

# LAS CÁMARAS DE TURISMO Y SU RELEVANCIA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LAS ZONAS RURALES: EL CASO DE CATTEMI Y BIJAGUA DE UPALA.

Profesor Francisco Céspedes Obando, MGTS  
Carrera de Gestión del Turismo Rural Sostenible – Escuela de Ciencias y Letras  
Representante del ITCR en la CRI - HN

Durante el año 2012, el Instituto Tecnológico de Costa Rica participó en la Iniciativa Interuniversitaria de Desarrollo Regional (IIDR), titulada “Fortalecimiento de la gestión turística rural sostenible de los actores locales de los cantones de Los Chiles, Guatuso y Upala”, desarrollada en conjunto con representantes de la Universidad de Costa Rica (UCR), Universidad Nacional (UNA) y de la Universidad Estatal a Distancia (UNED) y circunscrita al Programa de Regionalización Interuniversitaria (PRI) del Consejo Nacional de Rectores (CONARE)

La Comisión de Regionalización Interuniversitaria de la Región Huetar Norte (CRI-HN), desde su formación en el año 2008, ha apoyado los proyectos de extensión universitaria que plantean el desarrollo de acciones conjuntas para fortalecer el desarrollo del turismo en la Región Huetar Norte, con especial interés en los cantones transfronterizos antes mencionados.

Sin lugar a duda, uno de los principales actores del desarrollo turístico en cualquier región del país son las cámaras de turismo.

Para el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) una cámara de turismo es una “organización sin fines de

lucro, conformada por empresarios turísticos y afines, que unidos, buscan en la actividad turística una alternativa de desarrollo socioeconómico local”

Bajo este concepto, y partiendo de la premisa de que contar con cámaras de turismo fortalecidas en aspectos como la administración, el respeto por el medio ambiente y la vinculación con las comunidades adyacentes a los principales servicios y atractivos turísticos, podría desencadenar en un proceso similar hacia los asociados de cada una de ellas, era imprescindible contar con un diagnóstico claro y actualizado acerca de la situación de cada cámara, por lo que se procedió a compilar datos de sus asociados, que al final, en conjunto, nos permitirían caracterizar a cada una de ellas. En este momento, hay cuatro cámaras de turismo funcionando en los cantones de la Región Norte Norte: la Cámara de Turismo Río Zapote de Upala (CA-TUPA), la Cámara de Turismo de Los Chiles (CATUCHI) y la Cámara de Turismo de Guatuso (CATUGUA). La que falta por mencionar, procedemos a analizarla con más detalle.

En el año 2012 se decidió trabajar con la Cámara de Turismo de Tenorio Miravalles (CATTEMI), la cual agrupaba en ese momento a 26 empresarios turísticos y afines del distrito de Bijagua de Upala.

Esta es, sin lugar a dudas, la zona turística más importante de la Región Norte Norte. La posibilidad de contar con un atractivo natural de tanta belleza, como lo es la Catarata de Río Celeste, ubicada en los terrenos

del Parque Nacional Volcán Tenorio, y el contar con un clima muy fresco y agradable, dada su ubicación estratégica en medio de los volcanes Tenorio y Miravalles, le dan a Bijagua un mayor potencial para el desarrollo del turismo y sus actividades conexas.

Para cumplir con lo anterior y para tener una idea más clara de la situación turística de Bijagua de Upala, en términos de su desarrollo turístico, se aplicó el instrumento titulado “Encuesta de Oferta para la empresa turística”, que se compone de 9 apartados y en total contiene 16 ítems, de los cuales 25 son preguntas cerradas y el resto espacios para completar información general de la empresa. Su aplicación fue realizada durante los meses comprendidos entre febrero y septiembre del 2012.

Algunos de los resultados más relevantes se presentan a continuación:

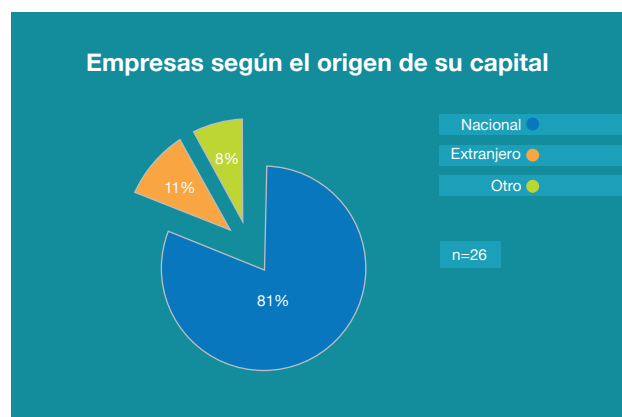


Figura 1. Relación de empresas según el origen de su capital de trabajo.

Fuente: Elaboración propia

Como suele ocurrir en las primeras etapas de un destino turístico, las empresas de servicios surgen ante el interés de los locales por ser parte de una actividad que podría diversificar las fuentes de ingreso familiar. Sin embargo, no se puede pasar por alto la iniciativa de algunos extranjeros radicados en la zona, de origen francés en su mayoría, por aportar al desarrollo de la localidad, con proyectos tal vez un poco más especializados y a la vez, enfocados hacia un segmento de mercado muy bien definido.

Como se puede apreciar en la Figura 2, los establecimientos de hospedaje y alimentación predominan en la zona, como usualmente pasa en los destinos turísticos, indistintamente de la etapa de su desarrollo en la que se encuentren.

Pero además, dejando de lado los elementos puros del turismo de ocio, el distrito de Bijagua tiene una actividad comercial importante y es, por su ubicación geográfica, ruta de paso para todas aquellas personas que se desplazan entre la ruta 6, Cañas-Upala. No es de extrañar por tanto, que los primeros negocios de alojamiento y alimentación hayan visto la luz con la idea de atender al viajero de paso, que por motivos de trabajo debía desplazarse por la zona.

Es importante hacer la salvedad de que algunos establecimientos de hospedaje también ofrecen el servicio de alimentación, o al menos un tiempo de comida, pero en este caso predomina la actividad principal. (Ver fig. 2)

Los destinos turísticos en proceso de desarrollo tienen que sortear

varios obstáculos en el camino.

Los meses de temporada baja, el poco conocimiento de la dinámica del sector turismo y la presencia de centros turísticos más consolidados y a pocas horas de distancia, son solo algunos de los que se pueden mencionar.

Es común encontrar, por lo tanto, una participación muy activa de los dueños de los negocios en el día a día del establecimiento.

La Figura 3 muestra como un alto porcentaje de los negocios son administrados por sus mismos dueños y/o algún familiar. Solamente uno de los establecimientos manifestó tener dentro de su planilla a una persona con formación para el puesto de gerente, y al menos cinco utilizan a una persona con experiencia en el campo, pero sin la formación académica especializada.

Esta situación, lejos de causar asombro, debe ser vista como una oportunidad. Una vez que el destino vaya tomando fuerza, la operación del negocio se va tornando más compleja y especializada, lo cual abre campo a los profesionales en turismo. (Ver fig. 3)

No se puede obviar que la cantidad de personas que se tienen a cargo en un negocio turístico, refleja directamente la complejidad del mismo.

Para citar un ejemplo, en el caso de los establecimientos de hospedaje, no es raro encontrar negocios de 20 habitaciones que se manejan con tres colaboradores: una o dos personas responsables de la limpieza de las habitaciones, y la misma proporción para atender las labores de recepción y toma de reservaciones.

En la Tabla 1 se muestra la distribución de los 26 negocios encuestados, y la cantidad de colaboradores con los que contaban.

Tabla 1. Cantidad de colaboradores por empresa

# de Empresas	# de Colaboradores	Porcentaje que representan
16	Entre 1 y 3	62%
4	Entre 4 y 7	15%
4	Entre 8 y 10	15%
2	Más de 10	8%
Total 26		100%

Fuente: Elaboración propia

Aunque no se ha hecho un cruce de variables, no es ilógico pensar que esas 16 empresas tienen un modelo de operación familiar, por lo que los datos que aquí se muestran estarían incluyendo al mismo dueño del negocio como parte del grupo de colaboradores. Otra práctica muy común es reforzar el personal del negocio de acuerdo a la temporada, o a los días de la semana que muestran mayor movimiento; con lo cual se puede decir que algunos de ellos podrían llegar a funcionar en las épocas, o días, de mayor demanda, con al menos dos o tres personas más. (Ver fig. 4)

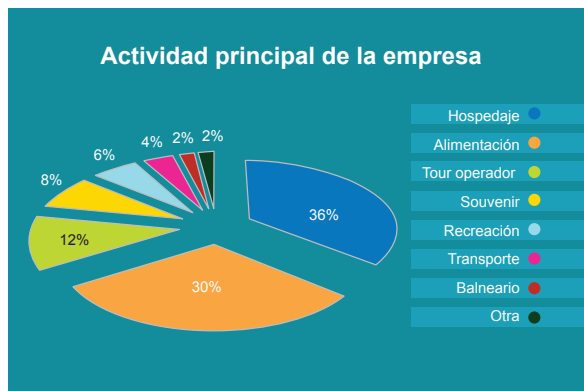


Figura 2. Relación de empresas según su actividad principal. Fuente: Elaboración propia.

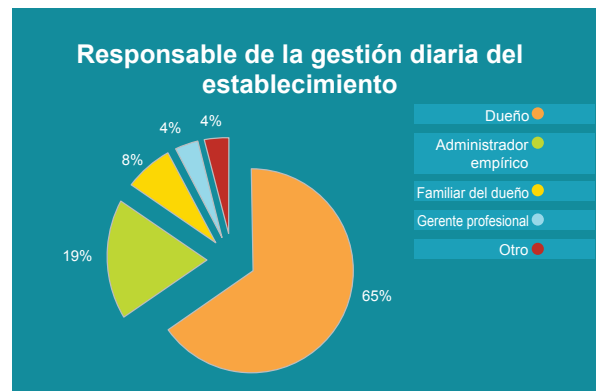


Figura 3. Responsable de la gestión diaria del establecimiento. Fuente: Elaboración propia.

La formación integral del colaborador en las empresas turísticas es una buena preocupación que no hace distinciones entre grandes y pequeñas, lujosas o de servicios limitados.

Desde que el país se afianzó como destino turístico internacional, al principio de la década de los 90, Estados Unidos de América es el país que genera más turistas hacia Costa Rica.

No sorprende entonces ver como el aprendizaje y manejo del idioma inglés en el servicio al cliente es la principal necesidad que tienen las empresas en términos de capacitación; seguida por el guiado y los primeros auxilios. En la categoría de Otros, se mencionaron áreas como la contabilidad, administración, cocina y manipulación de alimentos.

(Ver fig. 5)

A modo de reforzar la teoría cuando se habla de las etapas del ciclo de vida de los destinos turísticos, aquellos que se encuentran en fase de desarrollo, tienden a experimentar un crecimiento sostenido, independientemente de si ese porcentaje de crecimiento sube o baja para un período establecido.

Resulta alentador ver que la mitad de los negocios encuestados percibieron un crecimiento de las ventas, y que cerca de un 40% de la restante mitad cree que al menos se mantuvieron.

Como un ejercicio de percepción es totalmente válido, sin embargo, surge la inquietud de profundizar un poco más en el tema para poder conocer de primera mano las razones de ese crecimiento. Ha sido una práctica tradicional de la industria turística ajustar los precios de los servicios año con año, pero a partir de la crisis financiera de los años 2008 y 2009, algunas empresas han optado por seguir estrategias más conservadoras, dejando de aumentar las tarifas y más bien, agregando servicios complementarios y trabajando en el valor agregado de su producto o servicio.

Quedan algunos otros datos de interés, pero los que se han analizado proveen una idea bastante clara de lo que es el desarrollo del turismo en el cantón de Upala, sobre todo en su centro turístico más importante, el distrito de Bijagua.

Mediante el análisis de las encuestas aplicadas a los socios de CATTE-

MI, podemos concluir que Bijagua de Upala es un destino turístico en desarrollo, que muestra un crecimiento sostenido y está lejos de dar signos de retroceso. La llegada de turistas a la zona es motivada en gran parte por los atractivos naturales de Río Celeste y el Parque Nacional Volcán Tenorio, y por si fuera poco, Bijagua está ubicado estratégicamente en medio de dos regiones con gran flujo de turistas: La Fortuna de San Carlos y las playas del Pacífico Norte.

Para la CRI-HN, y para el Programa de Regionalización Interuniversitaria como un todo, es importante colaborar con el desarrollo turístico sostenible, inclusivo y participativo en la Región Norte Norte de Costa Rica; las cuatro universidades participantes en la IIDR "Fortalecimiento de la gestión turística rural sostenible de los actores locales de Los Chiles, Guatuso y Upala" así lo han entendido y están comprometidas a cumplir con su labor.

Profesor Francisco Céspedes Obando, MGTS  
Carrera de Gestión del Turismo Rural Sostenible – Escuela de Ciencias y Letras  
Representante del ITCR en la CRI - HN

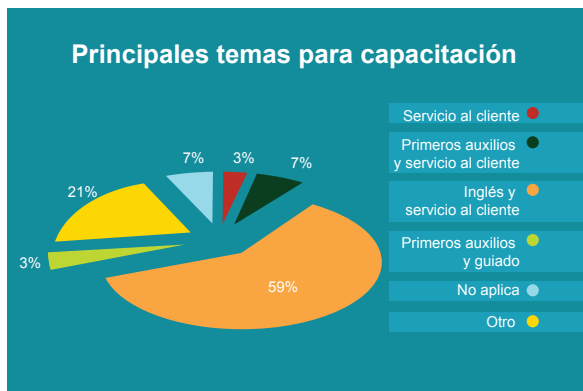


Figura 4. Principales temas para la capacitación del personal. Fuente: Elaboración propia

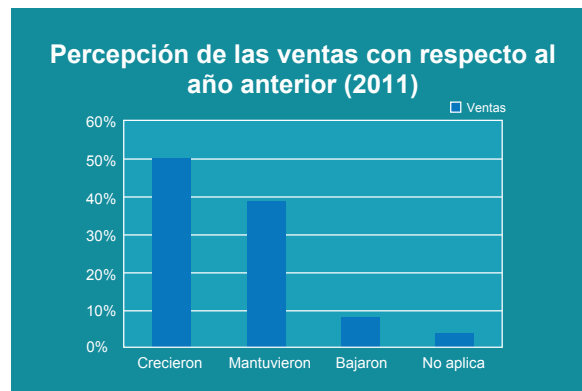


Figura 5: Percepción de las ventas con respecto al año 2011. Fuente: Elaboración propia