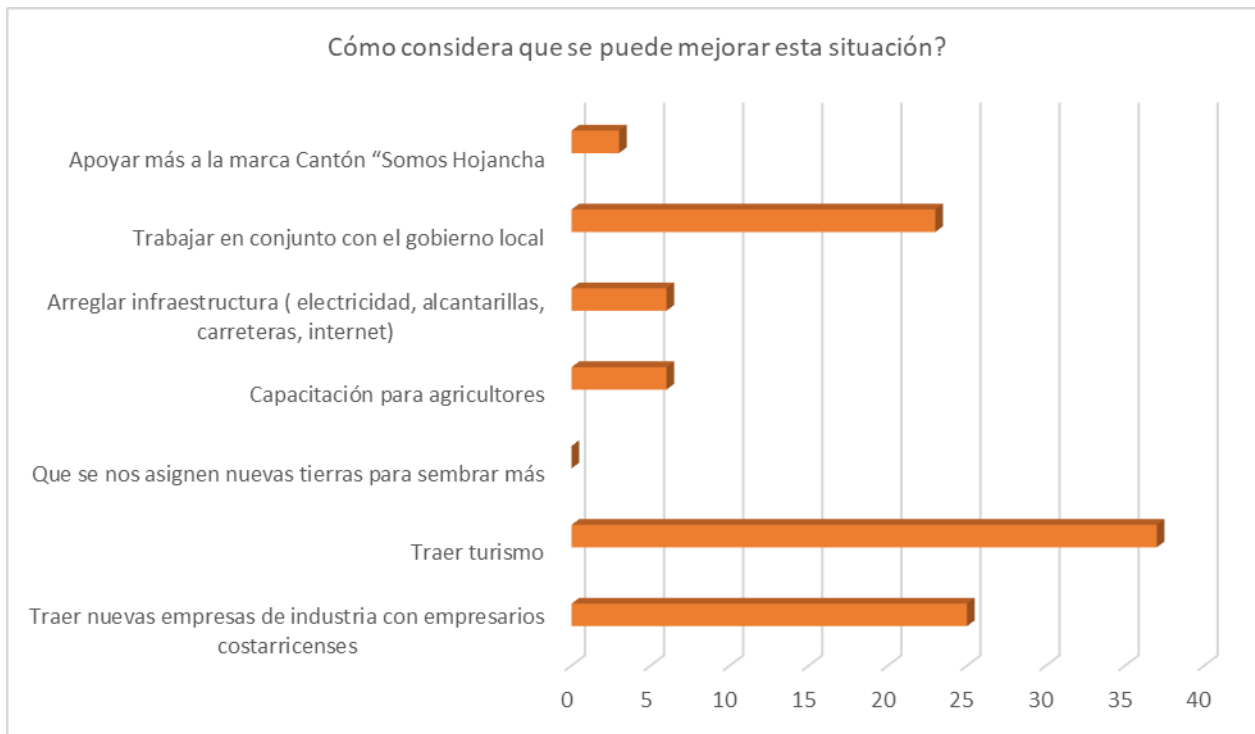
Fuente: elaboración propia.

Interpretación:

Acá es muy claro que 91 personas de cada 100 consideran que la falta de empleo es un problema para la comunidad.

Figura 20. Punto de vista de cómo mejorar la situación en Hojancha.

Traer nuevas empresas de industria con empresarios costarricenses	25
Traer turismo	37
Que se nos asignen nuevas tierras para sembrar más	0
Capacitación para agricultores	6
Arreglar infraestructura (electricidad, alcantarillas, carreteras, internet)	6
Trabajar en conjunto con el gobierno local	23
Apoyar más a la marca Cantón "Somos Hojancha"	3



Fuente: elaboración propia.

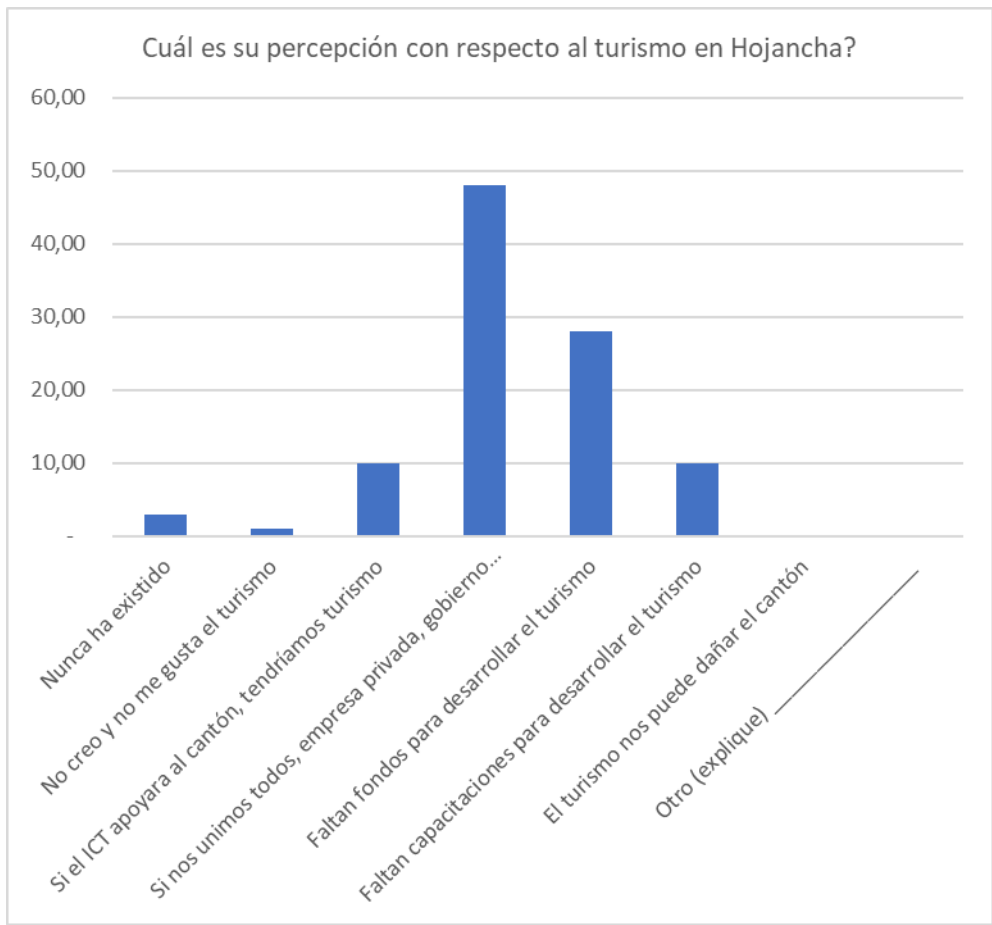
Interpretación:

Esta gráfica nos ayuda a comprender la percepción de las personas en cuanto a mejorar el tema del empleo en el cantón. La mayoría cree que traer turismo puede rendir beneficios y que atraer nuevas empresas de industria con capital costarricense también es una buena elección.

Figura 21. Percepción sobre el turismo.

Nunca ha existido	3,00
No creo y no me gusta el turismo	1,00
Si el ICT apoyara al cantón, tendríamos turismo	10,00

Si nos unimos todos, empresa privada, gobierno local y emprendedores tendremos turismo	48,00
Faltan fondos para desarrollar el turismo	28,00
Faltan capacitaciones para desarrollar el turismo	10,00
El turismo nos puede dañar el cantón	-
Otro (explique) _____	-

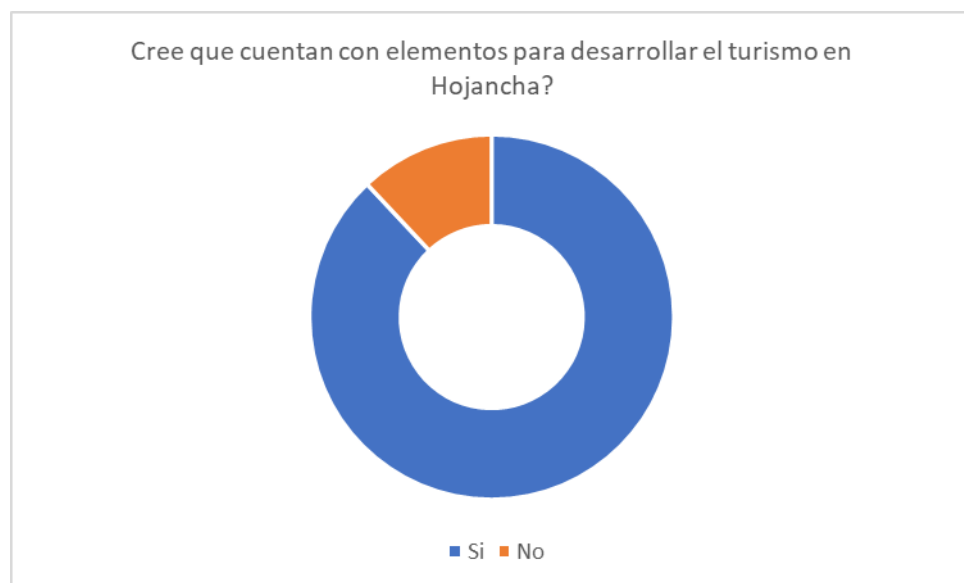


Fuente: elaboración propia.

Interpretación:

Es interesante ver la opinión de los encuestados. De nuevo opinan que de unirse todas las instituciones el 48% cree que pueden tener turismo pero que faltan fondos para desarrollar este proyecto cantón.

Figura 22. Cree que existen elementos para desarrollar el turismo.



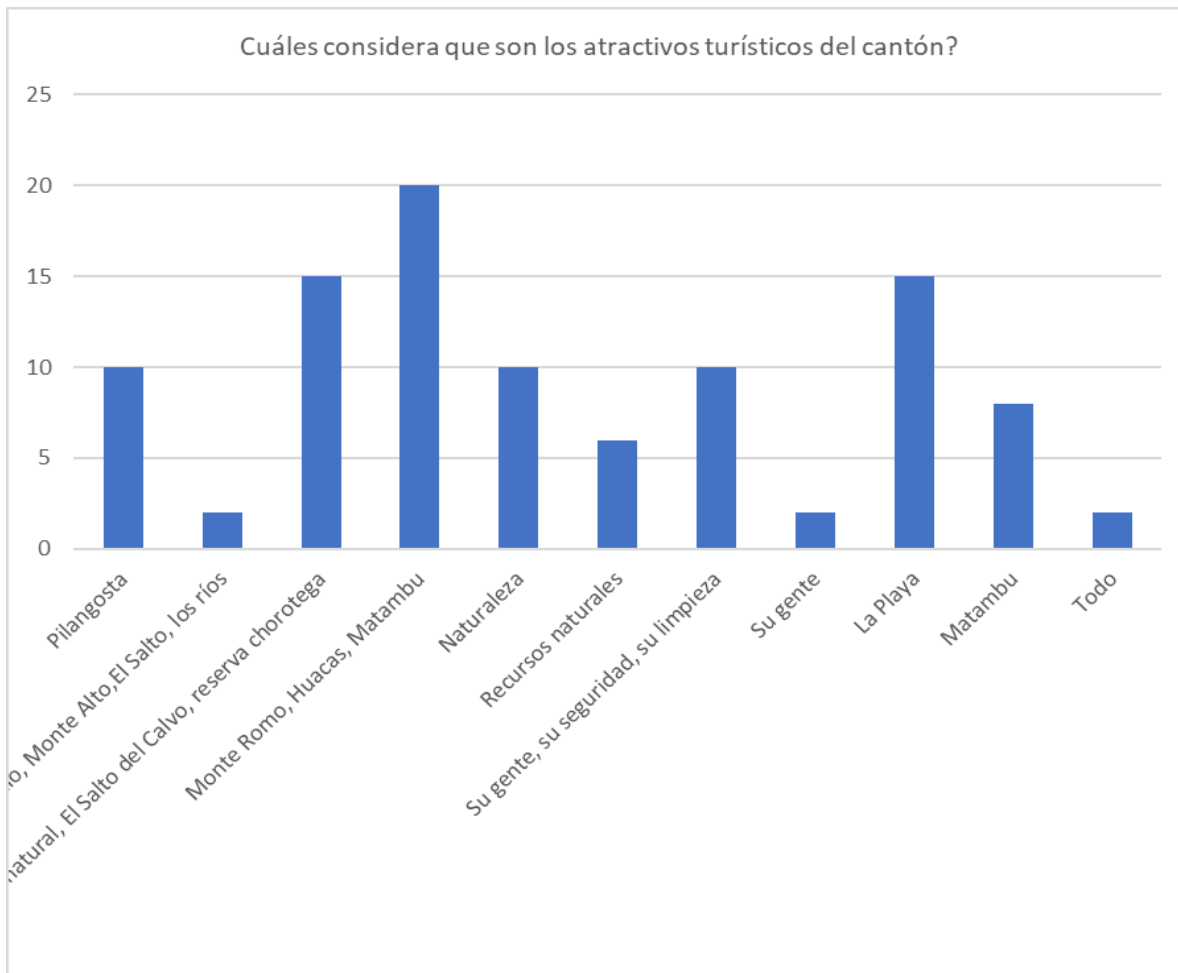
Fuente: elaboración propia.

En este caso el 88% de la población si cree que cuentan con elementos para desarrollar esta actividad.

Figura 23. Atractivos turísticos.

Pilangosta	10
Playa Carillo, Monte Alto, El Salto, los ríos	2
La reserva natural, El Salto del Calvo, reserva chorotega	15
Monte Romo, Huacas, Matambu	20
Naturaleza	10
Recursos naturales	6

Su gente, su seguridad, su limpieza	10
Su gente	2
La Playa	15
Matambu	8
Todo	2



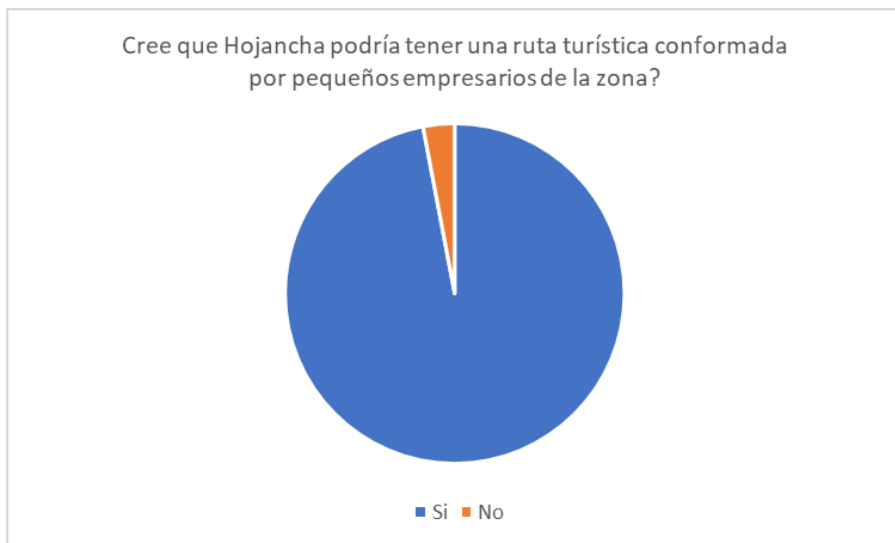
Fuente: elaboración propia.

Interpretación:

Son muy variadas las opiniones sobre los atractivos turísticos del cantón, lo cual nos muestra que se podrían desarrollar varias rutas turísticas incluyendo la unión de este cantón con los vecinos. Los Hojancheños no solo ven la playa como un destino, sino también las

montañas, los boques, su gente, su historia y descendencia Chorotega, otros distritos como Huacas y Monte Romo.

Figura 24 Creencia sobre una ruta turística.



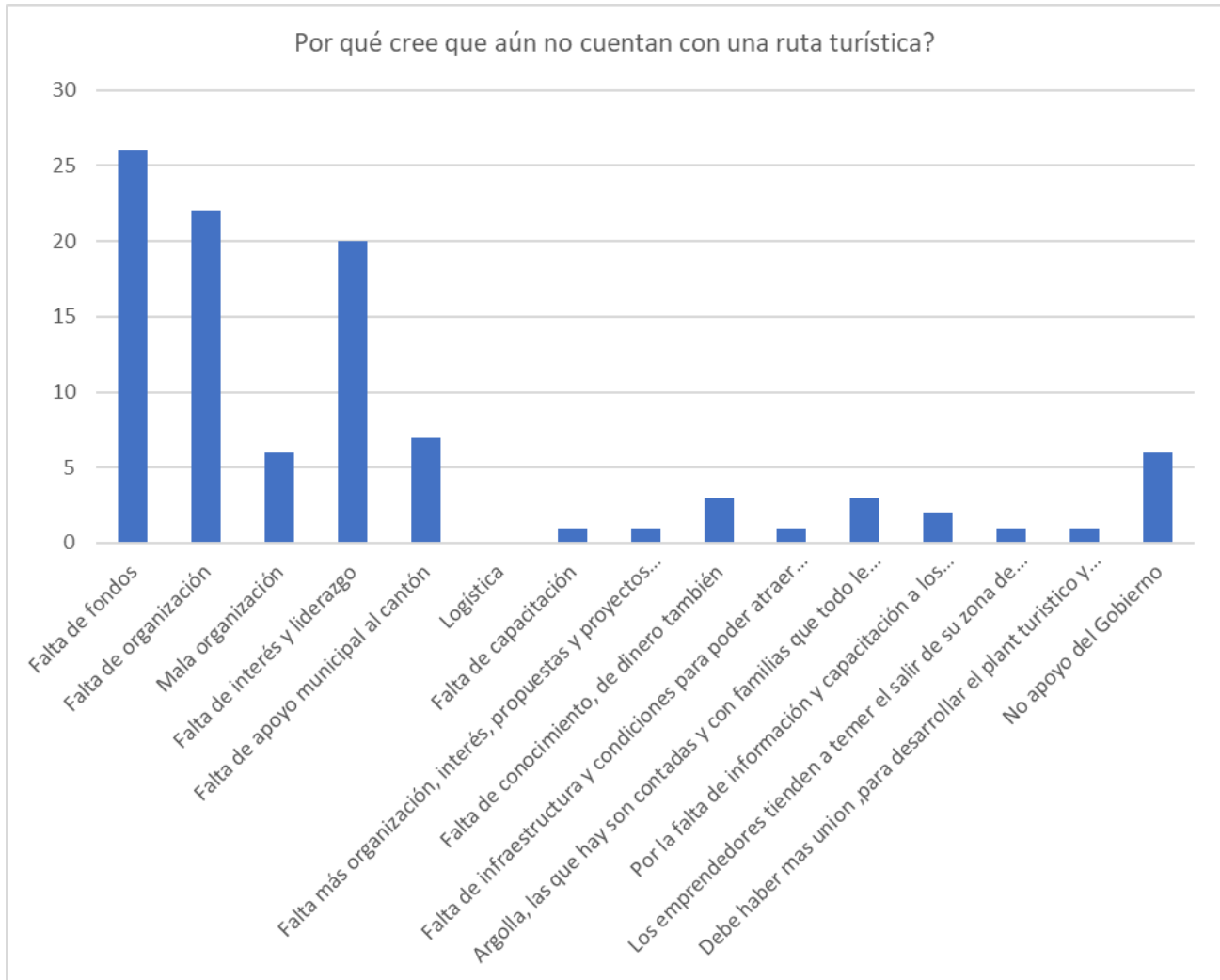
Interpretación:

Es muy bonito apreciar en esta respuesta que los habitantes de Hojancha en un 97% sí creen en una ruta turística conformada por empresarios de la zona. Ratifican el potencial.

Figura 25. Por qué cree que aún no cuentan con una turística

Falta de fondos	26
Falta de organización	22
Mala organización	6
Falta de interés y liderazgo	20
Falta de apoyo municipal al cantón	7
Logística	0
Falta de capacitación	1

Falta más organización, interés, propuestas y proyectos concretos	1
Falta de conocimiento, de dinero también	3
Falta de infraestructura y condiciones para poder atraer turistas	1
Argolla, las que hay son contadas y con familias que todo le quieren para ellos	3
Por la falta de información y capacitación a los emprendedores	2
Los emprendedores tienden a temer el salir de su zona de confort	1
Debe haber más unión para desarrollar el plan turístico y traer más turistas que conozca el cantón y sus lugares aledaños	1
No apoyo del Gobierno	6



Fuente: elaboración propia.

Interpretación:

De este gráfico podemos inferir que los Hojancheños en su mayoría creen que aún no cuentan con una ruta turística por 3 grandes razones: falta de fondos, de interés y de liderazgo.

4.5 Propuesta de la ruta turística con bienes y servicios de emprendimientos locales

Tour de Un día: Frutos de la tierra

A continuación, se expone de manera detallada esta ruta turística conformada por proveedores que en este momento están listos para recibir el turismo al 100%. Las demás

rutas turísticas deberán ser desarrolladas y trabajar de manera comunitaria en su infraestructura.

Para diseñar esta ruta turística se adoptaron una serie de medidas que fomentan el turismo con enfoque regenerativo con baja capacidad de carga de manera que genere una mayor atención y creación de momentos únicos hacia el participante.

El turismo regenerativo se enfoca en una visión holística, ecológica del mundo y mantiene un enfoque integrado (aspectos sociales, culturales, ambientales, económicos, políticos y espirituales), entre los beneficios se encuentran: utilizar modelos de sistemas completos a través de la comprensión de relaciones de sistemas vivos, seres humanos y la naturaleza, quienes evolucionan; genera capacidades y el sentido de compartir; enfoca los recursos primarios y aspectos de la vida para producir tecnologías y resguardo; desarrolla el sentido de identidad de la comunidad; usa las particularidades del lugar como parámetros para determinar el tipo de ingeniería y soluciones de diseño apropiadas al lugar e involucrar a los actores sociales en los procesos de planeación (Teruel, 2018).

Las visitas guiadas en términos generales toman en cuenta los siguientes aspectos:

Un objetivo inicial de 15 personas por grupo como máximo. De este modo, aparte de evitar la formación de grandes grupos, se reducirá contaminación acústica y se establece una relación más directa y personal entre nuestros guías turísticos y los visitantes.

- Se recomienda utilizar fuentes de agua públicas para aminorar el uso de agua embotellada
- Respetar el descanso de los vecinos, no usar grandes transportes públicos.
- Mitigar la huella de carbono que dejan los viajeros.
- Incluir restaurantes, artesanos, locales, artistas o guías locales.

Se fomenta entre los y las trabajadores, colaboradores y clientes la adopción de prácticas saludables en sus desplazamientos. Así, las rutas se realizan a pie, excepto cuando es necesario trasladarse a otro distrito.

Se sugiere hacer el menor uso posible de plásticos desechables y la correcta eliminación de residuos, recomendando que se depositen en el contenedor adecuado para el fomento de su reciclaje y evitando que su destino final sea un vertedero. Se anima a reducir, reutilizar y en última instancia, reciclar concienciándolos del tiempo que tarda un residuo en degradarse.

Se fomenta la protección de entorno natural que nos rodea, por ello esta ruta adopta una ruta de senderismo cultural respetuoso con el medioambiente, sin transitar por suelos naturales no seguros y que no estén habilitados para el paso de personas y siendo a la misma vez conscientes de que es el ser humano el que a mayor velocidad está modificando la distribución espacial y el funcionamiento de los ecosistemas.

Tratamos de no dejar huella, que todo lo que se lleven, productos o experiencias, no causen impacto negativo en el destino. Reconocer cómo está gestionado el destino y las infraestructuras que lo componen (centro histórico, monumentos, edificios, transportes, viviendas, espacios públicos, entre otros) para que las visitas no supongan una alteración en la vida local. Además, contribuimos a la conservación de los atractivos turísticos, respetando las normas y los accesos diseñados para su preservación y protección.

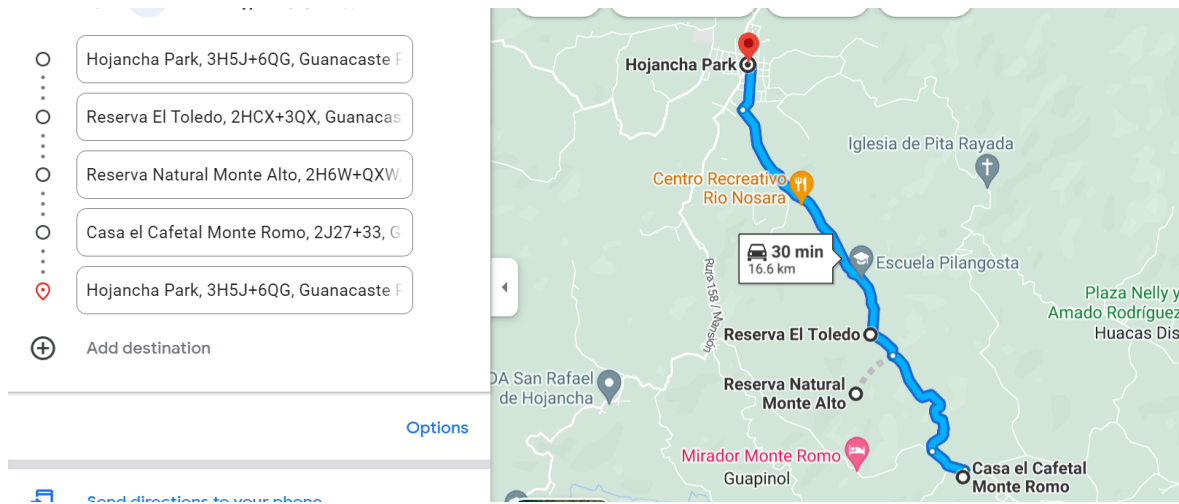
Figura 26 Tour Frutos de la tierra.



Fuente: elaboración propia.

La ruta que nos habla sobre Hojancha y su conexión a su ambiente es, sin duda, Frutos de la Tierra. Diseñada alrededor de las principales reservas naturales, El Toledo y Monte Alto, incluyendo una de las huertas regenerativas mejor implementadas en la zona, El Ojoche, todas nos dirigen a dar a gracias por los frutos de la tierra.

Figura 27. Ruta turística Frutos de la Tierra.



Tierras que alguna vez fueron erosionadas por los cultivos y manejos monotipicos de una epoca han sido restauradas para mitigar y compensar lo pasado y lo futuro, mostrando como es posible lograr un balance entre naturaleza

Descripción del tour

Punto de encuentro: parque de Hojancha

El parque es uno de los más frescos de la provincia de Guanacaste y cuenta con amplias zonas verdes para el disfrute de la familia. Su boulevard, lleno de árboles y hermosas luminarias, hace una conexión entre el parque y el templo católico, un espacio ideal que permite a la población compartir y conversar. El parque se encuentra rodeado de un ‘anillo verde’ que le confiere gran calidad medioambiental.

Figura 28. Parque de Hojancha.



Fuente: idsiluminación

Además, es poseedor de un rico patrimonio cultural que incluye la Iglesia Católica fundada en 1925 y su anfiteatro donde hoy se celebran los acontecimientos sociales del cantón, entre ellos la feria del agricultor. La primera iglesia (1925) se encontraba ubicada donde se encuentra el actual templo. Años más tarde cuando los feligreses vieron que ya era muy pequeña, se unieron y cooperaron para construir una más amplia y dotarla de un hermoso altar en madera.

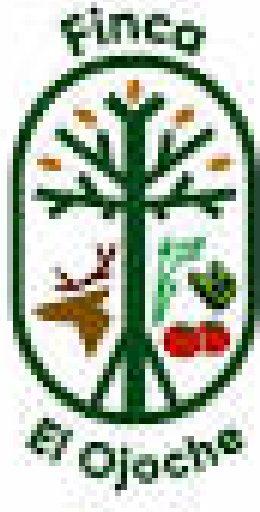
Figura 29. Iglesia católica de Hojancha.



Fuente: idsiluminación

Después de reunirse con su guía local y caminar por que Parque de Hojancha, se trasladarán hacia la finca El Ojoche ubicada en el distrito de Monte Romo a 8k del centro del cantón.

Figura 30. Logo finca El Ojoche



Fuente: Gustavo Moreno

La finca el Ojoche es una finca que entrega productos 100% orgánicos que utiliza técnicas de Agricultura Regenerativa donde se ofrecen vegetales libres de agroquímicos sintéticos. Ahí aprenderemos por qué los agricultores regenerativos suelen alterar el suelo lo menos posible. Renuncian a la labranza -el volteo y la preparación del suelo- porque altera la compleja red de biodiversidad de la tierra, y también evitan el uso de grandes dosis de pesticidas. Emplean rotaciones de cultivos y la aplicación de compost y estiércol animal, lo que restaura el microbioma del suelo para promover los nutrientes. Buscan una diversidad de cultivos, en lugar de monocultivos, y creen que los animales de pastoreo son vitales para mejorar la salud del suelo.

Figura 31. Fotografía de Pablo Ramírez y Gustavo Moreno.

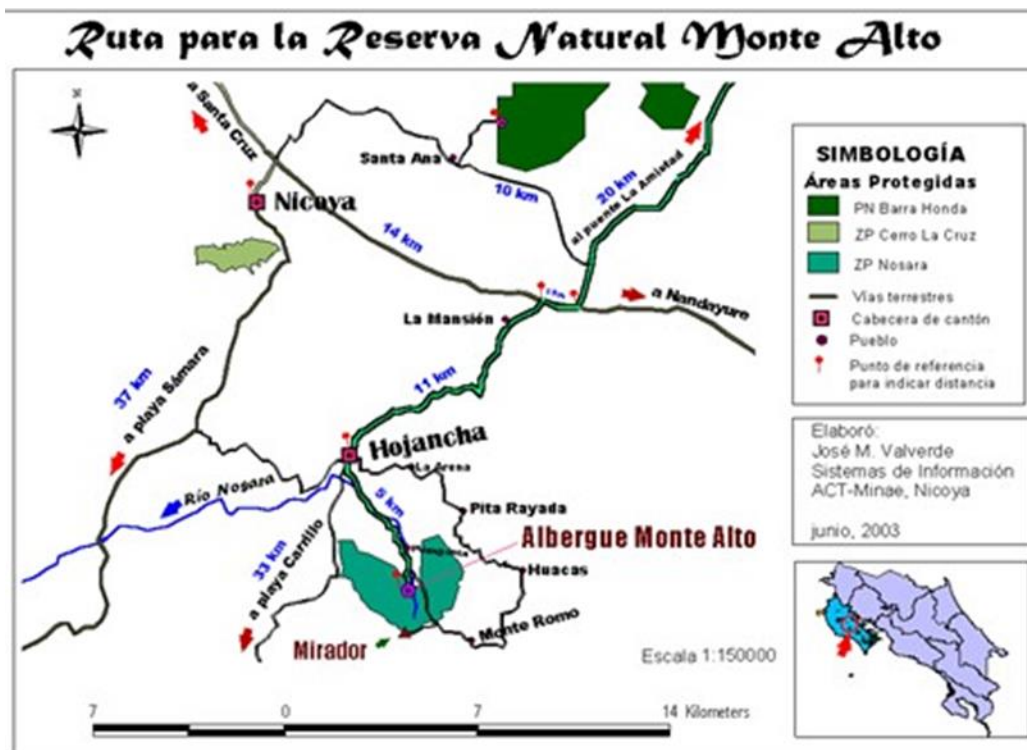


Fuente: Gustavo Moreno

El siguiente punto de visita será la Reserva Monte Alto situada en Hojancha y es zona protectora con una gran historia de la cual aprender. Una escasez de agua que atacaba a la comunidad en la década de los 90's los motivó a unirse. ¿La solución de aquella época? Reforestar y proteger el bosque alrededor del Río Nosara para volver a llevar agua a las comunidades. Hoy día, la Reserva forma parte de la Zona Protectora Monte Alto, que cuenta con 924 hectáreas protegidas. El bosque se clasifica como bosque húmedo tropical. La

reserva tiene cinco senderos. Uno de ellos se llama Las Orquídeas y, como su nombre lo indica, fue hecho para preservar este tipo de plantas. Según el SINAC, el área protegida alberga unas 74 especies de esta planta. Todos los senderos están debidamente demarcados. La condición física que exigen la mayoría es baja, y podrá apreciar la flora y fauna local. El guía dará amplia información sobre este hermoso destino turístico.

Figura 32. Mapa para llegar a reserva Monte Alto.



Fuente: SINAC

Los procesos y las prácticas para producción agrícola ganadera, descontroladamente, ocasionaron que esta área fuera objeto de deforestación y erosión que ocasionaron el agotamiento de las fuentes de agua para uso doméstico y riego a pequeña escala.

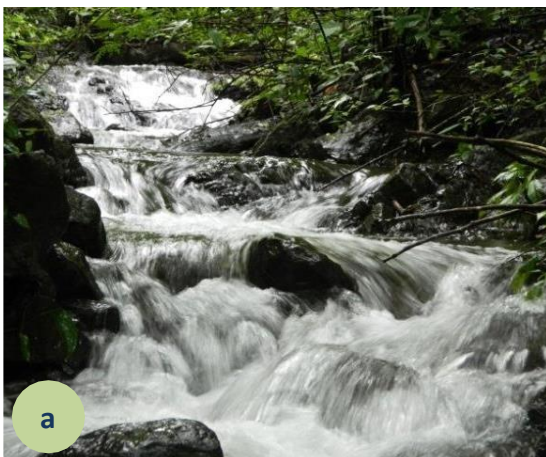
Figura 33. Río Nosara 1990



Fuente: SINAC

Hoy en día, el uso del recurso hídrico no solo favorece con el abastecimiento doméstico sino también con abrevaderos para la ganadería a lo largo del caudal del río Nosara y sus afluentes. Además, se crearon áreas de riego a pequeña escala para la producción agrícola y de plantas forrajeras para la actividad ganadera. El gran esfuerzo en materia de investigación, sobre todo a nivel de inventarios biológicos, propició que se encontraran especies muy valiosas, lo cual le dio realce y mayor importancia al área protegida.

Figura 34. Reserva Monte Alto. Quebrada en el sendero Las Orquídeas.



Fuente: SINAC

Pequeños gatos monteses y muchos otros animales deambulan por los matorrales y los científicos descubrieron especies de plantas aún desconocidas. Los amantes de las aves pueden estar interesados en saber que más de 200 especies de aves se encuentran en la reserva. Se pueden observar diferentes especies de aves como colibríes, tangaras, atrapamoscas, etcétera.

Figura 35. Ave:Trogón (*Trogon elegans*)



Fuente: SINAC

Por último, nos trasladaremos a El Toledo que es una reserva agroforestal con senderos y las pozas. En los años ochenta con la asesoría de la FAO, El CATIE y MINAE se creó un programa de recuperación de bosques en Hojancha. Aquellos son bosques riparios o bosque de protección de las riberas de los ríos. Los bosques de galería son agrupaciones arbóreas en las riberas de las corrientes de agua. Estos bosques son importantes en la conservación de diferentes especies y hábitats. Caminaremos por el bosque con el guía que nos contará la historia del Toledo y el esfuerzo que ha realizado Emel Rodríguez por recuperar los bosques del distrito de Pilangosta.

Emel nos comentará acerca de la vegetación de ribera, la multiplicidad de sus funciones que la convierte en un elemento clave para el buen estado ecológico de los ecosistemas. Por último, aprenderemos acerca del microclima en el medio ribereño, como consecuencia del control que ejerce la vegetación de ribera sobre las condiciones climáticas básicas (temperatura, luz, velocidad del viento y humedad). Entenderemos por qué el microclima ripario tiene una fuerte influencia sobre diversos procesos ecológicos como son la

regeneración y crecimiento de los vegetales, los ciclos de nutrientes, los mecanismos edáficos, o los hábitats faunísticos, si bien se trata de relaciones complejas y, en general, no lineales.

Figura 36. Fotografía de un bosque ripario.



Fuente: Municipalidad de Hojancha.

Bañado por las aguas del Río Nosara disfrutará del bienestar que brinda el bosque y la frescura que provee a sus visitantes. Emel Rodríguez es ingeniero forestal muy reconocido en el gremio y nos brindará información sobre el uso de plantas y árboles que encontraremos en el recorrido. Podremos disfrutar de unos minutos de silencio para conectarnos con los sonidos del bosque y lograr una experiencia inolvidable.

Figura 37. Reserva El Toledo.



Fuente: Emel Rodríguez

Al finalizar el recorrido podrá disfrutar de las frescas cascadas que se encuentran dentro de la Reserva El Toledo. Sus limpias y refrescantes aguas le harán sentir como nuevo.

Figura 38. Cascada en la Reserva El Toledo.



Fuente: Emel Rodríguez

Por último, degustaremos de un delicioso almuerzo criollo con comida típica costarricense preparado por el personal del Toledo. Es un almuerzo estilo bufé que ofrece 3 variedades de ensaladas, arroz, frijoles, 2 tipos de proteínas, fresco elaborado con frutas de la

zona, café y postre. Este lugar cuenta con las certificaciones de manipulación de alimentos que exige el Estado Costarricense. En su menú también se han tomado en cuenta alimentos libres de gluten. Celíacos y veganos podrán disfrutar de los alimentos en este lugar.

Figura 39. Almuerzo típico en el Toledo.



Fuente: Emel Rodríguez.

Cuadro 13. Resumen One day tour.

Hora	Actividad	Descripción
9:00am	Encuentro en el parque de Hojancha	Los turistas, el chofer y el guía se reúnen en el lugar
		Breve historia sobre Hojancha, el parque y el auditorio
9:15am	Salida hacia la finca regenerativa El Ojoche	Recorrido de 15 minutos en microbús contemplando el paisaje escénico
9:30am	Finca El Ojoche. Reunión con personeros de la finca, el grupo y el guía local	Bienvenida por parte de los dueños. Recorrido de 60 minutos aproximadamente en las huertas regenerativas.
		Explicación de los diferentes procesos regenerativos.

10:30am	Salida hacia la Reserva Monte Alto	Recorrido escénico en microbús desde Monte Romo.
10:40am	Inicio del recorrido por la Reserva	Recorrido de 60 minutos. Descripción de flora y fauna de la zona. Historia de Monte Alto y su aporte para regenerar el río Nosara
11:40am	Salida hacia Reserva y Bosque Ripario el Toledo	Recorrido escénico desde Monte Romo hacia Hojancha
12:00md	Almuerzo estilo Buffe en el Toledo	Bienvenida por parte del dueño
12:40pm	Recorrido por el Bosque El Toledo	Explicación e importancia de regenerar los bosques.
		Actividad Wellness dentro del bosque
		Pozas y Cataratas
2:30pm	Regreso al parque de Hojancha	Recorrido de 15 minutos en microbús contemplando el paisaje escénico
2:45pm	Despedida del grupo en el parque de Hojancha	

Fuente: elaboración propia.

La calidad y el precio de los servicios turísticos son indispensables para ofrecer mejores servicios frente a la competencia. Por esa razón para determinar el precio fueron consultadas varias tour operadoras con amplia experiencia en el mercado. Expertos en tarifas revisaron esta propuesta que les pareció acorde con el mercado. El precio para el turista es de \$72,61 USD e incluye el recorrido guiado la finca regenerativa El Ojoche y su infraestructura, así como la caminata guiada en la Reserva Biológica Monte Alto, el tour en el bosque ripario El Toledo con el ingreso a sus cataratas y pozas. Incluye el almuerzo.

- Periodicidad: Todos los días a las 9am
- Personal involucrado: 2

Estimación de costos y precio para el cliente

Este cuadro expone los costos para el tour operador de Hojancha que desee emprender el negocio. Para que el proyecto sea rentable deberá venderse con un mínimo de 8 pasajeros. El costo para el tour operador será de \$61.72. Si se agrega una ganancia de un 15% podrá venderlo en \$72.61 por persona. Con un grupo de 8 personas tendría una venta de \$493.76 y una ganancia por persona de \$10.89. Una ganancia total del tour de \$87.13.

Cuadro 14. Costos operativos

Componentes-Costos			
Rubro	Nominal	Total	P/pax
Transporte	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 18,75
Guía de turismo local	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 7,50
Desayuno	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Almuerzo	\$ 8,00	\$ 64,00	\$ 8,00
Cena	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Aporte mitigación footprint	\$ 0,47	\$ 3,76	\$ 0,47
Tour en el Ojoche	\$ 12,00	\$ 96,00	\$ 12,00
Entrada Monte Alto	\$ 3,00	\$ 24,00	\$ 3,00
Tour El Toledo	\$ 12,00	\$ 96,00	\$ 12,00
Otro	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total		\$ 493,76	\$ 61,72

Estimaciones	
Coeficiente de dilución:	8
Costo de producción:	\$ 61,72
Mark Up %:	15
Ecuación:	0,85
Utilidad por persona	\$ 10,89
Precio Rack	\$ 72,61
Utilidad grupal	\$ 87,13

Fuente: Elaboración Propia

4.6 Plan de implementación de la estrategia

La estrategia estará enfocada en difundir e incentivar el turismo sostenible y regenerativo del Cantón de Hojancha. Cabe mencionar que la estrategia, aunque de dirección comercial, también incluye beneficios para las comunidades, asegurando fuentes de trabajo no tradicionales e incluso creando el potencial de abrir nuevas plazas de empleo directo a través de la organización.

Para lograr nuestros objetivos utilizaremos una estrategia de enfoque y diferenciación.

Enfoque: Tomando en cuenta que el segmento meta busca ciertas comodidades que en este momento no se encuentran en todos los establecimientos que se visitaran, se incluirá capacitación a los proveedores locales que incluya un análisis para adecuar los lugares que se tienen predestinados como puntos de visita.

Así mismo, se trabajará de la mano con la municipalidad de Hojancha y otros, en los paquetes de difusión que apoyen a posicionar el lugar y la marca.

Diferenciación: El tema de turismo sostenible, o el ecoturismo y turismo regenerativo, depende de la capacidad de probar que las acciones de nuestro paso como turistas sobre una zona hagan el menor impacto posible. La ruta turística llevaría mediciones que apoyen en el proceso de diferenciación con otros tours, no solo regionales, sino también nacionales.

4.7 Ejemplos otras rutas turísticas que podrían brindar a futuro otros proveedores locales.

Ejemplo #1 Ruta Turística 1 – Mar a Cielo

Al diseñar la primera ruta turística se toma en consideración la oportunidad de demostrar que el Cantón de Hojancha es una referencia micro de lo que es Costa Rica, desde el mar hasta las montañas en un corto tiempo.

Figura 40. Ruta turística Mar a Cielo.

- Playa Puerto Carrillo, VG88+MRJ, Guanacaste
- Escuela de Lajas, XGVX+FGF, Centro
- Mirador Monte Romo, 2H2W+FX3, Unnan
- Ruta 902 / Hojanca, Provincia de Guana
- Monte Romo District, Guanacaste Provin
- Reserva Natural Monte Alto, 2H6W+QXW
- Reserva El Toledo, 2HCX+3QX, Guanacas
- Centro Recreativo Rio Nosara, 2HQQ+CR
- Hojanca Park, 3H5J+6QG, Guanacaste P



Fuente: elaboración propia

Esta ruta se enfoca en el tema del agua, punto neurálgico en el desarrollo del cantón y su éxito en como regenerar el ambiente para reparar daños causados en épocas anteriores, como es la recuperación del Rio Nosara que llego a secarse en los años 70's. Termina en Playa Carrillo, una de las playas menos impactadas por la construcción y el desarrollo, que se enfoca en la interacción de personas y el medio ambiente.

Figura 41. Playa Carrillo.



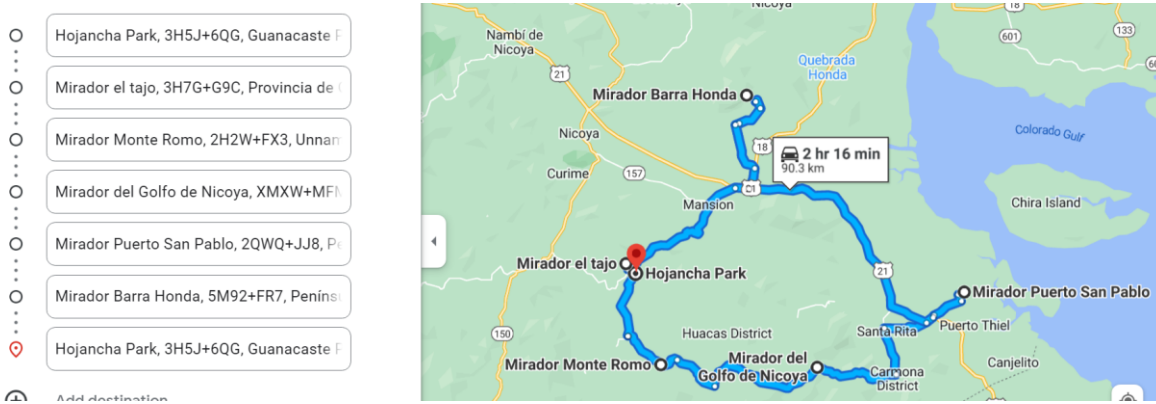
Fuente: <https://beachnearby.com/beach/playa-carrillo-puerto-carrillo-guanacaste-province>

Ejemplo #2 Ruta Turística 2 – Los Miradores

El Turismo Regenerativo requiere de la colaboración de actores que, a veces, están fuera del entorno geopolítico. Sin embargo, la naturaleza no se define en estos formatos y es

así como la colaboración con los cantones de Nicoya y Nandayure servirían como escenario perfecto para esta ruta denominada “Los Miradores”.

Figura 42. Ruta turística Los Miradores.



Fuente: elaboración propia.

El aprovechamiento de estos miradores establecidos desde hace años y cuidados por las comunidades que los rodean es parte integral del apoyo a las comunidades y su alto valor turístico que va más allá de las playas circundantes.

Figura 43. Mirador Reserva Natural Monte Romo

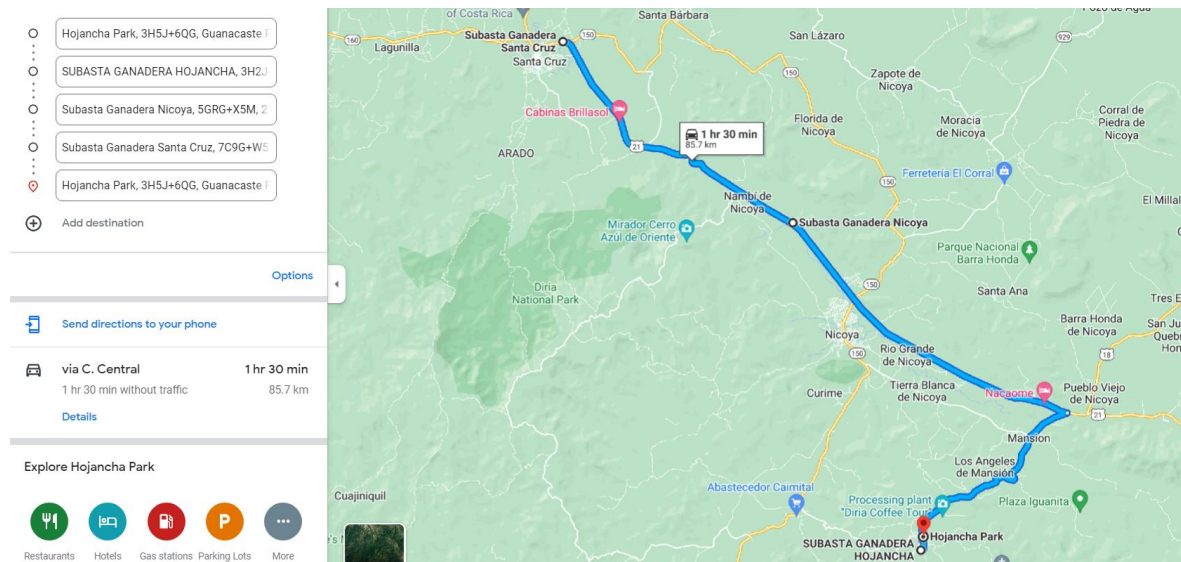


Fuente: <https://ms-my.facebook.com/lazonaazul.cr/posts/292545212618535/>

Ejemplo #3 Ruta Turística 3 – Las Subastas

Cuando se habla de turismo de experiencia, nada es como Guanacaste y sus subastas ganaderas. Esta una experiencia única y hoy se siguen viviendo las subastas ganaderas en los cantones de Hojancha, Nicoya y Santa Cruz.

Figura 44. Ruta turística "Las Subastas".



Fuente: elaboración propia.

La inmersión al mundo de los vaqueros guanacastecos, sus costumbres, sus anhelos, y la recompensa de su esfuerzo, se ven reflejadas en estas subastas ganaderas que se dan todas las semanas en la región.

Figura 45. Ganaderos en puja, subasta de Nicoya.



Fuente: Periódico digital La Voz de Guanacaste 2014

Ejemplo #4 Ruta Turística 4 – Matambu

Nuestras raíces, nuestro conocimiento original, nuestra identidad, todos se unen en esta ruta en el pueblo de Matambu.

Figura 46. Matambu.



Fuente: <https://www.google.com/search?q=imagen+de+matambu&sxsrf>

Figura 47. Trabajando artesanías en Matambú.



Fuente: UNED 2013

4.8 Política de sostenibilidad en procura de la mitigación de impactos negativos en el medio ambiente

El compromiso de una empresa sostenible conlleva a la responsabilidad de realizar una gestión productiva (creación del producto, definición de precio, identificación de clientes, estrategia de promoción, labor administrativa y operativa) dentro de lineamientos sostenibles que permitan lograr los objetivos sin dañar el ecosistema y protegiendo el patrimonio natural y cultural. Para esto, es de vital importancia la definición de políticas como lineamiento para nuestras acciones empresariales. Las políticas de la organización son líneas maestras o criterios de decisión para la selección de alternativas estratégicas. Son una directriz establecida para orientar las ideas y las acciones de una empresa en pro de la consecución de objetivos relativos a la sostenibilidad. Estas líneas generales de actuación acotan y canalizan las estrategias y suelen tener una vigencia superior a las mismas. En las políticas se estipula lo que se debe y puede hacer ante las actividades diarias que se ejecutan en la empresa. Son objetivos, guías para la acción. La idea de tener políticas claramente establecidas es que permitan, de una manera ordenada, generar proyectos y programas integrales que unan la operación de la empresa con elementos de sostenibilidad. (CAST, 2018).

4.8.1 Política ambiental

El objetivo general de la Política Ambiental es promover y fomentar lineamientos de buenas prácticas para los procesos internos, contribuyendo activamente con el desarrollo de un turismo sostenible. Para ello se considerarán los siguientes parámetros:

- ✓ La operación general Hojantours será realizada protegiendo el medio ambiente y respetando la cultura e idiosincrasia de Hojancha.
- ✓ Se velará por las condiciones seguridad adecuadas para la salud de nuestros clientes, y empresas con las que se va a interactuar.
- ✓ Serán excluidas de nuestra operación, sustancias químicas nocivas.
- ✓ Se dará preferencia a los proveedores y productores locales.
- ✓ Se tomarán como objetivos fundamentales el ahorro de agua, de energía y el reciclaje.
- ✓ Será evitado el desperdicio hídrico.
- ✓ Se utilizará la energía racionalmente.
- ✓ Los medios de transporte que serán utilizados para la su operación deben cumplir contar con los RTV al día, deben contar con los marchamos al día y colaborar con el programa de reducción de emisiones de CO2.
- ✓ Se realizará un manejo adecuado de sus residuos mediante lineamientos de reducción, reutilización y reciclaje de acuerdo con el programa Gestión integral e residuos sólidos propuesto en el cuadro 16 del presente trabajo.

Programa Gestión integral de residuos sólidos.

La gestión integral de residuos sólidos está dirigida a disminuir los residuos generados que son consecuencia inevitable de las actividades humanas como medio idóneo para reducir sus impactos asociados y los costos de su manejo, a fin de minimizar los potenciales daños que causan al hombre y al ambiente.

Objetivo estratégico: Realizar una promoción efectiva para el fortalecimiento de la gestión integral de residuos en el territorio de Hojancha,

Cuadro 15. Programa sugerido para una adecuada gestión de residuos sólidos y procesos internos

Objetivos específicos	Acción Estratégica	Indicador	Meta
Promover el adecuado depósito y tratamientos de residuos sólidos en el territorio.	Apoyar las acciones del gobierno local para la recolección de residuos sólidos para tratamiento y para reutilización.	Encuesta de percepción de mejora de servicios de recolección y tratamiento de basura en el territorio.	Aumento de perspectiva positiva sobre mejora de servicios de recolección y tratamiento de basura.
Facilitar programas comunales de uso de residuos reutilizables	Articulación de inversión para proyectos comunales para la gestión integral de residuos sólidos	Porcentaje de organizaciones comunitarias fortalecidas y capacitadas para la implementación de proyectos para la gestión integral de residuos sólidos.	Al menos un 5 % de organizaciones comunitarias fortalecidas y capacitadas para la implementación de proyectos
Promover proyectos de educación ambiental que apoyen la concientización en escuelas sobre la importancia del manejo adecuado de residuos	Apoyo a iniciativas de educación ambiental en las escuelas del territorio	Porcentaje de escuelas que logren llevar a cabo programas de educación ambiental	Al menos un 10 % de las escuelas del territorio logran llevar a cabo programas de educación.
Promover y fomentar buenas prácticas para los procesos internos contribuyendo con el desarrollo regenerativo	Uso de productos más respetuosos con el medio ambiente.	Porcentaje de cumplimiento de la operación	Al menos aportar un 15% al ambiente.

	Uso de materiales reciclables.		
	Evitar materiales que dañen la capa de Ozono como plástico y estereofón		
	Reducción de emisiones al aire y al agua		

Fuente: elaboración propia

Programa de reducción de emisiones de CO2 en el transporte turístico

El cambio climático se manifiesta en diversas transformaciones climáticas tales como un aumento de la temperatura media global, modificaciones en el patrón de precipitaciones, alza del nivel del mar y reducción de la criosfera y modificaciones en los patrones de eventos climáticos a extremos (IPCC, 2007a; 2013). El cambio climático es consecuencia de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) que se originan en diversas actividades antropogénicas, principalmente derivadas de la quema de combustibles fósiles, del cambio de uso de suelo, de las actividades agrícolas y ganaderas y de los desechos (IPCC, 2007a; 2013).

Hoy requerimos medidas urgentes para mitigar su impacto reduciendo las emisiones que lo causan y debemos adaptar nuestro hábitat a los cambios que producirá el calentamiento global. Mitigar tiene la enorme ventaja de que elimina de raíz la causa del problema: disminuye las emisiones de los gases contaminantes que producen el calentamiento de la tierra. Medidas adaptativas tecnológicas, gerenciales, de políticas y de comportamiento son utilizadas actualmente por los actores turísticos para afrontar la variabilidad del clima a nivel en los destinos. Por ello este plan incluye tales medidas de adaptación.

Figura 48. Resultados de emisiones de carbono en las rutas turísticas propuestas

Huella total de Coche = 0.02 toneladas de CO₂ [Compensar ahora](#)

0.02 toneladas: 90 km en un Average Van Diesel Van Diesel van (Class III), 1.74 to 3.5 tonne average value

Huella total de Coche = 0.02 toneladas de CO₂ [Compensar ahora](#)

0.02 toneladas: 86 km en un Average Van Diesel Van Diesel van (Class III), 1.74 to 3.5 tonne average value

Huella total de Coche = 0.00 toneladas de CO₂ [Compensar ahora](#)

0.00 toneladas: 12 km en un Average Van Diesel Van Diesel van (Class III), 1.74 to 3.5 tonne average value

Fuente:Carbon Footprint Calculator.

Cuadro 16. Programa para mitigar aspectos negativos del transporte.

Rutas Turísticas	Kms	CO2 emitido	Costo Mitigación	# Pax/ tour	Mitigación de pax	# tours/ mes	Emisiones Ton/Carbon	Mitigacion/ mes
Miradores	90	0,02	\$3,73	8	\$0,47	7,00	0,14	\$26,11
Matambu	12	0,001	\$3,73	8	\$0,47	9,00	0,009	\$33,57
Las Subastas	86	0,02	\$3,73	8	\$0,47	4,00	0,08	\$14,92
Mar a Cielo	44	0,01	\$3,73	8	\$0,47	11,00	0,11	\$41,03
						31,00	\$0,34	\$115,63

Fuente: elaboración propia.

A nivel global, el dióxido de carbono (CO₂) es el GEI más importante, responsable de un 60% del calentamiento. Según OMT-PNUMA-OMM(XXI), las emisiones del turismo, incluyendo los transportes, el hospedaje y las actividades (excluyendo la energía utilizada para las construcciones y la logística, por ejemplo), son responsables de alrededor del 5% de

las emisiones globales de CO2. De este 5%, el 75% corresponde al transporte, cuya contribución es la más importante en las emisiones globales del turismo (UNWTO 2019).

Queda claro entonces que el mayor emisor de CO2 es el transporte y por ello os enfocamos en este rubro como plan de mitigación.

De acuerdo con los resultados arrojados por la calculadora huella de Carbono carbonfootprint.com se presenta el siguiente plan de mitigación. El CO2 emitido va de acuerdo con los kilómetros que serán recorridos en cada ruta turística sin embargo el costo de mitigación siempre será de \$3.73. Si cada tour lleva un mínimo de 8 pasajeros en costo de mitigación de cada uno sería de \$0.47. Esto con el fin de ayudar a compensar este 75% que produce el transporte de turistas del 5% de las emisiones globales.

Se busca que el perfil de cada turista vaya acorde con los fundamentos del desarrollo regenerativo y por ello se propone cobrar \$0.47 por persona adicional en cada tour para ayudar a mitigar este efecto. Este monto se ve reflejado en el cuadro de costos del siguiente capítulo.

A) Iniciativas que se pueden incluir en un plan de mitigación

Las medidas de mitigación son una parte fundamental del proceso de EIA, ya que estas medidas tienen como objetivo prevenir los impactos adversos del proyecto planificado en el ambiente y las personas, asegurándose de que los impactos inevitables se mantengan dentro de niveles aceptables (The International Institute for Sustainable Development (IISD) s.f)

Cuadro 17. Iniciativas propuestas para la mitigación de impactos negativos.

Línea	Proyecto	Indicadores de seguimiento
-------	----------	----------------------------

<p>Participar en la formulación e implementación de políticas cantonales para enfrentar el cambio climático actual y futuro.</p>	<p>Diseñar e implementar programas de capacitación en cambio climático, considerando el enfoque intercultural, a fin de sensibilizar y fortalecer las capacidades en la mitigación y disminución de los efectos del cambio climático.</p>	<p>Políticas diseñadas y puestas en marcha</p>
<p>Participar en la formulación de políticas nacionales para enfrentar el cambio climático actual y futuro.</p>	<p>Ayudar a impulsar en los currículos educativos cantonales, primaria, secundaria y superior el tema de cambio climático y demás temas relacionados a la protección de los recursos naturales, considerando el enfoque intercultural, para lo cual se deberá capacitar a los docentes en todos los niveles del sector educación</p>	<p>Plan creado para compartir con el Ministerio de Educación</p>
<p>Participación ciudadana</p>	<p>Fomentar la participación en redes sociales sobre la discusión del cambio climático</p>	<p>Red creada y contactos existentes</p>
	<p>Elaborar guías, folletos y campañas de educación ambiental en el sector.</p>	<p>N.º de guías y/o folletos editados</p>
	<p>Publicar información sobre cambio climático en la Web propia del sector.</p>	<p>Datos en la Web creados y puestos en funcionamiento.</p>

Comunicación de normas	Comunicar e implementar normas nacionales que adopten lo establecido en los tratados y acuerdos internacionales sobre cambio climático	Normas comunicadas e implementadas
Comunicación	Crear Red de contactos que se preocupen por el tema del cambio climático y que estén interesados en participar	Red creada y contactos existentes
Capacitación local	Organización y capacitación de la población para la prevención y atención de los desastres naturales como consecuencia del cambio climático.	Comité listo para instruir a la población
Desarrollo Económico	Fortalecer el capital humano para que, a través de su gobernanza local, asuma su rol activo en la implementación de las políticas locales de mitigación de los efectos negativos del mismo	Fondos obtenidos
Captura de carbono	Contribución para la captura de carbono con la forestación y reforestación en los distritos y comunidades campesinas según el tipo de vegetación existente en la zona, priorizando el uso de especies nativas.	Plan diseñado y publicado

Siembra de agua	Siembra (infiltración) y cosecha de agua de lluvia para la alimentación y riego de cultivos básicos.	Plan diseñado y publicado
Ecosistemas	Restauración de los ecosistemas	Plan diseñado y publicado
Estudios ambientales	En conjunto con la oficina de SINAC en Hojancha, diseñar estudios de impacto ambiental y establecimiento de mecanismos de fiscalización que permitan el monitoreo y vigilancia ambiental.	Estudio publicado y en marcha
Planificación comunal con el SINAC	Planificación del desarrollo comunal tendientes al aprovechamiento eficiente de los recursos naturales y elaboración de insumos para la producción orgánica.	Estudio diseñado y en marcha
Capacitaciones	Brindar capacitaciones para formar profesionales del sector	N.º de acciones formativas programadas y ofertadas
	Enseñar a los proveedores turísticos la importancia del cambio climático	N.º de acciones formativas programadas y ofertadas
		N.º de participantes en las actividades formativas
		Planes formativos

		diseñados y publicados
Formación	Creación de una Red de Empresas y Profesionales del turismo	Red de empresas y profesionales creada
Desarrollo Regenerativo	Crear brochures, catálogos que contenga información sobre desarrollo regenerativo	Brochures diseñados y publicados
	Llevar a profesionales en el tema para que impartan algunos talleres	N.º de acciones formativas programadas y ofertadas
		N.º de participantes en las actividades formativas
	Evaluar el conocimiento sobre el tema	N.º de evaluados
Enseñanza sobre turismo con enfoque regenerativo	Incluir en la ruta turística solo a aquellos proveedores que hayan asistido a los talleres	N.º de participantes aprobados

Fuente: elaboración propia

5 CONCLUSIONES

Tras la realización de este trabajo, ha sido posible extraer diversas conclusiones de cómo poder desarrollar un Plan de Dinamización Turística en el territorio de Hojancha, Guanacaste.

Una vez medido el potencial en la zona y evaluar el interés de algunos proveedores locales, se lograron crear cinco rutas turísticas y un tour claramente diseñado que consiste en un tour de un día para visitar 3 proveedore. Sin embargo, de lograr crearse una cámara de turismo local liderada por empresarios con visión a futuro, no dudo que muchos otros proveedores podrían ofrecer múltiples servicios y tours que no competirían unos con otros y que resultarían muy interesantes. De hecho, las 5 rutas turísticas acá propuestas son complementarias.

Otros muchos tours podrían desarrollarse siendo que lo que le sobra a Hojancha son sus costumbres, escenarios, paisajes, reservas y gente de campo. Existen muchos más, como lo son, las fincas de cabras y su producción de leche y queso. Las dueñas representan la esencia del campesino costarricense, tal y como eran nuestros abuelos. Todo lo que requieren para vivir lo producen en la finca. No solo tienen las cabras, también tienen gallinas y huevos, cerdos, hortalizas, milpas, sembradío de frijoles y no necesitan comprar casi nada en el pueblo. También conocimos apiarios que podrían desarrollar un turismo educativo enseñando cómo viven y se reproducen las abejas. Pueden mostrar cómo producir y comercializar la miel y hasta cómo hacer las cajas tecnificadas para Meliponinos mayores (*Jicote barcino y gato*).

Hojancha puede desarrollar tours en fincas ganaderas para que los turistas interactúen con las vacas y terneros, les enseñen a ordeñar o simplemente acercarse a tan bellos animales. Lo mismo con los caballos.

Otros ejemplos para ofrecer serían los viveros que ya existen y que tienen bases regenerativas o por ejemplo, una visita a un CTP Colegio Técnico Profesional donde podrían ver cómo se imparte la agroecología y la especialidad en turismo ecológico y donde se encuentran los muchachos que forjaran el futuro del cantón. Considerando que el ser humano no ha llegado a talar la flora de Playa Carillo y donde se respeta la fauna, esta podría

desarrollarse como la primera playa del país con enfoque regenerativo. Por último, una visita a la Comunidad de Matambú sería ideal. Por ello en este trabajo se ha desarrollado como una ruta turística. Ahí podrían aprender del maíz, las variedades, proceso de siembra y saborear los múltiples productos que incluyen, rosquillas, chorreadas, tortillas, pozol, guarapo etc.

Hojancha tiene un gran potencial para ser considerado un destino turístico rural, una ruta en una zona geográfica poco explorada. Hojancha podría ser ejemplo de un turismo enfocado en la innovación sistemática basada en un modelo regenerativo. La regeneración aplicada, es decir, la capacidad de ser sustentables, resilientes, transformativos y adaptables es un proceso de innovación sistemática.

Hojancha puedes ser un destino que invite a los visitantes a reconectarse con los valores esenciales de la vida de manera segura y responsable con un turismo con enfoque regenerativo.

Esta es una oportunidad para plantear un modelo de desarrollo turístico basado en los seis pilares de la regeneración, así como la necesidad de plantear un plan cantonal para la mitigación de los impactos del cambio climático desde las actividades vinculadas con la operación del turismo.

Por medio de encuestas, entrevistas y análisis de datos se propusieron productos y servicios en un plan de acción donde la población ofrece su cultura, sus costumbres, su gastronomía y su idiosincrasia por conservar los bosques y las cuencas.

Para implementar este plan en Hojancha se requiere de un proceso continuo y un seguimiento constante. Deberán desarrollarse las medidas preventivas y correctivas necesarias para generar nueva información y retroalimentación con el fin de mejorar permanentemente. También es necesario mantener un conocimiento adecuado sobre la complejidad del sistema turístico y generar datos necesarios para poner en marcha procesos de gestión y desarrollo de acciones eficientes en el ámbito público/privado.

Se requiere de capacitación en el ámbito turístico para los actuales proveedores y futuros oferentes. El financiamiento y apoyo de bancos y gobierno local para los proveedores, será indispensable para poder adecuar una infraestructura turística. Es muy importante hacer ver que se trata de una inversión y que los beneficios repercutirán en toda la sociedad.

Pocas son los empresarios que están listos para recibir el turismo en Hojancha en este momento y de ahí la ruta turística presentada llamada Frutos del Bosque. Los demás deberán esforzarse por buscar el apoyo del gobierno local y fuentes de financiamiento para darse a conocer y generar nuevos recursos a través del turismo.

En definitiva, la opción que más posibilidades tiene para el desarrollo del turismo en Hojancha es la unificación y la comercialización de forma conjunta de todos los atractivos que ofrece. Seguir intentando fomentar la presencia de visitantes de manera individual, no es lo más adecuado porque los esfuerzos de mercadeo son mucho mayores que si se uniera el cantón y ofrecieran un “destino cantón” como lo ha hecho la Zona de los Santos. Ahí, todos salieron beneficiados con ese proyecto “turismo en la Zona de Los Santos”.

Hoy en Hojancha, casi no existe, hasta el momento, un recurso que motive el desplazamiento de larga distancia de un gran flujo de personas. Promocionando los atractivos de manera unitaria se podrá llegar a atraer a visitantes residentes en las zonas más próximas, pero eso no es la única solución. La atracción turística no podrá conseguirse si no es con una oferta en conjunto, utilizando los recursos más importantes de la zona como reclamo para la visita de otros atractivos con un carácter más local.

Los ciudadanos de una localidad son una parte importante del producto. Las localidades que buscan aumentar el turismo y mercados de atracción deben invertir en servicios al cliente desde los puntos de arribo o con facilidades de tránsito hacia los puntos de distribución en hoteles, restaurantes y atractivos. Este punto es sumamente importante para el caso de Hojancha donde me atrevo a decir que tal vez solo un 2% de la población ha tenido alguna experiencia con turistas.

En la medida que las comunidades busquen los negocios de turismo y hospitalidad, deben promover la comprensión pública respecto al trabajo múltiple, horarios de turismo, los gastos y las oportunidades resultantes originados por el turismo, técnicas de guiado y aprender otra lengua como por ejemplo lo sería el inglés. Hojancha como cantón deben de empoderarse y sus líderes comunales deben de reunirse y evaluar si seriamente desean formar parte de la oferta turística del país.

Dada la complejidad del fenómeno a estudiar, donde influyen aspectos culturales, relacionados con la historia, con la gestión del patrimonio cultural y natural, sin dejar de ser una actividad económica, es necesario atender a la opinión de los principales implicados directamente en el fenómeno que, a nuestro entender son los residentes. Así, analizando la encuesta en referencia este stakeholders, cabe destacar que este grupo tiene una percepción favorable hacia el desarrollo del turismo en el municipio, pero consideran que requieren de apoyo por parte del gobierno. Por otro lado, la falta de organización por parte de todo el cantón les impide empezar con un proyecto como este

La falta de empleo y la actividad comercial también es percibida como uno de sus principales problemas como cantón. Pero es interesante leer que ellos creen que, si llegan otras empresas costarricenses a invertir en el cantón y el sector turismo se desarrollara, mejoraría mucho la dinamización de la economía.

El 48% de la población cree que de unirse todos, empresa privada, gobierno local y emprendedores hay altas oportunidades para desarrollar un destino turístico.

Por ello es importante motivar a los residentes a crear empresas relacionadas con el ámbito turístico, apoyados por las facilidades para adquirir recursos financieros, con el fin de impulsar la empresa turística en el destino.

Creo que es tiempo de crear mesas de diálogo con los diferentes sectores productivos del cantón con el fin de que observen el turismo como un elemento que pueden beneficiar a su sector, así como se unieron en el pasado para regenerar los bosques y devolver el afluente del Río Nosara. Impulsar la realización de talleres y cursos sobre turismo, especialmente a los empleados de empresas turísticas del cantón sería de gran ayuda.

El turismo debe ser una herramienta que garantice el desarrollo regenerativo del destino, a través de la creación de empleos y empresas que fomenten, a su vez, la mejora en la calidad de vida de los residentes, pero, además, el turismo debe mejorar la conservación de los recursos del área geográfica.

Según la metodología de sistematización de Berdegué et ál. (2007) empleada en este trabajo, "las lecciones aprendidas se refieren a un tipo de generalización de importancia para obtener un resultado, ya sea específico para esa iniciativa o para otras en general. Las

lecciones aprendidas son producto de la reflexión de diversos actores, quienes coinciden en sus apreciaciones, a partir de la destilación de la información y el conocimiento”. Las principales lecciones aprendidas producto de los espacios de diálogo y reflexión son las siguientes:

- Es fundamental la unión entre lo local y lo nacional, lo público y lo privado. Se debe tratar de plasmar las prácticas exitosas en políticas que tengan un impacto positivo en la vida de los habitantes de Hojancha.
- El sentido de pertenencia y liderazgo de las personas que se desempeñan en cargos públicos dentro de su comunidad puede ser una fortaleza, pero también podría ser una debilidad si no se tienen claros los límites y roles entre lo público y lo privado, entre los intereses colectivos y los intereses individuales tal y como lo manifestaron en las encuestas y entrevistas a diferentes personas de la comunidad.
- La diversidad productiva sigue siendo válida en los esfuerzos para un desarrollo con alternativas diversas que propicien la satisfacción de necesidades a corto, mediano y largo plazo. La combinación de opciones productivas y de conservación ha mejorado el bienestar de la población. El turismo con bases regenerativas podría ser parte de estas alternativas que dinamicen la economía de una forma sana.

Por último, cabe decir que es imperante establecer desde el inicio acciones que reduzcan las emisiones de gases efecto invernadero. Es necesario establecer nuevas estrategias y adaptar los tours para favorecer la minimización de los efectos negativos del cambio climático y la identificación de las posibles oportunidades. Por ello en este trabajo también se diseñó un plan de acción de mitigación del impacto del cambio climático con la idea de empezar la actividad turística en Hojancha de una manera amigable con el ambiente.

6 RECOMENDACIONES

Las plataformas y medios digitales a través de compra de ads, y uso de SEO (palabras claves en buscadores) serán vitales para dar a conocer este proyecto. Al tour operador costarricense se les invitará a realizar un Fam Trip o viaje de inspección, para que puedan vivir la experiencia de un destino turístico en primera persona.

Algunas tácticas para aplicar y asegurar un buen desarrollo del plan son capacitaciones, talleres, cursos, conferencias a los prestadores de los servicios turísticos, comunidad en general.

Después de contar con un plan de desarrollo, se recomienda continuar con la elaboración de proyecciones financieras y validación de supuestos, para comprender la inversión requerida por parte del cantón. Una vez puesto en marcha, es necesario definir indicadores para medir el valor e impacto, y el encadenamiento permanente con las asociaciones conformadas por los proveedores locales que recibirán a los turistas.

Para fomentar este proyecto de vida rural se debe apoyar desde las instituciones públicas las actividades y modos de vida tradicionales, sobre todo los sectores agropecuarios que tiempo atrás fueron el motor económico de la zona y que progresivamente pierden peso debido a la poca rentabilidad que suponen.

Invertir en infraestructura como hospedaje, alimento, y otros servicios turísticos supondría una opción de empleo para los locales pues se trataría de un atractivo para los visitantes que buscan lugares donde permanecen las tradiciones y usos locales.

Se propone la identificación de tradiciones y productos autóctonos en Matambú y la creación de una marca propia que los integre, dotándolos de una gran personalidad en el mercado y haciéndolos reconocibles a los consumidores.

Como futuras líneas de investigación, se debería analizar las motivaciones de los turistas que llegan al cantón, tanto nacionales como extranjeros, para conocer sus preferencias. El fin es ayudar a generar propuestas turísticas acorde a las motivaciones y expectativas de la demanda, y siempre teniendo en cuenta el potencial turístico que tiene la zona, y que se ha determinado a través de este estudio.

La metodología empleada en esta investigación puede servir de guion para analizar el potencial de otros proveedores locales, puesto que a través de un análisis combinado de técnicas cualitativas y cuantitativas arroja un gran número de datos que ayudan a conocer la situación actual del turismo en el lugar.

La mejora de las infraestructuras básicas va íntimamente ligada al turismo, se requiere dotar de buenos caminos y servicios para que los turistas se sientan seguros transitando por la zona. Esto supone una inversión que tanto las empresas privadas como las instituciones públicas deben ver recompensada. De este modo, el aumento del turismo incentivaría la ampliación y creación de hoteles, restaurantes, sodas, centros sanitarios, heladerías, venta de souvenirs y esto tendría una doble repercusión. Al mismo tiempo generaría la creación de nuevos puestos de trabajo. La mejora de estos servicios es realmente importante sobre todo si se quiere conseguir un destino turístico como cantón. El Internet es otro factor para considerar cuando nos visitan los extranjeros, y es fundamental en nuestra sociedad, por lo que es necesaria una mejora de la red de cobertura.

Aprovechamiento de los recursos naturales, especialmente de la energía hidroeléctrica. Las actividades ganaderas, agrícolas y forestales producen residuos, que junto con las aguas residuales de las poblaciones rurales podrían ser utilizadas para la obtención de energía a través de la biomasa. Este tipo de aprovechamiento reutilizaría aquellos desperdicios que en muchas ocasiones se desechan y que podrían repercutir en beneficios si son utilizados con inteligencia ya que se estima que tres kilogramos de biomasa servirían para conseguir un litro de gasolina. Para que esta obtención de energía sea rentable sería necesario contar con una instalación de transformación cercana, por lo que debería pedirse un informe de viabilidad. (Universidad Distrital Francisco José de Caldas. 2012).

Se sugiere implementar nuevas ideas en el plan de acción de mitigación del impacto del cambio climático en el desarrollo turístico ya propuesto.

Creación de un sentimiento de pertenencia de la población local basado en la cultura, la historia y el patrimonio. Hojanca posee una cultura, una historia y un patrimonio común que hasta ahora no han sabido poner en valor. Estas poblaciones no pueden motivar el viaje si no es en su conjunto, por lo que es imprescindible la creación de una marca turística fuerte y

propia que englobe a todos los del cantón. Esta fortaleza debe comenzar en la misma población. Se debe hacer ver que la clave para el desarrollo tanto turístico como socioeconómico reside en la estrecha colaboración y el sentimiento de pertenencia del cantón.

La población local deberá ver el desarrollo turístico como algo propio y positivo no como una actividad invasiva de su entorno. Por ello se debería establecer un grupo con representantes de todos los núcleos de población en la cual se plantearán, discutirán y serán aprobadas o no las medidas que se estimen oportunas. No se trata de imponer una serie de normas y provocar un desapego, sino de que con la ayuda y la implicación de todos se pueda convertir Hojancha en un destino turístico. Los que mejor conocen estas montañas y sus historias, los lugares de descanso de la fauna y los rastros que dejan a su paso son los habitantes locales, por lo que se implantará la figura del guía-acompañante, que perseguirá dos objetivos fundamentales: la involucración de los aldeanos en el proyecto y la oferta de una manera diferente de vivir el turismo de naturaleza.

Se recomienda fomentar la comunicación de una marca local de turismo, a partir de tres posiciones. En primer lugar, destacando e informando a los pobladores de la región sobre el potencial de los recursos turísticos con los que ya cuenta el cantón. En segundo lugar, mediante actividades de marketing formales y deliberadas, como la publicidad, las relaciones públicas y en tercer lugar, los modelos de comunicación como informes en los medios o la comunicación personal entre individuos (“de boca en boca”) y redes sociales. El posicionamiento internacional del destino con la ayuda de agencias de viajes podría generar una pronta demanda de los servicios turísticos que ofrece el cantón.

Una que vez que los recursos identificados empiecen a explotarse a través de propuesta turísticas, se obtendrán beneficios socioeconómicos para los residentes.

7 BIBLIOGRAFIA

Álvarez R. (1987) “*Jerarquización de recursos turísticos*”. Revista de Estudios Turísticos, n.º 94, pp. 77-100.

Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/72018316.pdf>

Amparo, S. (et al), (1998) *Introducción al turismo*. Madrid, Ed.: Organización Mundial del Turismo.

Recuperado:

https://www.academia.edu/42596027/Introducci%C3%B3n_al_Turismo_OMT_Organizaci%C3%B3n_Mundial_del_Turismo

Balaguer A.(2022)The Regen Lab. *Qué es el Turismo Regenerativo?*

Recuperado de: <https://elbiensocial.org/que-es-el-turismo-regenerativo/>

Banco Central de Costa Rica.(2017)*Indicadores. Cuenta Satélite del Turismo*.

Recuperado de: <https://www.bccr.fi.cr/indicadores-economicos>

Bordón Fernández, E. (1987) “*El turismo rural en España, algunas iniciativas públicas*”. Revista de Estudios Turísticos, n.º 97.

Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/72018316.pdf>

Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) 2012. La experiencia forestal de Hojanca

Castroviejo, M. Y García Díaz, V. (1991) *Prácticas para la planificación de espacios naturales*. Madrid, Ed.: ICONA.

Recuperado de: https://www.um.es/c/document_library/get_file?uuid=b6ff6d09-1458-4906-bf33-2b2b8813b1e5&groupId=119572

CoopeSoliDar R.L., Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) 2012. *La experiencia forestal de Hojanca*.

https://repositorio.catie.ac.cr/bitstream/handle/11554/8671/La_experiencia_forestal_de_hojanca.pdf?sequence=1

CEPAL (2001) Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Reunión de Expertos sobre el turismo en Centroamérica y el Caribe: Una visión conceptual

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/24140/LCMEXR815sSEM1294_es.pdf

Corrales Bermejo, L. (1992) *Apuntes para la definición y concepto de turismo rural*, Cuadernos de la Escuela Regional de Castilla y León.

Recuperado

https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/122460/DDAFP_MelgosaArcos_Turismoruralytu_rismoactivo?sequence=1&isAllowed=y

Flores D. (2007) Análisis de la oferta y demanda turística del parque Sierra Aracena

Recuperado de: <https://1library.co/document/y4wv855q-analisis-demanda-turistica-parque-natural-sierra-aracena-aroche.html>

Guevara F. (2011) *Cronología básica de los pueblos indígenas de Costa Rica: desde los inicios del siglo XVI hasta el año 2000*

Recuperado de: <https://catalogosiidca.csuca.org/Record/UCR.000073790>

González F. (2005) *Qué Es Un Paradigma? Análisis Teórico, Conceptual Y Psicolingüístico Del Término.*

Recuperado de: <https://epinvestsite.files.wordpress.com/2017/09/paradigmas-libro.pdf>

Hernández; Fernández; Baptista (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Quinta Edición.

Recuperado de: [UCI%20Libro%20Metodologiadelainvestigacion.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/24140/LCMEXR815sSEM1294_es.pdf)

Hurtado I, Toro J. (1997) *Paradigmas Y Métodos de Investigación En Tiempos De Cambio.*

Recuperado de: <https://epinvestsite.files.wordpress.com/2017/09/paradigmas-libro.pdf>

INEC (2022). *EMPLEO EN COSTA RICA RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA*

<https://barometrolaboralcr.com/actividad>

INEC 2022 Censo 2022.

Recuperado de: <https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/repoblaccenso2011-05.pdf>

Instituto Costarricense de Turismo ICT (2022). *Esencial Costa Rica ¿Qué es una Zona Azul?*

Recuperado de: <https://www.visitcostarica.com/es/costa-rica/blog/%C2%BFqu%C3%A9-es-una-zona-azul>

Instituto Costarricense de Turismo ICT. (2022) *Cifras Turísticas*.

Recuperado de: <https://www.ict.go.cr/es/estadisticas/cifras-turisticas.html>

Instituto Costarricense de Turismo.(2017) *Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica*.

Recuperado de:

<https://www.ict.go.cr/en/documents/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/1071-plan-nacional-de-desarrollo-turistico-2017-2021/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo (2017) *Plan nacional de turismo 2022-2027*.

Recuperado de: <https://www.ict.go.cr/pdf/Plan%20nacional%20de%20turismo%202022-2027.pdf>

Instituto Meteorológico de Costa Rica 2022. *Estación Automática de Hojanca en Guanacaste*.

<https://www.imn.ac.cr/especial/estacionPilangosta.html>

La República.(2020) *Turismo sostenible de Costa Rica recibe aval mundial*.

Recuperado de: <https://www.larepublica.net/noticia/turismo-sostenible-de-costa-rica-recibe-aval-mundial>

Ley: 9463 (2017). *Creación del Distrito N° 5 del cantón de Hojanca Matambú*.

Recuperado de: <https://www.pgr.go.cr/servicios/sinalevi/>

Liogier, A. 2000. *Diccionario Botánico de Nombres Vulgares de La Española*. Segunda Edición. Jardín Botánico Nacional Dr. Rafael Ma. Moscoso. Editora Corripio, C. por A. Santo Domingo, República Dominicana. 598 pp.

MAG Ministerio de Agricultura y Ganadería. (s.f) *Caracterización del área de influencia de la agencia de extensión agropecuaria*

<http://www.mag.go.cr/regiones/chorotega/CARACTERIZACION-AEA-HOJANCHA.pdf>

Maranto M, González M. (2015) *Fuentes de Información*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. https://www.uaeh.edu.mx/division_academica

Meneses, Rodríguez.(s.f.) *El cuestionario y la entrevista*.

<https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario-entrevista/cuestionario-entrevista.pdf>

Díaz L. (2011) *La Observación. Método Clínico*. UNAM

http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sa_njuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf

Ministerio de Educación de Costa Rica (2013). *Los Chorotegas de Nicoya y Hojancha*. Mini enciclopedia de los Territorios Indígenas de Costa Rica. Tomo 6. Recuperado de:

https://mep.go.cr/sites/default/files/tomo_6.pdf

National Geographic. (s.f). *Viajes Geographic, Costa Rica como destino*.

Recuperado de: <https://viajes.nationalgeographic.com.es/p/costa-rica>

Organización Mundial del Turismo.(s.f) *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*.

<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Orgaz F, Moral S (2016) *El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo*. Un estudio de caso.

Recuperado de: <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4889>

Periódico Guanacaste a la altura.(2017)*Historia de la parroquia de Hojancha*.

<https://www.guanacastealaaltura.com/historia-de-la-parroquia-de-hojancha-2/>

Procuraduría General de la República (s.f.) Sistema Costarricense de Información Jurídica.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/pronunciamiento/pro_ficha.aspx?param1=PRD¶m6=1&nDictamen=8805&strTipM=T

Puentes A, Guevara C.(2015) *Indicadores de desempeño en la gestión de proyectos*. Proyecto Curricular de Ingeniería Industrial.

Revista El bien Social.(2022) *Qué es el Turismo Regenerativo?*

Recuperado de: <https://elbiensocial.org/que-es-el-turismo-regenerativo>

Reyes G, Casasola K. (2021) *Turismo regenerativo: más allá de la sostenibilidad*. Artículo UNA Universidad Nacional. Revista Trimestral

Recuperado de: <https://www.ambientico.una.ac.cr>

Sicultura (2020). *Anfiteatro Municipal De Hojanca*.

Recuperado de: <https://si.cultura.cr/infraestructura/anfiteatro-municipal-de-hojancha>

Sinnaps. (s.f) *INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA. CARACTERÍSTICAS DEL MÉTODO CUANTITATIVO*

<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodo-cuantitativo#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20cuantitativo%20est%C3%A1%20basado,la%20poblaci%C3%B3n%20a%20preguntas%20espec%C3%ADficas>

Teruel S. (2018) *Análisis y aproximación a la definición del paradigma del turismo regenerativo*. Proyecto Final de Graduación.

Recuperado de: <https://manuelmiroglia.files.wordpress.com/2019/09/anc381lisis-y-aproximac393n-a-la-definici393n-del-paradigma-del-turismo-regenerativo.pdf>

Teruel S, Briceño L (2018) *Transformación al turismo regenerativo*.

Recuperado

<https://www.ucipfg.com/biblioteca/files/original/0c8816093c1e4f8b571afa2f19163825.pdf>

Universidad de Cooperación Internacional.(2018) *Webinar turismo regenerativo*

Universidad Distrital Francisco José de Caldas (2012) *Uso de residuos agrícolas para la producción de biocombustibles en el departamento del Meta.*

Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-921X2012000400011

Universidad de Zulia. (2020) Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVI, núm. 1, pp. 233-253

UNWTO. The World Tourism Organization. (s.f) *Las emisiones de CO2 del sector turístico correspondientes al transporte.*

Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/cambio-climatico-emisiones-turismo>

WTM (2021). Responsible Tourism Awards Latin America 2021.

8 ANEXOS

Anexo 1. Acta del proyecto final de graduación.

Nombre y apellidos: María Raquel Ramírez Portela

Lugar de residencia: Moravia, La Guaria

Institución: UCI

Información principal y autorización del PFG	
Fecha: 14 de Julio de 2022	Nombre del proyecto: Propuesta de enfoque regenerativo aplicado al turismo en el cantón de Hojanca, Costa Rica.
Fecha de inicio del proyecto: Julio 2022	Fecha tentativa de finalización: Octubre 2022
Tipo de PFG: (tesina)	
Objetivos del proyecto: <u>Objetivo general</u> Elaborar un plan de desarrollo turístico con enfoque regenerativo mediante un diagnóstico y acciones participativas, que permitan orientar al sector público y privado en el desarrollo turístico del cantón de Hojanca <u>Objetivos específicos:</u> <ol style="list-style-type: none">1. Identificar los recursos turísticos de la zona para la creación de productos de turismo con enfoque regenerativo.2. Proponer una ruta turística con bienes y servicios con emprendimientos locales.3. Elaborar una política de sostenibilidad en procura de la mitigación de impactos negativos en el medio ambiente.	
Descripción del producto: Un producto turístico, específicamente, una ruta turística rural, en una zona geográfica poco explorada, Hojanca, enfocada en la innovación sistemática	

basada en un modelo regenerativo. La regeneración aplicada, es decir, la capacidad de ser sustentables, resilientes, transformativos y adaptables es un proceso de innovación sistemática, aquella que se logra a través de la documentación, medición, el diseño, la implementación y la medición nuevamente, en un ciclo similar a aquel de una economía circular. Por medio de encuestas, entrevistas y análisis de datos se propondrán productos y servicios en un plan de acción donde la población ofrezca lo que tiene: su cultura, sus costumbres, su gastronomía y su idiosincrasia por conservar los bosques y las cuencas.

Necesidad del proyecto:

Hojancha como cantón, posee un gran potencial turístico. Tradicionalmente, el cantón se ha enfocado en ganadería y agricultura. En los últimos diez años, las zonas altas de los cantones de Nicoya, Hojancha y Nandayure se han convertido en un importante foco productor de cítricos. Sin embargo, hoy están en crisis, ya no les están comprando el producto y el margen de utilidad no da para ni siquiera para bajar el producto de los árboles. Lo están dejando perder.

Este trabajo propone un modelo innovador de turismo regenerativo para dinamizar la economía del cantón, fomentando el bienestar económico y social del territorio, la diversificación y la generación de empleo. Hojancha será ejemplo de desarrollo turístico regenerativo para otras pequeñas comunidades con deseos de apuntar a un turismo distinto, y de valor regenerativo. Para ello, es necesario documentar y analizar la oferta y servicios que hoy se realiza de manera empírica y con poca promoción.

Justificación de impacto del proyecto:

El gobierno local de Hojancha ha trabajado en la marca del cantón. El lanzamiento de “Somos Hojancha” que impulsa la Municipalidad de Hojancha busca fortalecer la visitación turística sobre la base de los atractivos relacionados con la sostenibilidad. A su vez, el ICT (Instituto Costarricense de Turismo) requiere de nuevas rutas para ofrecer mayor diversidad como país.

Esta es una oportunidad para plantear un modelo de desarrollo turístico basado en los seis pilares de la regeneración, tomando en cuenta la diversidad de los productos y servicios locales existentes y potenciales, así como la necesidad de plantear un plan cantonal para la mitigación de los impactos del cambio climático desde las actividades vinculadas con la operación del turismo.

A raíz del COVID los turistas prefieren viajar ahora en grupos pequeños y desean participar de actividades de turismo de bienestar, tours más especializados, se tiende a manejar grupos pequeños. La sociedad civil y el gobierno local de Hojancha están dispuestos en trabajar una propuesta de valor turístico enfocada en la regeneración.

Restricciones: No se han detectado.

Entregables:


- Inventario de servicios y atractivos turísticos que practican de alguna forma el desarrollo regenerativo.
- Plan de acción de turismo con enfoque regenerativo.
- Mapas de localización de atractivos y productos de turismo regenerativo.
- Plan de mitigación de impactos del cambio climático sobre la base del turismo regenerativo.

Identificación de grupos de interés:

Cliente(s) directo(s):

- Gobierno local y Municipalidad de Hojancha
- Fondo Comunitario de Guanacaste
- Instituto Costarricense de Turismo ICT
- Agencias de viajes y operadoras de turismo que deseen operar en Hojancha
- ACAGTA Cámara de Guías de Costa Rica
- Cámara hotelera de Guanacaste.

Cliente(s) indirecto(s):

<ul style="list-style-type: none"> • Entidades turísticas • Academia (CATIE / EARTH) • Operadores de servicios complementarios de turismo • Turistas extranjeros y costarricenses 	
Aprobado por (Tutor): Olivier Chassot L.	Firma: 
Estudiante: María Raquel Ramírez Portela	Firma:

Anexo 2. Cuestionario para las entrevistas

A continuación, se presentan las preguntas básicas utilizadas durante las entrevistas

1. ¿Qué ofrece en cantón de Hojancha en temas de turismo?
2. ¿Cree que Hojancha puede presentarse como un destino turístico?
3. ¿En algún momento se a desarrollado un trabajo para dimensionar al cantón como una alternativa turística?
4. ¿En caso de ser negativo, porqué cree que no ha habido iniciativas?
5. ¿Cuáles cree que serían las ventajas y desventajas del turismo en el cantón de Hojancha?
6. ¿Podría brindarnos posibles propuestas para desarrollar un destino turístico?

Anexo 3. Encuesta aplicada a los stakeholders.

Estimado amigo. Esta encuesta **es anónima**. Mi nombre es Raquel Ramírez. Estoy desarrollando mi proyecto de graduación en Hojancha. Le agradezco si por favor me puede ayudar a llenar la encuesta para elaborar una propuesta para el cantón.

Agradezco mucho su ayuda

1-Por favor si puede indicar su género _____

2- ¿Qué elementos hacen que se sienta identificado con la comunidad?

2.1 Familias que llevan años habitando la zona

2.2 Sentido de pertenencia por varios factores

2.3 No se siente el confinamiento de las personas como en otras regiones

2.4 La gente es agradable

2.5 La naturaleza y el bosque

2.6 Las personas buscan tener una mejor calidad de vida

2.7 Todas las anteriores

3- ¿Cuáles elementos hacen que no se sienta cómodo(a) en su comunidad?

3.1 Poca oferta de trabajo

3.2 Hay que ir a San José a estudiar para poder tener algo en le futuro

3.3 Las calles no están en buen estado

3.4 Los distritos no están unidos

3.5 Desinterés de algunas personas en no cuidar el medio ambiente

3.6 Mala organización de la Comunidad, gobierno local, empresas privadas e instituciones públicas

3.7 Falta de transporte

4- ¿Considera que la falta de empleo es un problema para la comunidad?

4.1 Sí

4.2 No

5- ¿Cómo considera que se puede mejorar esta situación?

5.1 Traer nuevas empresas de industria con empresarios costarricenses

5.2 Traer turismo

5.3 Que se nos asignen nuevas tierras para sembrar más

5.4 Capacitación para agricultores

5.5 Arreglar infraestructura (electricidad, alcantarillas, carreteras, internet)

5.6 Trabajar en conjunto con el gobierno local

5.7 Apoyar más a la marca Cantón “Somos Hojancha”

6- Cual es su percepción con respecto al turismo en Hojancha?

6.1 Nunca ha existido

6.2 No creo y no me gusta el turismo

6.3 Si el ICT apoyara al cantón, tendríamos turismo

6.4 Si nos unimos todos, empresa privada, gobierno local y emprendedores tendremos turismo

6.5 Faltan fondos para desarrollar el turismo

6.6 Faltan capacitaciones para desarrollar el turismo

6.7 El turismo nos puede dañar el cantón

6.8 Otro (explique) _____

7- Cree que cuentan con elementos para desarrollar el turismo en Hojancha?

7.1 Si

7.2 No

8- Cuales considera que son los atractivos turísticos de su cantón?

9- Cree que Hojancha podría tener una ruta turística conformada por pequeños empresarios de la zona?

9.1 Si

9.2 No

10- Porqué cree que aún no cuentan con una ruta turística?