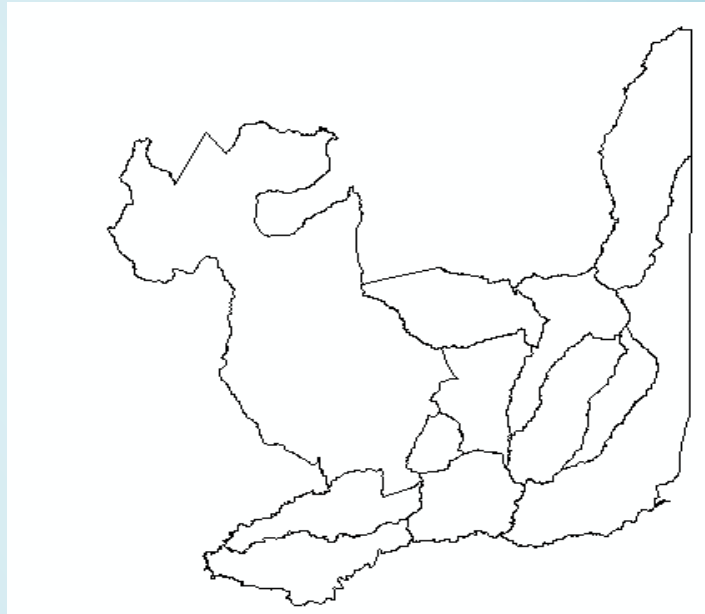


PLAN DE TURISMO DE LA REGION OCCIDENTAL VALLE CENTRAL



2016

Indice

I. Generalidades	3
II. Estructura del Mercado.....	6
III Estrategia de Desarrollo Turístico	17
IV. Desarrollo de Acciones.....	19
VI. Anexos de Talleres con interesados locales.....	27



I.Generalidades

1.1 Espacio Turístico en el valle central occidental

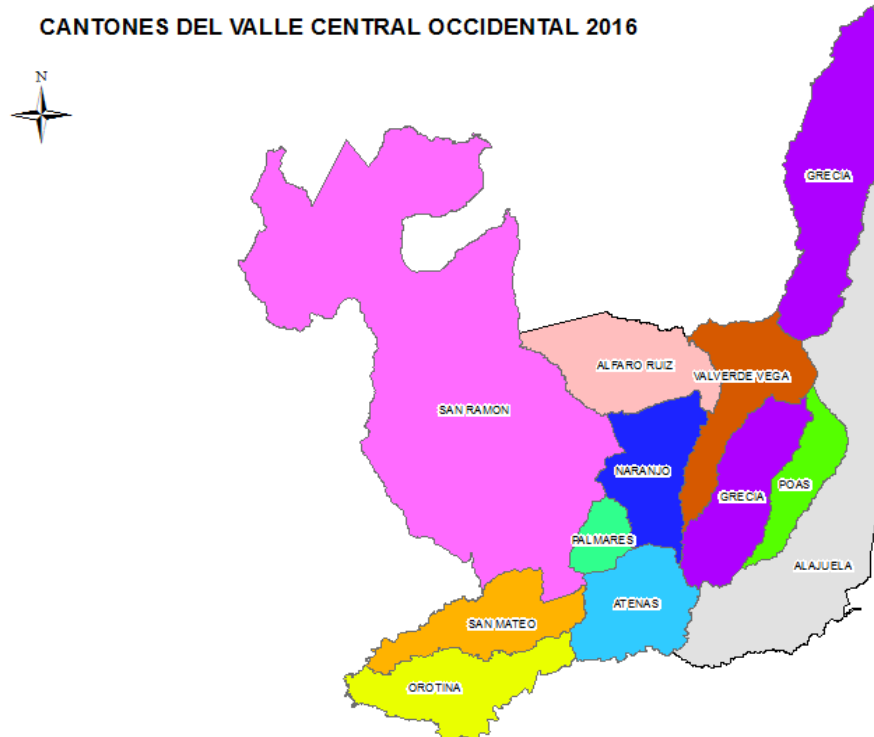
El Occidente del Valle Central representa una porción representativa de la gran área metropolitana en donde se halla concentrada la mayor parte de la población nacional. Adicionalmente, representa un eje estratégico de la dinámica turística en el tanto se halla el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría principal puerto de ingreso aéreo al país ubicado en la provincia de Alajuela y se constituye en el eje operacional crítico de inicio y fin de la estadía internacional.

Para la elaboración del presente se utilizó el método de planeamiento estratégico contando con 6 talleres de participación de grupos interesados que aportaron sus criterios locales que son mostrados en el contenido del estudio. Los talleres se desarrollaron durante el segundo semestre del año 2015 e inicios del año 2016 en las siguientes sedes:

1. Instituto Costarricense de Turismo
2. Cámara de Comercio, industria y Turismo de Alajuela
3. Cooperativa de Productores de Naranjo
4. Asociación de Productores de Zarcero
5. Balneario Catarata Las Musas en San Ramón
6. Hotel Refugio de Montaña en Poás

El sector *Valle Central Occidental* se modifica con respecto al plan de turismo del 2008 e incluye los cantones de Alajuela, Atenas, Palmares, Grecia, Naranjo, San Ramón, Valverde Vega, Zarcero, San Mateo y Orotina en la distribución geográfica que se muestra en la figura 1.

Figura 1. Espacio Turístico ocupado por los cantones que pertenecen al Valle Central Occidental

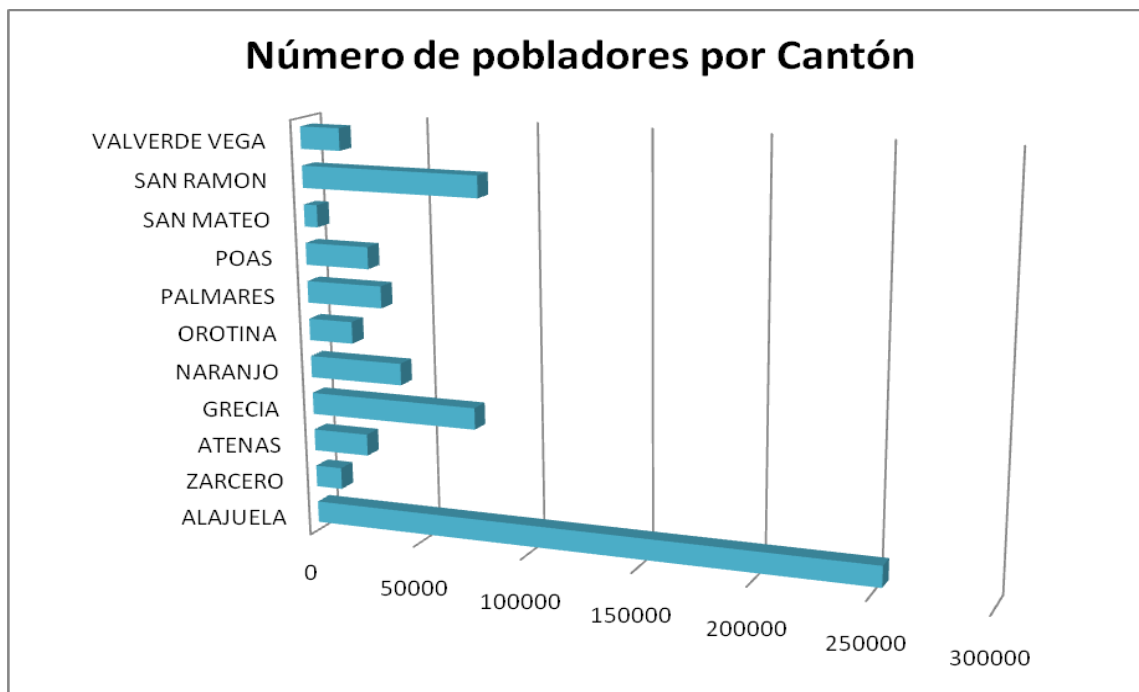


El cantón más extenso es San Ramón 1021 Km² y el más pequeño es Palmares 39 Km² entre todos los 11 cantones suman 2.485 Km² de paisajes predominantemente rurales combinados con urbanos. Los cantones de Alajuela 254567 habitantes; Grecia 76713 habitantes y San Ramón 80573 habitantes son los más poblados y como región representan 600.724 personas.

Los dos cantones más densos (habitantes por kilómetro cuadrado) son Palmares, Alajuela y Grecia y los tres menos densos son San Mateo, Zarcero y San Ramón. El promedio de densidad en la región da como resultado 317.

NCANTON	EXTENSIÓN (KM2)	POBLACIÓN (PERS)	DENSIDAD (PERS/KM2)
ALAJUELA	391	254567	651
ZARCERO	158	12202	77
ATENAS	126	25460	201
GRECIA	142	76713	540
NARANJO	127	42713	337
OROTINA	146	20342	140
PALMARES	39	34716	894
POAS	74	29216	393
SAN MATEO	124	6136	49
SAN RAMON	1021	80573	79
VALVERDE VEGA	137	18086	132
TOTALES	2.485	600.724	317

Fuente: Sánchez A. 2016 a partir de de Atlas ITCR. 2014



II.Estructura del Mercado

Tomando como premisa la existencia de un sistema dinámico entre oferta y demanda que define los mercados turísticos se utiliza intrínsecamente el modelo tradicional de patrimonio turístico de cuatro elementos fundamentales: (i) atractivos motivadores de desplazamiento; (ii) planta turística facilitadora del disfrute de las vivencias en el sitio que incluye a hoteles y restaurantes; (iii) infraestructura de obra civil requerida para la facilitación de los servicios como comunicación digital, vialidades, acueductos, puentes, miradores. (iv) Superestructura y/o estructura organizacional cuyo poder nace del gobierno local y/o las asociaciones tanto como cámaras que invierten tiempo y dinero en el éxito de la industria turística local.

2.1 Perfil de la Demanda

2.1.1 Demanda Internacional

Se denomina demanda internacional al grupo homogéneo de prospectos que reciben servicios acorde con sus gustos y preferencias de viaje expresados generalmente ante un operador receptivo local.

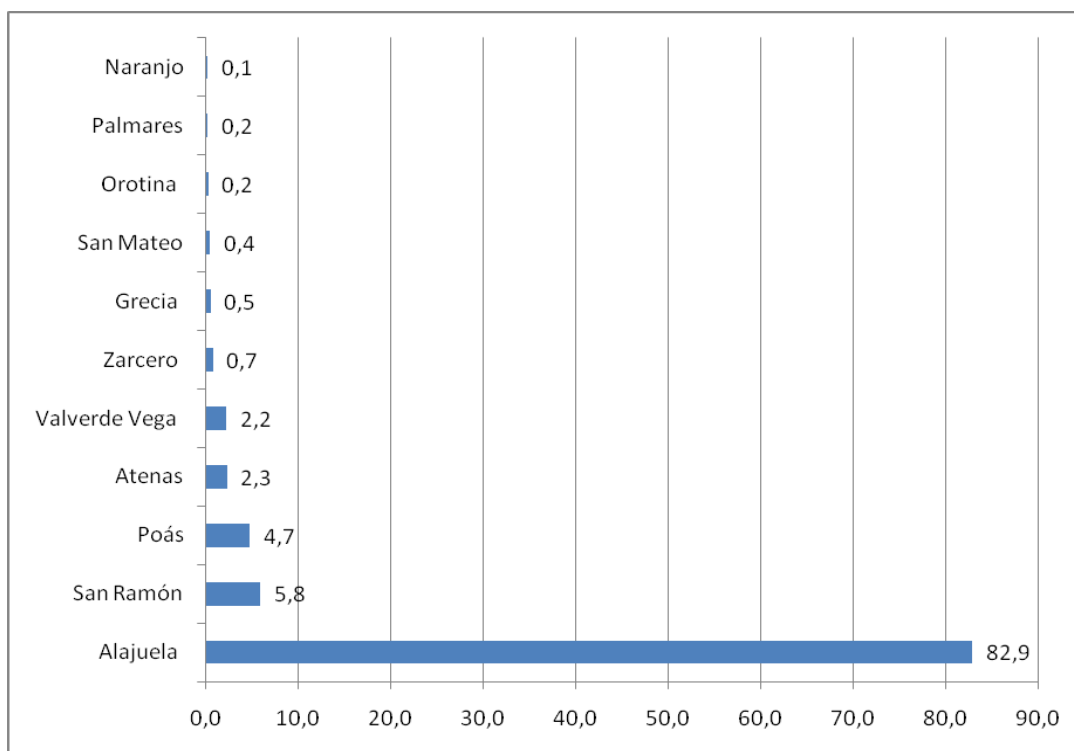
Figura 2. Comportamiento de valores según estimación de pisos de demanda vía aérea 2014

Cantón	Ponderado_2014 AEREA	Estimación pisos demanda Vía Aérea 2014 (1.720.951)	Valor porcentual
Alajuela	3,16	54.443	82,9
San Ramón	0,22	3.840	5,8
Poás	0,18	3.093	4,7
Atenas	0,09	1.502	2,3
Valverde Vega	0,08	1.422	2,2
Zarcero	0,03	474	0,7
Grecia	0,02	315	0,5
San Mateo	0,02	259	0,4
Orotina	0,01	138	0,2
Palmares	0,01	112	0,2
Naranjo	0,01	96	0,1
TOTAL	3,82	65.694	100

Mediante encuestas representativas a no residentes realizada en el año 2014 en los puertos de entrada aéreos a Costa Rica se determinó que existe un grupo de prospectos que hacen uso de los servicios ofrecidos en el valle central de hasta un 3.82% del total de los ingresos por vía aérea que en ese año llegó a ser 1.720.951 personas anuales. La mayor parte de ellas lo hacen en el cantón de Alajuela en las vecindades del Aeropuerto Internacional.

De un total de 65.694 pernoctes en el Valle Central Occidental el 82.9% (54443) se realizó en Alajuela; 5.8% (3840) en San Ramón; 4.7% (3093) en Poás; 2.3%(1502) en Atenas; 2.2% (1422) en Sarchí de Valverde Vega.

Figura 3. Distribución relativa de pernoctes realizado en el Valle Central Occidental por No Residentes. 2014



Fuente: Encuesta de No Residentes. ICT. 2014

2.1.2 Demanda Nacional

Se denomina demanda nacional al costarricense que cuenta con tiempo y dinero para dedicarlo a la recreación suya y de su familia. Con base en la estimación de hogares por actividades de turismo interno, se parte del supuesto de que no menos de 500 mil ticos realizan actividades recreativas dentro del país que se pueden catalogar como salidas de un día en donde se realiza un cambio de actividad habitual durante horas.

Ellos son técnicamente demanda potencial de servicios debido a que tienen la motivación por viajar cuando experimenten un cambio en sus condiciones personales dado que el Valle Central Occidental está cercano a su centro de residencia. El ICT ha diseñado acciones de mercadeo tendientes a ajustar las condiciones de producto para el turismo interno como el de la campaña estacional “vamos a turistear” que promueve la visita de aquellos ubicados en lugares cercanos. La región ya tiene empresas participando en esta iniciativa

Figura

Actividades de Turismo interno	Total Hogares 2012	Total Personas 2012
Familias que realizan solo salidas	166,901	572,471
Familias que realizan solo paseos	394,734	1,353,938
Familias que realizan salidas y paseos	320,556	1,099,507
Familias que no realizan salidas ni paseos	474,211	1,626,543
Total	1,356,402	4,652,459

Fuente: Fuente: Mercadeo ICT. INFORME FINAL: HABITOS VACACIONALES DE LOS COSTARRICENSE DURANTE EL AÑO 2012, ESTIMACION DE INCIDENCIA. Agosto 2013.

2.2 Oferta de Productos

Se puede definir un producto turístico como la sumatoria de elementos del patrimonio dispuestos de manera tal que satisfacen una necesidad o un deseo planteado por el segmento de mercado que hace uso de ellos. Un producto turístico exitoso no observa espacios de división político-administrativa y depende directamente de la jerarquía de sus atractivos y servicios de planta e infraestructura apoyados por acciones de mercadeo.

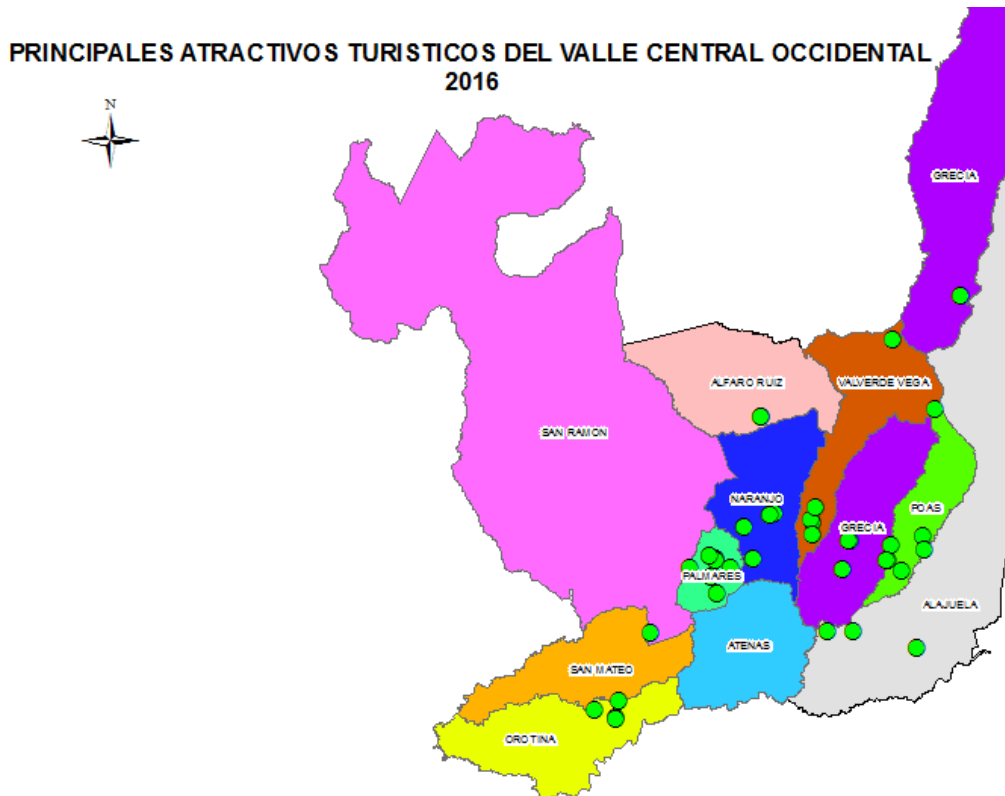
Aquí se incluyen actividades artísticas, eventos programados, museos, parques temáticos, actividades comerciales que puedan ligarse directamente con el turismo tales como centros comerciales y tiendas.

Funcionan como complemento de atractivos los Centros de Rescate de fauna y los conjuntos Parque- Iglesia en la mayoría de los pueblos. Los denominados tour de un día registrado son los que siguen:

- Exhibición de orquídeas, carretas, trenes, paisajes,
- Interacción con Mariposas, serpientes
- Disfrute de balnearios naturales y artificiales

En palabras de expertos operadores se requieren productos alternativos de alta calidad diferentes a los ya conocidos para un cambio de itinerario tradicional que es rentable y satisfactorio a nivel internacional. Por el lado del costarricense se requiere aprovechar la cercanía a su lugar de vivienda.

Figura x. Distribución espacial de los principales atractivos en el valle occidental



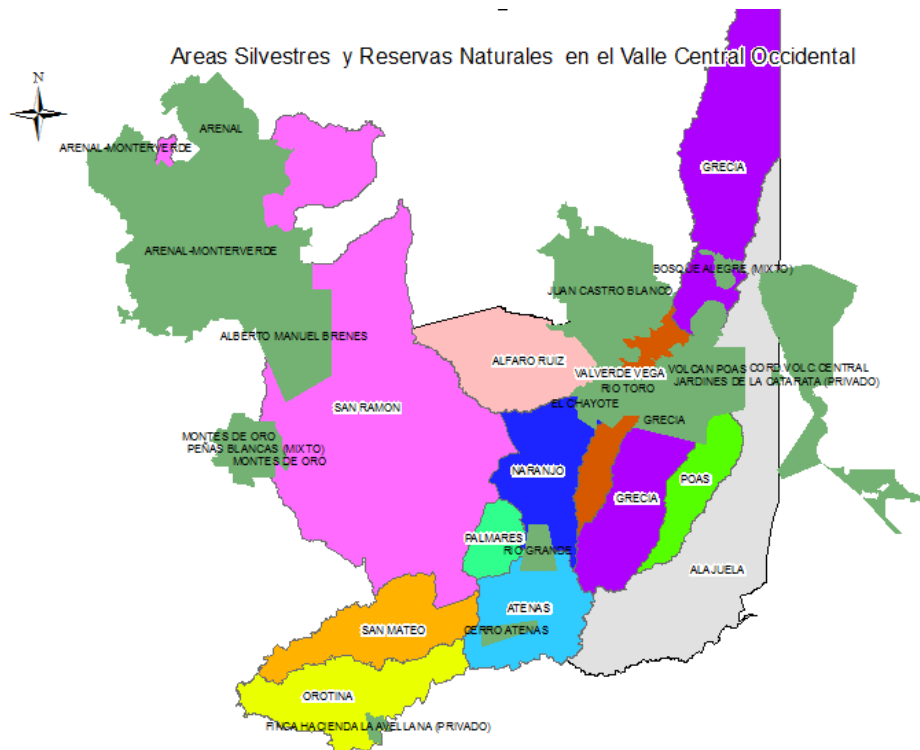
2.2.1 Atractivos

Áreas protegidas.

El Parque Nacional Volcán Poás en el cantón de Poás funciona como el atractivo natural más sobresaliente del Valle Occidental. Además por ser uno de los pocos volcanes con acceso inmediato por carretera y contar con infraestructura y servicios para el visitante que lo colocan en una situación de visita frecuente tanto por el nacional como por el internacional.

El bosque nuboso como concepto general asociado a las áreas naturales es otro atractor importante por el posicionamiento de imagen que tiene en el país y por las posibilidades de utilización turística que tiene. San Ramón (PN Manuel Alberto Brenes), Zarcero (PN Juan Castro Blanco), Sarchí, Alajuela (PN Volcán

Poás), Grecia(RVS Bosque Alegre) son sitios que poseen recursos de este tipo a partir del cual se operan distintos productos turísticos.



Se reconocen productos frecuentemente consumidos por turismo interno como son los parques recreativos Laguna de Fraijanes en Alajuela y Bosque de los Niños en Grecia para paseos familiares de fin de semana.

En general, se identifican agrupaciones de atractivos. El primer grupo de atractores son los culturales se relacionan con la historia agrícola en el valle occidental, principalmente con el cultivo del café y el proceso de beneficiado. Las diferentes zonas de producción así como las diferentes marcas de exportación que se producen generan una imagen sólida y de simbolismo nacional.

Esta riqueza conceptual se fortalece aún más tomando en consideración que las zonas de producción y beneficiado son accesibles por carretera sin requerir grandes desplazamientos de los centros urbanos, y porque están asociados a una amplia gama de servicios conexos que facilitan esa visita turística.

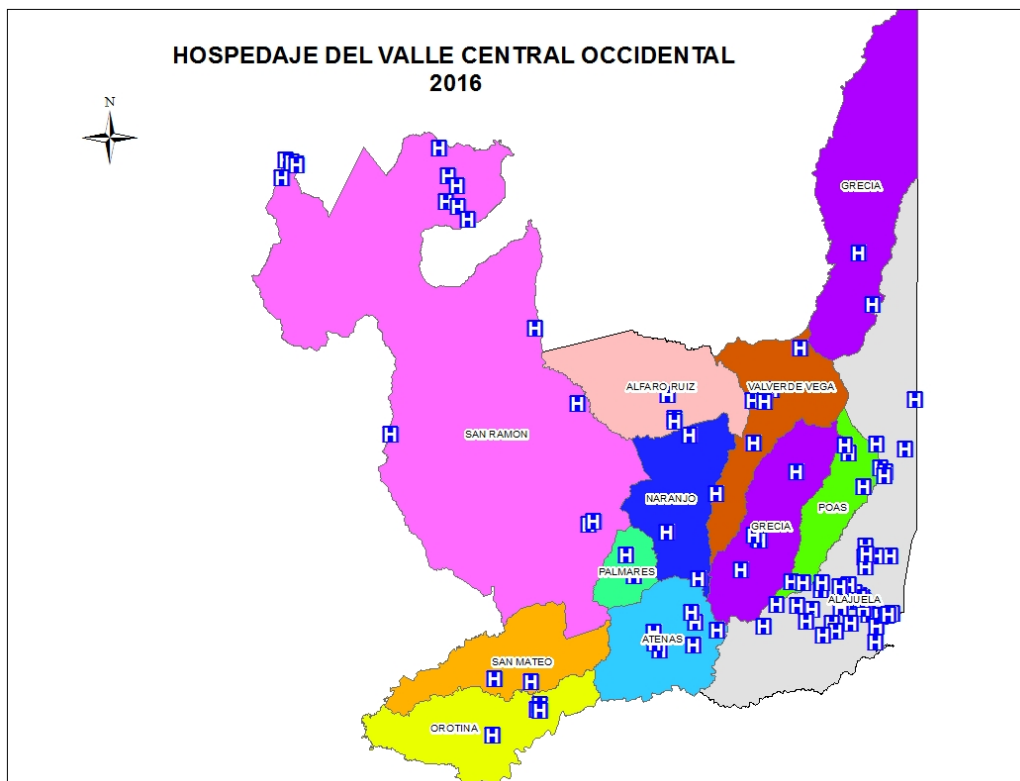
El segundo grupo de atractores en esta categoría está relacionado con la artesanía, cultura, tour de café muy focalizado en las localidades de Sarchí, Grecia, Puntualmente funciona más como un destino de compras que como

destino cultural, aunque no puede pasarse por alto la calidad de la producción y la historia asociada a esta.

El tercer grupo se relaciona con las fiestas y celebraciones y destaca aquí la “Entrada de los Santos a San Ramón” que es una actividad con una base histórica muy arraigada en función de una celebración local auténtica (no diseñada para el turismo) que por su singularidad y originalidad está llamando la atención a nivel nacional e incluso internacional.

Las fiestas cívicas de Palmares constituyen otro elemento diferenciador dado que han pasado de fiestas locales a una actividad con mayor proyección nacional que atrae a una gran cantidad de turistas, sobre todo nacionales.

2.2.2 Planta Turística Instalada



El desarrollo de la planta de hospedaje es un reflejo de la dinámica actual de productos de un día y menos como centro de estadía. Las 1793 habitaciones representan cerca del 4% de la oferta de habitaciones en el país (cerca de 46,000 habitaciones en total).

El tamaño promedio de los hoteles en general es 16 habitaciones por empresa siendo los de valores mayores los ubicados en Alajuela y San Ramón y los más pequeños los que están en Poás, Atenas, Sarchí y Palmares.

Distribución de hoteles y habitaciones en la Unidad .2016

CANTON	EMPRESAS	HAB.	HABIT/HOTEL
[+] ALAJUELA	52	983	19
[+] SAN RAMON	18	366	20
[+] GRECIA	8	80	10
[+] SAN MATEO	1	10	10
[+] ATENAS	8	73	9
[+] NARANJO	3	37	12
[+] PALMARES	2	19	10
[+] POAS	5	35	7
[+] OROTINA	6	89	15
[+] ALFARO RUIZ	4	50	13
[+] VALVERDE VEGA	6	51	9
TOTAL	113	1793	16

La oferta de hospedaje está mayormente concentrada en Alajuela 983 y San Ramón 366, teniendo ambos cantones la más alta proporción de habitaciones por hotel. De la misma manera, no aparece registro de presencia de inversión internacional de cadenas hoteleras y el tipo de inversión prevaleciente es de micro y pequeña empresa turística nacional.

Distribución de planta hotelera por niveles de calidad

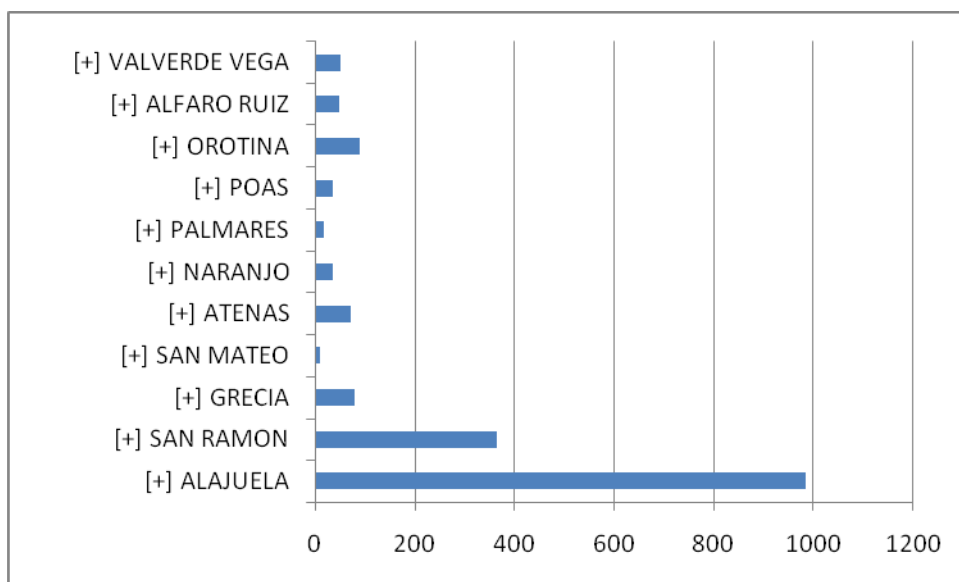
Distribución de planta hotelera por niveles de calidad																
ESTRELLAS	0		1		2		3		4		5		SC		TOTAL	
UBICACION	EMPRESA	HAB.	EMPRESA	HAB.	EMPRESA	HAB.	EMPRESA	HAB.	EMPRESA	HAB.	EMPRESA	HAB.	EMPRESA	HAB.	EMPRESA	HAB.
[+] ALAJUELA	0	0	6	71	8	76	13	195	13	378	9	234	3	29	52	983
[+] SAN RAMON	2	17	0	0	4	46	4	105	4	114	3	50	1	34	18	366
[+] GRECIA	3	16	0	0	2	23	0	0	0	0	2	15	1	26	8	80
[+] SAN MATEO	0	0	0	0	1	10	0	0	0	0	0	0	0	0	1	10
[+] ATENAS	3	32	0	0	0	0	2	8	2	24	0	0	1	9	8	73
[+] NARANJO	0	0	0	0	0	0	2	33	1	4	0	0	0	0	3	37
[+] PALMARES	0	0	0	0	0	0	1	10	1	9	0	0	0	0	2	19
[+] POAS	1	7	3	18	0	0	0	0	1	10	0	0	0	0	5	35
[+] OROTINA	3	30	1	28	1	10	0	0	0	0	0	0	1	21	6	89
[+] ALFARO RUIZ	3	37	1	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	50
[+] VALVERDE VEGA	0	0	0	0	2	12	1	18	1	16	1	3	1	2	6	51
TOTAL	15	139	11	130	18	177	23	369	23	555	15	302	8	121	113	1793

Fuente: Elaboración propia a partir de UAI. ICT. 2016

Al año 2016, en la categoría 0 estrellas hay 139 habitaciones 7% que estarían, utilizadas para fines comerciales tanto agentes comerciales, trabajo y otras actividades no turísticas. Por otra parte, en la categoría turística entre 1 y 5 estrellas, hay 1654 de habitaciones 93%.

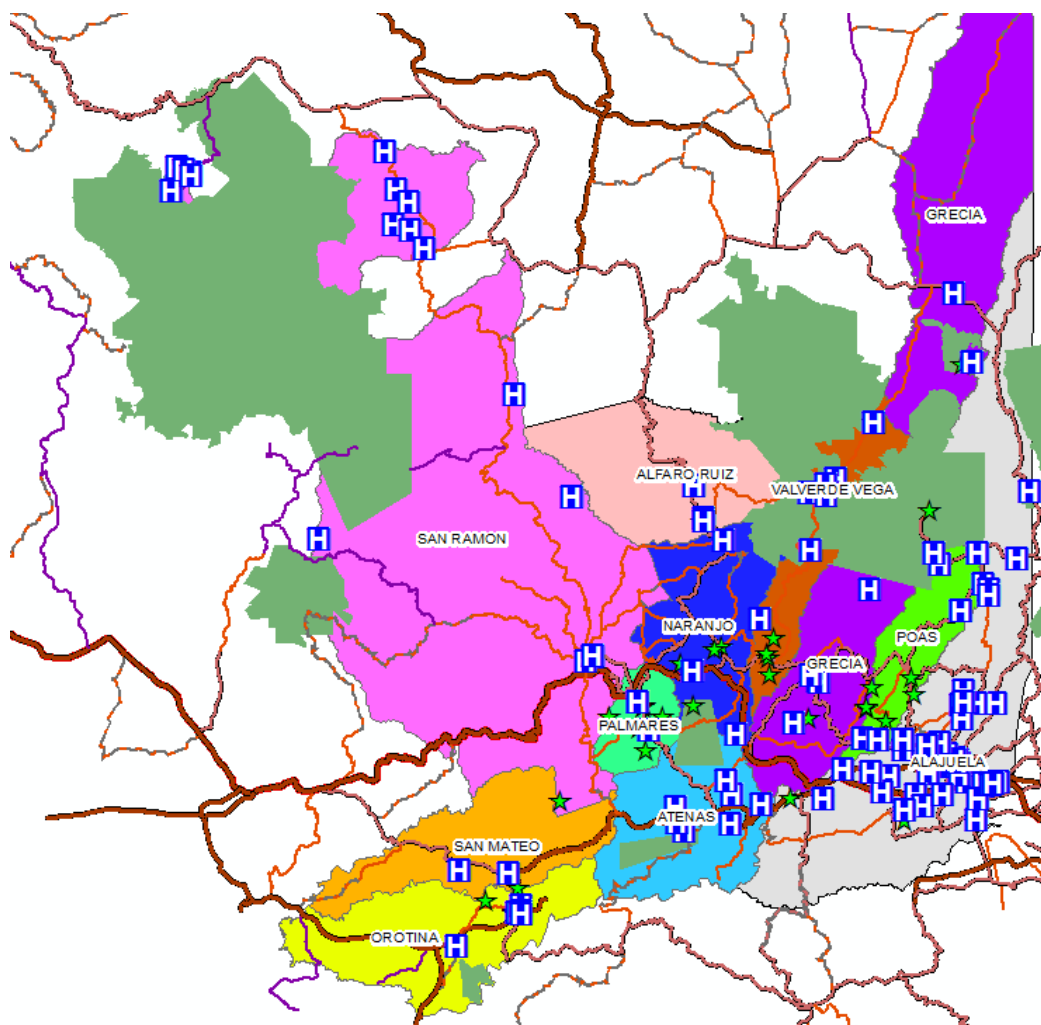
En resumen, los cantones con mayor cantidad de cuartos son Alajuela (55%) y San Ramón (20%) además hay que hacer notar que la oferta de San Ramón es por el sector de Peñas Blancas que se accesa por La Unidad de Llanuras del Norte en la localidad de La Fortuna de San Carlos.

Distribución de Habitaciones por cantón



2.2.2 Patrimonio Turístico

Agregando la infraestructura de carreteras al conglomerado obtenemos el patrimonio con el que es posible visibilizar con claridad los productos de la región.



Operación turística

La tour operación es prácticamente externa, reflejando posiblemente la interacción con San José, el principal centro de demanda de la zona.

Para efectos de este plan se ha realizado una investigación¹ con empresas tour operadoras ubicadas en la Gran Area Metropolitana. Los resultados más sobresalientes son los siguientes:

¹ Planeamiento y desarrollo ICT. Potencialidad del valle occidental para la operación turística

- El 100% de las empresas analizadas tienen operaciones en el valle occidental.
 - Los sitios más visitados son el Volcán Poás, Bosque Nuboso, Sarchí, San Ramón, Atenas, Zarcero y Naranjo.
 - Operaciones tipo circuitos generales de medio a un día que incluyen actividades que mezclan diferentes conceptos de área nacional-artesanía-café, complementados con feria del agricultor, ciudad-museos-iglesias. Estas actividades se complementan con monta de caballos y otro tipo de aventura (Canopy); además las exhibiciones de vino artesanal y de orquídeas en La Garita de Alajuela.
 - Estadía con promedio de tres días en Alajuela y 4 horas en la periferia que incluye mezcla de descanso, observación de aves en bosque nuboso caminatas, aventura y cabalgatas.
 - Rutas de paso hacia destinos específicos tales como La Fortuna (paso por San Ramón), Volcán Arenal (paso por Zarcero), Sarapiquí a través del Volcan Poás y Pacífico medio pasando por Atenas; San Mateo, Orotina.
 - La frecuencia de demanda es mayoritariamente semanal durante los meses de Diciembre, enero, febrero, marzo, abril, junio, julio, agosto.
 - El origen de la demanda es mayoritariamente norteamericana e incluye grupos, familias, parejas, estudiantes y naturalistas, con rango de 6 a 15 personas por grupo.
 - Utilizan proveedores locales de calidad media alta (2 o más estrellas, 1 o más tenedores como referencia), así como atracciones completas ofrecidas por proveedores locales tales como tour de café y mariposarios.
 - No hay evidencia de operación de productos comunitarios o locales en el concepto turismo rural.
 - Las empresas catalogan el valle occidental como una zona obligada de paso e importancia media-alta para sus operaciones
-

El análisis realizado demuestra en general que las operaciones se concentran en torno a los principales atractores de la zona, básicamente con productos bastante estandarizados que se repiten de una a otra empresa. No hay evidencia de que se estén desarrollando nuevos conceptos que tiendan a integrar otras alternativas locales, muchas de ellas ya mencionadas en el apartado de atractivos.

2.3.3 Servicios

Practicante todas las ciudades funciona como un centros de distribución con una dotación completa de servicios básicos, incluida la seguridad y la atención de emergencias (clínica, ambulancias, bomberos, hospitales). La cercanía con la ciudad de San José/Heredia/Alajuela complementa la oferta de servicios de apoyo para el turismo.

Las vías de comunicación están en buen estado y generan un patrón de conectividad muy bueno entre las diferentes ciudades del valle occidental y entre los atractivos más sobresalientes.

La señalización turística es prácticamente nula, generando esto un obstáculo para los turistas que viajan de forma independiente. Igualmente no hay servicios de información, ni se ha sistematizado información impresa que funcione en el plano regional, salvo las guías de viaje existentes para todo el país.

III Estrategia de Desarrollo Turístico

3.1 Visión de futuro y objetivos de desarrollo

La visión del 2016 y hasta el 2021 se plantea de la siguiente manera:

Pasar de ser una zona de excursión de horas para convertirse en un destino con pernoctación y diferenciación debida al mejor aprovechamiento de su patrimonio y la gestión sostenible de sus servicios.

“Ser más destino sostenible que camino tradicional”

Fuente: Talleres de validación 2015-2016

Los **objetivos específicos** de desarrollo son los siguientes:

- Desarrollar asociaciones mixtas funcionales entre los municipios y las organizaciones públicas como privadas, para la gestión de actividades de mercadeo que mejoren el destino rural.
- Incentivar a la creación de dos nuevas actividades turísticas sostenibles de alta calidad que aumenten progresivamente el tiempo de estadía en la zona.
- Aumentar en un 50% el número de empresas de calidad turística formalmente establecidas y funcionando con supervisión de la organización regional de municipalidades y el ICT.
- Diseñar, contratar y construir un centro de visitantes en un lugar estratégico reconocido para motivar la estancia mayor y el disfrute del folclore costarricense en el arte material e inmaterial.

3.2 Estrategia de intervención

Se definió que la estrategia de *competitividad* estaría basada en ser diferentes a los productos tradicionales por lo que la gestión sostenible de los servicios ofrecidos debe ser una caracterización propia en la zona.

En materia de *desarrollo* la apuesta fue crear nueva oferta que implica procesos de innovación para la renovación de los productos que tradicionalmente se

conocen de la región y que la mantienen como zona de transición hacia un destino más lejano.

En el tópico de *crecimiento* se decide que el crecer mejor como zona e ir progresivamente creando el nuevo modelo es lo mejor que les puede pasar tanto para ir capacitándose como microempresarios turísticos como para consolidar procesos.

3.2.1 Componentes

Para el cumplimiento de los objetivos se desarrollarán 3 componentes o áreas de intervención mediante las cuales se logrará lo siguiente:

- ✚ Componente Personas: **Gobierno- asociatividad**, con el objetivo de que los grupos no turísticos y asociaciones turísticas junto con los municipios se unan y desarrollen concertaciones de productos con actividades innovadoras de calidad y sostenibilidad para que aumente las horas de estadía en la región. Se deberá conformar un grupo mixto con academia, microempresarios, gobierno local e ICT para tomar decisiones respecto a las acciones propuestas de promoción turística de la región. Para el monitoreo del proceso es conveniente la gerencia ejecutiva con indicadores de control sobre resultados periódicos.
 - ✚ Componente Comercialización. Se dirige al **fortalecimiento MIPYMES de competitividad empresarial** para impulsar gestión investigativa que lleve a la mezcla de mercadeo de productos, precio, plaza, promoción, proceso y prueba para la reconversión de servicios existentes con acompañamiento de calidez cercanía y cumplimiento de estándares asociados a la marca país.
 - ✚ Componente **Gestión Social Sostenible para Generación 2.0**
El objetivo será dar un enfoque de gestión social sostenible del negocio basado en brindar capacitación de modelo país en particular a grupos especiales con disponibilidad de tiempo libre. Entre los nichos de mercado se mencionan las generaciones nacidas en la década de los noventa en estratos altos y hasta medios de la sociedad cuyo ingreso de clase media le limita el derecho a la recreación y el disfrute del tiempo libre. Asimismo, se incluye los esfuerzos por agregar turismo social a grupos de clase especial con subsidio del Estado y/o organizaciones educativas privadas interesadas en la responsabilidad social y el mejoramiento de la calidad de vida.
-

IV. Desarrollo de Acciones

3.2.1 Componente Personas

El componente personas es ejecutado por las entidades pertenecientes al cluster de competitividad turística de parte del Estado. Esto implica que además de la municipalidad, las universidades Estatales, el INA y el ICT son los entes a los que corresponde ejecutar este tipo de acciones por desarrollar.

Algunos de los proyectos para los que se cuenta con posibilidad de ejecución en el área del Valle Central Occidental son los que se mencionan en el siguiente cuadro:

Actividades	Objetivos	Encargado ICT	
Turismo rural	Conceptualización	Departamento de Desarrollo	de
Gastronomía tradicional	Generación de nuevo atractivo	Departamento de Desarrollo	de
Artesanías con identidad	Generación de nuevo atractivo	Departamento de Desarrollo	de
Centro de Cultura y Turismo	Espacio para la promoción de la cultura costarricense	Departamento de Gestión	de
Fotografía	Generación de nuevo atractivo	Departamento de Desarrollo	de
Como vender?	Apoyo a los Mypimes	Departamento de Desarrollo	de
Legislación laboral	Apoyo a los Mypimes	Departamento de Desarrollo	de
Etiqueta y Protocolo	Mejoramiento de calidad	Departamento de Desarrollo	de
Punto de equilibrio	Apoyo a Mypimes	Departamento de Desarrollo	de
Sensibilización			
Calidad de producto	Mejoramiento		
Barismo	Generación de nuevo atractivo	Departamento de Desarrollo	de
Asesoría de Calidad Turística	Aumentar el número de servicios rurales con calidad turística	Gestión Turística	
Asesoría de Sostenibilidad	Hacer crecer la cantidad de empresas con Certificado de Sostenibilidad Turística	Departamento de Certificaciones	de

3.2.2 Componente Comercialización

El desarrollo, creación y comercialización de los productos turísticos es algo que compete directamente al sector privado. Sin embargo, para promover una adecuada inserción social de los pueblos rurales costarricenses el Estado favorecerá acciones de promoción atinentes para hacer factibles algunas de las siguientes actividades

- Fortalecimiento de Competencias Empresariales
- Articulación con las comunidades locales
- Capacitaciones y Asesorías
- Alianzas Interinstitucionales

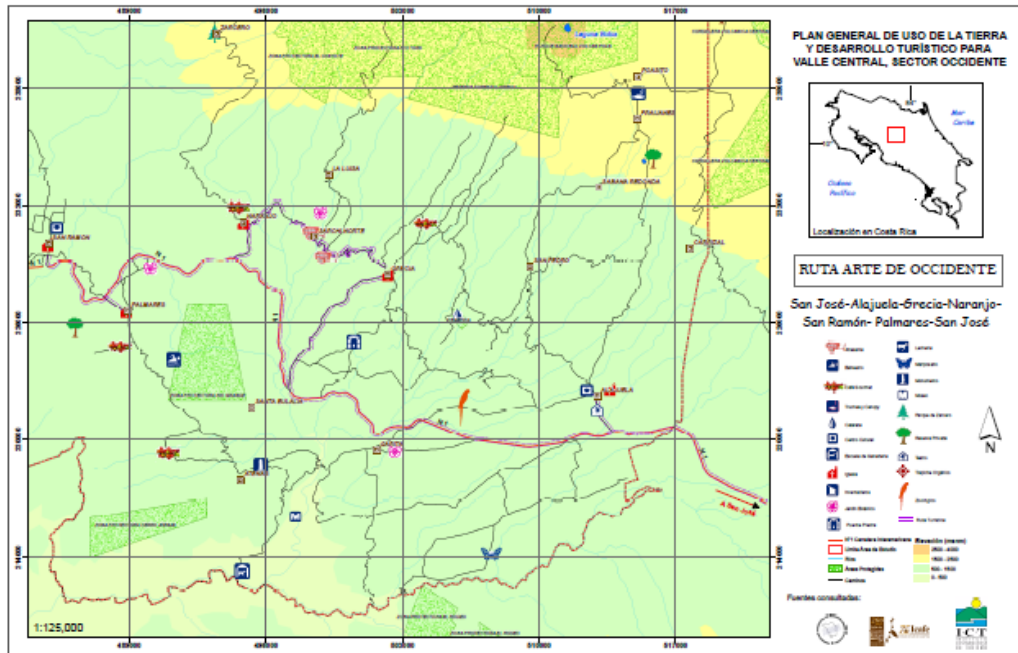
	Cantón	Factor de diferenciación	Potencialidad	Restricciones
1	Alajuela	Cultura y Edificios Históricos Patrimoniales	Aeropuerto internacional	Señalización
2	Atenas	Mejor Clima del Mundo	Herencia Patrimonial	Pocas Declaratorias Turísticas
3	Palmares	Palmares Valle fértil y florido	Cultivo Orquideas	Necesidad Diversificar
4	San Ramón	La Educación y Cultura	Museos, Trapiches	Accesos de conexión
5	Grecia	Caña de azúcar	Cultivos, Cataratas	Desigualdad Ciudad y Río Cuarto
6	Naranjo	Café Gourmet	Premios internacionales	Identificación Atractivos
7	Poás	Volcán Activo	Cultivos, Cataratas	Acondicionar nuevos puestos entrada parque nacional
8	Valverde Vega	Conservación del ambiente y Carreta Típica	Variedad Artesanal Madera	Necesidad Declaratorias Turísticas
9	Zarcero	Agroecoturismo	Fincas Lecheras y Agrícolas	Necesidad Declaratorias Turísticas
10	San Mateo	Zona productora de Frutas	Producción Agrícola y Ríos	Necesidad Declaratorias Turísticas
11	Orotina	Ciudad de las Frutas	Historia Ferroviaria	Organización Ferias Frutas, Explotación desmedida pozas
Fuente: FEDOMA 2016				

Productos potenciales de acuerdo a los conceptos temáticos del centro

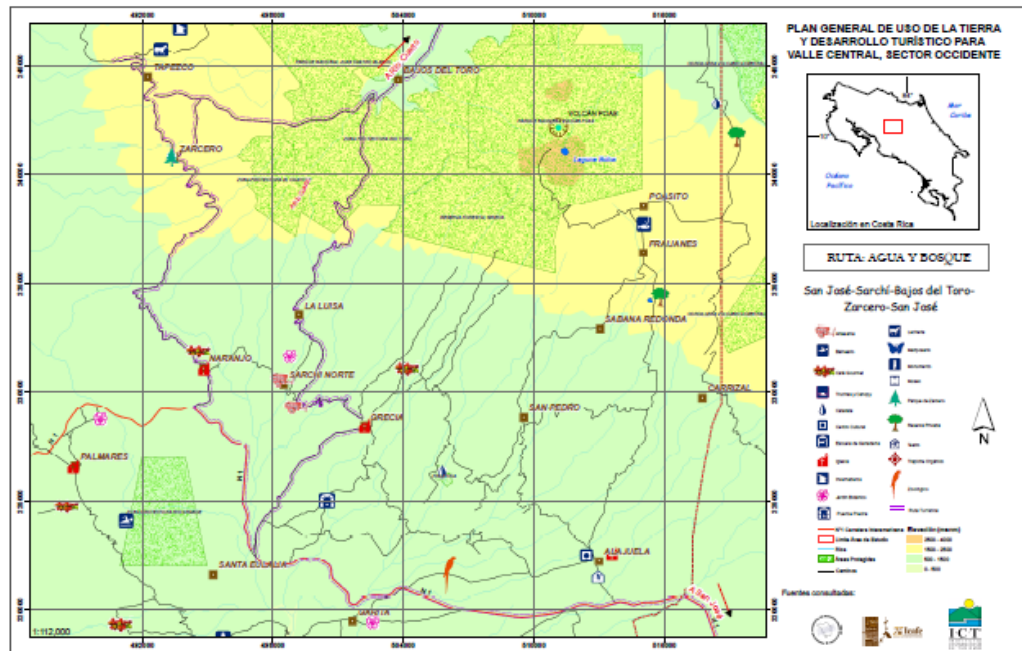
Producto	Segmento	Nicho	Cantón
Ecoturismo	Científico	Investigadores Estudiantes universitarios	Zarcero Poás San Ramón
	Observación flora y fauna	Observadores de aves Fotógrafos.	San Ramón Poás Alajuela Grecia Sarchí
	Fotografía	Generales	San Ramón, Grecia, Sarchí,
Rural	Convivencia- Costumbres	Estudiantes Familias	Orotina San Ramón Palmares
	Fincas	Visitantes nacionales Familias-niños	Zarcero San Mateo
Salud	Bienestar	General Parejas	Atenas
	Termal	General Parejas	Orotina
Aventura	Canopy- puentes	Visitantes nacionales Jóvenes	Alajuela Palmares San Ramón
	Cabalgatas	General Jóvenes	San Ramón Palmares Poás
Gastronómico	Convivencia	Familias	Orotina, Atenas, Poás
Cultural	Historia costarricense	Familias	San Mateo Orotina

Algunos de los recorridos temáticos diseñados, evaluados y asesorados en la primera etapa de planificación (2010-2015) y que se retoman de la gestión inter institucional anterior para su desarrollo actual, se presentan a continuación:

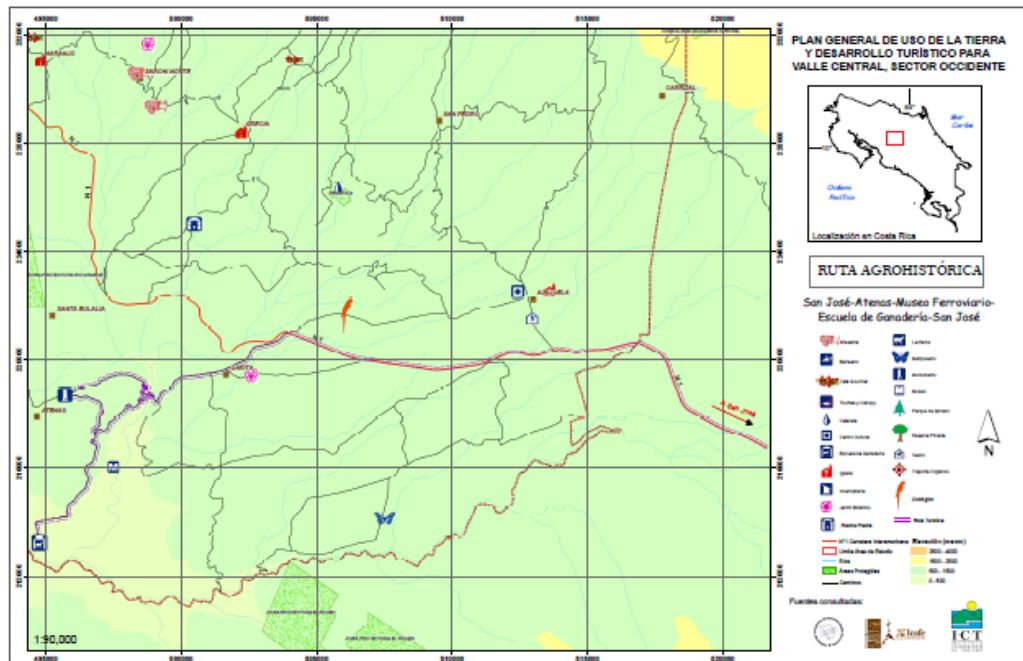
• La Ruta del Arte de Occidente



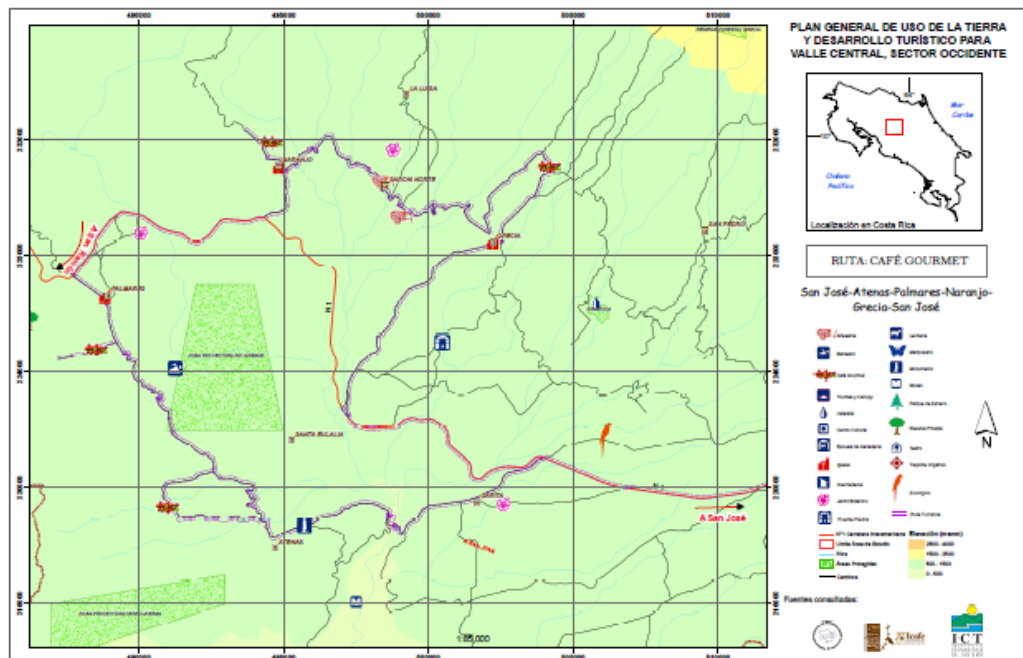
• La Red de facilidades con temáticas de Agua y Bosque



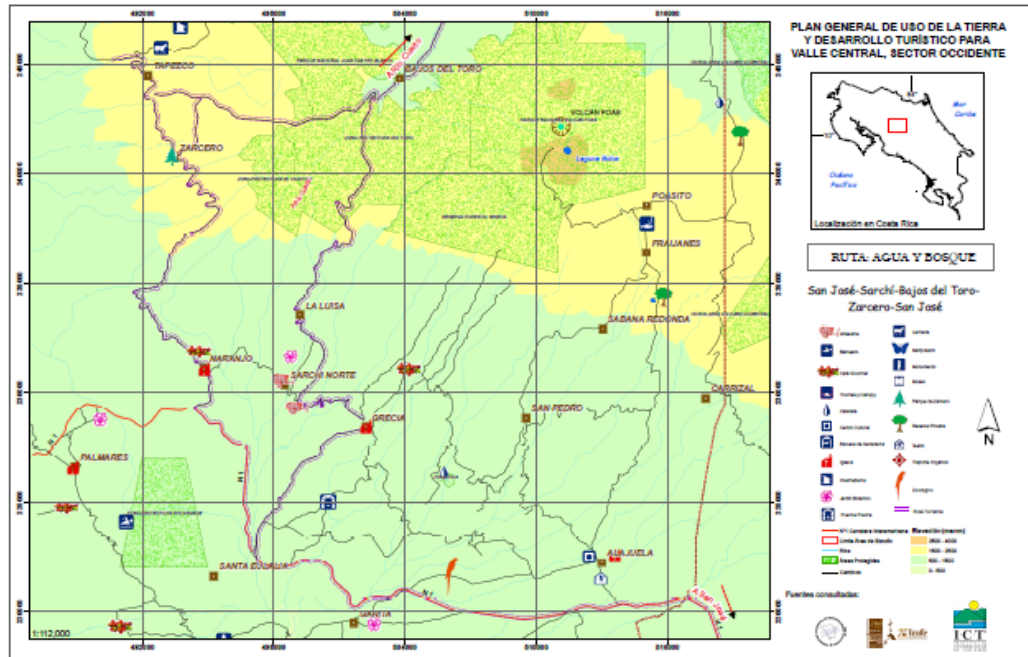
- El recorrido temático Agrohistórico-ferroviario



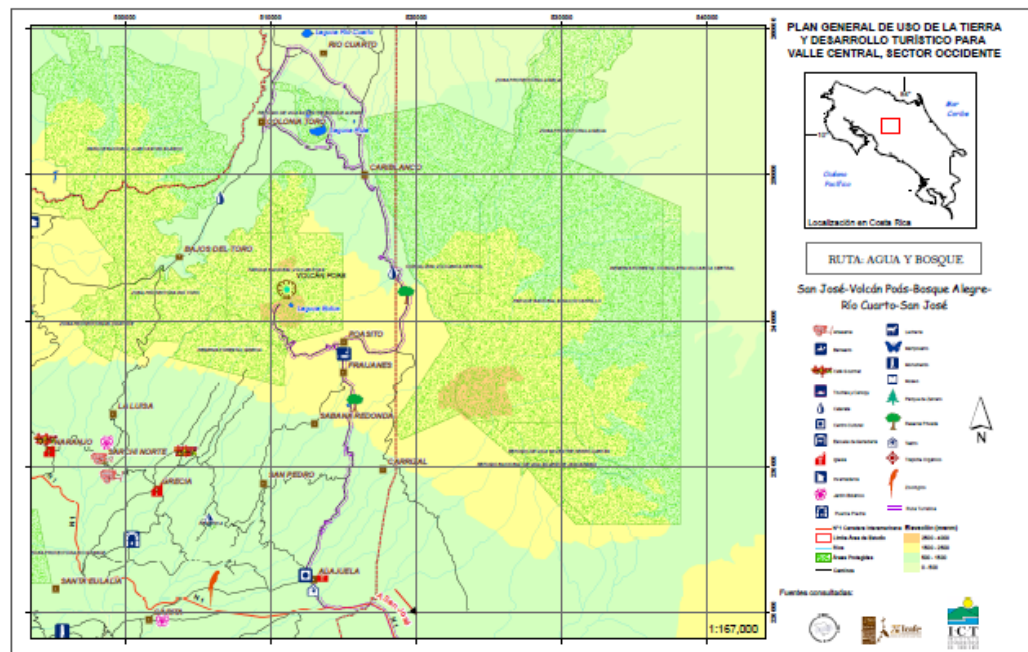
- Las vías del Café Gourmet



- Las vías turísticas de los Bajos del Toro



- Las nuevas temáticas turísticas en las Faldas del Poás



Componente 3. Capacitación a Generación 2.0

El objetivo es brindar capacitación visionaria acorde con la estrategia de turismo sostenible de la región y se incluye desde escolares (generación Z) y adultos mayores (generación Baby boomers) en temas relacionados con la perpetuación del modelo de Costa Rica. Se enfoca en dos objetos de sostenibilidad claves: el educativo escolar y el recreacional de tercera edad.

- Programa Educativo de Concientización Escolar *CR Aventuras*.

Consiste en una serie de charlas de cultura turística enfocada al grupo etario comprendido entre los 6 y los 12 años en donde se trabajan elementos del patrimonio turístico. Las guías básicas avaladas por el ICT y explican a detalle el modelo turístico de Costa Rica.

- Programa de Turismo Social:

Propuesta dirigida a poblaciones de tercera edad y/o con limitaciones socioeconómicas para acceder a la recreación turística.

4.2 Diagrama de ejecución

ACTIVIDADES/SEMANAS	1													1	2												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	2	3	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	5		
TURISMO RURAL	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
COORDINACIÓN CON MUNICIPIOS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
ARTESANIAS CON IDENTIDAD												X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
BARISMO								X	X		X	X						X	X				X	X			
GASTRONOMIA TRADICIONAL							X	X	X	X	X	X	X									X	X	X			
SEÑALIZACIÓN					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
COMPETENCIAS EMPRESARIALES					X	X	X			X	X	X	X														
ARTICULACIÓN COMUNIDAD	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
ALIANZAS INTERINSTITUCIONALES				X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
PUNTO DE EQUILIBRIO					X	X	X			X	X	X						X	X	X	X						
INFRAESTRUCTURA MUNICIPAL					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
CONCIENTIZACIÓN ESCOLAR	X	X	X					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X		
TURISMO SOCIAL	X	X	X					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X		

VI. Anexos de Talleres con interesados locales

GUIA DE TRABAJO VALLE CENTRAL OCCIDENTAL

8 de julio del 2015. Lugar: ICT.

Bienvenida

Este proceso de actualización se realiza en forma automática y en apoyo técnico a las municipalidades de occidente solicitado en forma expresa por la municipalidad de Alajuela

Proceso de Planeamiento



Talleres de consulta

- Primer taller: Definición de Diagnóstico, objetivos generales y específicos ¿Qué queremos ofrecer como zona en materia de producto turístico?*
- Segundo taller: Definición de la estrategia. ¿Cómo se realiza?
La vía o procedimiento que se propone para alcanzar las metas

Cantón	Atractivo	Tipo	Actividades	Categoría
Atenas	Feria agroecoturística Universidad UTN	Cultural	Participación en rodeos y eventos tradicionales programados	3
	Museo -Estación de Ferrocarril Río Grande	Cultural	Caminata autoguiada	1
	Monumento al boyero costarricense	Cultural	Exhibición con manifestación artística	2
	Fabrica de yugos	Cultural	Observación de actividad de fabricación de yugos	3
	El Sesteo	Cultural	Exhibición con manifestación artística	2
	La Toronja rellena	Cultural	Degustación de manjar único	2
	Tour de café de COOPEATENAS	Cultural	Exhibición vivencial de la historia del café	2
Palmares	Festejos cívicos	Cultural	Disfrute de música, baile, tope criollos	3
	Coope-Palmares	Cultural	Participación en proceso y beneficio de café	1
	Jardín de orquídeas	Natural	Exhibición de diversidad de orquídeas	1
	Iglesia de piedra- Parque central arbolado	Cultural	Interpretación del conjunto	2
San Ramón	Reserva Privada Madre Selva	Natural	Caminatas en el bosque secundario con avistamiento de fauna	2
	Reserva Privada Bosque Nuboso Villa Blanca	Natural	Caminatas y Deslizamiento entre el dosel del bosque	3
	Reserva Privada Bosque Nuboso Nectandra	Natural	Caminatas por senderos del bosque nuboso	3
	Balneario Catarata Las Musas	Natural	Natación en entorno natural y disfrute de senderos	2
	La pasada de los Santos	Artificial	Desfile bailable de Santos provenientes de los distritos de San Ramón	2
	Rancho Típico Truchas San Juan	Artificial	Pesca de truchas, cabalgatas y comida criolla	2
	Jardín botánico	Natural	Exhibición de diversidad de orquídeas	2
Zarco	Museo José María Figueres	Artificial	Interpretación de la historia política patria	2
	Finca Microvegetales Orgánicas COOPEBRIS	Artificial	Tour de los microvegetales	2
	Finca de Rosas	Artificial	Tour de las rosas	2
	Finca Lechera del queso palmito	Artificial	Tour del queso palmito	2
	Finca de truchas	Artificial	Pesca de truchas, cabalgatas y comida criolla	2
Sarchi	Parque de los cipreses con formas	Artificial	Caminata por entre los cipreses y visita de la Iglesia	3
	Festival del Chiverre	Artificial	Degustación de platillos a base de chiverre	2
	Carreta típica multicolor más grande del m	Artificial	Toma de fotografías y compra de recuerdos	3
	Fabrica de carretas típicas multicolor	Artificial	Tour de la carreta	3
	Naciente de aguas celestes	Natural	Tour a la represa hidroeléctrica Río Toro	1
Naranjo	Catarata del Río Toro	Natural	Disfrute del paisaje y comunidad rural con comida criolla costarricense	3
	Represa hidroeléctrica Río Toro I	Artificial	Tour del agua	2
	El Tour de café Espíritu Santo de COOPRON	Artificial	Actividad programada de exhibición educativa del proceso del café	3
	La hacienda cafetera naranjeña	Artificial	Interpretación de la hacienda cafetera y la comunidad rural naranjeña	2
	Queso gourmet naranjeño	Artificial	Tour demostrativo de elaboración del queso gourmet naranjeño	2
	El tour del salto al vacío con cuerdas elásticas	Artificial	Aventura de salto al vacío con cuerdas elásticas	3
	El tour a la finca de café orgánico Gourmet	Artificial	Visita a la finca de café ganadora de concurso gourmet mundial	2

Grecia	Puente de Piedra	Artificial	Interpretación de leyenda costarricense en el sitio de campo
	Serpentario	Artificial	Contacto con exhibición de serpientes
	Iglesia metálica las mercedes	Artificial	Paseo interpretativo por el parque y la Iglesia de hierro de Grecia
	Tour de la caña de azúcar	Artificial	Paseo explicativo con degustación de subproductos de la caña de azúcar
	Ojo de agua	Natural	Explicación lúdica del ciclo del agua
Poás	Laguna Hule	Natural	Paseo por complejo cratérico con dinoflagelados
	Parque Nacional Volcán Poás	Natural	Observación de crater activo y caminatas por senderos
	Fincas en Régimen de protección hídrica	Natural	Caminata por senderos y observación de acuíferos
	Caminata al volcán Poás	Artificial	Evento anual de caminata al volcán Poás en marzo
	El sitio de la Calabaza	Cultural	Sitio histórico donde se erigió la primera ermita de Poás
Orotina	Caserío de Púas	Cultural	Sitio habitado por indios botos en época colonial
	Frutas tropicales	Cultural	Sitio de parada para la observación de diversidad de frutas tropicales
	El aguacate criollo de botella	Natural	Sitios de cosecha preparación y degustación
	El gallo de gallina achiotada	Cultural	Degustación de comida criolla
	Tour de la tirolesa	Artificial	Deslizamiento por entre el dosel de bosques
Alajuela	La línea del tren eléctrico al pacífico	Artificial	Observación interpretada de obra de ingeniería
	El héroe nacional Juan Santamaría	Cultural	Observación y explicación lúdica sobre gesta heroica nacional
	Finca las mariposas de exportacion	Artificial	Explicación participativa del proceso de preparación y exportación de mariposas
	El Sesteo	Cultural	Actividad de socialización entre encargados de carretas
	Ruta de las Hortensias	Artificial	Interpretación de la ruta de las Hortensias
	Finca de Truchas	Artificial	Pesca de truchas, cabalgatas y comida criolla
	Reserva Privada Colinas de Poás	Artificial	Pesca de truchas, cabalgatas y comida criolla

Plan de Occidente Reunión efectuada el día 21 de enero de 2016 en Centro Recreativo Las Musas, San Ramón, Alajuela.



Se presenta una breve valoración del significado del Plan de Occidente para los cantones participantes, por parte de la Licda. Olga Corrales, Alcaldesa del cantón de Naranjo, Provincia de Alajuela.

Posteriormente el Lic. Alberto Sanchez Saenz, funcionario del Departamento de Planeamiento Turístico del ICT, profundiza en lo que ha significado, las reuniones anteriores efectuadas sobre el Plan de Occidente.

Se efectúa una síntesis de lo que han sido los talleres efectuados, de la tendencia de Turismo Rural, y de que el mismo deberá ser de calidad, esto como algo verdaderamente relevante, que repercutirá en propiciar una pernoctación en el área de Occidente.

Adicionalmente se toca como un punto primordial el captar al segmento de Turismo Nacional, para lo que se podría efectuar un mercadeo que involucre ese público, sin dejar de lado el segmento internacional.

Se insiste en que se debe ver la Región como un destino y no como un camino.
