

DIAGNÓSTICO MULTISECTORIAL EN LA REGIÓN DEL MONUMENTO NACIONAL GUAYABO



PREPARADO POR

NICOLAS TERRONES TARTE

RIMOUSKI, QUÉBEC

MARZO 2014

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC A RIMOUSKI

UQAR

Contenido

Agradecimientos	2
Lista de acrónimos	3
1. Introducción	4
2. Contexto del diagnóstico.....	5
3. Presentación de la región de estudio	5
4. Localización	6
5. Perfil socioeconómico.....	7
6. Retrato biofisico.....	7
7. Retrato histórico y geográfico.....	7
8. Cultura local de Guayabo y de Costa Rica	8
9. Metodología	8
10. Problemática frente al desarrollo turístico del Monumento Nacional Guayabo y de su región inmediata.....	10
10.1. Evaluación de las problemáticas de accesibilidad al Monumento National Guayabo	10
10.2. Difusión de la información de la oferta turística.....	11
10.3. Falta de visión y comunicación entre las personas frente al desarrollo	13
10.4. Falta de apoyo de las autoridades turísticas regionales.....	14
11. Resultado encuesta U-SURÉ	14
12. Recomendaciones.....	19
13. Conclusion	25
Bibliografía	26
Annexo 1 Lista de las personas consultadas en el mismo sitio.....	27
Annexo 2 Encuesta para el visitante	28
Annexo 3 Otros graficos del sondeo.....	31
Annexo 4 fotos	33

Agradecimientos

Quiero agradecer a las personas y los organismos que hicieron posible este diagnóstico. Un agradecimiento especial para las Señoras Ligia Quiros Quesada y Anny Jalbert por sus consejos preciosos. También un agradecimiento para las Señoras Lise Tarte por la traducción, Elizabeth Corrolis Esquivel y los Señores Carlos Terrones por la traducción, Alejandro Calderon Aguilar por su apoyo y consejos en el terreno. Además, quiero agradecer a Virginia Arias, Ronaldo Vargas Gonzalez, Giovanni Soto, Luz Marina Castillo Vasquez, Enrique Barascout, José Miguel Garcia, Osvaldo Salazar, Alejandra Varela, Reina Sanchez Solano, Natalie Quiros, Mikael Navarro Marine, Marianna Strzelecka Véronique Riverain por dedicarme su tiempo y contestar a mis preguntas.

Lista de acrónimos

ABOMORE: Alianza de Bosque Modelo del río Reventazón

ACCVC: Área de conservación cordillera volcánica central

CATIE: Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza

CATUR: Cámara de Turismo Turrialba

FENAGUITUR: Federación de guías de turismo

FUNDECOR: Fundación para el Desarrollo de la Cordillera Volcánica Central

ICT: Instituto Costarricense de Turismo

MNG: Monumento Nacional Guayabo

MINAE: Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones

PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

SINAC: Sistema nacional de áreas de conservación

U-SURÉ: Asociación de Guías de turismo U-SURÉ

1. Introducción

Este diagnóstico es un informe de las comprobaciones observadas después de dos meses de entrevista, de inmersión y de comprensión de la cultura local frente a los desarrollos turísticos de Guayabo así como el Monumento Nacional Guayabo (MNG) en la provincia de Cartago en Costa Rica.

Es necesario comprender que hay una cultura local frente al desarrollo de Guayabo como el Monumento Nacional Guayabo. Así como en otros lugares que se encuentran frente a diferentes realidades donde todo no es perfecto pero hay bastantes posibilidades para los que toman la molestia y para los que verdaderamente quieren ser la fuente de cambio y de desarrollo de su comunidad. En efecto, desde el punto de vista global tiene un potencial para desarrollarse y es absolutamente necesario para las diferentes instancias de crear un espacio común con el fin de cambiar, comunicar y de crear proyectos unificadores a la misma mesa de concertación con el fin de superar juntos los obstáculos. Después de todo, es comprobado que la inmensa mayoría de la gente tienen las mismas visiones frente al desarrollo turístico de Guayabo y son conscientes de los problemas y conocen las pistas de soluciones posibles con el fin de mejorar la situación. Absolutamente deben fortalecer sus capacidades de trabajar en equipo y de consolidar su red de colaboración con el fin de poder trabajar en concertación con los actores del medio. Este tipo de acción será una fuente de cambio de la situación presente.

Leyendo este documento es importante considerar que las opiniones y los comentarios formulados están basados en dos meses de entrevistas hechas con personas diversas que caracterizan Guayabo así como el desarrollo turístico de la región. En cuanto a los objetivos generales de este documento, se trata de presentar recomendaciones con el fin de mejorar el marco de intervenciones en desarrollo turístico en una perspectiva de desarrollo sostenible de las acciones a Asociación de guías de turismo U-SURÉ, Monumento Nacional Guayabo, restaurando Calzada investigación, Hostal Guayabo que restaura allí a Eimi y Mariposario y asociación de desarrollo de Guayabo, etc.

También en segundo lugar, es recomendado que las diversas instancias de los niveles turísticos junten sus fuerzas y peritajes con el fin de abrir más puertas posibles para el desarrollo del medio en una perspectiva de desarrollo sostenible que tomará en consideración las realidades culturales del medio. Desde luego para hacerlo hace falta trabajar en concertación y colaboración.

2. Contexto del diagnóstico

Este diagnóstico es el mandato que me dió Alianza Bosque Modelo Reventazon (ABOMORE) por el intermedio de la Señora Ligia Quiros Quesada ingeniera forestal y efectuado en el marco de mis estudios en geografía como complemento al curso « Período de prácticas » en medio de trabajo de la Universidad de Quebec a Rimouski, bajo la supervisión de la Señora Anny Jalbert encargada de curso. En el mismo terreno varias organizaciones respondieron a mis interrogatorios, en cambio trabajé mayoritariamente en colaboración con los miembros de U-SURÉ así como de su presidenta Elizabeth Corrolis Esquivel. Considerando esto, este documento intentará librarse de los problemas que podrían engendrar y tomará de manera considerable la opinion de otras instancias y individuos encontrados.

3. Presentación de la región de estudio

La región de estudio es constada como anteriormente mencionado por varias instancias laborando en el desarrollo turístico de Guayabo. En cuanto a la gestión del Monumento Nacional de Guayabo éste es administrada por gestionarios que dependen del área de conservación que es « Area de conservación cordillera volcánica central (ACCV) » que es un órgano del sistema de « Areas de concervacion (SINAC) » que es una instancia dependiente del Ministerio del Ambiente, Energia y Telecomunicaciones (MINAE). USURÉ en cuanto a ellos emergen de una iniciativa local y son un grupo de guía interprete local laborando por MNG que es financiado por el programa PNUD Removiendo Barreras. Su rol es de abastecer un servicio de guía intérprete dentro del MNG así como otros servicios diversos turísticos en la región inmediata de Guayabo. Otros proveedores de servicio turístico mencionado vienen de individuos de Guayabo. Además, el grupo Turi-arva opera el

mismo género de servicio de guía turístico que USURÉ, sin embargo, a partir de Santa Cruz de Turrialba y para su región inmediata.

4. Localización

Situado en medio rural agrícola y en el bosque lluvioso y montañoso de Guayabo. Es oficialmente llamado Colonia agrícola de Guayabo de Turrialba. Este pueblo de aproximadamente 700 habitantes compuesto por 250 familias esta localizado a 19km al Noreste de Turrialba y de 63km al este de la capital San José. Principalmente es caracterizado por los ríos Lajas al Noreste y Guayabo al Sureste (Chavez, 1993). El mapa muestra la localización del Monumento Nacional Guayabo y también del pueblo de Guayabo.



Figura 1. Localización de Monumento Nacional Guayabo y de la Colonia agrícola de Guayabo de Turrialba. Fuente: Morera, 2008.

5. Perfil socioeconómico

Poca información al día parece estar disponible de la situación socioeconómica de Guayabo. Considerando esto esta sección presentará brevemente las grandes líneas de este medio rural que parece evolucionar lentamente.

Guayabo es una región de granjas lecheras reconocida por su producción artesanal de queso. Los primeros habitantes modernos parecen haber sido compuestas por 70 familias que antaño fueron asociadas con la Hacienda presente en Guayabo en la primera mitad del siglo 20 (Quiros y al, 1987). Hoy según los habitantes de Guayabo habrá 250 familias presentes sobre el territorio. Los suelos dedicados a la agricultura son caracterizados por la cultura de café, de la caña de azúcar, de la yuca y platano siendo sostenida por la mano de obra manual y parcialmente mecanizada (Quiros y al, 1987).

6. Retrato biofísico

En cuanto al medio biofísico el MNG (Monumento Nacional Guayabo) es caracterizado por precipitaciones medias anuales de 3500 mm y de una temperatura media anual que oscila entre 18 y 24 C con una humedad relativa media entre el 84 y 90 %. El MNG contiene también 84 especies de plantas repartidas en 56 familias además de los numerosos líquenes y hongos. Respecto a la fauna, cuenta con 15 especies de mamíferos, entre las que están el oso perezoso, el oso hormiguero y 161 especies de aves, entre ellas múltiples especies de tucanes (Morera, 2008).

7. Retrato histórico y geográfico

La razón de ser del Monumento Nacional Guayabo, es la valorización del yacimiento arqueológico por la protección y la conservación del medio biofísico y arqueológico desde agosto de 1973 y bajo forma de monumento nacional. El lugar estuvo ocupado por el hombre entre 1000 BC y 1400 AD con un apogeo hacia 800 AD donde fueron erigidas las estructuras todavía hoy presente. Este sitio fue un lugar importante de un punto de vista socioeconómico.

No siendo expuesto todavía completamente y valorizado, el yacimiento arqueológico expone actualmente 43 montículos, tres acueductos y algunos caminos. En cuanto a las actividades arqueológicas dataría del paso de Anastasio Alfaro en los años 1890 y todavía presente hoy (Morera, 2008). El yacimiento arqueológico subió en el verano de 2013 una restauración de manera tradicional en arqueología con el fin de poner el lugar en más valor.

8. Cultura local de Guayabo y de Costa Rica

Debido al yacimiento arqueológico presente sobre el territorio, Guayabo a un cierto historial de frecuentación turística y es visto por los costarriqueños como parte de la cultura nacional. En efecto, es bien conocido a través del país y un sentimiento de orgullo es relacionado con eso. Además, al nivel nacional después de discusión con grupos costarriqueños de diferentes partes del país y de diferente clase social es comprobado que mismos orgullo y deseo de valorización es llevado a nivel de los 28 parques nacionales que contiene el país. En otras palabras, durante mis intercambios con la población, he realizado que son orgullos de sus espacios naturales protegidos y además la gente lo visitan y lo hacen suyos. Razón de la importancia de tal documento de evaluación de la situación frente al desarrollo turístico actual de Guayabo.

9. Metodología

Este diagnóstico fue elaborado en el el período de prácticas del lunes 17 de junio a viernes 9 de agosto de 2013 y con la intervención de varios métodos de análisis y de toma de datos en el sitio.

Las dos primeras semanas de prácticas en junio fueron tomadas con el fin de preparar el resto del período de prácticas por la elaboración de una lista de contactos con el fin de poder en el futuro próximo elaborar los cuestionarios específicos a cada una de las instancias y personas encontradas. La investigación y la consulta de la documentación fueron establecidas en este momento. Un encuentro con los dirigentes del MNG y miembros activos de U-SURÉ fué elaborado y también una demanda de encuentro con cada uno de ellos. La visita de las

infraestructuras del MNG y del producto de U-SURÉ también fue realizada desde la primera semana. Junio fue utilizado con el fin de comprender mejor el medio del período de prácticas, así como la cultura local en materia de desarrollo. Por otra parte a lo largo del período de prácticas, el aprendizaje de la cultura fue un elemento en evolución constante. Estando instalado para efectuar el período de prácticas en la oficina de U-SURÉ las cuestiones que tenía para ellos con el fin de comprender el medio, fue puesta a lo largo del período de prácticas.

En julio la toma de cita con los contactos establecidos anteriormente así como la elaboración de cuestionario específico a cada persona encontrada fue efectuada antes de cada encuentro. Se trata aquí de empleados de parques nacionales, de estudiantes en desarrollo regional y otros actores importantes (una lista completa personas consultadas en el momento del período de prácticas se encuentra en anexo 1). Esta etapa tomó una buena parte del tiempo concedido al período de prácticas en julio. Fue hasta necesario desplazarme en transporte público para encontrar a ciertos actores del medio. Entre el 30 de julio y 14 de agosto de 2013 a la petición de U-SURÉ un sondeo fue elaborado para conocer mejor su clientela. Éste fue cumplido por 29 grupos de participantes. Los resultados son por otra parte un elemento importante. La participación a un acontecimiento por un levantamiento de fondo por intermedio de U-SURÉ y la visita del festival de Queso de Santa Cruz permitieron comprender mejor el resultado de la acción tomada por ciertas instancias locales frente al desarrollo turístico. Además, el festival de queso ayuda a comprender la importancia de este producto en la region al nivel turístico.

En agosto, la toma de datos por encuentros fue todavía necesaria. Por otra parte un largo cuestionario fué puesto a U-SURÉ en el momento de un último encuentro. Además, estos últimos me integraron en uno de sus encuentros lo que me ayudó a comprender mejor su realidad y medio financiero. Es así por la intervención de discusión con ciertos actores turísticos de Guayabo que una comprensión de su realidad y la del nivel real de desarrollo turístico de Guayabo fueron comprendidas. A este momento un retrato de la realidad del terreno pudo ser establecida y las bases del diagnóstico considerando sus interacciones pudieron ser consideradas para el documento presente. Además, fué en septiembre que los

datos obtenidos de la clientela U-SURÉ fueron contabilizados. En resumen, todas las informaciones dadas fueron de una importancia capital a fin de realizar este diagnóstico.

10. Problemática frente al desarrollo turístico del Monumento Nacional Guayabo y de su región inmediata

Lo que sigue es la comprobación y la identificación de mi experiencia en la región de las problemáticas frente al desarrollo turístico. Hay que tomar en cuenta que todos no tienen las mismas posibilidades y contactos frente al desarrollo y los recursos financieros.

10.1. Evaluación de las problemáticas de accesibilidad al Monumento Nacional Guayabo

Este párrafo negociará tres elementos, sea la señalización, el estado de los caminos así como los transportes para acceder al MNG. Aunque la señalización sea muy presente sobre los caminos que unan Turrialba al MNG sea 19km y de Santa Cruz al MNG 14km, el estado del camino que no es asfaltado y debido a la erosión provocada por la estación de lluvias, no invita al transporte, por lo menos desde el punto de vista de los turistas internacionales y especialmente para la porción menos frecuentada por los turistas de Turrialba-Guayabo. Hay que comprender que el país también es visitado por los turistas internacionales que optan por un alquiler de coche, esto principalmente es su manera de visita al MNG, pues algunos son más móviles que otros. Ciertos grupos de operadores internacionales y locales ofrecen servicios turísticos al MNG el transporte es incluido por supuesto allí. Ejemplo, Explornatura ofrece una salida de día a 65\$ dólares US a partir de Turrialba. Otros operadores como el alemán Armo Tours y el americano Rustic pathways tienen el MNG como actividad en el momento de su estancia turística.

En cuanto a los transportes públicos ofrecidos para tener acceso al pueblo de Guayabo así como al MNG hay solamente un autobús que va de Turrialba con el fin de unir el pueblo y el MNG (ver figura 2). Una problemática emerge, encontrar la información y el horario de los autobuses no es fácil en internet y también en el lugar de la parada de autobús de Turrialba. Lo que procura que turistas internacionales y nacionales que optan por esta opción son poco

numerosos ver inexistente. Por lo tanto, esto ofrece una buena oportunidad de intercambio entre los turistas y la gente local y al mismo tiempo ver el paisaje. En cuanto al camino de Santa Cruz actualmente no hay transporte público que úne este pueblo al MNG así como al pueblo de Guayabo. Este camino es más frecuentado por turistas en general, al mismo tiempo conecta Cartago y San José más fácilmente con el MNG que la vía que pasa por Turrialba.

Horario del autobús para Guayabo-Turrialba y el Monumento Nacional Guayabo (trayecto de 50 minutos)					
Guayabo-Turrialba Lunes-Viernes	Turrialba-Guayabo Lunes-Viernes	Guayabo-Turrialba Sábado	Turrialba-Guayabo Sábado	Guayabo-Turrialba Domingo	Turrialba-Guayabo Domingo
5h15, 7hrs, 12h45, 16hrs	6h15, 11h15, 15h10, 17h30	7hrs, 12h45, 16hrs	11hrs, 15hrs, 17h30	7hrs, 12h45, 16hrs	9hrs, 15hrs, (19hrs, poco común)

Figura 2. Cuadro del horario de autobús únen Guayabo-Turrialba y Turrialba-Guayabo.

10.2. Difusión de la información de la oferta turística

El problema es que no existe una promoción publicitaria de la oferta turística, más bien esta mal distribuida y no alcanza todos los turistas pero sólo una pequeña porción.

En cuanto a MNG es difícil para los empleados que trabajan en turismo de crear asociaciones de publicidad entre las partes interesadas del turismo en la región debido a su alta carga de trabajo y falta de personal. Además, parece que sólo tienen un mandato el desarrollo de MNG y no necesariamente están alentados por la estructura del gobierno de tener un enfoque integral frente a la difusión de información turística. Incluso, parece que se les anima a trabajar con un enfoque sectorial para el desarrollo del turismo Guayabo. Además, actualmente es imposible que el MNG haga su propia publicidad,

tienen que pasar por al SINAC (Sistema Nacional de Áreas de Conservación), que el delega al TIC (Instituto Costarricense de Turismo).

Sin embargo, este no parece dar prioridad al trabajo con las autoridades locales en el terreno, sino más bien el desarrollo de las playas y volcanes turísticos. Este instituto parece promover sólo los grandes jugadores turísticos. Me parece ver el MNG como un valor añadido a la oferta turística del país podría ser considerado. Es lamentable que el MNG no pueda agregar más información al sitio Web de la SINAC. Actualmente, este sitio web muestra poca información apropiada para los turistas y no parece contribuir a la difusión de oportunidades para ellos. Hay que tener cuenta que los servicios son poco conocidos de turistas MNG y operadores turísticos. Menos aún conocidos de los turistas internacionales que visitan poco la MNG.

En cuanto a la difusión de la oferta turística U- SURÉ se puede observar las limitaciones financieras que caracterizan al grupo. Sin embargo, después de 10 años de actividad no tienen todavía un sitio web. Este medio de comunicación no está utilizada para demostrar una organización de la oferta turística, facilitar la comercialización de su producto turístico y la oferta de servicios. Teniendo en cuenta que no parece haber ninguna manera de dar a conocer su producto turístico con otros órganos regionales a parte de boca en boca. Además, en la actualidad su único producto turístico es la visita guiada que ofrecen durante el día la MNG y anualmente un paseo por la noche.

En cuanto a la promoción de la oferta turística de « La Calzada » y de « Hostal y Mariposario Guayabo » parece que poco esfuerzo se pone en sus publicidades. Por un lado, debido a la falta de recursos financieros y de otro por falta de conocimiento o medios para hacer un buen trabajo.

Por último, los actores a menudo dependen únicamente de los medios sociales como Facebook para hacer su promoción turística. Parece que este método no difunde la información a todos, sino sólo a los miembros de la red. Por consecuencia, la información llega a un pequeño grupo que están interesados por las ofertas y servicios turístico. Esta pista de reinversión parece poco explotada. La gente no parece relacionar que tener un sitio internet haga un efecto directo en su desarrollo.

10.3. Falta de visión y comunicación entre las personas frente al desarrollo

Al igual que todas las comunidades en el mundo frente al desarrollo nada es perfecto cuando llega el momento de reunirse y planear por el futuro del desarrollo turístico. Dicho esto, el pueblo tiene problemas de comunicación de la gente que no se expresa y a frustraciones que se han acumulado con el tiempo. Además, falta de un « leader » en la comunidad que sea capaz de unir a las personas y que tenga experiencia de desarrollo turístico para crear proyectos. Al parecer, por una parte por falta de visión de algunos, pero también es más significativo por falta de oportunidades de formación, falta de herramientas, falta de habilidades y conocimientos en el desarrollo turístico. Teniendo en cuenta estos factores, esto tiene el efecto de ser un obstáculo importante para el desarrollo del turismo apropiado.

Debemos comprender, que el lugar tiene sus límites en el turismo, especialmente para los turistas internacionales no vendrán a la región por los sitios arqueológicos, sino más bien optaran por México o Guatemala o de la costa de Costa Rica por sus playas. Sin embargo, nada se pierde y hay manera de despertar la curiosidad con una buena oferta turística y algunas posibilidades de desarrollo turístico.

Considerando el párrafo anterior, me parece que la problemática existe desde un buen momento. Por un lado, por conflictos de personalidad entre algunos miembros de U-SURÉ y la falta de transferencia de los conocimientos dentro de la asociación. Y por otro lado, la falta de personal en el MNG y conflictos de personalidades involucradas con algunas empresas de Guayabo. Todos estos factores de mala comunicación contribuyen a una falta de visión que puede ser un contribuyente al problema entre los distintos actores. A esto se suma la falta de integración de la población local, que no parece interesada en el MNG y en desarrollo turístico.

10.4. Falta de apoyo de las autoridades turísticas regionales

Pasé dos meses en la región de Guayabo, al parecer se constata una falta de apoyo de los organismos regionales y nacionales de turismo y del desarrollo. De hecho, no estuve informado de las posibles reuniones regionales o nacionales, es por eso por lo que es difícil para mí evaluar el apoyo en estos casos. Sin embargo, durante mi estadia, que yo sepa, ninguna actividad se realizo por por parte de la *Asociación de desarrollo de Guayabo*, CATUR (Cámara de Turismo de Turrialba), las ICT, de FENAGUITUR (Federación de Guías de turismo) y el CATIE (Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza) que podría contribuir al desarrollo turistico de Guayabo y MNG. Por lo tanto, si hubo colaboración o reuniones, nadie consideró importante incluirme, sabiendo el por qué de mi llegada a la región. Tomo la MNG como ejemplo, excluyo la colaboración entre U-SURÉ y FUNDECOR, porque soy consciente que hay algún tipo de colaboración y de proyectos en curso que podrían ayudar al grupo. Por lo tanto, según mis observaciones, parece que el enfoque integrador no hay ninguna otra instancia de turístico Guayabo.

11. Resultado encuesta U-SURÉ

Esta encuesta fue solicitada por los administradores de U- SURÉ, como medio de conocer a los turistas que optan por un intérprete de MNG. De hecho, el objetivo era obtener información que la asociación no tenia respecto a su clientela. Lo que le permitirá centrar mejor las acciones futuras relacionadas con el desarrollo del turismo. Con 29 encuestados ($n = 29$) y llevadas a cabo entre el 30 de julio - el 14 de agosto 2013, la encuesta fue completada por una persona de cada grupo que obtaba por una visita guiada del MNG. Además, la encuesta estuvo disponible en español e Inglés (ver anexo 2) y completada por 19 costarricenses y 10 extranjeros todos hacian parte del mayor grupo turistico. De 7 figuras disponibles (Anexo 3) cuatro histogramas se utilizan aquí para la interpretación. Lo que se nota es el entusiasmo que los turistas tienen en relación con U- SURÉ y los guías.

Cuando nos fijamos en la figura 3 se observa que pocos turistas obtienen los servicios de guía a través de los medios de comunicación, agencias de turismo, la familia y los centros educativos. De hecho, la mayoría de turistas aprenden sobre el terreno la posibilidad de servicios guiados. También se incluyen en el 40 %, lo que equivale a *otra forma*. Esta cifra nos muestran que hay mucho camino por recorrer en términos de promoción y que ciertos medios de difusión funcionan mejor que otros.

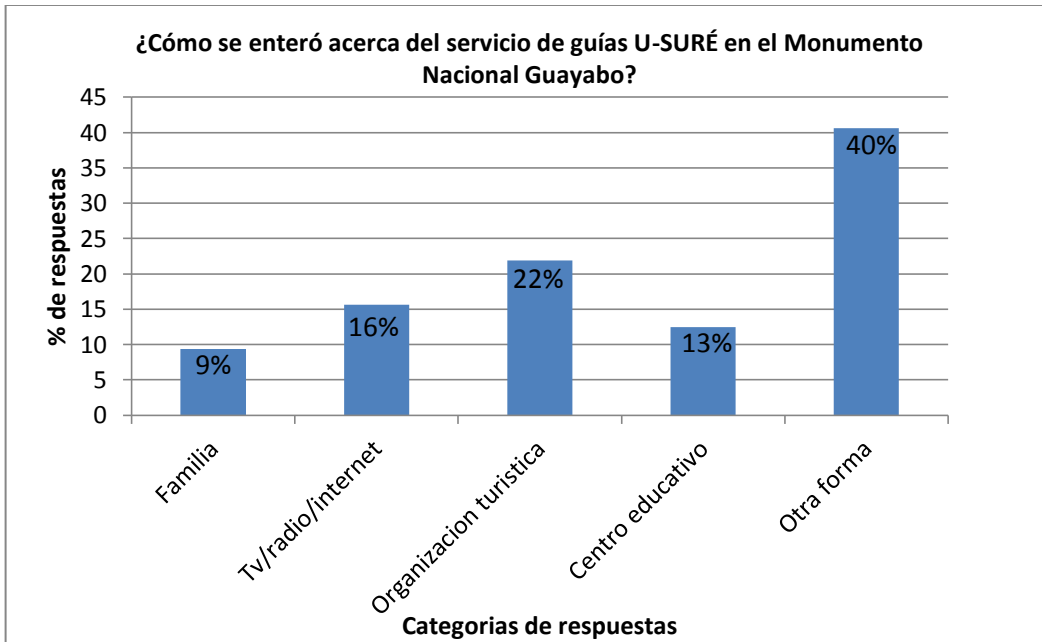


Figura 3.

En referencia a la figura 4, por contar con el apoyo de las personas encuestadas esto tiene un interés significativo para la organización de eventos especiales por el U-SURÉ. De hecho, el 59% estaría interesado en participar en un evento especial y el 24% dependiendo de la actividad. Así que más de un 90% si también tenemos en cuenta el interés de las personas en función de coste evento especial. Estos resultados pueden inspirar U-SURÉ y el MNG y parecen ser muy positivos.

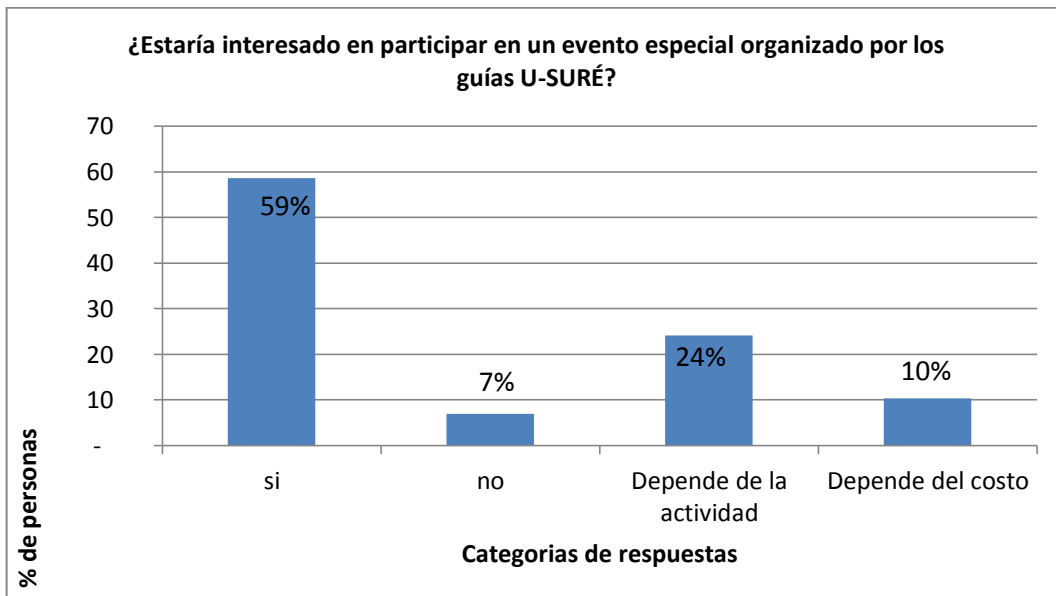


Figura 4.

En términos de la figura 5 que podría ser utilizado por U-SURÉ con el fin de justificar el financiamiento que vienen de organismos como FUNDECOR y Removiendo Barreras para ayudarles a desarrollar sus ofertas de turismo. De hecho, el 72% de los encuestados han manifestado su interés en otras ofertas turísticas, como excursiones nocturnas con antorchas, desde U-SURE que tiene sólo uno en este momento. Además, si consideramos que las personas que respondieron « probablemente » estarán interesados por más actividades turísticas de U-SURÉ, el porcentaje podría elevarse a 96%.

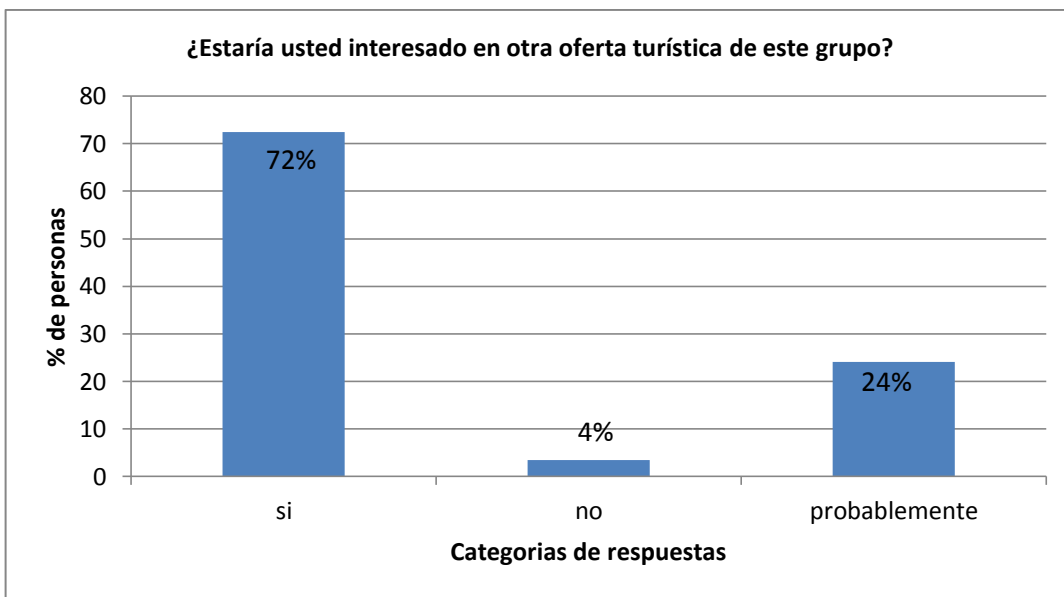


Figura 5.

Por último, a lo que se muestra en la figura 6 se puede observar que la gran mayoría que 97% de los encuestados repetirían sus experiencias con U-SURÉ. Qué es en sí misma una buena razón para desarrollar más el turismo, como tours nocturnos y demuestra el profesionalismo del U-SURÉ.

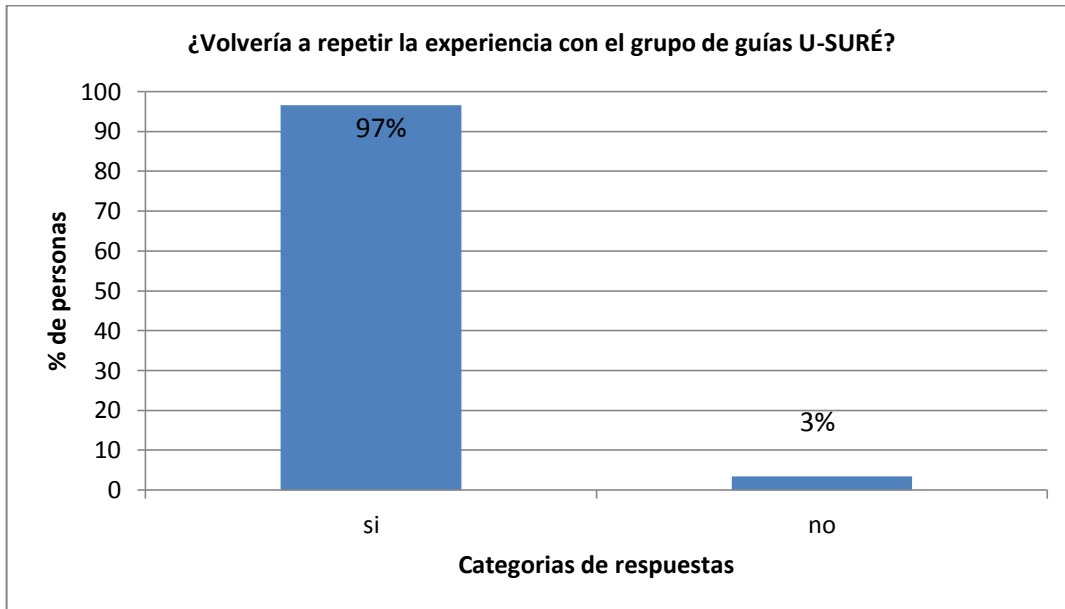


Figura 6.

12. Recomendaciones

Con el fin de mejorar la situación actual de desarrollo del turismo, es importante que la comunidad Guayabo pueda encontrar por sí mismos los elementos y considerar cuidadosamente sus realidades y responder así a los problemas encontrados. Por tanto, estas recomendaciones se quieren ser motivo de reflexión para aquellos que lo consideraran a Guayabo. Recomendaciones contenidas en este documento se basan en ciertas observaciones, entrevistas y comprensión de la situación y el análisis de la interacción de todos estos elementos y después de dos meses en el terreno. Para facilitar la lectura, en esta sección se divide en cinco partes y texto adjunto que explican las recomendaciones. Estas secciones son: 1. Red y concertación entre los agentes del sector turístico, 2. Establecimiento de una visión estratégica, 3. Promociones turísticas, 4. Refuerzos de las habilidades, 5. Tener cuenta de la población y los actores.

1. Red y concertación entre los agentes del sector turístico
 - Creación de una mesa de concertación regional
 - Asegurar una buena comunicación
 - Asegurar una visión integral de los problemas
 - Garantizar la transferencia de conocimiento
 - Fortalecer la eficacia de la « *Asociación de desarrollo Guayabo* »
 - Recibir consejos a un experto en desarrollo
 - Movilización de los actores al rededor de un intervención común
 - Proveerse de una buena red
 - Identificar una persona responsable para el desarrollo Guayabo
 - Adoptar un plan de acción claro, comprendido y aceptado por todos
 - Fortalecer los vínculos entre la U-SURÉ y la dirección de MNG
 - Involucrar más ABOMORE

Creación de una mesa de concertación regional entre los interesados y el desarrollo del turismo es absolutamente necesario contar con buenas habilidades de comunicación. Una visión integral de los problemas, el intercambio de conocimientos y la transferencia de conocimientos son necesarios. Esta mesa podría convertirse en una herramienta para la representación de la visión local de los órganos decisionales. Además, aumentaría la eficacia de la « Asociación de desarrollo de Guayabo ». También podría ser el lugar perfecto para crear proyectos que son claramente necesarios para Guayabo y la región.

Esta mesa podría recibir los consejos de un experto con mucho liderazgo y que conociera bien el tema con el fin de aconsejar sobre la problemática y bien dirigir la acción emprendida por los actores en forma de recomendación. De hecho, hay que mencionar que esta idea es a priori del Señor Osvaldo Salazar de Hostal y Mariposario Guayabo.

Con el fin de movilizar a la gente alrededor de ejes comunes de intervenciones y de asegurar una buena red, es importante destacar el espíritu de liderazgo de la gente así como el sentimiento de pertenencia, con el fin de que éstos puedan intervenir adecuadamente. De momento, no parece que hay una persona que encabece el desarrollo de Guayabo. Sería importante identificar a una persona que podría movilizar a la gente alrededor de eje común de intervención y de asegurar una buena red. Esta persona podría trabajar en concertación con otros actores del medio y juntos todos ellos podrían adoptar un plan claro de intervención, siendo comprendido y aceptado por todos.

A pesar que la relación parezca adecuada entre los gestores del MNG y U-SURÉ, podría ser interesante reforzar estos lazos por una buena concertación y poner a cabo proyectos unificadores y trabajar en asociación más frecuente. Esto permitiría tener objetivos a corto, medio y largo plazo que podría beneficiar a cada uno teniendo en cuenta sus diferentes realidades.

Considerando que el rol de ABOMORE podría ser más definido por lo menos para Guayabo. Parece que el papel de este organismo fuera de la intervención en el « bosque modelo Reventazon » es poco conocido de la población. Esto podría ser cambiado por una implicación más grande en el terreno de esta organización y de implicar su peritaje en el sitio sería muy apreciada con el fin de conectar desarrollo turístico y

desarrollo durable. Este organismo podria ser el enlace entre el medio natural a preservar y el desarrollo turistico local, si todavia no esta hecho.

2. Establecimiento de una visión estratégica

- Actividad consultiva para establecer la visión estratégica y el plan de acción
- Adopción de todos de la visión y del plan
- Asegurar la concertación y la colaboración en la planificación
- Incluir los dirigentes de Monumento Nacional Guayabo
- Asegurar una buena gobernancia turística
- Ver lo que se hace en Costa Rica

Para concretisar las acciones mencionadas al punto 1, es absolutamente necesario crear actividades de consulta con el fin de poder hablar y consultar a una muestra más grande de la población y qué éstos se sientan interpelados e incluidos en el proceso de desarrollo de Guayabo.

Es en consecuencia de estas consultas será posible adoptar una visión común de desarrollo a Guayabo. Para tener exito, la concertación y la colaboración es necesario a todos los niveles. Por consiguiente, incluir los dirigentes de Monumento nacional y vice-versa cuando se trata de un proyecto de Monumento nacional que Guayabo participa. Estas acciones podrían contribuir a una buena gobernancia turística de la región.

Además, es importante para las empresas y otros actores turísticos de Guayabo de ir a ver lo que se hace en otro lugar o invitar a actores del turismo de otras regiones de Costa Rica que nos presenten sus fuerzas, pero también sus debilidades, con el fin de ver sus problemáticas sobre otro ángulo diferente y de trabajar mejor frente al desarrollo de Guayabo. A titulo de ejemplo, parece que ciertas instancias laboranlo en el dominio del turismo de San Gerardo de Rivas al margen del Parque nacional Chirripo podría ser interesante ponerse en contacto.

3. Promoción turística :

- Contratar un encargado de comunicación y de promoción turística
- Asegurar y planificar el tiempo necesario para el desarrollo turístico
- Acogida de cursillistas nacionales e internacionales
- Diversificación más grande de la oferta turística
- Desarrollo de páginas internet
- Aumentar la información de la sección que concierne al MNG sobre la página internet del SINAC
- Realizar la integración entre los actores

Parece que hay espacio en U-SURÉ de crear un puesto de comunicación y promoción turística. Una persona que tendrá como única tarea aumentar el nivel de coordinación y de eficacia del grupo frente a su promoción turística. Hallarse en situación de poder dedicar bastante tiempo al desarrollo turístico es necesario y neurálgico al auge turístico de la región.

Crear las posibilidades de tener cursillistas de universidades nacionales que trabajan en el mercado de producto turístico podría ser como una opción factible hasta ver estudiantes internacionales que vendrían del campo del marketing o del desarrollo territorial. Podría ayudar a las asociaciones turísticas locales y otras instancias en el campo. Estos cursillistas podrían tener por tarea la promoción turística, la comunicación y el desarrollo territorial. Ejemplo, ciertas ideas como propuesto el paseo nocturno de U-SURÉ de modo diario y no anualmente. Podrían emerger y permitir diversificar la oferta turística del grupo (y de Guayabo). Esto es sumamente necesario y podría contribuir a una demanda por el alojamiento hotelero a Guayabo así como servicios de restauración. Es necesario anotar también que U-SURÉ debe obligatoriamente diversificar su oferta turística con el fin de mejorar su situación económica, asegurar su viabilidad y eventualmente poder asegurar una cierta permanencia de los guías. Para hacerlo como ya mencionado en estas recomendaciones ir a ver lo que se hace en otro lugar es necesario. También es el deber de U-SURÉ de encontrar servicios turísticos a su imagen que podrían completar la oferta turística de Guayabo y de asegurar su perennidad.

Para difundir la información de este género de oferta turística hace falta ver más lejos que ciertos medios de comunicaciones sociales tales como Facebook y de invertir el tiempo y dinero en páginas internet con el fin de asegurar la promoción turística de Guayabo. Sucede que este paso es fuertemente sugerido a U-SURÉ así como a otros actores turísticos. Para U-SURÉ, esto facilitaría su postura en el mercado de su producto turístico y podría ayudar a las asociaciones turísticas regionales a mejor conocer los productos de U-SURÉ con el fin de poder sugerirlos a los tour operadores y por lo tanto, ayudar a mejorar su publicidad turística. Una página internet común de Guayabo, podría ser integrado de todos los actores del desarrollo turístico de Guayabo y hacer una promoción equitativa de por lazos de una hacia la otra.

Además, el contenido que concierne al MNG de la página internet del SINAC es poco informativo. Sería importante revisar la información y incluir las direcciones para ir al MNG, los transportes públicos, los servicios disponibles en el interior y fuera del MNG así como una traducción en inglés, el idioma del turismo. Esto se inscribiría en una perspectiva de desarrollo sostenible de Guayabo. Además, esta página internet en general ganaría tanto a incluir más información con el fin de hacer una buena promoción de la red costarricense de conservación.

Un paso integrador en materia de promoción turística entre actores turísticos de Guayabo verdaderamente podría ayudar a la región que tiene puntos comunes frente al desarrollo y disminuir los costos y energía y al mismo tiempo tener una perspectiva más grande de difusión y de información.

4. Fortalecimiento de las competencias :

- Remediar la falta de formación y de conocimientos en el mercado turístico
- Remediar la falta de conocimientos en publicidad
- Remediar la falta de visibilidad de las instancias turísticas de Guayabo
- Ver colaboración posible con CATIE, CATUR y diferentes organizaciones
- Formación adaptada a las necesidades del medio
- Obtener la certificación de sostenibilidad turística

Parece de no haber formación en la region, entonces podría ser interesante para los actores del medio de hacer un inventario de las colaboraciones posibles. Además, el acceso a formaciones de calidad que podrían ayudar a los actores debería figurar en un enfoque integrativo y adaptativo al desarrollo de la región. Esto contribuiría a una óptica de visión a largo plazo para contrarrestar la falta de visibilidad turística de las instancias así como su autonomía en materia de competencia frente a su promoción turística. Por lo tanto, obtener la certificación de sostenibilidad turística del ICT podría ser un elemento más a un reconocimiento de una organización nacional para U-SURÉ como asociación turística y de otras organizaciones de Guayabo que podrían calificarse.

5. Consideración de la población y los actores

- Integración de la comunidad en los diferentes proyectos
- Visión de desarrollo sostenible durable y comun a largo plazo entre los
- actores
- Incluir más a la población a los proyectos del MNG y otro lugar
- Contribuir mejor al sentimiento de pertenencia de la población para
- Guayabo

Para poder asegurar un desarrollo sostenible territorial y turístico, es fundamental integrar la comunidad local con el fin de crear un sentimiento de pertenencia de la gente de Guayabo y su desarrollo. Esto ayudará mucho a las posibilidades de éxito de los proyectos y contribuiría al sentimiento de orgullo de la población local hacia su pueblo.

Considerando esto, y el potencial del proyecto SINAC y del ACC de creación de un nuevo centro para los visitantes. Es absolutamente necesario poder incluir U-SURÉ y la tienda de venta de artesanía local. Esto tendrá por efecto inmediato de poder hacer gozar a una parte de la población local, pero también favorecer el soporte económico a largo plazo de la región integrandose en una visión de desarrollo sostenible y durable. Podría ser pertinente de añadirle a esto la posibilidad de trabajar en colaboración y a igual con otras instancias como Calzada y Finca escuela Perica proyecto de investigacion

Tepemechín y Hostal Y Mariposario Guayabo sobre colaboraciones posibles para este proyecto del SINAC y también si estos últimos están interesados.

13. Conclusion

Considerando la situación como las pistas de recomendación mencionadas. La situación está en las manos de la gente que quiere darse los elementos de cambio para poder contribuir al desarrollo de la comunidad. Es con un buen liderazgo, el trabajo en concertación y colaboración así como una buena comunicación y una consideración por el trabajo de otros, que será posible remediar la situación presente.

Las estadísticas presentadas aquí y en el anexo 3 nos indican que hay entusiasmo por U-SURÉ. Es importante para ellos de hacer compartir este entusiasmo de los turistas a otras instancias turísticas con el fin de que todos puedan sacar provecho de eso. Además, hay que comprender que para poder alcanzar tales objetivos como mencionado en estas páginas es necesario a la gente de trabajar en equipo, con el fin de hacer adelantar sus empresas o asociaciones y de trabajar de modos holísticos con el fin de poder incluir todo grupo que quiera trabajar en el desarrollo de Guayabo. Para los que no quieran participar y hacen grupo a parte tienen derecho de hacerlo pero al mismo tiempo se retiran el derecho de ser negativos hacia los que trabajan en equipo por el bien estar colectivo de Guayabo.

Es con trabajo de equipo que las posibilidades se abrirán y con el tiempo los esfuerzos serán recompensados. Pues, es necesario de considerar que se trata de un proceso largo pero sostenible con bellos arranques socioeconómicos y que al final esto va ser benéfico para todos ellos que se implicarán.

En conclusión dejo al lector con esta citación de Claude Ouellet de la Universidad de Québec a Rimouski « Hay que tener al espíritu que el diagnóstico únicamente no sirve para analizar los problemas (éste podría conducir al desaliento), también pretende identificar potenciales de desarrollo y crear un proceso de cambio en el medio ».

Bibliografía

Chavez, Sergio, 1993. Guayabo de Turrialba: pasado y presente monografía, Oficina de Publicaciones de la Universidad de Costa Rica.

Morera, Marlon Delgado, 2008. Plan general de manejo del Monumento Nacional Guayabo, Sistema Nacional de Áreas de Conservación, Área de Conservación Cordillera Volcánica Central, 129p.

Ouellet, Claude. 2013, Geo 204-09 Urbanité et Dynamique territoriale, Université du Québec à Rimouski, communication personnelle lors du cours de l'automne 2014.

Quiros, Ana Arias; Chavez, Sergio; José Gomez, 1987. Desarrollo de la acción social en Guayabo: Una colonia agrícola en Turrialba, Ciencias Social, revista 35: p19-29.

Annexo 1 Lista de las personas consultadas en el mismo sitio

Virginia Arias	Presidente, asociación de desarrollo de Guayabo
Ronaldo Vargas Gonzalez	Administration, Monumento Nacional guayabo
Giovanno Soto	Encargado de turismo, Monumento Nacional Guayabo
Elizabeth Corrolis Esquivel	Presidente, Asociación de guías de turismo U-SURÉ
Alejandro Calderon Aguilar	Secretario, Asociación de guías de turismo U-SURÉ
Luz Marina Castillo Vasquez	Archeologo, Nuevo Espacios Desarrolladores Vascos
Enrique Barascout	Archeologo, Nuevo Espacios Desarrolladores Vascos
José Miguel Garcia	Restaurante La Calzada y Finca escuela La Perica y proyecto de investigación Tepemechín
Oswaldo Salazar	Mariposario, Restaurante Eimi y Hostal Guayabo
Alejandra Varela	Encargada de turismo Parque Nacional Volcán Irazú
Reina Sanchez Solano	Parque Nacional Volcán Turrialba
Natalie quiros	Estudiante, Universidad Estatal a Distancia
Mikael Navarro Marine	Estudiante, Reserva Natural Pacuare
Marianna Strzelecka	University of North Texas
Véronique Riverain	Guía, Viajes <i>Sur La Route</i>

Annexo 2 Encuesta para el visitante



Encuesta para el visitante

1-¿Cómo se enteró acerca del servicio de guías U-SURÉ en el Monumento Nacional Guayabo?

- familia
- tv/radio/internet
- organización turística
- centro educativo (escuela, colegios, universidad...)
- otra forma

2-¿Cuáles son las razones por las que tomó los servicios de guías de U-SURÉ?

- para aprender
- para obtener la mejor información disponible
- para colaborar al desarrollo de una región
- para actividades especial
- otra razón

3-¿Cuáles fueron los beneficios si usted contrata un guía en comparación con una visita al Monumento sin un guía?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

4-¿Estaría interesado en participar en un evento especial organizado por los guías U-SURÉ?

- si
- no
- depende de la actividad
- depende del costo

5-¿Ha utilizado alguna vez los servicios de guías de interpretación?

- si
- no

6-¿En caso afirmativo, ¿Le parece que este grupo se diferencia de otros guías con que usted participó en una actividad turística?

- si
- no

Como y porque:

.....
.....

7-¿Estaría usted interesado en otra oferta turística de este grupo?

- si
- no
- probablemente

8-¿Volvería a repetir la experiencia con el grupo de guías U-SURÉ?

- si
- no

Porque:

.....

.....

.....

.....

9-¿Recomendaría la asociación de guías U-SURÉ a otras personas?

- si
- no

10-¿Tiene algún comentario para hacer con respecto a la asociación de guías?

.....

.....

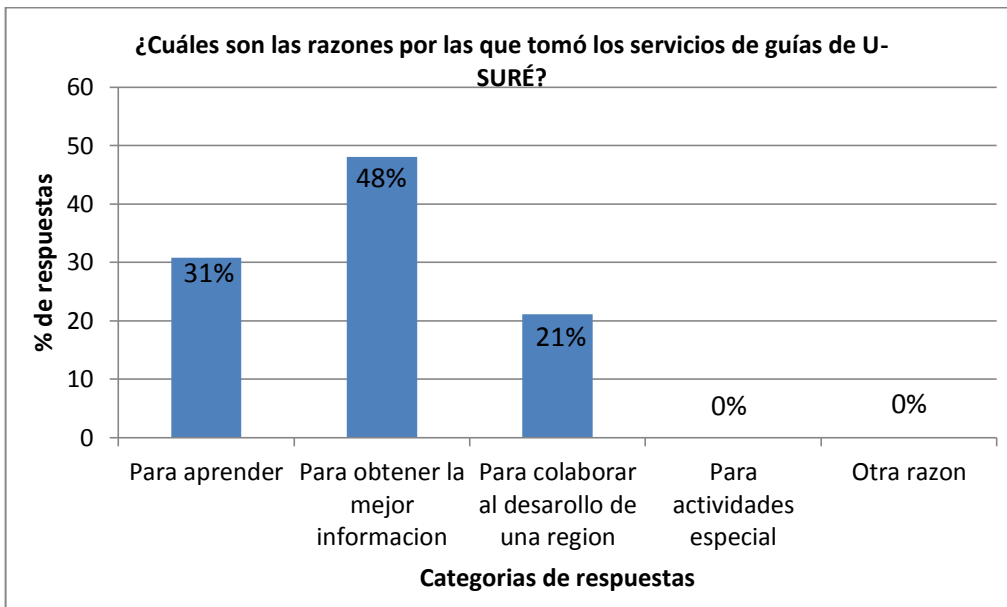
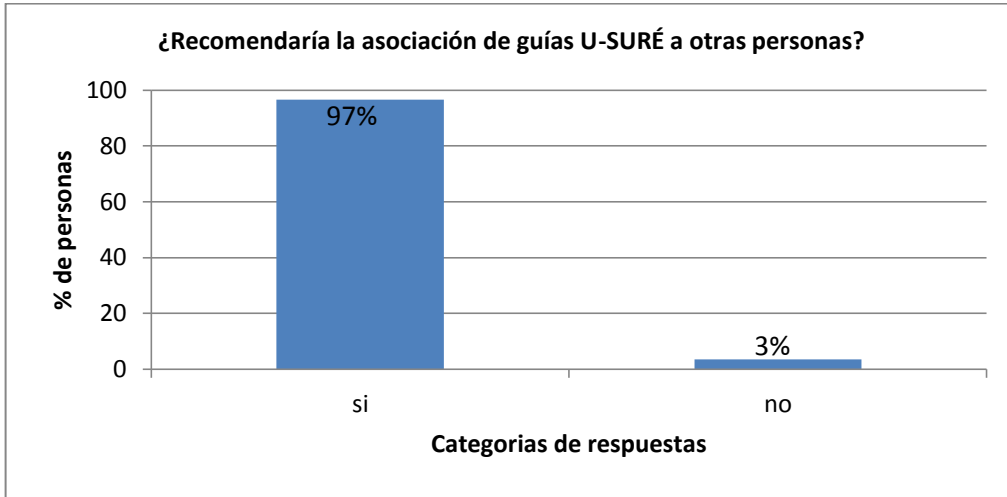
.....

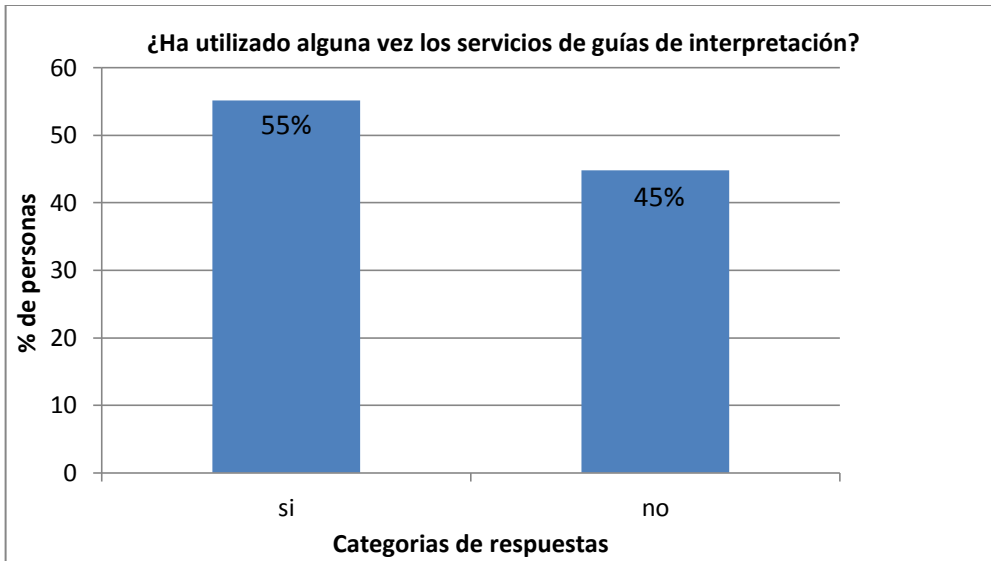
.....

.....

.....

Annexo 3 Otros graficos del sondeo





Annexo 4 fotos



Figura 1. Feria del queso 2013 de Santa Cruz de Turrialba



Figura 2. Guayabo rural



Figura 3. Monumento Nacional Guayabo



Figura 4. Bingo de U-SURÉ