

# CAPACITACIÓN EN MICROTURISMO PARA APOYAR A POBLADORES DE LA COMUNIDAD DE BRIBRI, A MEJORAR LOS INGRESOS ECONÓMICOS

DAVID ESTEBAN BELLIDO ORTEGA<sup>1</sup>

Escuela de Ciencias Económicas y Empresariales  
Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (UlaCit)  
San José, Costa Rica

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación, se origina de la necesidad de fortalecer los esfuerzos que realizan algunos habitantes de la comunidad de Bribri en materia de turismo, ya que muchas veces este esfuerzo es ejecutado de manera sencilla, sin tener una estructura o guía, adquirida a partir de una capacitación previa; de tal manera que esta investigación se da con el objetivo de sacar mayor provecho del turismo que visita la zona, tanto la comunidad de Bribri como lugares cercanos de alta afluencia turística, como por ejemplo las playas del caribe sur de Costa Rica. Se pretende crear una cadena de cooperación que especifique primeramente, cómo el trabajo en equipo puede redimir el éxito en materia de turismo, creando conciencia para que se ejecuten esfuerzos en manera grupal y no individualizada; teniendo claridad de que este proceso de sensibilización puede ser amplio; sin embargo, se pretende la creación de equipos de apoyo internos, que ayuden a enrumbar los intereses de la comunidad. La partida inicial, es sacar provecho de las visitas que se realizan en la comunidad con fines sociales o educativos; es claro que muchas empresas e instituciones utilizan la zona para realizar actividades con responsabilidad social comunitaria, partiendo del hecho de la existencia de problemas sociales. A partir de esta problemática es que algunos habitantes han iniciado en el tema del microturismo, pero como se expuso anteriormente no ejecutado de una manera sistemática, ni tampoco sacando el provecho máximo, perdiendo muchas oportunidades. La investigación inicialmente, abarca un análisis del perfil del turista que visita la zona de Bribri, además considera y documenta la retroalimentación que

---

<sup>1</sup> Bachiller en ingeniería informática, licenciado en administración de negocios y postgrado en gerencia de proyectos de tecnología de información. Opta por el grado de Maestría en Administración de Empresas con mención en Gerencia de Calidad de UlaCit.  
dbellido@gmail.com

ellos realizan sobre los aspectos positivos y negativos vividos durante los viajes. Por otro lado, se realiza un análisis del perfil de los habitantes de la comunidad de Bribri que practican actividades turísticas, con el fin de entender la manera que lo ejecutan y evidenciar oportunidades de mejora. Con el análisis de ambos perfiles es que se define el contenido que tendrá el plan de capacitación en microturismo, con el objetivo aumentar los ingresos y sobre todo que estén en capacidad de apoyar a otras personas con la misma necesidad.

**Palabras clave:** Microturismo, Bribri, emprendedurismo social, responsabilidad social, plan de capacitación.

## ABSTRACT

This present research, originates from the need to reinforce the efforts by some inhabitants of the community of Bribri in tourism, often simply done without an structure or guidance, which were learned from any previous trainings; this in order to get the most out of the tourists visiting the area, both the Bribri community and nearby places of high tourist affluence, such as the southern beaches of the Caribbean of Costa Rica. It aims to create a chain of cooperation that specifies primarily how does the teamwork can accomplish success in tourism, by creating awareness of the efforts done in group and not individually; considering that this process of sensitization can be broad; however, the creation of internal teams of support, will help to set the north of the interests of the community. The initial starting points, is to take advantage of the visits made to the community with social or educational purposes; although many companies and institutions use these area for activities with community social responsibility, based on the fact of the existence of social problems. Beginning with these problems is that some people have started with micro tourism, but as discussed previously it is not performed in a systematic way, nor with the full advantage, losing many opportunities. The research initially covers an analysis of the profile of the tourists that visit the Bribri area, in addition, it also considers and documents the feedback of the positive and negative aspects of the experience during the travel. Furthermore, an analysis of the profile of the residents of the Bribri community who practice tourism activities is done, in order to understand the way they performed and demonstrate improvement opportunities. With the analysis of both profiles is how the content is defined in the micro tourism training plan, aiming to increase incomes and above all to identify that they are able to support others who have the same needs.

**Keywords:** Micro tourism, Bribri, social entrepreneurship, social responsibility, training plan.



## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo nace de la necesidad de ayudar, mediante la creación de un plan de capacitación en materia de microturismo y dirigida a los pobladores de la comunidad de Bribri, a generar mayores ingresos.

No cabe duda que la comunidad de Bribri es una de las zonas que recibe más atención, desde el punto de vista social, en el país, sin embargo y a pesar de esto, las necesidades en la comunidad son muchas, en varias ocasiones es expuesta como una de las zonas socialmente más vulnerable y por ende, más necesitadas del país. De ahí, que nace el deseo de colaborar en el crecimiento turístico de la zona.

Bribri es una zona indígena que se localiza en el cantón de Talamanca, provincia de Limón, Costa Rica y está situada como a 60 (sesenta) kilómetros al sur de la capital de dicha provincia; la zona indígena de Bribri cuenta con varios asentamientos nativos, siendo Bratsi, Yorkín, Sixaola, Shiroles y Suretka los principales pueblos. Internamente es común que se categorice la zona en dos divisiones: la alta montaña y la baja montaña. La zona se extiende hasta la provincia de Puntarenas, específicamente los cantones de Buenos Aires y Coto Brus y la parte norte de Panamá. Una de las particularidades de la zona es el difícil acceso, siendo necesario en algunos casos navegar por medio del río o caminar en medio de la montaña para llegar a algunos asentamientos; esto lo hace atractivo para aquellas personas que gustan de la aventura. Cabe resaltar, que las opciones de educación son muy limitadas.

La zona tiene muchas riquezas en flora y fauna, además de particularidades en cultura, agricultura, costumbres, etc.; y sobre esto lo que se le quiere sacar provecho; por medio de la ejecución de turismo aislado, se pretende hacer algún un proceso de integración para que todas aquellas personas que se dedican a labores relacionadas con el turismo puedan vincularse y entre sí, generar valor agregado y mayores ingresos, que les permita mantenerse en el tiempo y colaborar activamente y de forma directa con la comunidad, todos estos son principios del emprendedurismo social.

Con lo antes expuesto, nace la siguiente pregunta:

*¿Cómo puede la capacitación en microturismo ayudar a pobladores de la comunidad de Bribri a generar mayores ingresos para la comunidad?*

De esta forma, la presente investigación incluirá una análisis de aquellas opciones de turismo que se practican en la zona, y seleccionar cuáles son las más buscadas y cuáles las más remuneradas.

Posteriormente a la identificación de oportunidades de turismo, el trabajo se enfoca en generar un plan de capacitación en materia de microturismo para la zona, dirigido a los pobladores y características de la comunidad de Bribri y abarcando principalmente el turismo rural o comunitario, turismo ecológico, turismo agrícola, turismo educativo y turismo de aventura, sin embargo se ha identificado otro tipo de turismo potencial en la zona que es el *turismo con responsabilidad social*. Este último se enfoca en aprovechar las visitas que se realizan en la zona para ayudar socialmente a la comunidad, para generarles un valor agregado y que aprovechen el viaje para conocer más de la cultura y bellezas del lugar.

Se pretende además aprovechar la gran cantidad de turismo que visita la zona del Caribe Sur, principalmente las personas que visitan las playas de Cahuita, Puerto Viejo, Cocles, Punta Uva y Manzanillo; lugares que se caracterizan por su belleza y exquisitez de gastronomía caribeña.

El plan de capacitación pretende fortalecer los conocimientos de los pobladores en materia de turismo, cubriendo aspectos como: comunicación, técnicas de turismo, seguridad, salud, uso de herramientas tecnológicas, etc.; además, el plan abarca, cubrir algunos aspectos de trabajo en equipo y finanzas saludables; para ello se profundizará en el conocimiento acerca de la formación que tienen los pobladores en materia de turismo.

Para obtener los resultados se utilizarán distintos métodos de investigación, se recopilará la información y posteriormente se hará un análisis de los resultados obtenidos.

En la comunidad existe interés inclusive, de generar algún tipo de grupo cooperativo que ayude a canalizar mejor los ingresos, para brindar ayuda a las personas que quieren enfocar esfuerzos en turismo, y ayudar a aquellos que desean tener ahorros a plazo; de esta forma ellos saben la importancia de iniciar el proceso con un procedimiento de capacitación relacionada y con el apoyo de otras organizaciones de desarrollo integral.

## ASPECTOS TEÓRICOS

Para tener una mejor comprensión de la presente investigación, es necesario redimirse a algunos conceptos que explican el objetivo del tema, el emprendedurismo social.

Según Arce (2013) indica que

El modelo de emprendedurismo social se basa en que la persona y el trabajo son lo principal y el fin social escogido es su propósito primordial y está por encima de los fines comerciales o financieros. Dada su naturaleza está enfocado a la inserción de sectores sociales excluidos y a eliminar la desigualdad en la sociedad actual. Dada su naturaleza está enfocado a la inserción de sectores sociales excluidos y a eliminar la desigualdad en la sociedad actual [sic] (pág. 2).

A su vez, Bellido (2014) menciona que

No existe una definición única y universal sobre emprendimiento social; ni tampoco existe un único tipo. Sin embargo, todo emprendimiento social incluye tres elementos clave: un objetivo social, una innovación transformadora y un modelo de negocios sostenible en el tiempo. Además menciona que, el emprendimiento social suele darse, y tener éxito, en los sectores de la economía donde el mercado ha fallado y la acción del Estado es inexistente o ineficaz (pág.4).

A nivel mundial, el Doctor Muhammed Yunus, originario de Bangladés y ganador del Premio Nobel de la Paz en el 2006 por sus esfuerzos para incentivar a los emprendedores sociales, es catalogado como el padre del emprendedurismo social; Arce (2013) indica que el Doctor Yunus menciona que “el emprendedurismo social nace ya que los mercados no regulados en su actual forma, no fueron creados para solucionar problemas sociales y más bien pueden exacerbar la pobreza, enfermedades y la desigualdad” (pág. 4).

Específicamente este último concepto, se identifica con el objetivo del presente trabajo de investigación, ya que se pretende fortalecer una parte de la sociedad para que pueda hacerle frente a las necesidades que tienen, generando mejores oportunidades y a la larga compararse con las zonas de más alto auge de turismo del país; como lo indica Bellido (2014), “el emprendurismo es la actividad empresarial que tiene por objetivo hacer frente a los problemas de la sociedad”(pág. 5).

Según el criterio del autor, las oportunidades de desarrollar un plan de capacitación como se expone en la investigación, ayudaría de forma inmediata a los pobladores de la comunidad en la identificación de carencias (debilidades) para brindar un mejor servicio o en su defecto aprovechar mejor el turismo que llega a la zona.

Para seguir ampliando el tema UrbAll (2011) indica que:

En este sentido, las empresas sociales son un modelo innovador de empresa que fomenta la idea de crear negocios para ayudar a resolver algún problema social y no para maximizar los beneficios; nace con la decisión de una o varias personas emprendedoras a nivel individual que más allá de la búsqueda del beneficio económico, presentan otras motivaciones. (pág.6)

El modelo innovador que se presente atacar es hacer turismo a partir de las visitas de responsabilidad que se da en la zona. Este es el proceso emprendedor que se desarrollará; para entender este concepto Tortós (2013) indica que

El proceso emprendedor consta de tres fases: la gestación, la creación y la consolidación. *La gestación* consiste en el momento y proceso en el que una persona identifica una oportunidad o posibilidad para la creación de una empresa, es cuando se arma la idea y se elabora el proyecto, buscando, a su vez, fuentes de financiamiento para concretar su idea; *la creación* es el periodo en el que la persona analiza la factibilidad de idea empresarial y la pone en marcha, incluye el estudio y ejecución de aspectos legales, contables, etc., y es la etapa en la que, finalmente, se llega al cliente. Por otro lado, *la consolidación* de la empresa consiste en un periodo aproximado de dos a cuatro años, en el que el emprendedor y su empresa tienen que afrontar problemas del desarrollo e irlos enfrentado y solucionando (pág. 4).

El modelo de emprendedurismo que se desarrollará incluye además de los aspectos sociales, el respeto por la cultura, flora y fauna de la comunidad; mencionados en las entrevistas que ha realizado el autor, como uno de los problemas para no desarrollar mejor el turismo, ya que se tiene temor por el daño que pueda causar la afluencia masiva de turistas; de esta forma los esfuerzos que se estima se ejecutará, debe ser ambiental y culturalmente responsable.

El trabajo, como se indicó en la introducción se realizará en la comunidad de Bribri, en el cantón de Talamanca. Si bien en la zona es común ver personas ajenas a la comunidad, ellos no se dedican al turismo. Guías Costa Rica Digital (2014) indica que

La actividad económica más importante es la agricultura, principalmente el cacao y el plátano, también cultivan maíz, frijoles y tubérculos. Estas actividades se complementan con la cría de cerdos, aves y la pesca. Su expresión artesanal

es la cestería y la fabricación de instrumentos musicales, para lo cual utilizan elementos naturales especialmente preparados (parr. 23).

International Society of Ethnobiology Digital (2014) indica que

Las identidades culturales de los pueblos indígenas, además de estar determinadamente ligadas al control efectivo de los territorios y sus recursos, poseen muchas manifestaciones originales y esenciales como las lenguas vernáculas, conocimientos detallados sobre el medio ambiente, tradiciones medicinales, elementos espirituales, bailes, artesanías y otros (parr. 1).

La comunidad no escapa de lo expuesto en el párrafo anterior, por ello, estos aspectos, deben incorporarse en el desarrollo del plan de capacitación de microturismo. Por otra parte el autor define el microturismo como la actividad que realizan las personas (individual o grupal) para conocer flora, fauna, cultura, costumbres, agricultura, artesanía, construcción, lengua - dialecto, pesca, cocina, etc. con un fin recreativo o de aventura; con la salvedad de que se realiza de forma aislada (sin dar un ciclo completo o tener una infraestructura de respaldo). Se puede decir que el principio básico es convertir las actividades diarias que realizan los habitantes de la comunidad en opciones turísticas.

La Organización Mundial de Turismo Digital (2014), indica que

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (parr. 2).

Sin embargo en esta definición se quiere agregar como motivo de turismo las visitas que realizan las personas para brindar ayuda social a las comunidades, o de aquellas visitas que se efectúan para estudiar y conocer la comunidad. La forma en que se debe realizar la inserción del proceso de turismo en la comunidad es bajo el concepto de desarrollo turístico sostenible, el Instituto Costarricense de Turismo (2014) indica

El desarrollo turístico sostenible debe verse como la interacción balanceada en el uso apropiado de nuestros recursos naturales y culturales, el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales y el éxito económico de la actividad, que además contribuya al desarrollo nacional. Sostenibilidad turística

no solo es la respuesta a la demanda, sino una condición indispensable para competir con éxito ahora y en el futuro (parr. 1).

## METODOLOGIA DE INVESTIGACION

### *Enfoque de la investigación*

La investigación es de tipo exploratoria, Jaén (2006) la describe como “aquella investigación que se emplea cuando un conocimiento más profundo sobre la naturaleza general de un problema, las posibles alternativas de decisión y las variables pertinentes que necesitan considerarse” (pág. 10).

Entre tanto, Hernández, Fernández y Baptista (2010) mencionan que

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas t áreas desde nuevas perspectivas (pág. 79).

Analizado el tipo de estudio, el enfoque utilizado en la presente investigación exploratoria es cualitativo; no cabe duda que el objetivo de esta investigación es analizar algunas cualidades de los turistas que visitan la zona de Bribri y cualidades de los habitantes de la misma zona que brindan opciones de turismo, esto con la finalidad de realizar el plan de capacitación más adecuado, y de esta manera en sí tomar la mejor sobre las variables que deben considerarse en el plan.

Hernández, et al. (2010) indican que “los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos y con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuales con las preguntas de investigación más importantes y después, para refinarlas y responderlas” (pág. 7).

Es claro que durante el proceso de recolección de información se pueden incorporar nuevas preguntas para determinar mejor las variables de estudio; generando así mejores conclusiones y recomendaciones.

Bellido (2014), indica como una de las ventajas de los enfoques cualitativos es que “se tiene la facilidad de regresarse a las etapas de investigación previas para ir

adaptando mejor los resultados de las variables de estudio; sin embargo el planteamiento del problema sí está bien definido” (pág. 8). Hernández, et al. (2010) indican que los enfoques cualitativos “se basan más en una lógica y proceso inductivo” (pág. 9).

### ***Alcance de la investigación***

El alcance se limita en la formulación del plan de capacitación a partir de las principales necesidades que tienen los habitantes de la zona de Bribri que brindan turismo, incorporando a su vez los principales requerimientos de los turistas y aquellas oportunidades que se evidencien durante el proceso de estudio y específicamente en la recolección de datos. Hernández, et al. (2010) indican que “la recolección de los datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes. También resultan de interés las interacciones entre individuos, grupos y colectividades” (pág. 9).

### ***Participantes***

La investigación incluye el análisis de una muestra de turistas y habitantes de la zona de Bribri que se dedican al turismo, el objetivo es completar al menos 50 encuestas o entrevistas, divididas en un 60% de estas para turistas y el 40% restante en los habitantes; esto por el tamaño de la población versus la cantidad de turistas de la zona.

### ***Instrumento***

Para la recolección de datos se utilizarán dos instrumentos principales: el cuestionario y la entrevista.

El cuestionario se aplicará principalmente a los turistas; de esta forma se pretende incorporar de forma directa la percepción de estos, sobre la experiencia vivida en la zona de Bribri durante la práctica de actividades turísticas. Este factor es primordial ya que se pretende obtener una visión más directa acerca de cuáles aspectos son los que se tiene que atacar de forma inmediata y aquellas otras oportunidades que permiten fortalecer los servicios de turismo que se prestan en la zona.

La entrevista, pretende utilizar de guía otro cuestionario, sin embargo el proceso de recolección de datos será más directo, en la mayoría de los casos por medio del

dialogo; este instrumento se aplicará a los habitantes de la zona de Bribri que se dedican a realizar labores de turismo.

### ***Procedimientos***

Por medio de una análisis inicial de las oportunidades de mejora para brindar mejores opciones de turismo en la zona de Bribri, se propuso la creación de un plan de capacitación que incorpore los principales aspectos relevantes para mejorar la manera de brindar turismo, además de aprovechar las visitas que se realizan en la zona de Bribri, con fines distintos al turismo, por ejemplo las actividades con responsabilidad social. De esta forma se pretende no solo capacitar a los habitantes de Bribri en aspectos de turismo, sino en aquellos aspectos que faciliten el trabajo de equipo.

A los contactos directos, se les expuso este proceso como un factor para generar emprendedurismo, aprovechando todas las ventajas y riquezas con que se cuenta en la zona de Bribri. Se determinó que la recolección de información en dos vías (turistas, habitantes) es la mejor forma para determinar las variables de estudio que se deben incorporar en el plan de capacitación; mencionado también, que las oportunidades de mejora se pueden canalizar mejor mediante la retroalimentación del turista a través de medios electrónicos.

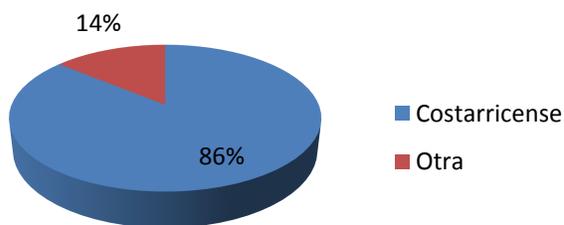
## RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de los dos instrumentos. Para la tabulación y diseño de las gráficas y/o figuras estadísticas se utilizó la herramienta MS Excel<sup>2</sup>.

Conociendo las características de los turistas que visitan la zona de Bribri y los habitantes de esa misma comunidad, es que se procederá a emitir las recomendaciones y conclusiones.

### *Características y percepción del turista*

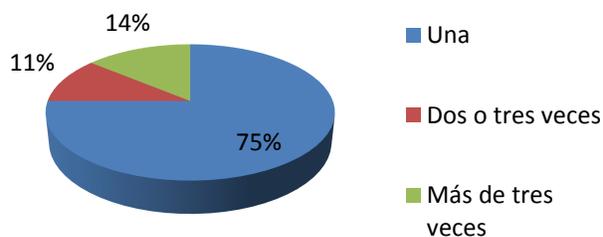
La figura número 1 indica la nacionalidad de los entrevistados, se observa que un 86% de los entrevistados son costarricenses y el otro 14% corresponde a nacionalidades como estadounidense, alemán, argentino y canadiense.



**Figura 1.** ¿Cuál es su nacionalidad?

**Fuente:** elaboración propia.

Al investigar sobre la duración de la visita se observa que el 75% lo hace una vez al año, mientras tanto un 11% lo hace dos o tres veces al año y el 14% visita la zona más de tres veces por año, esto puede observarse en la figura 2.

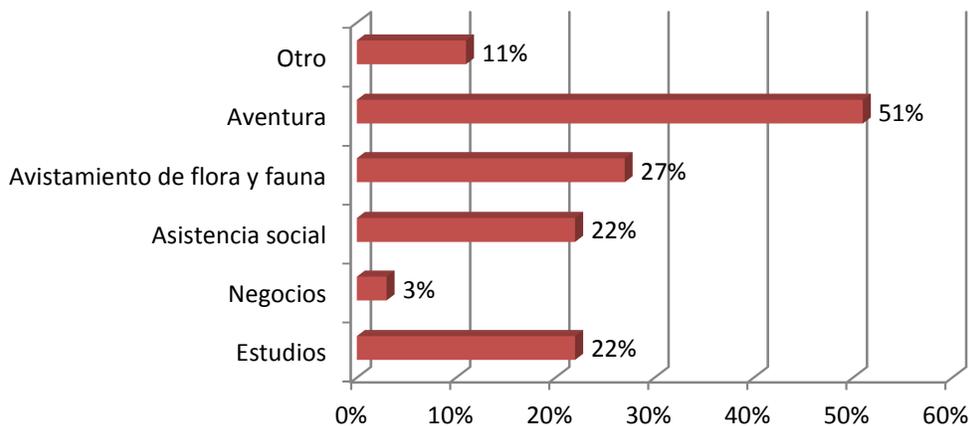


**Figura 2.** ¿Cuántas veces al año visita la zona de Bribri?

**Fuente:** elaboración propia.

<sup>2</sup> Herramienta desarrollada por Microsoft Inc.

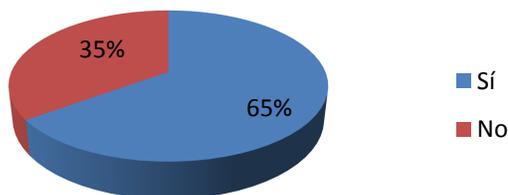
Se investiga también sobre el motivo del turismo, de esto se rescata que un 51% lo hace por aventura; un 27% lo hace para observar la flora y fauna de la región; un 22% lo hace para brindar asistencia social: un 22% lo hace por estudios, ya sea de culturales o ambientales y un 11% lo hace por otros motivos como ejemplo la cercanía que hay con las playas, principalmente el caribe sur costarricense y otros también para conocer la cultura afrocaribeña de Costa Rica; estos resultados están implícitos en la figura 3.



**Figura 3.** ¿Cuál es el motivo del turismo que realiza en la zona de Bribri?

**Fuente:** elaboración propia.

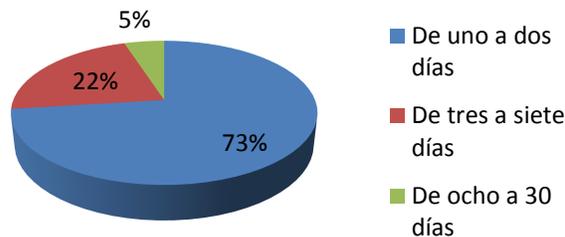
En la figura 4 se muestran los resultados al investigar si los entrevistados conocen lo que es turismo rural o turismo con conciencia social. Vemos un 65% indica que sí conoce, mientras tanto un 35% no lo conoce. Este es un punto importante crear conciencia sobre las personas que visitan la zona de Bribri con objetivos sociales, puedan hacer turismo y así incrementar las oportunidades de ingreso económico a los habitantes de la zona.



**Figura 4.** ¿Conoce lo que es turismo rural o turismo con conciencia social?

**Fuente:** elaboración propia.

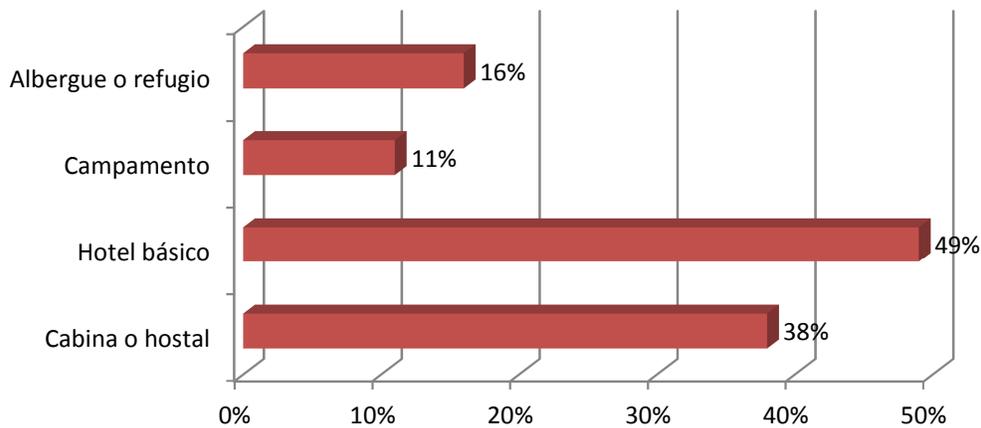
Se investiga sobre la duración que realizan los turistas cada vez que visitan la zona, se observa que un 73% de ellos hacen visitas de menos de dos días, un 22% realiza viajes con una duración entre tres a siete días y un 5% realiza viajes entre ocho a 30 días. Este punto es importante ya que de esta forma se puede implementar y ajustar los itinerarios de las opciones de turismo. Uno de los entrevistados indicaba que por la lejanía de la zona y la corta duración del viaje, es que no buscaba opciones de turismo siendo este uno de los puntos a trabajar, indicando y mostrando opciones de turismo rápido. Estos resultados se observan en la figura 5.



**Figura 5.** ¿Cuál es la duración aproximada de cada viaje que realiza en la zona de Bribri?

**Fuente:** elaboración propia.

Se investiga también sobre las principales opciones de hospedaje que realizan en la zona, siendo el hotel básico (de una a tres estrellas según clasificación hotelera usada en Costa Rica); estos hoteles están en un radio de 15 kilómetros aproximadamente, y son los preferidos por la cercanía a servicios básicos como supermercados, farmacias, clínicas, etc.; un 38% prefiere cabinas o hostel, principalmente por la accesibilidad económica (precios por noche); un 16% utiliza los albergues o refugios como opción de hospedaje, siendo los turistas que visitan la zona de Bribri como parte de estudios o responsabilidad social los que más lo utilizan, al igual que el 11% que utiliza campamentos. Estos datos se muestran en la figura número 6.



**Figura 6.** ¿Qué tipo de hospedaje utiliza?

**Fuente:** elaboración propia.

Se analiza también el potencial de la zona, preguntando a los entrevistados, ¿qué es lo que más le gusta de la zona de Bribri?, y están fueron las respuestas más comunes:

- El clima.
- El ambiente tranquilo, irradia mucha paz.
- La naturaleza.
- Los paisajes.
- El acceso y cercanía a las playas.
- Los senderos naturales.
- La cultura y costumbres de los habitantes de Bribri.
- El sentimiento que se tiene al recordar tiempos ancestrales (contacto con los orígenes).
- El respeto a los ancianos.
- El respeto a la gente.
- El respeto a la naturaleza.
- La inocencia de los niños, irradia pureza.

Uno de los entrevistados indicaba que la mezcla de varios de los aspectos citados anteriormente, son los ingredientes principales para practicar yoga o ejercicios de relajación parecidos, siendo esta una oportunidad de turismo.

De igual manera se pregunta a los entrevistados, ¿qué es lo que no le gusta de la zona de Bribri?, siendo estas las principales respuestas obtenidas:

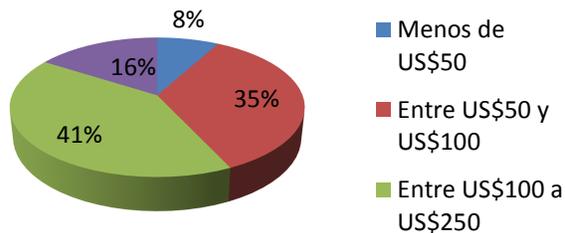
- La suciedad.

- El abandono del gobierno.
- La falta de oportunidades de trabajo.
- La dificultad para la accesibilidad a ciertos lugares.
- La mala o inexistente infraestructura vial.

Algunos de los entrevistados indicaban que si bien, la dificultad de acceso es un problema, esto hace que el viaje tenga un mayor matiz de aventura.

En la figura 7 se indica el resultado al investigar la cantidad de dinero aproximada que gasta el turista por viaje, un 41% de ellos indica que gastan entre \$100 a \$250; unos inclusive superando por mucho esta cantidad, un 16% aproximadamente; un 35% indicaba que gasta entre \$50 y \$100 y un 8% gasta menos de \$50. Todos estos montos expresados en dólares estadounidenses.

Es claro que existe un potencial de ingresos, que no se está aprovechando bien, o no está siendo bien distribuido; por ejemplo uno de los entrevistados indicaba que le gusta comer bien, pero no le gustaba las opciones de comida de la zona; utilizando restaurantes ubicados en el perímetro cercano (15 kilómetros aproximadamente), igual que las opciones de hospedaje.

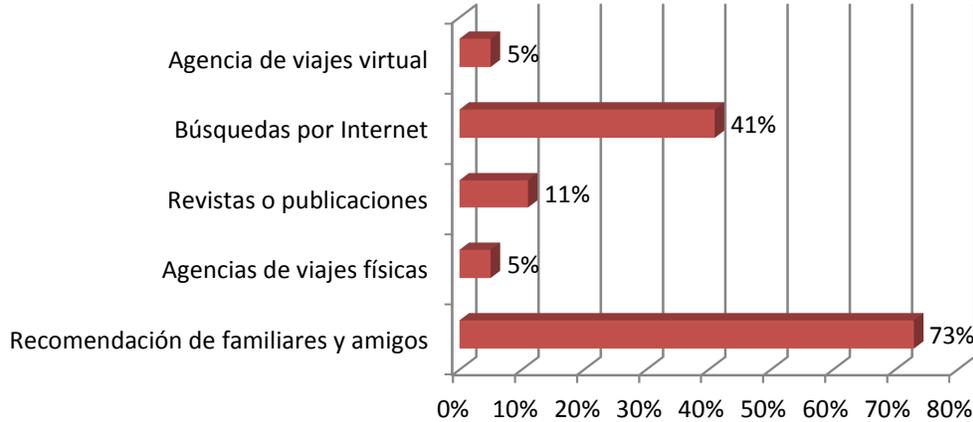


**Figura 7.** ¿Cuánto es el rango aproximado de dinero que gasta cuando utiliza alguna opción de turismo en la zona de Bribri?

**Fuente:** elaboración propia.

En la figura 8, se muestra el medio para buscar las opciones de turismo en la zona de Bribri, siendo la opción de recomendación de familiares y amigos la más usada, con un 73%, un 41% lo hace por medio de búsquedas por internet, un 11% por medio de revistas o publicaciones y un 5% para agencias de viajes físicas al igual que agencias de viajes virtuales.

Los entrevistados indicaban que si bien utilizan internet para buscar estas opciones de turismo, los resultados que se obtienen son pocas; y que inclusive la retroalimentación de los viajeros es casi nula, siendo este uno de los factores de peso para seleccionar la opción turística; otros indicaban que no encontraban información en otros idiomas (por ejemplo inglés y alemán).

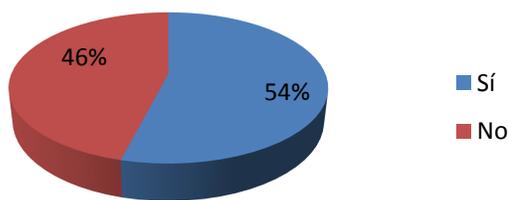


**Figura 8.** ¿Cuál es el medio principal que utiliza para buscar las distintas opciones de turismo?

**Fuente:** elaboración propia.

Las revistas y publicaciones son un medio importante, pero al igual que las opciones de internet son muy pocas, por este motivo es que las recomendaciones constituyen el medio principal, por esto la importancia de dar una buena imagen

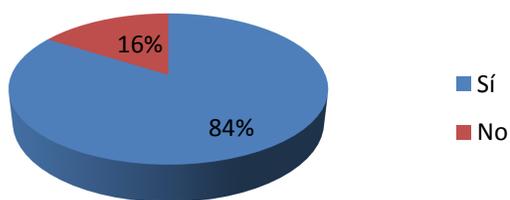
En la figura 9, se observa que un 54% de los turistas acostumbra a comprar algún tipo de *souvenir* de la zona; entre tanto un 46% indicaba que no acostumbra. Sin embargo, muchas de las quejas es que las opciones de regalo o recuerdo son pocas.



**Figura 9.** ¿Acostumbra a comprar algún tipo de *souvenir* propio de la zona de Bribri durante la visita?

**Fuente:** elaboración propia.

En la figura 10, se observa como un 84% de los entrevistados quiere regresar a la zona de Bribri, mientras tanto un 15% indica que no, y en muchos de los casos que muy difícilmente lo haga.



**Figura 10.** Cuando termina su viaje, ¿tiene intenciones de repetir la experiencia?

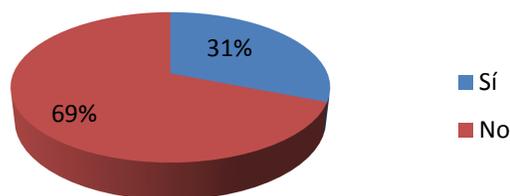
**Fuente:** elaboración propia.

Estos últimos resultados son una oportunidad latente, y al igual que la recomendación; es importante brindar una buena imagen.

### *Características y percepción del habitante de Bribri que brinda opciones de turismo*

En esta segunda parte de los resultados de investigación se mostraran lo evidenciado de la entrevista o encuesta aplicada a los habitantes de la zona de Bribri que brindan opciones turísticas en la zona.

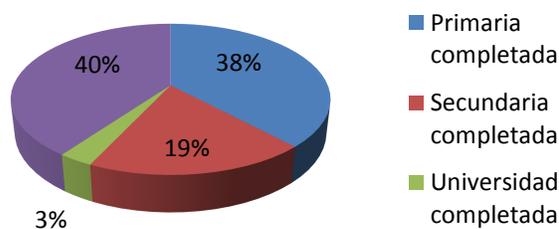
Al igual que a los turistas, se pregunta a los habitantes de la zona si conocen lo que es turismo rural o turismo con conciencia social; en la figura 11, se muestra que un 69% de los entrevistados no conoce el concepto mientras tanto un 31% sí lo conoce.



**Figura 11.** ¿Conoce lo que es turismo rural o turismo con conciencia social?

**Fuente:** elaboración propia.

En la figura 12 se muestran los resultados al investigar sobre la escolaridad; un 38% de los entrevistados indican que tienen solamente la primaria completa; un 19% indica que tiene la secundaria completa un 3% indica que tiene la universidad completa, y un 40% no ha completado la escuela o no tiene estudios primarios.

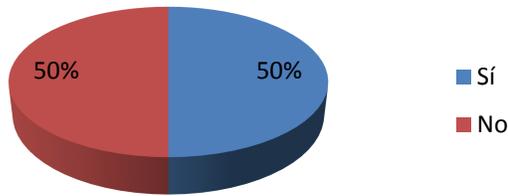


**Figura 12.** ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

**Fuente:** elaboración propia.

Según la figura anterior este es uno de los principales problemas, en los que si bien se puede hacer un buen plan de capacitación, no todos están en la capacidad de atenderla.

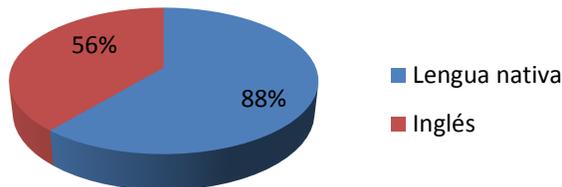
En figura 13 se observa como los resultados están divididos en investigar si los entrevistados ya han tenido acceso a capacitación en materia de turismo, siendo un 50% el resultado para ambos puntos (sí y no).



**Figura 13.** ¿Ha recibido capacitación en materia de turismo?

**Fuente:** elaboración propia.

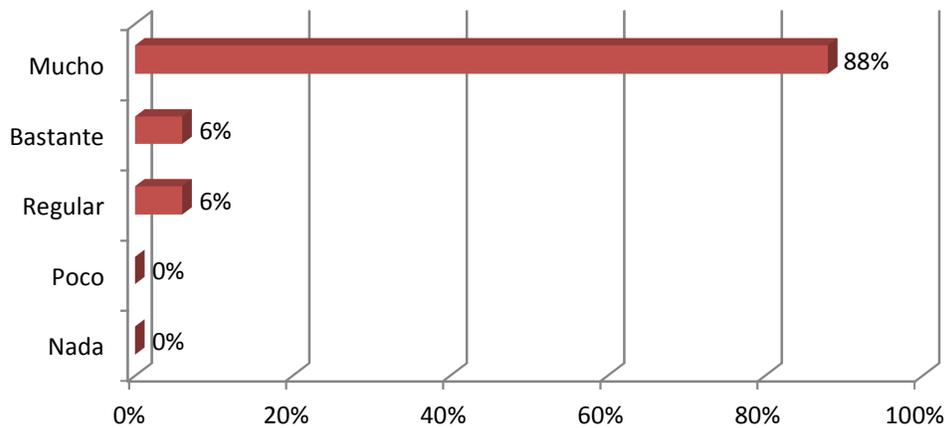
Es importante conocer el manejo de otros idiomas distintos al español, en la figura 14 se observa que 56% de los entrevistados conoce o domina el idioma inglés: mientras tanto un 88% habla o domina la lengua Bribri. Partiendo del hecho que un 22% de los que realizan turismo - como se observa en la figura 3 - lo hace con fines educativos, se le puede sacar provecho a este aspecto.



**Figura 14.** ¿Habla otros idiomas distintos al español?

**Fuente:** elaboración propia.

En la figura 15, se investiga sobre el conocimiento ambiental de la zona.

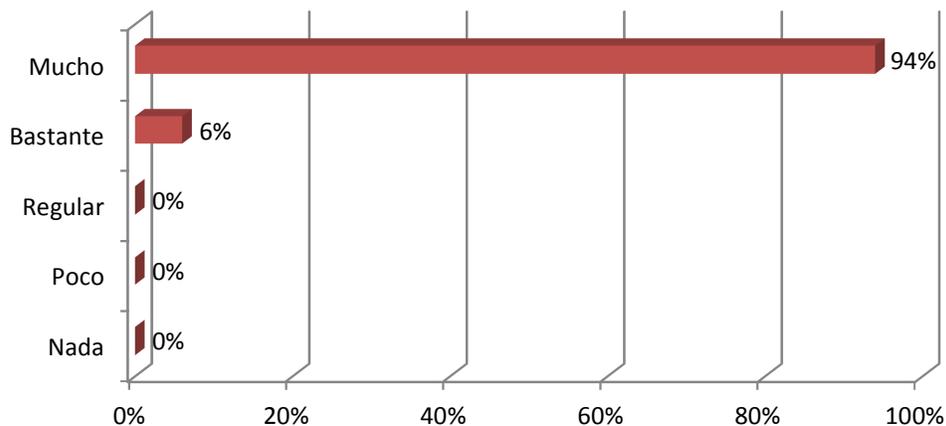


**Figura 15.** ¿Qué tanto conoce de la flora y fauna de la zona de Bribri?

**Fuente:** elaboración propia.

En la figura anterior se nota que sobre el conocimiento de la flora y la fauna, la mayoría conoce mucho (5 en escala de 1 a 5), un 88% contestó así al tope máximo, mientras tanto un 6% conoce bastante (4 en la misma escala) y un 6% la conoce regular (3 en la misma escala).

Mientras tanto en la figura 16, se investiga sobre el conocimiento de la cultura y costumbres de la zona de Bribri: un 94% de los entrevistados indican que la conocen mucho (5 es escala de 1 a 5) y un 6% indica que la conoce bastante (4 es la misma escala).

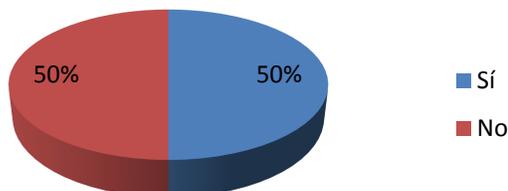


**Figura 16.** ¿Qué tanto conoce de las costumbres y cultura de la zona de Bribri?

**Fuente:** elaboración propia.

La figura 17% se aprecia como la mitad de los entrevistados indica que domina las herramientas tecnológicas, obviamente el otro 50% indica que no domina las

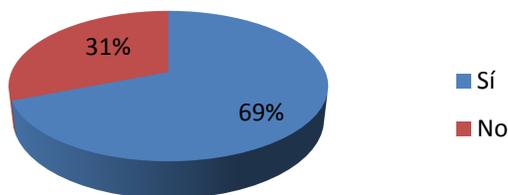
herramientas tecnológicas; sin embargo muestran un alto interés en este aspecto, donde ellos consideran que es uno de los puntos a los que más énfasis hay que darle.



**Figura 17.** ¿Domina herramientas tecnológicas?

**Fuente:** elaboración propia.

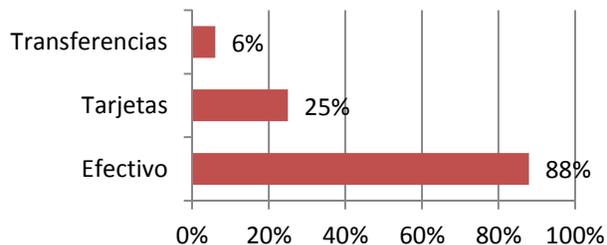
Para complementar los resultados anteriores, en la figura 18 se muestran los resultados a, preguntar a los entrevistados sobre el acceso a herramientas tecnológicas; acá los resultados varían un poco, ya que un 69% dice tener acceso (utilizando recursos de un familiar o recursos compartidos como escuela o colegios). Un 31% indica que no tiene acceso a tecnología sin embargo, algunos de ellos poseen y utilizan teléfonos inteligentes.



**Figura 18.** ¿Tiene acceso a herramientas tecnológicas (ej: internet, computadora, tablet, smartphone, etc.)?

**Fuente:** elaboración propia.

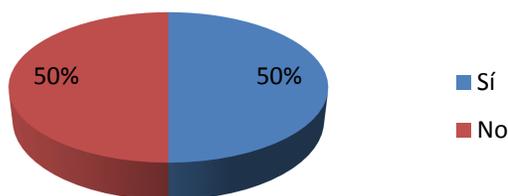
En la figura 19, se analiza cuál es el medio principal de cobro; siendo el efectivo el mayor de ellos, ya que representa un 88%; un 25% también combina el efectivo con el uso de tarjetas (de débito o crédito) y 6% indica que ha utilizado también las transferencias o depósitos.



**Figura 19.** ¿Cuál es el medio principal de cobro por los servicios brindados?

**Fuente:** elaboración propia.

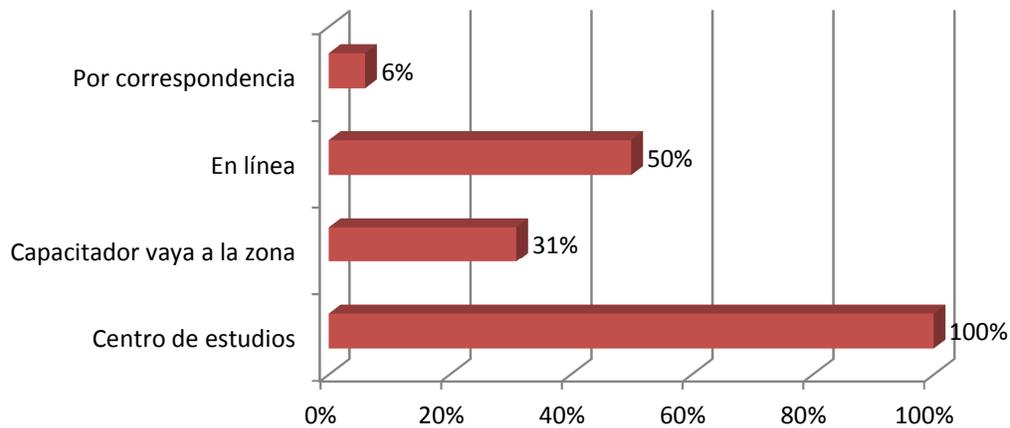
Un 50% de los entrevistados indica que realiza publicidad en medios electrónicos, la otra mitad no, pero tienen conocimiento acerca de lo que son las redes sociales, por ejemplo Facebook, esto se aprecia en la figura 20.



**Figura 20.** ¿Realiza publicidad en medios electrónicos?

**Fuente:** elaboración propia.

Ya sabiendo el objetivo de la entrevista, se les pregunta sobre las opciones de capacitación, enfocado en cómo le gustaría que se diese la capacitación, de esta forma el 100% indica que le gustaría más si se desplazan a un centro de estudios, mejor todavía si este centro lo habilitan dentro de la zona: un 50% indica que lo pueden llevar en línea, por medio de alguna opción usando internet; mientras que a un 31% le gustaría que el capacitador vaya a la zona, ya que aunque no esté disponible el centro de estudios, se puede realizar el análisis en el campo: y para finalizar un 6% está de acuerdo a llevarlo por correspondencia.



**Figura 21.** ¿Cómo preferiría que se ejecute la capacitación?

**Fuente:** elaboración propia.

Los entrevistados indican que les gustaría llevar capacitación en temas relacionados con:

- Cooperación o cooperativismo.
- Finanzas.
- Acceso a créditos.
- Microempresas.
- Emprendedurismo.
- Historia y cultura.
- Trabajo en equipo.
- Idiomas extranjeros.
- Internet.
- Redes sociales.
- Artesanía local.
- Comidas autóctonas.
- Técnicas de turismo.
- Manipulación de alimentos.
- Primeros auxilios.
- Pesca.
- Montañismo.
- Turismo rural.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACION

### *Conclusiones*

No cabe duda que existe la viabilidad para desarrollar un plan de capacitación a los habitantes de la comunidad de Bribri, la zona tiene un alto potencial para atraer turistas; sin embargo es claro que existen muchas falencias que la mayoría de los turistas considera en el momento de hacer turismo: como por ejemplo se puede destacar la dificultad en servicios básicos de primer orden como farmacias, supermercados o clínicas. Sin embargo, se puede crear conciencia en lo que es turismo rural o con responsabilidad social, e indicar que estas debilidades forman parte del proceso, y que pueden ser remediados con otros factores (por ejemplo disponibilidad de un botiquín con implementos básicos en lugares estratégicos), pulperías, teléfonos de emergencia, etc. Esto puede ayudar a crear confianza en los turistas para incrementar el uso de las opciones de turismo local. Acá se nota un primer punto en capacitación.

Otro aspecto a rescatar en las conclusiones es el brindar una buena imagen de la zona y de los servicios turísticos que se ofrecen, es claro que la mayoría de las personas visitan la zona por referencias de amigos, compañeros o familiares; por eso la calidad con que se brinda el servicio es la carta de presentación para atraer más turistas.

Dentro de la misma investigación se rescatan los siguientes aspectos que se pueden mejorar, y que son puntos que los turistas recienten:

- Sentirse más seguro cuando practican turismo, no solamente relacionado a la seguridad social, sino también a la experiencia del guía para manejar asuntos de emergencia.
- Ampliar las opciones de hospedaje.
- Ampliar las opciones de comida y alimentación.
- Aumentar los canales informativos.
- Mejorar el transporte público.
- Infraestructura vial, quizá este sea uno de los puntos más débiles, ya que el servicio público llega a puntos algo lejanos y para entrar a otras zonas muchas veces se requiere de transporte todo terreno, principalmente en la época lluviosa.
- Aumentar las opciones de turismo (variedad) o en su defecto como ya se indicó, mejorar los canales informativos.
- Mejorar los precios, tanto del tour turístico como de los procesos paralelos (transporte y alimentación).
- Implementar puntos de hidratación abiertos al público.

Con todos estos aspectos, se rescata que un alto porcentaje de los entrevistados (un 84%) estaría dispuesto a volver, motivados por la aventura vivida.

Por otro lado, un 100% de los entrevistados estaría dispuesto a recibir capacitación, siendo los temas relacionados con el acceso a tecnología el que más interés presentó, además de técnicas para mejorar los servicios que prestan y sobre todo mejorar las finanzas, ya sea por orden o por acceso a fuentes de financiamiento.

Dentro de las entrevistas realizadas a los habitantes de Bribri que brindan opciones de turismo, se rescata la mentalidad que tiene la mayoría, en esperar que el proceso sea parte de un aporte económico del gobierno o empresa privada para cada una de sus familias. Fue un poco complejo en explicar el concepto de emprendedurismo y como este puede ayudar no solo al núcleo familiar, sino también a la comunidad. Hay que trabajar fuertemente en este aspecto, ya que no se tiene una cultura de trabajo en equipo.

Otras de las conclusiones importantes es el tema de escolaridad, esto puede afectar directamente los objetivos del plan de capacitación; este es un punto que debe siempre incorporarse en cada uno de los temas a impartir; en las recomendaciones se pueden exhibir algunas tácticas para incorporar a esta población, sin embargo asumiendo el riesgo, partiendo del concepto de emprendedurismo social integral, es decir sin exclusiones.

### ***Recomendaciones***

Es importante la creación de un grupo responsable de administrar el proceso de capacitación en la comunidad, con el objetivo de que regule los esfuerzos que realizarán en torno al proceso de capacitación. Es recomendable que este grupo estén personas de todos los rangos de escolaridad, eso sí, asignando las debidas responsabilidades.

Por otro lado, y ya analizando las necesidades de la comunidad y las características de los turistas de la zona de Bribri, se recomienda crear un plan de capacitación en microturismo, que incluya las siguientes áreas de capacitación con sus respectivos espacios de interés:

### Turismo

- I. Fundamentos de turismo<sup>3</sup>:
  - a. Introducción al turismo
  - b. El comportamiento y motivación del turista
  - c. El modelo de los viajes.
  - d. El servicio de hospedaje.
  - e. Tour operadores y agencias de viajes.
  - f. Organizaciones encargadas de regular el turismo en Costa Rica.
  - g. Impactos sociales y ambientales del turismo.
  - h. Manejo de itinerarios.
  - i. Primeros auxilios.
  
- II. Fundamentos de la gestión ambiental:
  - a. ¿Qué es la gestión ambiental?
  - b. Política ambiental.
  - c. ¿Qué es el compromiso ambiental?
  - d. ¿Qué es la huella de carbono?
  - e. ¿Cómo medir la huella de carbono?
  - f. ¿Qué es reciclaje?
  - g. Turismo verde.
  
- III. Fundamentos de Gestión de calidad:
  - a. ¿Qué es la gestión de calidad?
  - b. ¿Cómo definir objetivos de calidad?
  - c. ¿Cómo medir la satisfacción de nuestros servicios?
  - d. ¿Cómo identificar oportunidades de mejora?
  
- IV. Fundamentos culturales e historia:
  - a. ¿Qué es la historia?
  - b. Historia Bribri.
  - c. Historia natural de Bribri.
  - d. ¿Qué es cultura?
  - e. Importancia de la cultura en el turismo.
  - f. Características importantes de la cultura.
  - g. ¿Cómo identificar aspectos culturales de importancia.
  - h. La cultura Bribri.
  - i. El impacto de la cultura Bribri en Costa Rica.
  
- V. Turismo solidario:

---

<sup>3</sup> Tomado parcialmente de: <http://www.funiber.org/areas-de-conocimiento/turismo/consultoria-turistica/programa-academico/programa-de-estudios/#a01>

- a. ¿Qué es turismo rural?
- b. Características del turismo rural.
- c. ¿Qué es turismo con responsabilidad social?
- d. ¿Cómo sacar provecho de la responsabilidad social para hacer turismo?
- e. Desarrollo local.
- f. Desarrollo integral.
- g. Cadena de valor solidaria.
- h. Desarrollo de un destino turístico sustentable.
- i. Promoción del producto turístico.
- j. Oportunidades de turismo solidario en la zona.

VI. Manipulación de alimentos<sup>4</sup>:

- a. Legislación y responsables de la inocuidad alimentaria.
- b. Los alimentos y los microorganismos.
- c. La alteración y conservación de los alimentos.
- d. Hábitos de higiene de la persona que manipula alimentos.
- e. Controles durante la producción de alimentos.
- f. Condiciones de la infraestructura y equipos de un establecimiento de industria de alimentos.
- g. Limpieza y desinfección.

VII. Conociendo la flora y fauna de la zona:

- a. ¿Qué es flora?
- b. ¿Qué es fauna?
- c. Características ambientales de la zona de Bribri.
- d. Enumeración y tipo de flora más común en la zona
- e. Enumeración y tipo de fauna más común en la zona
- f. Lugares de interés dentro de la zona.

## Tecnología

VIII. Introducción a la computación:

- a. Conceptos básicos de computación.
- b. Diferencia de hardware y software.
- c. Unidades y tipos de almacenamiento.
- d. ¿Qué es el sistema operativo?
- e. ¿Qué son las herramientas ofimáticas?
- f. ¿Cómo encender la computadora?

---

<sup>4</sup> Tomado parcialmente de: [http://www.ina.ac.cr/curso\\_manipulacion\\_alimentos/InfoCurso.html](http://www.ina.ac.cr/curso_manipulacion_alimentos/InfoCurso.html).

- g. ¿Cómo apagar la computadora?
- h. ¿Cómo navegar en el sistema operativo?
- i. ¿Cómo navegar en el sistema de archivos?
  - i. Crear.
  - ii. Modificar.
  - iii. Copiar.
  - iv. Eliminar.
- j. ¿Cómo ubicar el acceso a internet?
- k. ¿Cómo ubicar el acceso a las herramientas de oficina?
- l. ¿Cómo imprimir?
- m. ¿Cómo instalar sistemas antivirus?
- n. ¿Cómo actualizar el antivirus?
- o. ¿Cómo utilizar herramientas tecnológicas?

IX. Introducción al internet:

- a. ¿Cómo conectarse a internet?
- b. ¿Qué son los navegadores de internet?
- c. ¿Qué son páginas web y los distintos tipos?
- d. ¿Qué son los dominios?
- e. ¿Cómo navegar seguro?
- f. ¿Qué es el correo electrónico?
- g. ¿Cómo crear un correo electrónico gratuito?
- h. ¿Cómo leer y enviar correos?
- i. ¿Cómo leer y adjuntar archivos?
- j. ¿Cómo cuidar mis datos en internet?
- k. ¿Cómo navegar con otros dispositivos electrónicos?

X. Gestión de redes sociales:

- a. ¿Qué es la web 2.0?
- b. ¿Qué son las redes sociales?
- c. Usos de las redes sociales
- d. ¿Cómo crear usuarios en Facebook, Twitter, Google+?
- e. ¿Cómo crear páginas en Facebook?
- f. ¿Qué es un *community manager*?
- g. ¿Cómo actualizar las páginas de Facebook y Google+?
- h. ¿Cómo funciona Twitter?
- i. ¿Qué es y cómo funciona Pinterest?
- j. ¿Qué es YouTube?
  - i. ¿Cómo crear un canal en YouTube?
  - ii. ¿Cómo compartir contenido por medio de YouTube?

## Administración de empresas

- XI. Fundamentos de administración de empresas:
- a. ¿Qué es una empresa?
  - b. Sectores y actividades empresariales.
  - c. Organización empresarial.
  - d. ¿Qué es la misión y visión?
  - e. ¿Cómo definir la misión y visión?
  - f. ¿Cómo definir los objetivos y metas empresariales?
  - g. ¿Qué es la dirección estratégica?
  - h. ¿Qué es la dirección táctica?
  - i. ¿Qué es la dirección operativa?
  - j. Principios de legislación laboral.
  - k. Deberes de las empresas.
  - l. Comunicación en la empresa.
- XII. Fundamentos de administración financiera<sup>5</sup>:
- a. Función financiera de la empresa.
  - b. Objetivo financiero.
  - c. Dirección financiera.
  - d. Dirección contable.
  - e. Estado financiero.
    - i. ¿Cómo interpretarlo?
  - f. Costos operativos.
  - g. Principios de legislación financiera.
  - h. Opciones de financiamiento.

## Comercio y mercadeo

- XIII. Mercadeo de empresas turísticas<sup>6</sup>:
- a. Planificación turística.
  - b. Análisis de la competencia.
  - c. Mercadeo de destinos turísticos.
  - d. Creación de productos turísticos.
  - e. Fijación de precios.

---

<sup>5</sup> Tomado parcialmente de: <http://www.funiber.org/areas-de-conocimiento/turismo/consultoria-turistica/programa-academico/programa-de-estudios/#a05>

<sup>6</sup> Tomado parcialmente de: basado en <http://www.funiber.org/areas-de-conocimiento/turismo/consultoria-turistica/programa-academico/programa-de-estudios/#a02>

- XIV. Comercio y marketing electrónico:
- f. ¿Qué es comercio electrónico?
  - g. ¿Qué es marketing?
    - i. Diferencia con mercadeo (técnica).
    - ii. El marketing como estrategia.
  - h. Estrategias de marketing, venta y negociación.
  - i. Medios de pagos electrónicos.
  - j. ¿Cómo comercializar productos usando medios electrónicos?
  - k. Nuevos canales electrónicos para comercializar productos y servicios.
  - l. Mercadeo internacional.
  - m. Análisis analítico de redes sociales.

- XV. Medios de pago:
- a. Medios de pago existentes.
  - b. Características de las tarjetas de débito y crédito.
  - c. Tarjetas de débito y crédito nacionales e internacionales.
  - d. ¿Cómo tramitar el acceso a pagos por tarjetas de débito y crédito?
  - e. Uso seguro de las tarjetas de débito y crédito.
  - f. Banca en línea.
  - g. Características de las transferencias y los depósitos
  - h. Uso seguro de las trasferencias.
  - i. ¿Cómo tramitar el acceso a la banca en línea?
  - j. Otros medios electrónicos.

## Idioma

- XVI. Idioma inglés:
- a. Conceptos básicos de inglés.
  - b. Estructura básica.
  - c. Números.
  - d. Colores.
  - e. Saludos y despedidas.
  - f. Lugares.
  - g. Oraciones en presente, pasado y futuro.
  - h. Preguntar en presente, pasado y futuro.
  - i. ¿Qué se dice cuando se viaja?
  - j. ¿Qué se dice cuándo se va a comer?
  - k. Verbos de uso cotidiano.
  - l. Frases de uso cotidiano.

## Cooperativismo

- XVII. Fundamentos de cooperativismo<sup>7</sup>:
- a. Fundamentos y orígenes.
  - b. Valores y principios cooperativos.
  - c. Naturaleza de las cooperativas.
  - d. Estructura organizacional.
  - e. Funciones, organismos y comités.
  - f. Fundamentos legales.

Teniendo claridad que no todos los usuarios son aptos para tomar los cursos, estos deben hacerse desde una perspectiva socialmente responsable, tratando de no solicitar requisitos, también de trabajar con el grupo más débil en algunos nivelatorios. Aun así se recomienda que las personas que lleven estos cursos deban tener al menos la primaria completa. En este punto en particular se puede aplicar el concepto de cooperativismo para que todas las personas se puedan ver beneficiadas, algunas por capacitación y otras económicamente por el aporte que hacen los que más puedan desarrollar el negocio de turismo local. De igual manera los cursos deben implementarse aislados, es decir los temas antes descritos no son un programa de estudio.

Se recomienda trabajar con las empresas u Organizaciones sin fines de lucro (ONG o similar) que prestan ayuda a la zona, con el objetivo de informar previamente las ventajas de aprovechar la visita a la zona para practicar turismo, y como esta opción ayuda también a la comunidad.

Hay algunos cursos que se pueden trabajar con instituciones gubernamentales como el INA, organizaciones no gubernamentales como Fundación Neotrópica (que se encarga de promover la capacitación en comunidades desde un punto social o ambiental), utilizar el trabajo comunal que hacen los universitarios o a falta del mismo, buscar capital semilla para que colabore con el grupo responsable de la ejecución de la capacitación.

Para efectos de impartir la capacitación, se recomienda habilitar un centro de estudios dentro de la zona de Bribri, ya sea solicitando prestada alguna institución educativa o el centro comunal; dicho centro debe contar con pizarra acrílica, marcadores para pizarra, borrador, pupitres y sillas para los participantes. Es

---

<sup>7</sup> Tomado parcialmente de: <http://confecoopantioquia.coop/certificacion/certificar.html>

importante buscar el apoyo o recursos para contar con un video proyector. Para efectos de impartir el curso, cada facilitador deberá llevar el equipo informativo y material de apoyo necesario.

Se recomienda realizar visitas guiadas, como parte de los temas relacionados con turismo, de esta forma podrá evidenciarse de inmediato los aspectos prácticos.

## REVISION BIBLIOGRÁFICA

- Arce, P. (2013). ¿Cuáles y cuántas empresas del Sector Financiero en Costa Rica realizan emprendedurismo Social o tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlas? Costa Rica: Ulacit.
- Bellido, D. (2014). Oportunidades de ingreso para apoyar la construcción del templo católico de la comunidad de San Jerónimo de Desamparados. Costa Rica: Ulacit.
- Confecoop Antioquia Digital (2014). Recuperado de: <http://confecoopantioquia.coop>
- Guías Costa Rica Digital (2014). Recuperado de: <http://guiascostarica.info/culturas-indigenas/>
- Funiber Digital (2014). Recuperado: <http://www.funiber.org>
- Hernández, R.; Fernández, C.; Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación (5a Ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Instituto Costarricense de Turismo Digital (2014). Recuperado de: <http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/sostenibilidad.asp>
- Instituto Nacional de Aprendizaje de Costa Rica Digital (2014). Recuperado de: <http://ina.ac.cr>
- International Society of Ethnobiology Digital (2014). Recuperado de: <http://ethnobiology.net/docs/LosBribris.pdf>
- Jaén M. (2006). Voluntariado y turismo: una nueva forma de mercadeo turístico. Costa Rica: Ulacit.
- Organización Internacional del Trabajo, OIT y Fundación Schwab (2008). Emprendedor Social del año – América Central. ¿Qué es el emprendimiento social?
- Organización Mundial de Turismo (2014). Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Tortós, L. (2013). Desarrollos de emprendedurismo social en Costa Rica: características y casos existentes en el país. Costa Rica: Ulacit.

- UrbAll (2011). Documento marco de reflexión sobre el emprendedurismo y la innovación social. (Junio27-28). Seminario L'Hospitalet de Llobregat.

## ANEXO 1

### Cuestionario para turistas

**Objetivo:** El presente instrumento de investigación tiene como meta conocer la percepción de los visitantes de la zona de Bribri cuando realizan alguna actividad turística propia del lugar. La investigación, sus hallazgos y conclusiones son requisito académico para optar por el grado de Maestría en Administración de Empresas con mención en Gerencia de Calidad de Ulacit.

1. ¿Cuál es su nacionalidad?

---

2. ¿Cuántas veces al año visita la zona de Bribri?

- Una.
- Dos o treces veces.
- Más de tres veces.

3. ¿Cuál es el motivo del turismo que realiza en la zona de Bribri?

- Estudios.
- Negocios.
- Asistencia social.
- Avistamiento de flora y fauna.
- Aventura.

4. ¿Conoce lo que es turismo rural o turismo con conciencia social?

- Sí.
- No.

5. ¿Cuál es la duración aproximada de cada estadía que realiza en la zona de Bribri?

- De uno a dos días.
- De tres a siete días.
- De ocho a 30 días.
- Más de 30 días.

6. ¿Qué tipo de hospedaje utiliza?

- Cabina o hostel (hotel sin estrellas).
- Hotel básico (de una a tres estrellas).
- Hotel superior o *premium* (superior a tres estrellas).
- Campamento (camping).
- Albergue o refugio.
- Hospedaje con algún habitante de la zona de Bribri.

7. ¿Qué es lo que más le gusta de la zona de Bribri?

---

---

---

---

---

8. ¿Qué es lo que menos le gusta de la zona de Bribri?

---

---

---

---

---

9. ¿Cuánto es el rango aproximado de dinero que gasta cuando utiliza alguna opción de turismo en la zona de Bribri?

- Menos de US\$50 (dólares estadounidenses).
- Entre \$50 a \$100.
- Entre \$100 a \$250.
- Más de \$250.

10. ¿Cuál es el medio principal que utiliza para buscar las distintas opciones de turismo?

- Recomendación de familiares o amigos que ya hayan visitado la zona.
- Agencias de viajes físicas.
- Organizaciones gubernamentales (ej: ICT) o no gubernamentales (ONG) propios del sector turismo o encargadas de brindar ayuda social a la zona de Bribri.

- Revistas o publicaciones escritas.
- Búsqueda por internet.
- Agencia de viajes virtual.

11. Cuando ha utilizado turismo en la zona de Bribri, ¿qué tan satisfecho se encuentra?

- Nada satisfecho                      Muy satisfecho
- 0     1     2     3     4     5

12. ¿Qué aspectos considera se pueden mejorar en la experiencia vivida durante la estadía en la zona de Bribri?

---

---

---

---

---

13. ¿Acostumbra a comprar algún tipo de *souvenir* propio de la zona de Bribri durante la visita?

- Sí.
- No.

14. Cuando termina su viaje, ¿tiene intenciones de repetir la experiencia?

- Sí.
- No.

Gracias por su tiempo y por colaborar con la realización de la encuesta.



6. ¿Qué tanto conoce de las costumbres y cultura de la zona de Bribri?

Nada

Mucho

0    1    2    3    4    5

7. ¿Domina herramientas tecnológicas?

Sí.

No.

8. ¿Tiene acceso a herramientas tecnológicas (ej: internet, computadora, *tablet*, *smartphone*, etc.)?

Sí.

No.

9. ¿Cuál es el medio principal de cobro por los servicios brindados?

Efectivo.

Tarjeta de débito o crédito.

Transferencia electrónica.

Otro \_\_\_\_\_.

10. ¿Realiza publicidad en medios electrónicos?

Sí, comente: \_\_\_\_\_.

No.

11. ¿Estaría dispuesto a fortalecer conocimientos por medio de capacitación?

Sí.

No.

12. ¿Cómo preferiría que se ejecute la capacitación?

Ir a un centro de estudios.

Que el capacitador visite la zona de Bribri (incluyendo visitas guiadas a puntos turísticos).

- En línea (acceso remoto por medios electrónicos).
- Por correspondencia.

13. ¿Existe algún tema de interés que considere se deba incluir en un plan de capacitación?

---

---

---

---

---

Gracias por su tiempo y por colaborar con la realización de la encuesta.

## ANEXO 2

### Matriz básica de investigación

Problema general de investigación		
¿Cómo puede la capacitación en microturismo ayudar a los pobladores de la comunidad de Bribri que se dedican a labores de turismo a generar mayores ingresos para la comunidad?		
Objetivo general de investigación		
Elaborar un plan de capacitación en microturismo que permita a pobladores de la comunidad de Bribri obtener nuevos conocimientos y herramientas para desarrollar mejor el turismo local y así generar mayores ingresos.		
Objetivos específicos	Variable de estudio	Indicadores
<b>Objetivo específico 1:</b> Identificar opciones de turismo posible o existente en la comunidad de Bribri.	Turismo en la zona.	1. Origen de los turistas que visitan la zona. 2. Razón del turismo que realizan. 3. Conocimiento en turismo rural y/o con conciencia social. 4. Tipos de turismo que se práctica en la zona. 5. Rangos aproximados de gastos que realizan los turistas.
<b>Objetivo específico 2:</b> Identificar conocimientos de la población, en relación con el turismo que reciben.	Conocimientos de la población de Bribri en materia de turismo.	A) Características de la educación 1. Escolaridad. 2. Capacitaciones previas en materia de turismo. 3. Conocimientos de otros idiomas, acorde al turismo que reciben. B) Uso de tecnología 1. Acceso a tecnología. 2. Herramientas tecnológicas que utilizan.
<b>Objetivo específico 3:</b> Desarrollar el plan de capacitación en microturismo acorde con las características y ambiente del lugar.	Plan de capacitación.	1. Requerimientos iniciales para desarrollar el plan de capacitación. 2. Temario del curso. 3. Forma de tomar la

		capacitación.
--	--	---------------