

**Universidad Latinoamericana de Ciencia y
Tecnología (ULACIT)**

Facultad de Ciencias Empresariales
Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial

Modalidad: Escritura de Caso
“Prioridades en el Desarrollo Turístico de Costa Rica”

Profesora Tutora: MBA. Kattia Chacón Benavides

Estudiante: Christian Valenzuela Paniagua

Cédula: 2-504-193

Proyecto de Graduación para optar por el grado de
Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas

San José, Costa Rica

Diciembre 2005

INDICE

	Página
Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
 Capítulo I	
1.1 Introducción	1
1.1.1 Desarrollo histórico del turismo en Costa Rica	2
1.2 Justificación	5
1.3 Objetivo general	6
1.4 Objetivos específicos	6
 Capítulo II	
2.1 Metodología	7
2.1.1 Tipo de investigación	7
2.1.2 Fuentes de información	7
2.1.3 Validez del instrumento	8
2.1.4 Sujetos	9
2.1.5 Alcance	10
2.1.6 Limitaciones	10
 Capítulo III	
3.1 <u>Presentación caso</u> : Prioridades para un desarrollo turístico óptimo en Costa Rica	11
3.1.1 Descripción de personajes	11
3.1.2 Narración de caso	12
3.2 Análisis cuestionarios aplicados a turistas	24
3.3 Análisis cuestionarios aplicados a trabajadores turísticos	33
3.4 Problemática	38
3.5 Análisis del medio ambiente	40
3.5.1 Fortalezas y debilidades	41
3.5.2 Oportunidades y amenazas	42
 Capítulo IV	
4.1 Presentación de alternativas	43
4.1.1 Alternativa # 1	43
4.1.1.1 Ventajas	43
4.1.1.2 Desventajas	43
4.1.2 Alternativa # 2	44
4.1.2.1 Ventajas	44
4.1.2.2 Desventajas	45
4.1.3 Alternativa # 3	45

4.1.3.1 Ventajas	45
4.1.3.2 Desventajas	46
4.1.4 Selección de alternativa	46
4.1.5 Plan de acción	48
4.1.6 Consideraciones finales.	50

Capítulo V

5.1 Bibliografía citada	53
5.2 Bibliografía consultada	54
5.3 Anexo #1: Cuestionario turistas en español	55
5.4 Anexo #2: Cuestionario turistas en inglés	58
5.5 Anexo #3: Cuestionario trabajadores turísticos	61
5.6 Anexo #4: Carta Alterra	63

Dedicatoria

A **mi hijo**, fuente de inspiración y deseo de superación.

Agradecimiento

A **DIOS**, que me presto la vida para terminar una meta más. A mi madre, por estar junto a mí, animarme, servirme de apoyo en todo momento, tanto en lo espiritual como en lo moral. A mi esposa, por su constante motivación, apoyo y paciencia. A mi padre, que siempre estará a mi lado a pesar de no estar vivo. A la profesora Kattia Chacón por toda su especial colaboración y disposición para compartir sus conocimientos.

1.1 Introducción

Si nos abocamos a la historia del turismo, podemos decir que este es tan antiguo como el hombre mismo; sin embargo, el turismo como fenómeno social masivo es considerado reciente, ya que su desarrollo se dio a partir de la unión de factores importantes como: mayor tiempo libre, incremento de ingresos, desarrollo de hospedaje, aumento de medios de transporte y universalización de los medios de comunicación.

Para Acerenza (1986), se debe entender como turismo:

El negocio de proveer y comercializar servicios y facilidades para el placer de los viajeros, por lo tanto, el concepto de turismo está directamente relacionado con los gobiernos, transportistas, alojamientos, restaurantes e industrias de entretenimiento, e indirectamente, con toda la industria y negocios en el mundo (pág.32).

Montero y Cabalceta (1991) indican que “unos consideran que esta actividad inició con **el nomadismo**” (pág.23), palabra que se define, según el Diccionario Océano Uno (1992), como “individuo o grupo humano que se desplaza continuamente”. Si lo analizamos desde esta perspectiva, se puede decir que el hombre hace turismo especialmente por su naturaleza curiosa y espíritu aventurero. Dicha afirmación también se puede justificar con solo observar los libros del antiguo testamento de **La Biblia**, en los que se puede apreciar en varios pasajes cómo los profetas solicitaban posada en muchos lugares para poder evangelizar en los pueblos y asentar ciudades para sus generaciones.

Otro claro ejemplo de los inicios del turismo, según Herrmann (1968), “fue la utilización de rutas terrestres y marítimas en la Edad Media dentro de Europa, Asia y África por viajeros que se desplazaban, por negocios, por pasión o por razones culturales” (pág.55). Estos desplazamientos los realizaban producto de sus deseos de expansión, para realizar conquistas y colonizaciones o para la realización de viajes primitivos con sentido mítico, con propiedades curativas o en busca de riquezas. Luego

surgió la necesidad de desplazamiento por motivos deportivos (olimpiadas) cada 4 años o por razones de tipo político-militar, lo que trajo como consecuencia la necesidad de crear leyes para reglamentar los viajes.

Posteriormente, Perenne (1978) señala que en la Edad Moderna se mencionan descubrimientos que afirman con certeza la hipótesis de la redondez de la Tierra y se da el descubrimiento más grande de la historia, el descubrimiento del nuevo mundo: América. “Esto trae como consecuencia una pasión sin medida por la realización de viajes largos en busca de conocimiento intelectual, necesidades comerciales, nuevas aventuras o por encontrar la satisfacción de otros intereses” (pág.173). Entonces surgen constantes desplazamientos humanos que conllevan a perfeccionar la navegación y a mejorar los métodos de conservación de alimentos para evitar enfermedades; además, se consolidan las organizaciones obreras, logrando mayores simpatizantes y afiliados, quienes a su vez exigen mejores condiciones de trabajo y de vida para sus familiares. Los viajes son en esta época difíciles y se hacen por motivos poderosos, tales como laborales, científicos, por salud o por promesas de fe.

Finalmente, Montero y Cabalceta (1991) indican que en el siglo XX aparecen organizaciones sindicales muy poderosas, se unen diversos movimientos, se produce la Primera Guerra Mundial, las revoluciones, entre otros hechos; que trajeron nuevas corrientes de ideas con fórmulas económicas más acordes con la realidad del momento, lo que permitió mejores niveles de vida y con ello se produjo la necesidad de utilizar el tiempo libre en descanso y ocio.

Así, si lo analizamos, se puede decir que por naturaleza el hombre es curioso y posee un espíritu aventurero que lo induce a realizar **turismo**.

1.1.1 Desarrollo histórico del turismo en Costa Rica

El turismo en Costa Rica está constituido principalmente por el arribo de turistas internacionales procedentes de diversos puntos del orbe y por el turista nacional, los

cuales han convertido a nuestra “Industria sin chimeneas” (Pacheco, 2004), a lo largo de las últimas dos décadas, en una de las principales fuentes generadoras de divisas para el país.

Haciendo una pausa en el tiempo, el turismo en Costa Rica inicia su desarrollo con la apertura del Aeropuerto Internacional, ubicado en lo que hoy se conoce como el parque recreativo La Sabana de San José, durante los años treinta. Sin embargo, para el MBA. López (2005), no es hasta la década de los ochenta que el turismo obtiene un desarrollo de manera sorprendente, producto de una serie de hechos fortuitos que hicieron de Costa Rica un destino interesante para visitantes no residentes en el país. Algunas de estas razones que se supone produjeron este impulso son:

- Ley (6990) de incentivos turísticos.
- Premio Nobel de la Paz otorgado al Dr. Oscar Arias Sánchez (1987).
- Aprovechamiento del “boom” del ecoturismo,
- Inicio de las actividades formales de promoción de Costa Rica como destino, que conlleva a descubrir su envidiable posición geográfica y su relativa cercanía respecto de dos de los mercados emisores de turismo más grandes del mundo: Estados Unidos y Canadá.
- Participación de la selección de fútbol en la Copa Mundial celebrada en 1990 en Italia.

Evidentemente, estas razones no están confirmadas, pero se siguen mencionando como impulsores de la actividad turística. La suma de tales hechos hizo que el turismo tuviera un empuje tal que pasó de ser una quinta parte de la suma de la cantidad de divisas generadas por el café y el banano en 1985, a representar en el 2004 el doble de la suma de ambos; hoy por hoy, representa el impacto más positivo en el desarrollo económico y social del país.

Además, el incremento en el turismo conllevó a crear conciencia sobre la escasez de infraestructura adecuada para atender ese inicial exceso de demanda de servicios

turísticos y provocó que comenzara a surgir gran cantidad de pequeñas empresas dedicadas a actividades relacionadas con el turismo (hoteles, restaurantes, “tours” operadores, transportistas, guías, etc.), compuestas principalmente por capital nacional.

Posteriormente, según un estudio realizado por la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) en el año 2002, surgen otras razones que contribuyeron a acelerar el desarrollo del sector turismo en Costa Rica para las décadas de los noventa y que definieron cuál sería nuestro posicionamiento como destino turístico. Las razones más importantes fueron:

- Ser uno de los mejores sitios naturales del mundo, pues posee una biodiversidad del 4% del total de los seres vivos y con tan solo el 001% de la extensión global.
- Ser una combinación perfecta: un país de paz y estabilidad, con gente hospitalaria y amistosa, y a la vez un paraíso natural de impresionante belleza escénica y renombrado interés científico.
- Ser uno de los primeros destinos en enfocarse hacia la naturaleza y el ecoturismo. Esta tendencia se refuerza mundialmente por el auge en la discusión sobre la conservación del medio ambiente y los temas ecológicos.
- Crear un sistema de parques nacionales ejemplar y de relativamente fácil acceso; que, en la actualidad, comprende un importante porcentaje del territorio nacional.
- Evolucionar de ser empresarios empíricos a ser empresarios administradores o con formación empresarial. Para ello, el componente académico fue fundamental: las universidades, los colegios técnicos, las asociaciones gremiales y el I.N.A se constituye en una plataforma que ayudó mucho a la profesionalización del servicio turístico.

Lo anterior contribuyó a posicionar el país como un destino muy atractivo para todos aquellos turistas que, por razones profesionales o personales, estaban interesados en temas ambientalistas y naturalistas.

Hoy en día podemos mencionar que dicho posicionamiento pervive y como se indica en el periódico Al Día (2005), en los próximos años va a ir en aumento debido a factores como los desastres naturales que afectaron a otros destinos y el crecimiento económico de Estados Unidos (principal mercado para el país) y Europa. Dicha afirmación la respalda el Instituto Costarricense de Turismo (2005) al indicar que “Costa Rica recibió por vía aérea unos 374.000 turistas durante el primer trimestre de este año, 50.000 más en comparación con el anterior, que registró 324.000”.

Además, contribuirá con el proceso el hecho de que el próximo año Costa Rica se prepara para eventos particulares, como el mundial de Alemania 2006, lo que generaría el ingreso de más turistas. Sin embargo, se debe crear conciencia y analizar que si por alguna razón destaca y aumenta el posicionamiento turístico de Costa Rica dentro del panorama internacional, es no solo por de los factores externos citados, sino también por su combinación única de gente amistosa y amante de la paz, junto con un extraordinario rango de biodiversidad y recursos naturales.

1.2 Justificación

El presente trabajo de investigación consiste en establecer cuáles deben ser las prioridades turísticas de Costa Rica en el mundo actual y encontrar la forma más efectiva y eficaz para su desarrollo óptimo.

Dicho trabajo se elaboró pensando en la necesidad de conocer la percepción de los turistas extranjeros y la opinión de los profesionales turísticos sobre la situación actual de nuestra “industria sin chimeneas”, para así obtener conclusiones importantes que ayuden a mantener o mejorar nuestra principal fuente generadora de divisas y, a la vez,

ayuden a determinar los factores que están perjudicando o que pueden perjudicar su evolución.

Las conclusiones y recomendaciones contenidas en este trabajo darán una alternativa a dicho problema e informarán a grupos importantes dentro del sector turístico costarricense (Gerentes Generales de diferentes entidades turísticas, ICT y CANATUR) acerca de la situación actual del turismo de Costa Rica.

Dentro de las ventajas que se obtendrán se encuentran localizar las verdaderas necesidades internas y externas turísticas de Costa Rica para satisfacer al cliente, también, valorar de una mejor forma el recurso humano y material, además de establecer la importancia de conocer el nivel y la calidad de los servicios brindados y recibidos.

1.3 Objetivo general

- ✚ Investigar cuáles deben ser las prioridades de Costa Rica para lograr un desarrollo turístico óptimo, según la opinión de los mercados turísticos analizados.

1.4 Objetivos específicos

- ✚ Descubrir la percepción que poseen los turistas extranjeros sobre el turismo y los trabajadores turísticos en Costa Rica para determinar su posicionamiento.
- ✚ Identificar la percepción que poseen los trabajadores turísticos sobre el turismo y sobre los turistas en Costa Rica para determinar su posicionamiento.
- ✚ Valorar el posicionamiento real del turismo en Costa Rica, para así brindar conclusiones y recomendaciones que ayuden a determinar las pautas que se deben seguir para un desarrollo turístico óptimo.

2.1 Metodología

2.1.1 Tipo de investigación

La modalidad elegida para desarrollar este trabajo es la conocida como “escritura de caso” y el tipo de investigación que se decidió emplear para este estudio fue la exploratoria.

La investigación exploratoria se efectúa cuando el objetivo es examinar un tema o problema poco estudiado o que no ha sido tratado antes; es decir, cuando no existe ayuda bibliográfica concreta, solo ideas vagas relacionadas con el problema de estudio. Además, se caracteriza por ser flexible, amplia y dispersa en su metodología, en comparación con otros tipos de estudios. Según Weirs (1986):

(...) la finalidad de los estudios exploratorios es ayudar a obtener con relativa rapidez, ideas y conocimientos en una situación donde faltan ambas cosas (...) su omisión puede culminar en un esfuerzo mal dirigido. Desde el punto de vista metodológico, estos estudios son intuitivos e informales. La creatividad y sentido común del investigador tienen gran importancia ya que en esta etapa, uno está tratando de captar la naturaleza exacta del problema, lo mismo la utilidad potencial de las estrategias con que se pretende resolverlo (pág.64).

Como se aprecia los estudios exploratorios aumentan el grado de familiaridad en fenómenos relativamente desconocidos o sugieren afirmaciones verificables. Estos estudios en pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos; implican un mayor riesgo; además de requerir gran paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador.

2.1.2 Fuentes de información

Para esta investigación, las fuentes primarias utilizadas para recolectar datos fueron personas físicas trabajadoras del sector turístico y turistas extranjeros entrevistados mediante dos tipos de cuestionarios. Según el criterio de Aaker (1989), “un buen

cuestionario es mucho más que una colección de preguntas imprecisas. El alcance del mismo no debe ser mayor ni menor que lo necesario para satisfacer los objetivos del estudio” (pág. 191).

El primer cuestionario aplicado a los turistas extranjeros estaba compuesto de 26 preguntas, elaborado en dos idiomas (español e inglés) y dividido en 4 secciones: sección 1: introducción y solicitud de cooperación; sección 2 (pregunta 1 a la 21): aspectos relacionados con su estadía en Costa Rica y percepción del turismo de Costa Rica (combinación de preguntas cerradas y mixtas); sección 3 (pregunta 22 a la 26): aspectos relacionados con los datos personales y aspectos básicos demográficos de los encuestados; y sección 4: cierre de la encuesta, donde se le agradece a la persona por su colaboración (ver anexos #1 y #2).

El segundo cuestionario aplicado a los trabajadores del sector turístico estaba compuesto de 20 preguntas, divididas en 4 secciones: sección 1: introducción y solicitud de cooperación; sección 2 (pregunta 1 a la 11): aspectos relacionados con la empresa donde trabajan, percepción del turista y del turismo de Costa Rica (combinación de preguntas cerradas y mixtas); sección 3 (pregunta 12 a la 20): aspectos relacionados con los datos personales y aspectos básicos demográficos de los encuestados; y sección 4: cierre de la encuesta, donde se le agradece a la persona su colaboración (ver anexo #3).

2.1.3 Validez del instrumento

Con la única intención de recolectar la información necesaria que lograra brindar conclusiones importantes, el contenido, la forma, la estructura, la cantidad de preguntas y la redacción de los instrumentos aplicados fueron debidamente revisados por la MBA. Kattia Chacón (profesora del Seminario de Graduación). Posteriormente a la revisión de la profesora se hicieron las correcciones y los cambios necesarios para aplicarlos y poder, seguidamente, recolectar la información definitiva y necesaria. Para Rojas (1994):

La validez pertenece a los resultados de una prueba o de un instrumento de evaluación y no al instrumento mismo. Es una cuestión de grado, no existe sobre una base de todo o nada. La validez es siempre específica de algún uso particular. Jamás debe considerarse como cualidad del tipo general (pág.122).

La confiabilidad de la validez se refiere a la consistencia que tienen los resultados de la evaluación. El grado de confiabilidad que se exige depende en gran medida de la índole de la decisión a la que se llegó y esta se puede medir a través de la capacidad de entregar en el trabajo medidas certeras, que se acerquen lo más posible a la verdadera medida de una variable en cada sujeto.

2.1.4 Sujetos

En el presente trabajo la población objeto de estudio fueron, en primera instancia, treinta trabajadores del sector turístico; específicamente, se aplicó el método a empresas rentadoras de vehículos, a personal de hoteles y a personal de agencias de viajes. En segunda instancia, a 35 turistas de diversas nacionalidades, todos mayores de 18 años.

Para obtener la información del mercado meta, se recopilaron datos mediante la aplicación de los cuestionarios descritos. y El uso de estos instrumentos en el conjunto investigado se justifica por las siguientes razones:

- Por su experiencia, son los trabajadores en turismo los que con propiedad pueden expresar su criterio sobre las verdaderas necesidades del turismo en Costa Rica.
- Por su estadía en el país, los turistas, con bases y razones justificadas por el servicio que recibieron y las experiencias vividas, pueden opinar sobre estos puntos y su nivel de posicionamiento.

2.1.5 Alcance

El alcance que se busca con la realización de este trabajo es principalmente detectar cuáles son las prioridades turísticas que se deben establecer en Costa Rica para lograr un desarrollo óptimo de nuestra principal fuente generadora de divisas y, con base en estas prioridades, brindar ideas, información y sugerencias necesarias y confiables que ayuden a posicionar nuestro país como uno de los principales destino turísticos a nivel mundial, al llenar las necesidades del mercado meta principal (turistas extranjeros).

2.1.6 Limitaciones

1. Carencia de material bibliográfico, concretamente de libros con historia, antecedentes y situación actual del turismo en Costa Rica. Esta limitante posee como motivo principal la inexistencia actual de una carrera especializada en turismo en las principales universidades públicas y privadas del país.
2. Poca cooperación por parte del personal de Desarrollo de Negocios de Alterra para realizar las entrevistas a los turistas extranjeros en las salas de espera del Aeropuerto Internacional Juan Santamaría (ver anexo # 3).
3. No se pudo incluir dentro de la investigación la opinión de todos los turistas extranjeros ni de todos los trabajadores en turismo por razones de dimensión de la población, localización y accesibilidad, por lo que se eligió una muestra al azar de 65 interrogados.
4. Problemas para realizar las entrevistas producto de las ocupaciones, desconfianza o responsabilidades sociales de los interrogados.
5. Falta de recursos económicos y tiempo, que impidieron la realización de las entrevistas en otras áreas del país que se consideraban apropiadas por ser destinos finales de los turistas extranjeros.

3.1 Presentación caso: prioridades para un desarrollo turístico óptimo en Costa Rica

3.1.1 Descripción de personajes

	<p>Sr. José Ramón Pereira, 40 años y Sra. Pilar Campillo, 36 años.</p> <p>Matrimonio desde hace 15 años. El Sr. Pereira trabaja en finanzas y su esposa en un bufete de abogados. Pareja feliz y actualmente se encuentran muy emocionados debido a que planean venir a Costa Rica para pasar su segunda luna de miel. Amantes de la naturaleza y la aventura.</p>
---	---

<p>Sr. Erick Soto Zumbado, 32 años.</p> <p>Se fue a vivir a Puerto Viejo de Limón hace unos 8 meses. Como habla inglés, fue sencillo conseguir trabajo en la recepción del Hotel “Romeo”, a pesar de no poseer un bachillerato universitario. Posee 10 años de experiencia en turismo y su deseo es algún día llegar a ser gerente.</p>	
--	--

	<p>Sr. Alexis Chavarría Barahona, 52 años.</p> <p>Reside en Chachagua, pueblo cercano a La Fortuna de San Carlos. Es originario de la zona norte, por lo que conoce muy bien la historia, flora y fauna del área. Es conocido en el ambiente turístico ya que posee gran experiencia como guía (30 años). Sin embargo, nunca realizó estudios turísticos.</p>
---	--

Srta. Paula Sanabria Vargas, 25 años

Originaria del pueblo de Santa Elena. Trabaja como encargada del Lodge “Verde Sol” desde hace 3 años. El Lodge es un negocio familiar y prácticamente toda la familia lo ha administrado en diferentes épocas. Grado máximo estudiantil de toda la familia: secundaria completa.

**Srta. Andrea Rodríguez Pérez, 27 años**

Originaria de Quepos y con casi 5 años de experiencia en trabajos turísticos. Posee estudios universitarios turísticos completos, los cuales realizó en San José aproximadamente hace 8 años. Pretende dentro de poco administrar un pequeño hotel que su padre está construyendo cerca del Parque Nacional Manuel Antonio.

3.1.2 Narración del caso

A continuación, se narrará una experiencia vivida por una pareja de turistas españoles en nuestro país. La intención es ubicar al lector en el antes, durante y final de su viaje en Costa Rica. Dicha narración fue inspirada por los resultados del cuestionarios aplicados (ver puntos 3.2 y 3.3) y la experiencia personal adquirida por laborar más de 10 años en el campo turístico.

Día: *Viernes 6 de mayo, 2005.*

Lugar: *Sevilla, España*

Ubicación: *Banco de España (Trabajo del Sr. Pereira)*



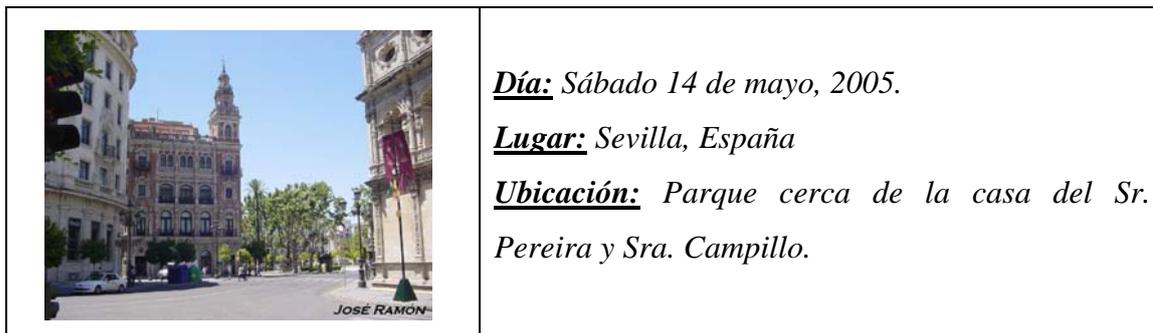
Son las 14:00 horas cuando el encargado de cuentas internacionales, Sr. José Ramón Pereira, decide llamar a su esposa, Sra. Pilar Campillo, a su oficina para contarle que le autorizaron las vacaciones del 8 al 23 de agosto de 2005, justo como lo habían planeado...

Pereira: “¡Buenas! ¿Como estáis Pili? ¡Os tengo excelentes noticias!; el Sr. Pérez me ha autorizao los días de vacaciones como lo habéis planeao. Ahora solo os resta hablar con vuestra tía Begoña y que os cuente sobre su viaje a Costa Rica, ¿vale?”

Campillo: “¡Vuestras noticias son excelentes amor! ¡Que alegría me habéis dado! Solo que ya adelanté camino y hace como una semana me reuní con Begoña aquí en el trabajo y me ha recomendao Costa Rica como un destino turístico muy especial y hermoso”

Pereira: “Pues, nada que decir Pili. Yo de mi parte había investigao un poco por internet y, la verdad, Costa Rica me parece un lugar ideal para nuestras vacaciones; y ahora que son seguras investigaré un poco más con otros tíos que han ido y vosotros podéis hacer lo mismo para realizar nuestro mejor plan”

Campillo: “¡Claro, amor! Definitivamente será como una segunda luna de miel, además de que por fin disfrutareis de la naturaleza y aventura que tanto deseáis”



Después de ocho días de investigación sobre su destino vacacional: Costa Rica, los esposos deciden sentarse a la mesa, sacar sus papeles, exponer sus conocimientos adquiridos y comentar un poco sobre lo investigado.....

Campillo: “Cariño; he conversao con varias tías y tíos que han visitao Costa Rica y la mayoría han tenido unas encantadoras vacaciones en familia; sin embargo, Roberta y Julio quedaron poco satisfechos con su visita debido el estao de las carreteras, la pésima señalización, los robos y otros detalles”

Pereira: “Pues de mi parte, Pili, busqué información en prensa escrita y programas de televisión, pero lamentablemente no encontré mucho; así que me enfoqué en internet y encontré un agencia en Costa Rica que me ayudó y nos cotizó un interesante circuito turístico de 15 días y 14 noches que va desde el 8 al 23 de agosto, 2005. Vieras, muje,r que esta agencia siempre se preocupó por vuestros intereses, sus respuestas fueron al instante y muy sinceras, lo que me generó mucha confianza y, vale, al final el paquete que les solicité con alquiler de coche, hoteles de buena calidad y tours de aventura me lo cotizaron en \$2,278.00, lo que representa como €1,916.00”

Campillo: “Vale, la propuesta suena muy interesante José, pero...creo que se desajusta un poco a lo que habéis presupuestao”

Pereira: “Tenéis razón, en eso también pensé, cariño, y encontré una solución: ¿que pensáis si decidimos contratar solo ciertos servicios con la agencia y ya estando en

Costa Rica contratamos directamente los otros servicios que se ajusten a nuestro presupuesto?”

Campillo: “Pues vuestra idea no me parece mala, amor, además pudiese ser que muchos tíos y tías con las que hablé antes os puedan recomendar lo mejor acorde con sus experiencias”

Pereira: “Excelente idea, Pili. Este lunes le brindaré a la agencia luz verde para que proceda a reservarnos las noches en San José, el paquete a Tortuguero y el alquiler del coche desde el día 4 hasta el día 15 de nuestra estancia; lo demás lo reservaremos por nuestra cuenta al llegar allá”

<p><u>Día:</u> Domingo 24 de julio, 2005.</p> <p><u>Lugar:</u> Sevilla, España</p> <p><u>Ubicación:</u> Casa Sr. Pereira y Sra. Campillo</p>	
---	---

Los meses pasaron y el viaje estaba a la vuelta de la esquina, el señor Pereira pudo comprar los tiquetes aéreos con la línea aérea Air Madrid sin problema (por cierto, aprovechó una excelente promoción que existía en la clase turista) y la señora Campillo se encargó de tener los pasaportes en regla y comprar los impuestos de salida con anticipación. Unos dieciséis días antes de su salida de España, entablaron esta pequeña pero interesante conversación.....

Pereira: “Pili, tesoro, el desayuno delicioso...¡que bárbara! Como siempre, el omelet de papa quedó riquísimo, ¡muchas gracias!. Por cierto, el viaje está muy cerca y quería conversar algo contigo”

Campillo: “Vale cariño, ¿que será?”

Pereira: “Pues, ya tengo los principales papeles que garantizan los servicios que adquirimos con la agencia de Costa Rica en la oficina, los otros documentos los entregarán el día de nuestra llegada. Esta situación me pone un poco nervioso, pero el servicio que han brindado ha sido tan profesional que he decidido confiar. Ahora bien, la parte que me preocupa es seguir el recorrido en auto por los otros destinos que ya habéis planeado visitar, como Puerto Viejo de Limón, Arenal, Monteverde y Manuel Antonio, ya que no conocemos las carreteras y todos nuestros tíos y tías han insistido mucho sobre la necesidad de siempre contar con una persona de confianza durante nuestro trayecto; tío que sí tendremos durante nuestros primeros días allá, pero que después lo omitimos al decidir seguir por nuestra cuenta”

Campillo: “La verdad, cariño, la situación no deja de ser complicada, pero tu sabéis que el presupuesto no alcanzaba y no tuvimos opción. Además, el turismo es muy importante en Costa Rica y no creo que topemos con tíos o tías sin capacidad turística y que puedan recomendar lo mejor de cada destino”

Pereira: “¡Tienes toda la razón amor! (se acerca y le da un beso), como siempre sabéis tranquilizarme. Y como dicen los ticos...me habéis dejado “Pura Vida” con tus palabras”

Campillo: “Uuuuyyyyy.....como vas preparado, me habéis asustado”

Y llegó el 8 de agosto, 2005, el día del ansiado viaje. Años de ahorros, ilusiones y esperanzas se daban la mano para partir hacia Costa Rica y disfrutar junto al Sr. Pereira y su esposa Pilar Campillo de unas añoradas vacaciones. La agencia de viajes contratada para los servicios ya explicados en Costa Rica cumplió a cabalidad con todo lo acordado, todo pintaba de maravilla hasta que llegó el día cuando comenzaron a ser turistas independientes.....

<p><u>Día:</u> <i>Viernes 12 de agosto, 2005</i></p> <p><u>Lugar:</u> <i>Puerto Viejo de Limón</i></p> <p><u>Ubicación:</u> <i>Recepción Hotel “Romeo”</i></p>	
---	--

Pereira: “ ¡Buenos días!...tú eres Luis verdad, quien me atendió ayer cuando ingresé al hotel?”

Erick: “¡Buenas y no señor! Luis salió ayer mismo de vacaciones y se fue para San José a visitar a su familia y regresa hasta el miércoles o jueves de la otra semana”

Pereira: “Vale, que lástima que no me informó nada, pero supongo que a lo mejor os avisó sobre nuestra intención de realizar hoy un tour a los rápidos del río Pacuare que tengo entendido sale dentro de una hora”

Erick: “Uuuyyy que pena Sr. (busca en la tarjeta de registro el nombre y apellido del cliente) José Ramón, pero Luis no me dejó ninguna información y el tour es imposible reservarlo ahora, ya es demasiado tarde”

Pereira: “Vale, ¡es una lástima! mi mujer estaba emocionada por hacer ese tour, pero existirá otro que podáis recomendar”

En ese instante se acerca otro huésped a realizar el “check – out”; el teléfono de la central suena y al recepcionista no le queda más que brindar una respuesta (poco profesional) que le ayude a salir de ese pequeño inconveniente.....

Erick: “No, lamentablemente ya todos los tours que se podían reservar a esta hora es imposible hacerlo, si quiere venga más tarde a ver si le puedo ayudar”

Dicha respuesta indispone al Sr. Pereira y se va hacia la habitación a darle la mala noticia a su esposa. No les queda más que salir por sus propios medios a visitar una playa cercana, ingresar a algún parque nacional o simplemente quedarse en el hotel disfrutando de las facilidades de este..

Al día siguiente deciden salir de Limón y dirigirse al lado norte del país, pasando por Puerto Viejo de Sarapiquí y Muelle de San Carlos hasta llegar a su siguiente destino: La Fortuna de San Carlos. Atrás quedó la primera y poco satisfactoria experiencia en Costa Rica. Encantados con la imponencia del volcán deciden contratar un tour dentro del Parque Nacional...

<p><u>Día:</u> Lunes 15 de agosto, 2005</p> <p><u>Lugar:</u> La Fortuna de San Carlos</p> <p><u>Ubicación:</u> Parque Nacional Volcán Arenal</p>	
---	---

Campillo: “Que buena elección tuvisteis, José, de venir a realizar esta caminata guiada dentro del Parque Nacional del Arenal. Es precioso ¿no crees?”

Pereira: “Vale, definitivamente es increíble las maravillas de flora y fauna de este lugar, ¡observasteis ese imponente cono!. (piensa) Mmmm...¿Sabéis? Se me ocurre una idea, voy a charlar con el guía, espérame”

El Señor Pereira se aleja un poco de su esposa y alcanza al guía.

Pereira: “ Oye, Alexis, ¿te puedo hacer una pregunta?”

Alexis: “Claro, D. José Ramón, ¿en que le puedo ayudar?”

Pereira: “Pues me preguntaba si pudiésemos caminar un poco más allá de los límites de seguridad indicaos. La verdad me encantaría observar este maravilloso volcán desde las faldas del mismo”

Alexis: (piensa) “Mmmmm...la verdad esos límites se deben respetar y hasta cabe la posibilidad de perder mi licencia de guía dentro del parque si los irrespeto; aunque pensándolo bien existe mucha gente que no lo hace...(piensa)...y ¿sabe qué?...como ustedes me cayeron de maravilla vamos, eso sí, se les agradece una ayudita adicional por el riesgo”

Pereira: “Pues no habléis más. La oportunidad es única y con gusto os ayudaremos un poco por vuestro riesgo”

La experiencia en La Fortuna ha quedado atrás. Gracias a DIOS al Sr. Pereira y a su esposa no les sucedió nada con el trato tan riesgoso que hicieron; además, tuvieron tiempo para visitar las aguas termales del Spa de Tabacón y realizar una cabalgata a la hermosa Catarata La Fortuna. ¡Les fue de maravilla!. El 16 de agosto partieron para Monteverde; lamentablemente se encontraron con una ruta en terribles condiciones.....

Día: Jueves 18 de agosto, 2005

Lugar: Reserva Biológica Monteverde

Ubicación: Recepción Lodge “Verde Sol”



Campillo: “¡Buenas, joven! ¿Podéis hacernos la salida del hotel, por favor?”

Paula: “¡Buenos días! Claro, encantada, pero...¿ por qué se van tan temprano? El “check out” es hasta las 2 p.m., se podrían quedar y aprovechar un poquito más el buen sol que salió el día de hoy. Ooohhh ¿acaso fue algo del Hotel que no les gustó?”

Campillo: “Pues sois muy amable y no os preocupéis, que vuestro hotel es precioso y encantador. En realidad preferimos salir temprano porque vamos para Manuel Antonio y si la carretera de salida está en las mismas condiciones que la carretera de entrada por La Fortuna, preferimos partir para que no os coja la noche”

Paula: “En eso tienen razón y, ahora que recuerdo, su esposo me contó que se les había estallado una llanta del auto el día que venían, ¿verdad?”

Campillo: “Pues claro, imaginaos, nosotros en media calle, bajo esa lluvia, casi oscureciendo, nada de señales para conocer cuánta distancia os faltaba y menos teléfonos para solicitar algún tipo de ayuda. Por suerte mi esposo no tuvo problemas con el cambio de neumático y pudimos llegar”

Paula: “Sí qué pena, pero vieras que esa calle tiene muchos años de estar en pésimas condiciones. En fin, es una lástima que no puedan disfrutar más de los atractivos de nuestra zona”

Finalmente, la señora Campillo pagó y salieron con destino a Quepos, Manuel Antonio, no sin antes detenerse para descansar un poco y almorzar en Jacó...

Día: *Jueves 18 de agosto, 2005*

Lugar: *Playa Jacó*

Ubicación: *Frente al Restaurante “Delicias del Pacífico”*



Pereira: “Pili, porque no entramos a ese restaurante de mariscos, míralo aquel!. Hay bastante gente, por lo que debe ser bueno y además el coche queda casi de frente?”

Campillo: “¡Vale pues! Solo dejadme acomodar un poco las bolsas y maletas para no tener problema. Además, como estamos muy cerca no creo que tengamos inconveniente alguno. Dejad la ventanilla un poco abierta, José, para que el coche no se caliente mucho”

La señora Campillo ordenó todo y solo dejó una bolsa con un poco de ropa nueva comprada en Jacó minutos antes de ir a almorzar sobre el asiento principal junto con el estuche de su cámara fotográfica. Pasaron aproximadamente dos (2) horas y al regresar al auto... ¡sorpresa! la bolsa y el estuche no estaban...

Campillo: “Joder, José, el llavín del coche está forzado y.....oohhhh nooo, nos han robado tu bolsa y el estuche de la cámara!”

Pereira: “¡Joder! ¿No me digas que la cámara estaba en el estuche?”

Campillo: “No, amor, yo la bajé para tomar fotos aquí, pero las baterías y el chip nuevo sí estaban en el estuche”

Pereira: “Pues, qué mal y a la vez qué bien que no les dio tiempo a estos tíos de abrir totalmente el coche. Mejor vamos, no vaya a ser que estén cerca todavía”

Y así lo hicieron. Un poco desanimados llegaron a Manuel Antonio, consiguieron un lindo hotel. Su estadía en Manuel Antonio estuvo bien, pero al momento del “Check – out” les esperaba una última sorpresita...

<p><u>Día:</u> Domingo 21 de agosto, 2005</p> <p><u>Lugar:</u> Quepos, Manuel Antonio</p> <p><u>Ubicación:</u> Recepción Hotel “Marlin”</p>	
--	--

Campillo: “¡Buenas! ¿Podéis hacernos la salida del hotel por favor?”

Andrea: “¡Claro, será un placer! A ver.....son 3 noches de hospedaje con desayunos, una cena, unos cargos del bar y unas llamaditas locales y.....nada más, solo eso. ¿Es correcto?”

Campillo: “A ver, dejadme chequear todo, a verrrr.....mmm.....pues sí todo parece correcto. ¿Cuanto os debo?”

Andrea: “Son \$405.00 dólares americanos. ¿Paga en efectivo o con tarjeta de crédito?”

Campillo: “Pues pagaría con tarjeta, pero por qué \$405.00 si el cargo por la habitación nos indicó tu compañera al momento del ingreso es de \$80.00; eso por las tres (3) noches que estuvimos, más el cargo del restaurante, bar y llamadas suman como \$330.00”

Andrea: “Qué pena, pero creo que mi compañera le informó mal, ya que la tarifa de \$80.00 es más los impuestos de ley que son un 16.39%. Si suma los impuestos, el total nos daría \$405.00”

Campillo: “Pues qué mal de parte de vuestra compañera al darnos la información incorrecta, imagina que hubiésemos venío con el dinero justo, sería un problemón, ¿verdad?”

Andrea: “Que pena, doña Pilar, déme un segundo para explicarle a mi jefe la situación y ver qué puedo hacer. Ya vengo”

A los 5 minutos aproximadamente regresa Andrea...

Andrea: “Sra. Pilar, dice mi jefe que lamentablemente no le podemos cobrar a \$80.00 cada noche porque el sistema ya hizo el cargo de la tarifa correcta automáticamente; sin embargo, por el inconveniente causado con mucho gusto le ofrecemos un 5% de descuento sobre el monto final a pagarnos, quedando el pago en \$385.00”

Campillo: “Pues a más no haber, ni modo. Eso sí, comunícale a vuestro jefe que debe tener más cuidado y enseñar a sus empleados a brindar información veraz”

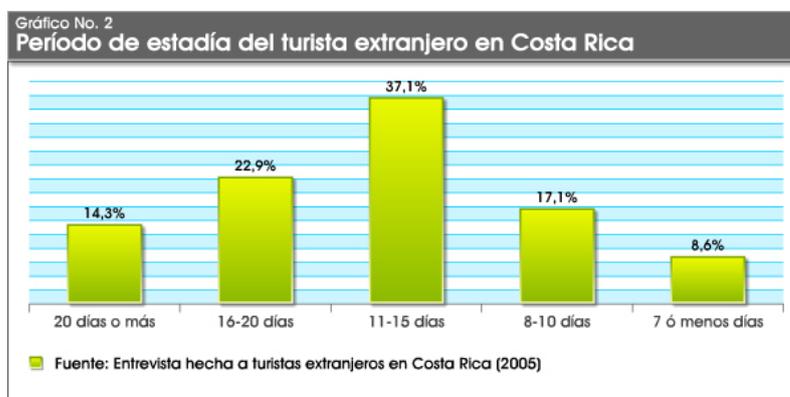
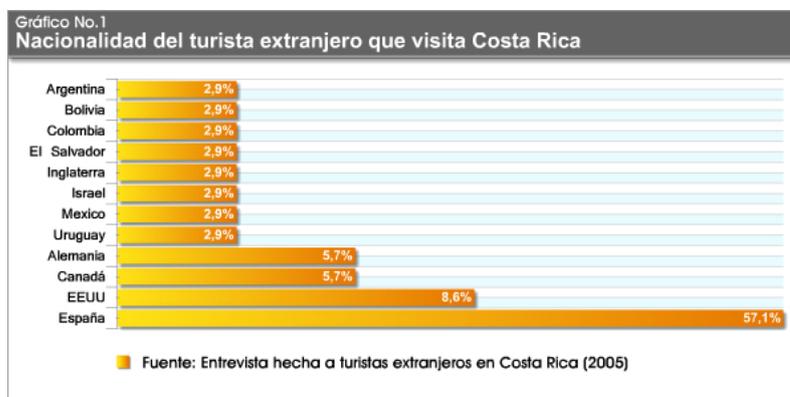
Andrea: “Definitivamente, se lo informaré y feliz viaje a San José. Por cierto, ayer con las fuertes lluvias como que se falseo un puente y deberán de hacer fila para poder pasarlo; así que no se desesperen”

Campillo: “Vale, muchas gracias por el detalle y no creo que nos desesperemos. La verdad nos hemos acostumbrado un poco a las pésimas carreteras de vuestro país.”

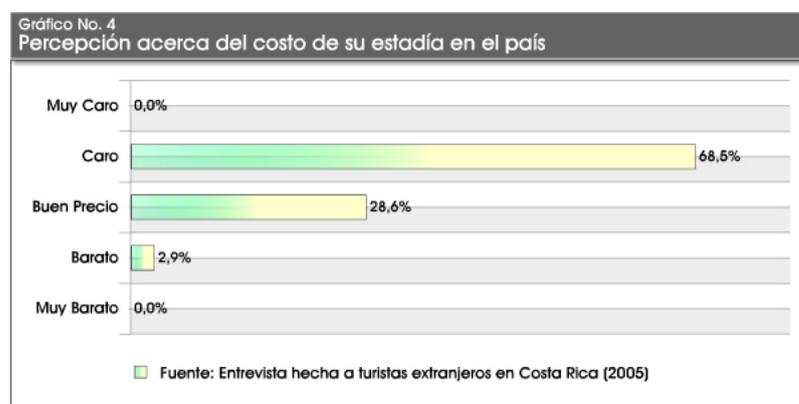
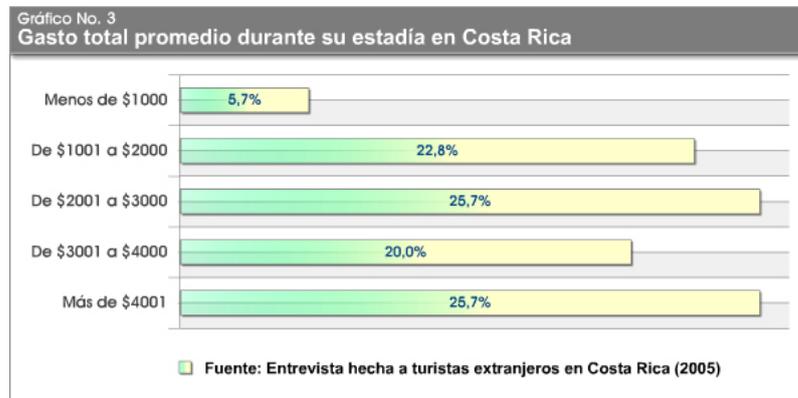
La señora Campillo paga, se despide nuevamente y se disculpa con su esposo por la tardanza explicándole el motivo. El final de su viaje se desarrolla con normalidad y el último inconveniente encontrado fueron las largas filas en el Aeropuerto Juan Santamaría el lunes 22 de agosto, 2005 para tomar su vuelo de regreso.

Por lo vivido, su experiencia en nuestro país no fue tan mala y tampoco la ideal; ahora solo quedaría conocer a través de un cuestionario sus impresiones finales y personales sobre su estadía en nuestra bella Costa Rica...

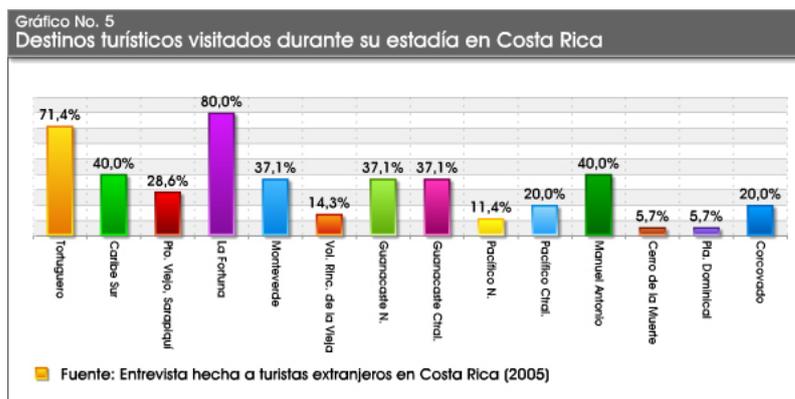
3.2 Análisis de cuestionarios aplicados a 35 turistas extranjeros (Ver anexo #1)



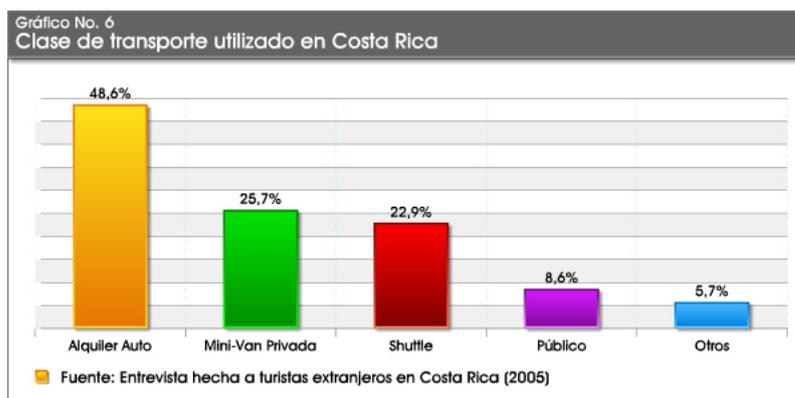
Como se observa, un porcentaje mayor (31.7%) decide quedarse 11 o más días en Costa Rica, justificado en gran medida por el viaje tan largo que realizaron, ya que se comprobó que durante el mes en que se aplicó el cuestionario (octubre), la mayoría de los turistas eran europeos y decidieron venir a Costa Rica durante un largo periodo para aprovechar sus vacaciones (Ver gráfico #1). No deja de ser importante el porcentaje de turistas que se quedan entre 8 y 10 días, lo cual se considera bastante bueno. Un 8.6% de los turistas que nos visitan solo deciden quedarse 7 o menos días. Como conclusión, estos gráficos nos indican la buena imagen que posee Costa Rica a nivel mundial. A pesar de ser un país pequeño, posiblemente su estabilidad social y ecoturismo genera confianza para quedarse y disfrutarlo mayormente. Además, llama la atención la gran variedad de nacionalidades que llegaron a nuestro país en un mes de turismo bajo.



Los anteriores son interesantes gráficos que demuestran cómo el turismo en Costa Rica es definitivamente una gran fuente generadora de divisas y, además, cómo es considerado un destino caro en un 68.5%. Por lo visto, la inversión que realizan (ver gráfico #3) es considerada importante. Igualmente, podemos apreciar en menor escala que los turistas consideran a Costa Rica como un destino de buen precio y también, en una escala más reducida, algunos lo catalogan barato. Se puede pensar que dicha conclusión sale a relucir si hacemos un análisis del tiempo de estadía (ver gráfico #2).

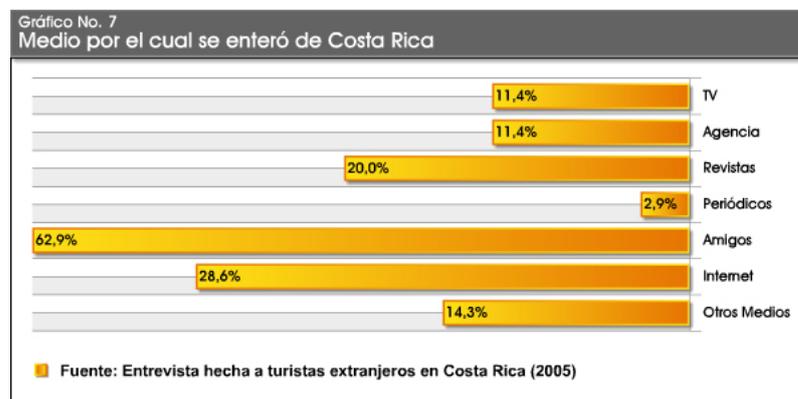


El gráfico 6 muestra que ciertos destinos de nuestro país (Tortuguero y La Fortuna) poseen un mejor posicionamiento en comparación con otros. Posiblemente la ubicación, los atractivos propios (ver gráfico #9) y las facilidades de acceso los convierten en destinos más importantes. Mientras tanto, en zonas de menos auge turístico como el Caribe Sur, Monteverde, Guanacaste y Manuel Antonio, algunas de los aspectos indicados para un desarrollo turístico óptimo (ver gráfico #15) se vuelven primordiales para lograr un auge en estas zonas. Finalmente, zonas menos visitadas como Puerto Viejo de Sarapiquí, Pacífico central, Corcovado y otros, a pesar de las largas estadías de los clientes (ver gráfico #2), necesitarán poner más atención a las prioridades de mayor y menor importancia señaladas (ver gráfico #15).

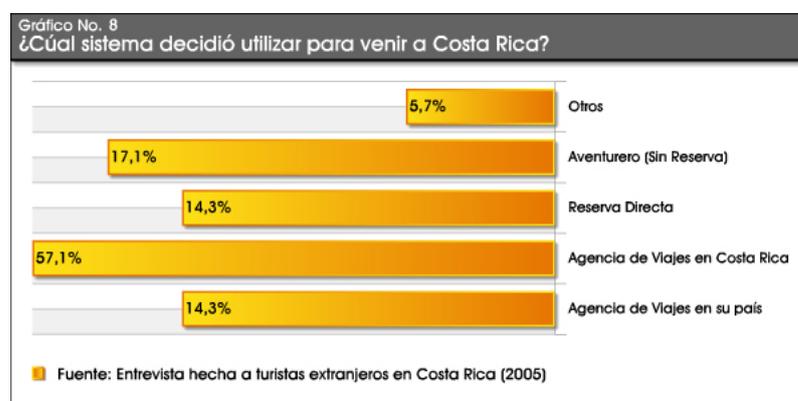


La importancia de mejorar nuestra infraestructura pública, específicamente nuestras carreteras, se aprecia en el gráfico 7: un 48.6% de turistas que nos visitan, por su característica aventurera (ver gráfico #9), prefieren alquilar un vehículo, situación que

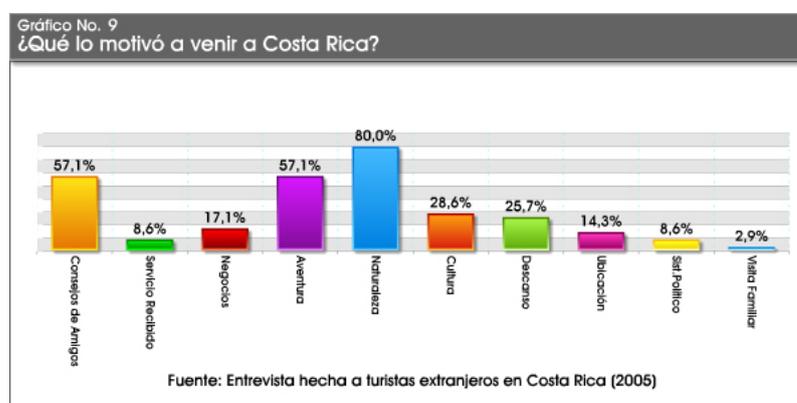
posiblemente influyó para que se indicara también la necesidad de ponerle más atención a nuestros problemas sociales (ver gráfico #15), ya que al trasladarse por su propia cuenta pueden apreciar de mejor manera dichos problemas.



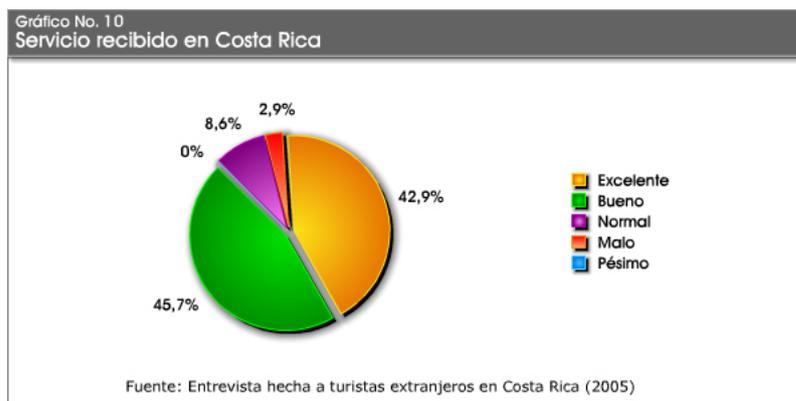
Es evidente que se vuelve primordial brindar un servicio de buena calidad (ver gráfico #10), buscar satisfacer los motivos por los cuales nos visitan y, por supuesto, no engañar a los turistas (ver gráfico #11), ya que esto genera la mejor y más confiable publicidad que existe en el mundo, que consiste en la transmisión boca a boca del amigo o familiar. Obsérvese cómo un 62.9% refleja esa importancia y otro 14.3% obviamente lo incluye dentro de sus medios. El gráfico también refleja la necesidad de mejorar nuestra publicidad turística internacional, ya que solo un 34.3% de los entrevistados tomaron su decisión de visitarnos debido a publicidad directa utilizada.



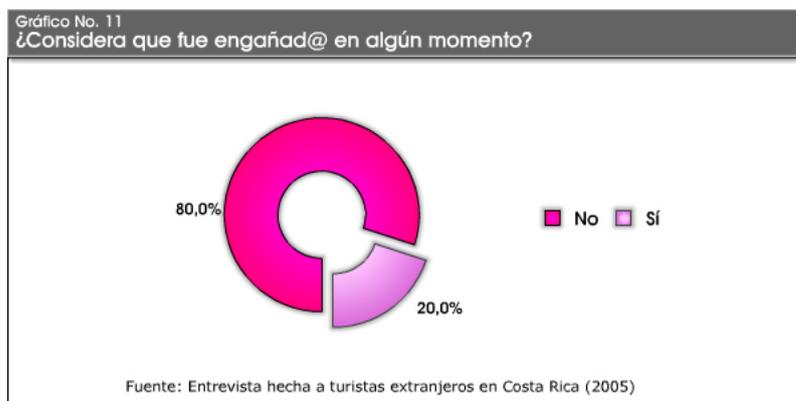
En este gráfico se puede observar el profesionalismo de las agencia de viajes costarricenses que, al brindar servicio de buena calidad (ver gráfico #10), rápido y sin engaños (ver gráfico #11), generan una confianza del 97.1%. Note como un 57.1% de los entrevistados decidió confiar en un medio nacional para disfrutar de sus vacaciones. Lo mejor de todo es que dicho sistema les generó la confianza para volverlo a utilizar en un futuro. Obviamente, esto también logra la publicidad de boca a boca que tanto ayuda a nuestro desarrollo y no genera gastos de manera directa (ver gráfico #7).



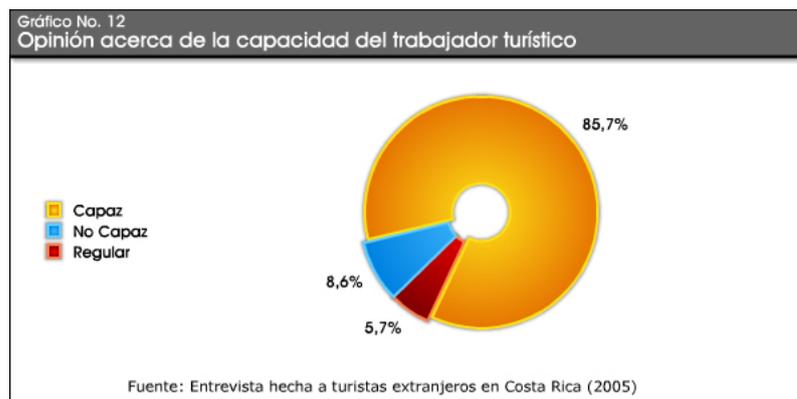
El gráfico anterior confirma a Costa Rica como un destino ecoturístico y de aventura. Observe cómo un 80% y 57.1% respectivamente tomó la decisión de visitarnos por estas razones. También se concluye que la publicidad boca a boca genera un porcentaje de visitas importantes (57.1%), lo que deja la sensación de que el turista se va con deseos de regresar (ver gráfico #17). Se aprecia también que el aspecto cultural toma fuerza (28.6%), lo que abre la posibilidad de buscar otros tipos mercados y motiva la aparición de estrategias publicitarias diferentes. Cabe mencionar que el 100% de los entrevistados afirmó que los motivos por los cuales visitó nuestro país fueron totalmente satisfechos.



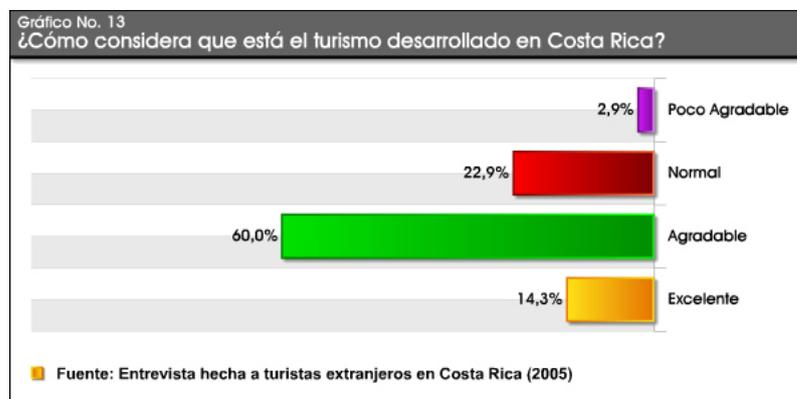
En el siguiente gráfico podemos notar la buena calidad de trabajadores en las diferentes empresas turísticas del país, para quienes, a pesar de no ser en su mayoría académicamente profesionales (ver gráfico #25), su forma de ser ayuda a brindar un servicio que agrada al turista.



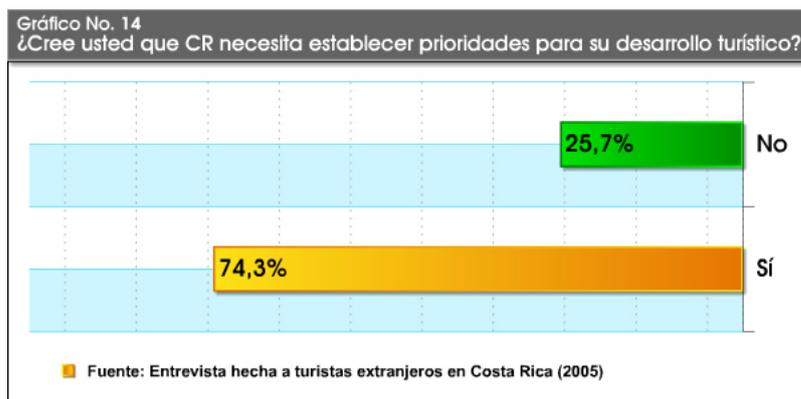
En el gráfico No.11 se revela un porcentaje importante de satisfacción por parte del cliente por los servicios recibidos; sin embargo, un 20% se sintió engañado y este porcentaje de una u otra forma se convierte en sinónimo de preocupación, que no se puede dejar pasar y que obviamente interfiere en la decisión que no querer volver a visitarnos (ver gráfico #17). Muy probablemente este gráfico también se vio afectado por el profesionalismo académico de los trabajadores (ver gráfico #25).



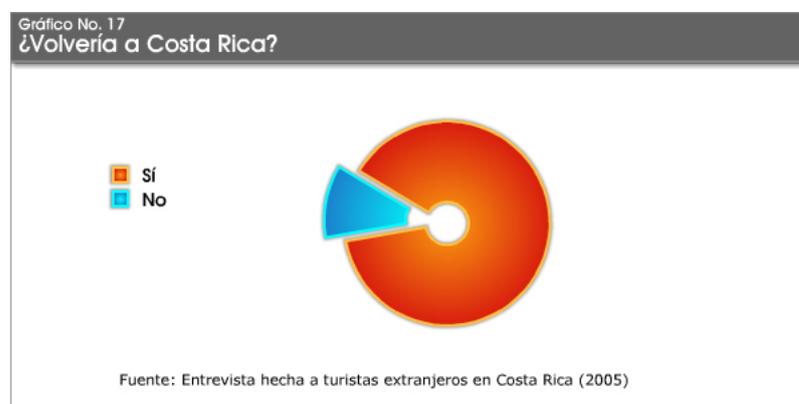
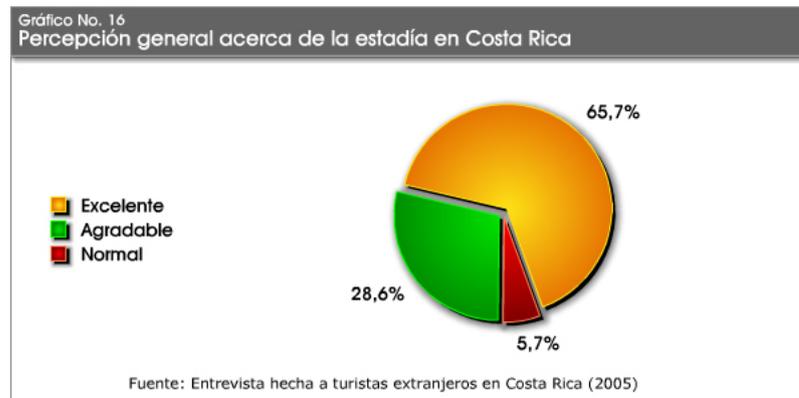
Los datos del gráfico No.16 posiblemente se vieron influenciados por la experiencia que posee el trabajador turístico costarricense (ver gráfico #24) pues el turista lo considera como un trabajador capaz en un 85.7%. Cabe destacar que un 14.3% no los considera capaces, porcentaje que debemos tomar en cuenta. Muy probablemente este gráfico, al igual que el anterior, también se vio afectado por el nivel académico de los trabajadores (ver gráfico #25).



Como se aprecia, Costa Rica necesita desarrollar prioritariamente ciertos factores turísticos (ver gráfico #15) que logren catapultarla a la excelencia para, de esta forma, lograr mayor auge turístico. Se nota que solo un 14.3% de los visitantes se llevan una impresión turística de excelencia y un 82.9% solo nos consideran un destino tan agradable y normal como cualquier otro visitado.

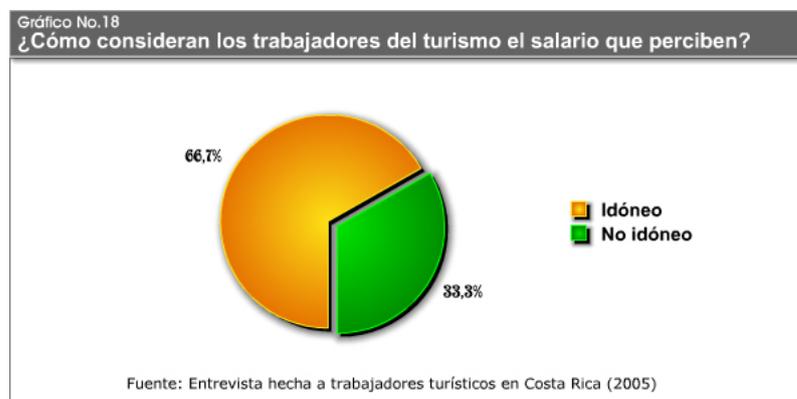


Al igual que lo indican los trabajadores turísticos (ver gráfico #22), los turistas opinan en un 74.3 % que Costa Rica necesita establecer prioridades para un desarrollo turístico óptimo. Estas prioridades se detallan en el gráfico #15, en el cual se observa cómo la infraestructura pública es definitivamente el lunar más importante que tenemos, seguido de los problemas sociales, de salud y la falta de publicidad, que ocupan un segundo porcentaje de importancia. La capacitación de personal, concientización política y del pueblo surgen como una tercera prioridad. Las demás prioridades también deben ser tomadas en cuenta.

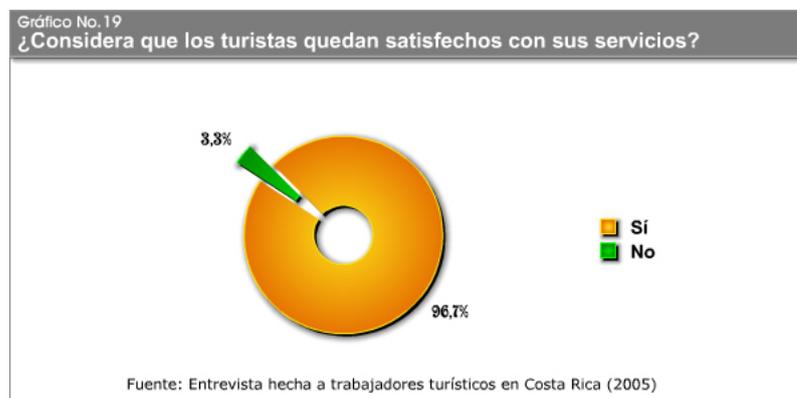


Los gráficos anteriores demuestran que la percepción que se lleva el turista del país se encuentra en su mayoría dentro de un rango excelente y, en menor porcentaje, como agradable. Esto genera confianza para volver a nuestro país y recomendarlo (ver gráfico #7). También es importante notar que un 13.3% indicaron su deseo de no volver. Concluimos que esta decisión posiblemente se deba a los engaños de los que consideran fueron objeto (ver gráfico #11). ¿Acaso el poco profesionalismo en la mayoría de los trabajadores turísticos (ver gráfico #25) comienza a pasar factura en los visitantes?

3.3 Análisis de cuestionarios aplicados a 30 trabajadores turísticos (Ver anexo #3)

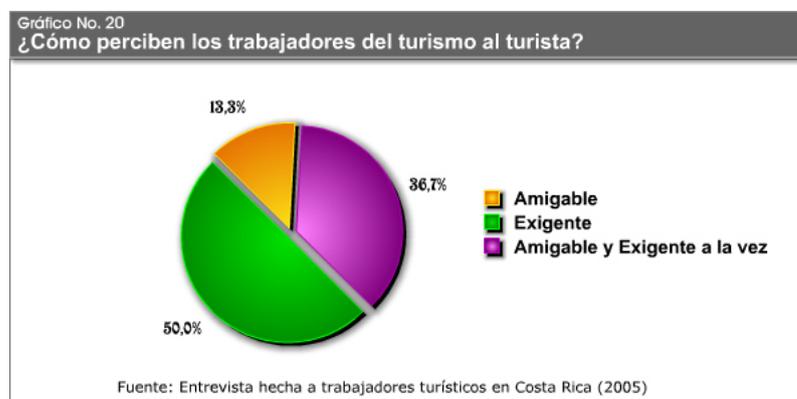


Según el gráfico presentado, podemos notar que un 66.7% de los trabajadores turísticos consideran que el salario percibido va acorde con su capacidad, necesidades y funciones; además, se aprecia un porcentaje importante (33.3%) que no lo considera así. Sin embargo, a pesar del salario, un 100% nos indicó que le agradaba trabajar en turismo, resultado que obviamente influyó con el buen servicio que consideran brindar (ver gráfico #19).



En el gráfico se demuestra el profesionalismo de las empresas turísticas costarricenses, las cuales se convierten en una de las razones principales para que el turista se vaya satisfecho en su mayoría (96.7%) y desee regresar (ver gráfico #17). Sin embargo, se observaron empresas que indicaban cómo algunos turistas no quedaban satisfechos con

el servicio recibido, pero que los malos servicios escapaban muchas veces del servicio directo que ellos ofrecían.

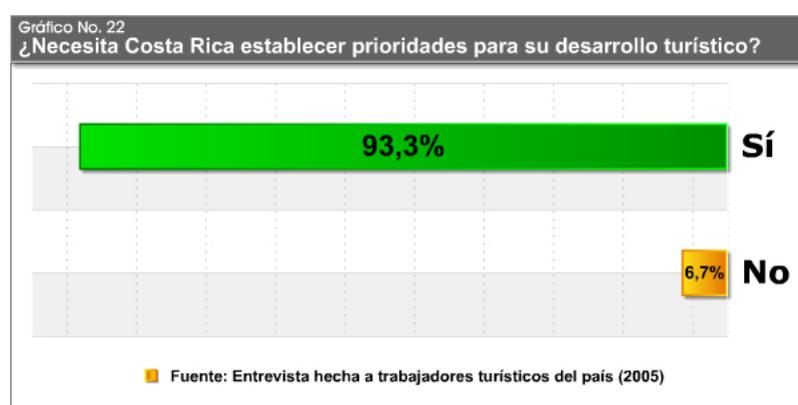


Con respecto a la percepción del turista que tienen los trabajadores del turismo, que en términos generales el trabajador costarricense cree que el turista que nos visita es una persona amigable y exigente. Un alto porcentaje de los turistas que arriban al país son muy exigentes, ya que provienen de países desarrollados tales como España, Estados Unidos, Alemania y Canadá (ver gráfico #1), lo que habla muy bien del servicio que se brinda, ya que, como lo observamos en el gráfico anterior (ver gráfico #19), a pesar de ser el turista exigente en mayor porcentaje, este sale satisfecho de los servicios recibidos.



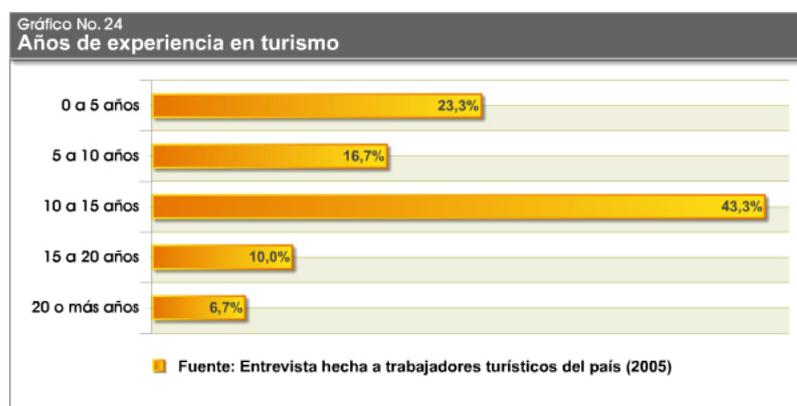
Por otro lado, los datos reflejan que el trabajador turístico en su mayoría considera que la promoción de Costa Rica como destino turístico a nivel mundial es básica (46.6%), lo

que conlleva posiblemente a no captar la cantidad de turistas deseados. Un 16.6% opina que estos esfuerzos son eficientes e ineficientes, lo que demuestra la existencia de empresas con un buen posicionamiento turístico y otras que podrían mejorar si los esfuerzos promocionales hechos por el Instituto Costarricense de Turismo mejoraran. En menor porcentaje, se nota cómo unos trabajadores consideraron que los esfuerzos son pobres o eligieron la opción NS/NR, lo que puede evidenciar el desconocimiento por parte de algunos trabajadores de las promociones de nuestra institución turística.

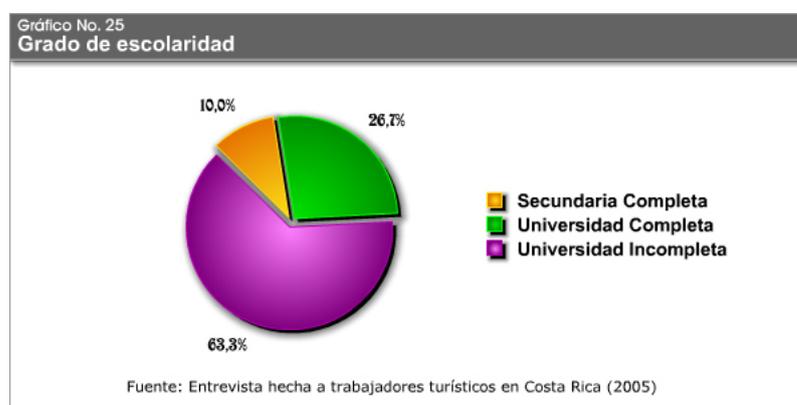


En los gráficos anteriores se aprecia cómo los trabajadores turísticos perciben, en su mayoría, que Costa Rica necesita establecer prioridades para un desarrollo turístico óptimo (93.3%). Además según los trabajadores urge mejorar la infraestructura pública, el mal estado de nuestras carreteras y el mal servicio ofrecido en nuestros aeropuertos y puertos, aspectos que generan gran preocupación para los profesionales entrevistados (65.9%). En un segundo grado, pero con igual importancia se encuentran como

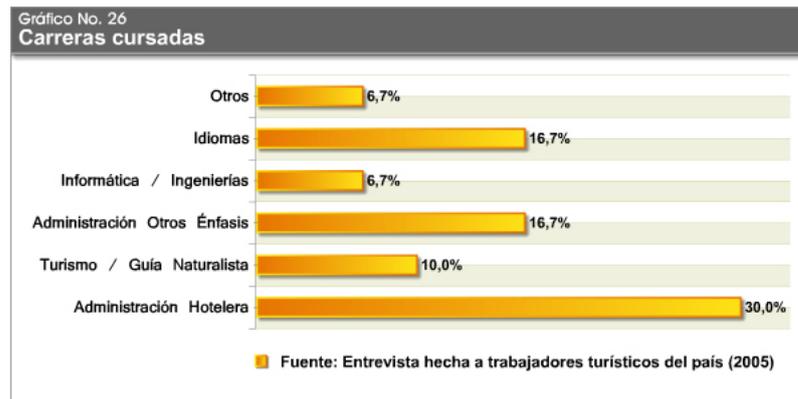
prioridades contratar personal con estudios turísticos, capacitar al personal contratado, solucionar problemas de salud e incrementar la publicidad. En este último punto se denota nuevamente la necesidad de mejorar nuestra promoción turística a nivel mundial (ver gráfico #21) y de contratar personal con un grado de escolaridad completo (ver gráfico #25) para lograr captar mayor turismo. Además con una importancia menor se puede apreciar que los servicios públicos, la infraestructura privada, la solución de problemas sociales, la concientización política, del público y otros son consideradas prioridades no tan urgentes, pero necesarias.



El gráfico No. 24 nos muestra que las opiniones brindadas por nuestro mercado meta poseen una validez importante, ya que un 60.0% posee experiencia de 10 o más años, lo que brinda mayor credibilidad a sus opiniones.



El lo que respecta al grado de escolaridad definitivamente hace falta mayor concientización de parte de las empresas turísticas para contratar personal que cumpla como mínimo con el grado universitario completo. Como se aprecia, solo un 26.7% cumple con este requisito tan importante para un mejor desarrollo profesional.



Ahora bien, a pesar de que se aprecia que las empresas turísticas buscan un porcentaje importante de trabajadores y trabajadoras con experiencia turística (ver gráfico #24), esto evidencia también que no siempre se contrata personal con capacidades plenas (ver gráfico #25) pues no poseen un diploma que demuestre su total profesionalismo, a pesar de haber cursado una carrera afín a su desempeño. Así a la pregunta: ¿Por qué se encuentra laborando en turismo actualmente a pesar de no haber cursado una carrera afín?, las principales respuestas fueron:

- “Se presentó la oportunidad y la estoy aprovechando”
- “Toda empresa necesita personal financiero, administrativo e informático”
- “Trabajo en turismo porque no me ha salido la oportunidad en la educación”
- “Porque el inglés era una prioridad para conseguir este trabajo”
- “Para mantener familia”
- “Negocio familiar”

3.4 Problemática

Al analizar cuál es o debiera ser nuestro objetivo actual hacia el futuro, no cabe la menor duda que es el de tener un **“turismo sostenible”**. Para Roesch (1992), se debe entender como turismo sostenible “un turismo a largo plazo el cual debe tener efecto positivo en la parte económica y social del país; además de un impacto positivo en el medio ambiente y obtener mejoras en los procesos socio económicos y en la misma naturaleza o recursos naturales”.

Actualmente, Costa Rica promociona el “turismo sostenible”, con el cual los visitantes no solo tienen la oportunidad de conocer parte de las especies naturales con las que cuenta nuestro bello país, sino que además les ofrece otras alternativas de diversión, entre las que sobresalen el sol, la playa, así como el turismo de aventura, el turismo de descanso, el turismo de observación, entre otros. Sin embargo, desarrollar y afianzar el turismo sostenible no es tarea sencilla: son variados los problemas que ha tenido nuestro país al intentar desarrollarlo.

Lo primero que se hizo fue crear un plan de desarrollo. Este Plan Nacional de Desarrollo Turístico se realizó a diez años plazo (2002-2012) y su objetivo principal fue incentivar las visitas de extranjeros al país con el fin de aumentar la inversión. Dicho plan tuvo un buen resultado y en tan solo tres años se logró aumentar significativamente el número de visitantes de nuestro país. No obstante, junto a ellos surgieron los primeros problemas, como la poca calidad de nuestra infraestructura pública (carreteras, aeropuertos y puertos), la escasez de nuestros servicios públicos (agua, electricidad y teléfono) e infraestructura privada (hoteles, restaurantes y atractivos turísticos), el incremento de los problemas sociales (prostitución, drogas, delincuencia) y la capacidad y concientización real de los “profesionales” a cargo del desarrollo de tan importante actividad (agentes de viajes, operadores, transportistas, guías).

Estos problemas ponían a Costa Rica en una situación poco sostenible por razones que obedecían, a caprichos del gobierno en turno y a que buscaban soluciones a corto plazo sin un planeamiento o financiamiento adecuado.

Nuestra visión en la industria turística debió tener objetivos claros a largo plazo e integración de diversas políticas sectoriales y ministeriales; no debimos depender de los políticos de turno, que desde los 80 brindaron soluciones que se caracterizaron por ser poco fiables y que más bien incrementaron la problemática con la creación de infraestructura privada sin las condiciones adecuadas (con un mal manejo de aguas residuales, problemas en el tratamiento de basura, destrucción de bosques, contaminación de ríos, playas y lagunas, mala protección del medio ambiente), con la contratación de personal sin capacitación ni conciencia para laborar en el medio (agentes de viajes, hoteleros, guías, choferes, etc.), con el mal arreglo de la infraestructura pública o con el mal manejo de la seguridad turística.

Ahora bien, por todos estos inconvenientes se debe pensar en lograr a largo plazo el compromiso del gobierno, de organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales para que se logre la conservación y el desarrollo del turismo sostenible y, por ende, la regulación del sector turístico.

Debemos recordar que como poseedores de una de las mayores concentraciones de biodiversidad en el planeta (al menos 5% de la diversidad biológica del planeta Tierra) y por ser el turismo el principal generador de divisas en la actualidad, Costa Rica debe abocarse con prontitud a evaluar los escollos que enfrenta hoy este sector. El turismo podrá ser sostenible en tanto se logren crear mecanismos que permitan mantener la atracción de visitantes al país, pero tomando las medidas necesarias para que el impacto en el ambiente sea el menor posible.

Debido a lo expuesto, se puede concluir que la problemática principal del turismo en Costa Rica se basa en que aún queda mucho trabajo que realizar, que debemos enviar

mensajes claros y con reglas definidas a largo plazo ¿Acaso no se debe pensar que la competencia turística a nivel mundial es más dura cada año que pasa?

3.5 Análisis del medio ambiente

En esta parte de la investigación se presenta un análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee el turismo en Costa Rica.

3.5.1 Fortalezas y debilidades

<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Recursos naturales del país • Biodiversidad • La forma de ser del costarricense • Gran cantidad de empresas turísticas • Liderazgo mundial en segmentos especializados: ecoturismo y aventura • Existencia de estándares de calidad internacional • Existencia de profesionales preparados en turismo • Es uno de los pocos países del orbe que limita con los dos mares más importantes del mundo (Océano Atlántico y Océano Pacífico), lo que lo convierte en un destino muy atractivo • Único país de América sin ejército • Fama turística positiva • Estabilidad política 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de capacitación y profesionalismo NO adecuado para las necesidades del gremio turístico • Escasa unidad del sector turístico • Poco poder de negociación con proveedores. • No existe una política tarifaria consistente. Esta varía según la situación de la demanda en ciertos periodos del año • Malas negociaciones gubernamentales para la realización o arreglo de la infraestructura pública • Falta concientizar al pueblo sobre la importancia del turismo • Desconocimiento de muchas personas a nivel mundial de la existencia de Costa Rica como una República independiente • Existencia de una temporada lluviosa muy prolongada • Subdesarrollo

Fuente: Christian Valenzuela Paniagua (2005)

3.5.2 Oportunidades y amenazas

<u>Oportunidades</u>	<u>Amenazas</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Constante crecimiento del turismo internacional anualmente • Explotación de nuevos nichos de mercado. Ejemplo: clases de español, actividades culturales • Existencia de gran cantidad de flora y fauna durante la temporada de lluvia o baja, lo que convierte a Costa Rica en un destino idóneo para científicos e investigadores o turistas amantes de las aventuras • Cuando en países importantes turísticamente como Estados Unidos es invierno, en Costa Rica es verano, lo que motiva la visita a nuestro país • Cuando en países importantes turísticamente como España son vacaciones, en Costa Rica es época de invierno, esta situación motiva la visita a nuestro país en esa época tan difícil • Costa Rica es un país que a pesar de solo poseer un territorio de 51.100 km. cuadrados es capaz de brindarle al turista la posibilidad de conocer variados destinos importantes en poco tiempo, además de poder practicar diferentes actividades de aventura, culturales, entre otras 	<ul style="list-style-type: none"> • Por su ubicación, Costa Rica está propensa a recibir las amenazas climáticas de tormentas tropicales y huracanes provenientes de ambos océanos • Promociones turísticas por parte de otros países centroamericanos que no tenían tradición como destino turístico. Ejemplo: Nicaragua • Falta de infraestructura privada (hoteles, transporte, etc.) • La mala planificación turística acarrearía una promoción insuficiente • La deforestación trae como consecuencia la pérdida de “hábitats”, lo que afecta directamente uno de nuestros mayores potenciales • La contaminación es un factor preocupante que obstaculiza el disfrute pleno y la buena imagen • El aumento de problemas sociales como drogadicción, alcoholismo, prostitución, salud y robos que afectan comunidades y destinos turísticos • Venta de terrenos de manera desproporcionada a personas extranjeras • Ambiente bélico del área

Fuente: Christian Valenzuela Paniagua (2005)

4.1 Presentación de alternativas

4.1.1 Alternativa # 1

Mejorar y desarrollar la infraestructura pública (carreteras, aeropuertos, puertos), de manera que se ajuste a las verdaderas necesidades turísticas del país.

4.1.1.1 Ventajas

- ✓ El arreglo de la infraestructura pública traerá beneficios al costarricense y al residente, ya que también disfrutarán de carreteras en excelente estado y servicios aeroportuarios de calidad.
- ✓ La flota de automóviles, “minivans”, busetas y buses relacionadas con el turismo será de mayor calidad, lo que brindará más satisfacción al cliente.
- ✓ Más líneas aéreas y empresas de cruceros a nivel mundial volverían sus ojos a Costa Rica, lo que traería más turismo y, por consiguiente, más divisas.
- ✓ Al mejorar la infraestructura aeroportuaria, las líneas aéreas y empresas de cruceros que nos contemplan dentro de sus destinos mejorarían los servicios y posiblemente traerían aviones o cruceros de mayor capacidad o implementarían más rutas diarias hacia nuestro país, situación que incrementaría el turismo notablemente.

4.1.1.2 Desventajas

- ✓ Gran gasto gubernamental, lo que acarrearía, posiblemente, el establecimiento de mayores impuestos al pueblo y al turista.

- ✓ Al ser un proyecto de largo plazo, ningún gobierno mostraría interés en dar el primer paso, ya que es obvio que la obra no se terminaría durante su mandato.
- ✓ El arreglo de la infraestructura pública conllevaría al cierre de carreteras, aeropuertos y puertos de manera total o parcial, lo que provocaría malestar general y posiblemente paros, huelgas o caos social.
- ✓ Problemas por la adjudicación de las licitaciones, ya que las empresas que no se vean beneficiadas apelarían la decisión, Lo cual alargaría el proceso y traería como consecuencia un estancamiento que sería fatal para el turismo.

4.1.2 Alternativa # 2

Concientizar a las empresas turísticas (agencias de viajes, hoteles, empresas de transporte, aeropuertos, puertos, tour operadores, etc.) para que contraten personal con estudios universitarios avanzados o completos enfocados al turismo o de carreras afines como administración de empresas, idiomas, entre otras; o bien, brindarles una capacitación turística adecuada si su especialidad universitaria no posee relación alguna.

4.1.2.1 Ventajas

- ✓ Mayor calidad en el servicio brindado.
- ✓ La satisfacción del turista será total, lo que incentivaría el regreso o provocaría la publicidad de boca en boca, trayendo beneficios al país sin gastos adicionales.
- ✓ Al ser el personal contratado personas con estudios avanzados o especializados, se aplicarían mejoras salariales y laborales. Esto incentivaría el ambiente y atraería a más jóvenes a especializarse en esta área, lo que generaría mayor oferta y demanda.

- ✓ Los patronos, al emplear profesionales, lograrían un crecimiento organizacional y estructural en su empresa.

4.1.2.2 Desventajas

- ✓ No existen universidades públicas o privadas importantes y de reconocimiento internacional en Costa Rica que brinden en la actualidad la carrera de turismo, a pesar de ser la principal fuente generadora de divisas del país.
- ✓ Encarecimiento de la mano de obra.
- ✓ Las empresas deberán invertir tiempo y dinero en la capacitación del personal sin conocimientos turísticos, lo que generaría gastos importantes.

4.1.3 Alternativa # 3

Utilización de creativos y mejores instrumentos promocionales que sirvan para desarrollar una mejor publicidad y, por ende, generar mayor conocimiento sobre Costa Rica como destino turístico.

4.1.3.1 Ventajas

- ✓ Como consecuencia, habría un incremento de visitas a nuestra nación.
- ✓ La imagen de Costa Rica a nivel mundial mejoraría sustancialmente, ya que se aclararían asuntos que nos perjudican en la actualidad, como la prostitución infantil, problemas de salud (existencia de dengue, malaria), etc.
- ✓ Si la publicidad creada es efectiva, posiblemente se logrará un mayor posicionamiento de Costa Rica como destino turístico a nivel internacional.

4.1.3.2 Desventajas

- ✓ Mayores gastos gubernamentales, ya que se deberá realizar un estudio sobre el medio de comunicación más idóneo que se utilizaría en los diferentes países. Recordemos que no todas las culturas son iguales.
- ✓ Un mal enfoque o una palabra mal utilizada de la publicidad, acarrearía un gran problema de imagen o interpretación, lo que evidentemente nos perjudicaría y produciría una disminución del turismo.
- ✓ Necesidad de realizar la misma publicidad en varios idiomas.
- ✓ Posibilidad de obtener una mala calidad en las tintas, fotos, técnica de letras, calidad de papel e impresión.
- ✓ Constancia en la publicidad.

4.1.4 Selección de la alternativa

Con base en mis conocimientos y experiencia en el ambiente turístico, considero que la prioridad más importante para lograr un óptimo desarrollo turístico en Costa Rica es aplicar la alternativa #2, la cual consiste en concientizar a las empresas turísticas (agencias de viajes, hoteles, empresas de transporte, aeropuertos, puertos, tour operadores, etc.) para que contraten personal con estudios universitarios avanzados o completos enfocados al turismo o de carreras afines como administración de empresas, idiomas, entre otras, o bien, brindarles una capacitación turística adecuada si su especialidad universitaria no posee relación.

Considero que las otras alternativas brindadas no son recomendables, ya que implicarían gastos excesivos del gobierno y podrían acarrear problemas sociales muy fuertes y constantes. Como ejemplo claro, obsérvese el gráfico #6, donde un 62.9% de

los entrevistados decidió trasladarse entre destinos en medios de transportes menos personales (van con choferes o guías, transporte público, por vía aérea, acuática, etc.), por lo que el tema de las carreteras y la infraestructura no les afectó de una manera tan directa.

Otro ejemplo es el gráfico #7, en el que se puede apreciar que solo un 34.3% de las visitas recibidas fueron influenciadas por publicidad. En cambio, en el mismo gráfico y en el #9 se aprecia cómo respectivamente un 62.9% y un 57.1% decidieron venir al país por consejos o recomendaciones de amigos, lo que evidencia que si logramos brindar un servicio más personalizado y profesional, producto de trabajadores más preparados y capacitados, ayudaría enormemente a incrementar la llegada de turistas y el costo para el gobierno no sería tan significativo.

Así la alternativa elegida traería bienestar desde todos los puntos de vista:

Para el turista

- ✓ Recibiría un mejor servicio.
- ✓ Podría confiar plenamente en los consejos y las recomendaciones de los trabajadores turísticos.
- ✓ No sentiría un pago como un gasto, sino más bien como una remuneración a una experiencia importante en su vida.
- ✓ Disfrutaría más su estadía.
- ✓ Cultivaría e incrementaría su educación.

Para el trabajador turístico

- ✓ Sería una persona preparada y más capaz.
- ✓ Estaría motivado totalmente a nivel laboral y personal por poseer mayores ingresos.
- ✓ Sería eficiente y eficaz.

- ✓ Lograría mayor estabilidad familiar y laboral.

Para la empresa turística

- ✓ Se alcanzaría justicia distributiva debido a que la empresa recibiría en ganancias lo reflejado en la capacidad y el profesionalismo de sus empleados.
- ✓ Habría equidad empresarial, que se refiere al balance perfecto entre productividad, ausentismo, rotación y satisfacción del empleado.

Para Costa Rica

- ✓ Aumentaría el número de vistas cada año.
- ✓ Habría ingreso constante de divisas que ayudaría a bajar los índices de inflación que afectan actualmente el país.
- ✓ Los gobiernos y del pueblo se concientizarían sobre la importancia del turismo.
- ✓ Mejoraría la imagen de Costa Rica a nivel mundial.

4.1.5 Plan de acción: proyecto de educación turística dirigido a la población estudiantil costarricense

No es posible que en la actualidad la principal fuente generadora de divisas del país no cuente con un plan de desarrollo óptimo para su crecimiento. Para llevar a cabo la alternativa elegida, será necesario que el gobierno exija a todos los trabajadores turísticos un carné o diploma que los faculte para trabajar en el ambiente.

¿Cómo lo puede exigir? Deberá implantar, en una universidad pública, universidad privada (ambas con prestigio internacional) e instituciones gubernamentales como el Instituto Nacional de Aprendizaje (I.N.A) y el Instituto Costarricense de Turismo (I.C.T.), ubicadas en el área metropolitana, la apertura de carreras turísticas (hoteleros, agentes de viajes, gastrónomos, guías turísticos, etc.) Cuyo objetivo primordial sea profesionalizar al trabajador en el ambiente turístico.

La idea de promover las carreras en entidades públicas y privadas radica en la necesidad que existe de que personas de diversos recursos económicos puedan participar de ellas. De esta manera, en pocos años Costa Rica lograría ofrecer mejores servicios y conocimientos al turista internacional, producto del profesionalismo.

Además considero que las entidades educativas que decidan establecer estas carreras turísticas nunca tendrían problemas de saturación o falta de interés, debido a la constante y creciente necesidad de tener profesionales turísticos en muchos campos (repcionistas, agentes, guías, choferes, mucamas, operadores, cocineros, entre otros).

Ahora bien, ¿Qué sucedería con las personas de zonas urbanas como Monteverde, Tortuguero, Golfito, entre otras, que deseen profesionalizarse en el ambiente turístico y trabajar en él? La idea sería crear centros de formaciones comandados por profesionales en la materia, quienes brindarían sus conocimientos para una formación turística especializada. Se debe tratar de generar conciencia de los valores naturales y culturales de nuestras regiones, lo que convertiría a estos trabajadores en empleados únicos y con un interés enorme por lograr el desarrollo de su zona y, por supuesto, de Costa Rica.

Por otro lado, ¿Qué sucedería si las personas que deseen estudiar alguna de estas carreras o capacitarse en el ambiente no poseen los recursos económicos para hacerlo? La mejor posibilidad para solventar este inconveniente sería que las empresas turísticas ofrezcan una inducción a los futuros trabajadores o a los ya existentes. Estos recompensarían a la empresa con tiempo de trabajo por negociar entre ambas partes. Tal opción generaría estabilidad laboral, ya que usualmente al trabajador se le deberá de exigir un tiempo determinado de servicio en la empresa después de terminada la carrera o capacitación.

Finalmente, ¿Cómo mantener un control de este plan de acción sugerido? El gobierno deberá fomentar y proteger la creación de una comisión de educación turística, la cual se desplace a zonas rurales a brindar capacitaciones a empleados nuevos mediante

cursos y seminarios. Además, deberá evaluar de forma permanente a los funcionarios turísticos del Valle Central y zonas rurales.

4.1.6 Consideraciones finales

Del análisis realizado se desprende que la industria turística costarricense tiene un alto potencial para convertirse en un competidor de clase mundial. Sin embargo, es necesario que los sectores públicos y privados relacionados con la actividad se enfoquen en resolver de manera efectiva y coordinada los distintos problemas que perjudican su evolución y desarrollo.

En realidad no existe ninguna razón para que Costa Rica no pueda aspirar a ser un líder mundial en turismo: su dotación de recursos y el posicionamiento le confieren naturalmente ventajas comparativas con otros importantes destinos turísticos mundiales. Obviamente, es la misma industria de turismo, con el apoyo del sector público, la que tiene en sus manos la responsabilidad de convertir esa aspiración en realidad mediante la innovación constante, el mejoramiento continuo, un desarrollo armonioso y autosostenible.

Por otra parte, la rivalidad es alta en hotelería, restaurantes, agencias de viajes y otros servicios relacionados; esto beneficia la competitividad de la industria, ya que las empresas del sector se ven obligadas a mejorar e innovar constantemente para no perder terreno ante la fuerte competencia local. Este aumento de rivalidad puede ser provechoso para aquellas empresas que opten por estrategias innovadoras de diferenciación, o bien, mejoren su eficiencia operativa para competir con base en costo; sin embargo, también puede ser muy negativa si conduce a una “guerra de precios” o a una disminución de los niveles de calidad en el servicio.

Además, se debe hacer conciencia de que la labor de todos los gobiernos ha presentado grandes fallas en materia turística, fallas que han aumentado con el pasar de los años y que, de una u otra manera, han contribuido a la no evolución o desarrollo de nuestra

principal fuente generadora de divisas. Dentro de las fallas más importantes se pueden detallar:

- ✚ La inversión pública en la creación, el mantenimiento y la modernización de infraestructura (carreteras, puertos, aeropuertos, señalización, etc.) ha sido insuficiente o casi inexistente. Se podría decir que no ha existido coordinación en el desarrollo de obras públicas.
- ✚ Falta de información y de estadísticas confiables y actualizadas.
- ✚ Escasez de servicios dentro de los límites de los parques nacionales.
- ✚ Excesiva complejidad del marco regulatorio turístico.
- ✚ Creciente nivel de inseguridad pública.
- ✚ Falta de coordinación y cooperación entre los sectores turísticos públicos y privados que hacen posible la mejora y la innovación. Esto ha ocasionado que la industria turística del país brinde un servicio menos que excelente y que ésta no haya logrado alcanzar todavía una clara ventaja competitiva sostenible.
- ✚ La publicidad verbal ha sido la principal fuente de promoción turística del país, lo cual es bastante normal en esta industria; sin embargo, la relativamente poca utilización de otras formas de promoción limita mucho el alcance y la efectividad de tales acciones.

Es necesario resolver estos problemas si se quiere crear una preferencia específica del turista externo por Costa Rica e inducir a los poderosos canales mayoristas a ofrecer a Costa Rica como destino.

Las recomendaciones que se consideran importantes acatar junto con el plan de acción sugerido para crear un desarrollo turístico óptimo de Costa Rica a nivel mundial son:

- ✓ Enfatizar en seguridad. Nos inclinaríamos por la creación de una seguridad turística con policías turísticos bilingües y con conocimientos de trámites migratorios, condiciones de embajadas, entre otros.
- ✓ Crear un programa de concientización para la población y los empresarios turísticos en los principales destinos turísticos, con el fin de que realicen un manejo productivo y sostenible de los recursos naturales propios y estimulen el desarrollo turístico mediante la elaboración y realización de planes de conjunto.
- ✓ Velar porque se establezcan normas de ética turística para combatir y evitar la competencia ilegítima, desleal y ruinosa en las actividades turísticas.
- ✓ Concesión de la administración de puertos, aeropuertos y carreteras junto con su señalización.
- ✓ Reformar el sistema de transporte público a destinos turísticos. Crear una estación de buses en las afueras de San José donde los turistas puedan asistir y tomar su bus a cualquier destino turístico conocido de Costa Rica.
- ✓ Simplificar la estructura impositiva y reducir la carga fiscal sobre el sector.
- ✓ Implementar con dureza sistemas de clasificación y estándares de calidad y desempeño.
- ✓ Crear una asociación turística con el fin de mantener entre los diferentes sectores del turismo las mejores relaciones, mediante el estudio de problemas comunes, la conciliación de los intereses y la coordinación de sus actividades, para lo cual se nombrará un comité encargado de estudiar estos asuntos.

5.1 Bibliografía citada

- Aaker, D. (1989). *Investigación de mercados*. México: Editorial Limusa.
- Acerenza, M. (1986). *Administración del Turismo: conceptualización y organización*. México: Editorial Trillas.
- CANATUR (2002). Oficina de desarrollo y proyectos específicos. *Desarrollo Histórico del Turismo en Costa Rica*. San José.
- Ediciones Océano. (1992). *Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano Uno*. Barcelona: Editorial Océano.
- Herrmann, P. (1968). *Historia de los Descubrimientos Geográficos*. México: Editorial Inédito.
- Instituto Costarricense de Turismo (2005). *Aumento de llegadas de turistas a Costa Rica*. Consultado el 5 de noviembre de 2005, en http://www.azcentral.com/lavoz/spanish/business/articles/business_95137.html
- Lopez, A (2005). Director Ejecutivo Cámara Nacional de Turismo. Presentación: *Turismo en Costa Rica: Actividad de "Interés Nacional"*. San José.
- Montero, M., y Cabalceta, G. (1991). *Teoría Turística*. México: Editorial Diana.
- Pacheco, R. (2004). *Turismo: hechos y por hacer*. Consultado el 14 de octubre del 2005, en http://www.actualidad.co.cr/307/62.ruben_pacheco.html
- Perenne, J. (1978). *Las Grandes Corrientes de la Historia Universal*. México: Editorial Cumbre.
- Periódico Al Día (2005). *Aumenta llegadas de turistas a Costa Rica*. Consultado el 11 de octubre del 2005, en http://www.aldia.co.cr/ad_ee/2005/agosto/08/ultimahora451858.html
- Roesch, C. (1992). Ex-presidente de la Cámara Nacional de Turismo. Presentación: *Una visión para el Turismo de Costa Rica*. San José.
- Rojas, C. (1994). *Metodología de la investigación*. San José: Editorial Inédita.
- Weirs, R (1986). *Investigación de mercados*. México: Editorial Prentice – Hall.

5.2 Bibliografía consultada

- Acerenza, M. (1990). *Promoción Turística: un enfoque metodológico*. México: Editorial Trillas.
- ACOPROT (2002). *Congreso en Expotur: Capacitación*. Costa Rica. Impartido en las Salón Orquídeas del Hotel Herradura por varios panelistas.
- Al-trout Ries, J. (1989). *Posicionamiento*. México: Editorial Mc Graw-Hill. México.
- Brewster, A. (1984). *Introducción a la publicidad*. México: Editorial Continental.
- CANATUR (1992). *VI Congreso Nacional de Turismo: Unidos hacia el Futuro*. Costa Rica. Impartido en las Salas de Conferencia del Hotel Herradura por varios panelistas.
- Cárdenas, F. (1991). *Comercialización del turismo: determinación y análisis de mercados*. México: Editorial Trillas.
- Cárdenas, F. (1991). *Mercadotecnia y productividad turísticas*. México: Editorial Trillas.
- Dahda, J. (1990). *Publicidad turística*. México: Editorial Trillas.
- De la Torre, F. (1988). *Agencias de Viajes y Transportación*. México: Editorial Trillas.
- De la Torre, F. (1989). *Introducción al turismo*. México: Editorial Continental.
- Dennis, F. (1994). *Introducción a la industria de la hospitalidad*. México: Editorial Mc Graw-Hill.
- Hernández, R., Collado, C., y Baptista. P. (1991). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw-Hill. México.
- INCAE (1996). *Seminario: ¿Cómo medir la satisfacción del cliente?*. Costa Rica. Impartido por los profesores Salvador Mercado y José Exprua.
- Loudon, D., y Della Bitta, A. (1995). *Comportamiento del consumidor*. México: Editorial McGraw Hill.
- Petra, N. (1986). *Las Agencias de Viajes y de Turismo*. México: Editorial Diana S.A.

5.3 Anexo # 1: Cuestionario Turistas en Español

Análisis de los turistas para localizar y establecer las prioridades para un desarrollo turístico de Costa Rica de manera óptima.

Introducción: Buenos días, tardes, noches, mi nombre es Christian Valenzuela. Estoy realizando un estudio para localizar y establecer las prioridades en el desarrollo turístico de Costa Rica. ¿Me permite unos minutos de su tiempo para realizarle unas breves preguntas?

P1 ¿Cuál es su nacionalidad? _____

P2 ¿Cuántos días estuvo en Costa Rica?

7 Días o menos	Entre 8 – 10 días	Entre 11 y 15 Días	Entre 16 – 20 Días	Más de 20 días
1	2	3	4	5

P3 Includendol@ ¿Cuántas personas lo acompañaron en su viaje?

Adultos	Adolescentes (mayores 11 años)	Niños (menores 12 años)

P4 ¿Cuál fue el gasto promedio de sus vacaciones?

Menos \$1.000	Entre \$1.001 - \$2.000	Entre \$2.001 y \$3.000	Entre \$ 3.001 y \$4.000	Más \$4.001

P5 En términos generales ¿Considera que Costa Rica es un destino económicamente?

Muy Caro	Caro	Buen Precio	Barato	Muy Barato
1	2	3	4	5

P6 Por favor marque con una "X" ¿Cuáles de los destinos turísticos más importantes de los indicados visitó?

Parque Nacional Tortuguero		Área Guanacaste Central (Tamarindo, Flamingo, Conchal, Sámara, etc)	
Área Caribe Sur (Cahuita, Pto Viejo, Manzanillo, etc)		Área Pacífico Norte (Tambor, Montezuma, Mal País, etc.)	
Puerto Viejo de Sarapiquí		Área Pacífico Central (Hermosa & Jacó)	
La Fortuna (Volcán Arenal)		Parque Nacional Manuel Antonio	
Reserva Biológica Monteverde		Área del Cerro de la Muerte	
Volcán Rincón de la Vieja		Playas Dominical	
Área Guanacaste Norte (Papagayo – Coco – Hermosa, etc.)		Parque Nacional Corcovado	

P7 ¿Nos podría indicar el tipo de transporte utilizó para visitar los diferentes destinos?

Alquiler Auto	Mini Van Privada	Shuttle	Público	Otros
1	2	3	4	5

P8 ¿El sistema de transporte utilizado le pareció óptimo? SI _____ / No _____ Por qué? _____

P9 ¿Cómo se enteró de Costa Rica?

Televisión	Agencia	Revistas	Periódicos	Amigos	Internet	Otro
1	2	3	4	5	6	7

P10 ¿Cuál sistema decidió utilizar para venir a Costa Rica?

Agencia de Viajes en su País	Agencia de Viajes en Costa Rica	Reservas Directas	Aventurero (sin reservas)	Otro
1	2	3	4	5

P11 ¿Volvería a utilizar el sistema utilizado? SI ____ / NO ____ Por qué? _____

P12 De lo indicado, por favor marque con "X" ¿Qué lo motivó a venir a Costa Rica?

Consejos Amigos		Cultura	
Servicio Recibido		Descanso	
Negocios		Ubicación	
Aventura		Sistema Político	
Naturaleza		Visita Familiares	

P13 En términos generales ¿Pudo satisfacer sus motivos? SI ____ / NO ____ / Por qué? _____

P14 En términos generales ¿Cómo considera fue el servicio recibido?

Excelente	Bueno	Normal	Malo	Pésimo
1	2	3	4	5

P15 ¿Considera que en algún momento de su estadía fue engañad@? SI ____ / NO ____ Por qué? _____

P16 De acuerdo a su experiencia vivida ¿Considera que el empleado turístico en Costa Rica posee capacidad suficiente para desempeñarse en los puestos que le asignan? SI ____ / NO ____ Por qué? _____

P17 ¿Considera que el turismo en Costa Rica se encuentra desarrollado de manera?

Excelente	Agradable	Normal	Poca Agradable	Nada Agradable
1	2	3	4	5

P18 De acuerdo a su experiencia ¿Cree usted que Costa Rica necesita establecer prioridades para su desarrollo turístico? Si ____ / No ____ / Explique: _____

P19 ¿De los ítems siguientes por favor indique cuales considera deben ser las prioridades a tomar en cuenta para un desarrollo turístico en Costa Rica óptimo? (donde 1 será prioridad máxima y 11 prioridad mínima)

Infraestructura Pública (Aeropuertos, Carreteras, Puertos, etc.)	
Servicios Públicos (Agua, Electricidad, Teléfono, etc.)	
Infraestructura Privada (Hoteles, Restaurantes, Atractivos turísticos, etc.)	
Solución Problemas Sociales (Prostitución, Drogas, Delincuencia, etc.)	
Solución Problemas de Salud (Dengue, Virus, Gripes, etc.)	
Capacitación del Personal Turístico (hoteleros, transportistas, guías, agentes, etc.)	
Contratación de Personal con Conocimientos Turísticos (estudios, idiomas, etc.)	
Concientización Política sobre la Importancia del Turismo	
Concientización al Pueblo en General sobre la Importancia del Turismo	
Mayor Publicidad (Televisión, Revistas, Periódicos, Brochures, etc.)	
Otro	

¿Indique Cual?: _____

P20 ¿Cómo cataloga en términos generales su estadía en Costa Rica?

Excelente	Agradable	Normal	Poco Agradable	Nada Agradable
1	2	3	4	5

P21 ¿Volvería a Costa Rica? SI _____ / NO _____ Por qué? _____

DATOS PERSONALES

Ya para terminar y solo con fines estadísticos, me podría contestar:

P22 Género: Femenino (1) Masculino (2)

P23 Rango de edad: Menos de 20 (1) de 20 a 30 (2) de 31 a 40 (3)
de 41 a 50 (4) 51 años o más (5)

P24 Su estado civil es: Soltero (1) Casado (2) Divorciado (3)
Viudo (4) Unión libre (5) Otro (6) _____

P25 Cantidad de personas con las que vive: 1 a 3 (1) 4 a 6 (2)
7 a 10 (3) Mas de 10 (4)

P26 Ocupación Actual : _____

Muchas gracias por su colaboración!!

5.4 Anexo #2: Cuestionario Turistas en Inglés

Analysis about seeking and establish the tourist priorities for the excellent tourist development in Costa Rica.

Introduction: Good morning, afternoon or evening! My name is Christian Valenzuela. I am doing a study to seek and establish the priorities on the tourist development in Costa Rica ¿May I take some minutes for asking you some questions?

P1 What is your nationality? _____

P2 How long have you been in Costa Rica?

Less than 7 days	From 8 to 10 days	From 11 to 15 days	From 16 to 20 days	More than 20 days
1	2	3	4	5

P3 Including you ¿How many people were traveling with you?

Adults	Teenagers (younger than 11 years old)	Children (younger than 12 years old)

P4 How much did you spend on your vacations?

Less than \$1.000	From \$1.001 to \$2.000	From \$2.001 to \$3.000	From \$3.001 to \$4.000	More than \$4.001

P5 In general terms ¿Do you consider that Costa Rica is an economic destiny?

Dear	Expensive	Good Price	Cheap	Very Cheap
1	2	3	4	5

P6 Please mark with a "X" ¿What are the most important tourist destinies indicated that you visited?

Tortuguero National Park		Guanacaste Central Area (Tamarindo, Flamingo, Conchal, Sámara, etc)	
Caribbean South Area (Cahuita, Pto Viejo, Manzanillo, etc)		Pacific North Area (Tambor, Montezuma, Mal País, etc.)	
Puerto Viejo of Sarapiquí		Pacific Central Area (Hermosa & Jacó)	
La Fortuna (Arenal Volcano)		Manuel Antonio National Park	
Monteverde Biological Reserve		Cerro de la Muerte Area	
Rincon de la Vieja Volcano		Dominical Beach	
Guanacaste North Area (Papagayo – Coco – Hermosa, etc.)		Corcovado National Park	

P7 ¿Could you mention what kind of transportation you chose to visit the different destinies?

Rent a Car	Private MiniVan	Shuttle	Public	Other
1	2	3	4	5

P8 Was excellent the means of transportation used by you? YES _____ / NO _____ Why? _____

P9 How did you know about this country?

Television	Agency	Magazines	News Papers	Friends	Internet	Other
1	2	3	4	5	6	7

P10 What means of information did you use to come to Costa Rica?

Travel Agency in your country	Travel Agency in Costa Rica	Direct reserves	Adventure (without reserves)	Another
1	2	3	4	5

P11 Would you use the same means? YES ____ / NO ____ Why? _____

P12 Mark with a "X" ¿What was the way to be motivated to come to Costa Rica?

Friends recommendations		Culture	
Received Service		Rest	
Business		Localization	
Adventure		Politic System	
Nature		Familiar Visits	

P13 In general terms ¿Could you satisfy your expectations? YES ____ / NO ____ / Why? _____

P14 In general terms ¿How do you consider the service given?

Excellent	Good	Fair	Poor	Terrible
1	2	3	4	5

P15 Did you feel in some moment deceived? YES ____ / NO ____ Why? _____

P16 According to the experience lived ¿Do you consider that tourism in Costa Rica is good enough on its tasks? YES ____ / NO ____ Why? _____

P17 How do you consider the developing of the tourism in Costa Rica?

Excellent	Good	Fair	Poor	Terrible
1	2	3	4	5

P18 According to the experience lived ¿Do you think that Costa Rica needs to establish priorities to develop its tourist development? YES ____ / NO ____ / Explain: _____

P19 From the following items please mark what priorities must be taken into account for an excellent tourist development? (Where will the first highest priority and the eleventh lowest be)

Public Infrastructure (Airports, Roads, Ports, etc.)	
Public Service (Water, Electricity, Telephone, etc.)	
Private Infrastructure (Hotels, Restaurants, Tourist attractions, etc.)	
Solution of Social Problems (Prostitution, Drugs, Delinquency, etc.)	
Solution of Health Problems (Dengue, Virus, The flue, etc.)	
Capacitation of tourist personnel (people or Hotels, Drivers, Guides, Agents, etc.)	
Capacitation of personnel on tourist knowledge (studies, languages, etc.)	
Political awareness about how important the tourism is	
Public awareness in general about how important the tourism is	
Massive Advertisement (Television, Magazines, News papers, Brochures, etc.)	
Others	

Mention which one?: _____

5.5 Anexo #3: Cuestionario Trabajadores Turísticos

Análisis a los trabajadores de turismo para localizar y establecer las prioridades en el desarrollo turístico de Costa Rica.

RENTA CAR

HOTEL

AGENCIA DE VIAJES

Introducción: Buenos días, tardes, noches, mi nombre es Christian Valenzuela. Estoy realizando un estudio para localizar y establecer las prioridades en el desarrollo turístico de Costa Rica. ¿Me permite unos minutos de su tiempo para realizarle unas breves preguntas?

P1 Nombre empresa turística donde labora: _____

P2 Cuál es su Nacionalidad? _____

P3 ¿Le gusta trabajar en turismo? SI _____ / NO _____ / Por qué? _____

P4 ¿Posee conocimiento en alguno de estos idiomas?

Ingles	Italiano	Francés	Alemán	Otro
1	2	3	4	5

¿Indique Cual? _____

P5 ¿Considera usted que el salario percibido acorde con su función es el más idóneo? SI _____ / NO _____
Por qué? _____

P6 ¿Considera usted en términos generales si el turista que utiliza los servicios de su representada sale satisfecho? SI _____ / NO _____ / Por qué? _____

P7 ¿En términos generales cómo considera usted es el perfil del turista que nos visita?

Huraño	Amigable	Exigente	Conformista	Inconforme	Otro
1	2	3	4	5	6

¿Indique Cual? : _____

P8 ¿Qué concepto considera usted tiene el turista de Costa Rica?

Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
1	2	3	4	5	6

P9 ¿Considera usted que los esfuerzos promocionales turísticos de Costa Rica a nivel internacional son?

Eficientes	Básicos	Ineficientes	Pobres	NS/NR

P10 De acuerdo a su experiencia con los turistas ¿cree usted que Costa Rica necesita establecer prioridades para su desarrollo turístico? SI _____ / NO _____ / Por qué? _____

P11 ¿De los ítems siguientes por favor enumere en orden cuales deben ser las prioridades a tomar en cuenta para el desarrollo turístico en Costa Rica? (donde 1 será prioridad máxima y 11 prioridad mínima)

Infraestructura Pública (Aeropuertos, Carreteras, Puertos, Señalización, etc.)	
Servicios Públicos (Agua, Electricidad, Teléfono, etc.)	
Infraestructura Privada (Hoteles, Restaurantes, Atractivos turísticos, etc.)	
Solución Problemas Sociales (Prostitución, Drogas, Delincuencia, etc.)	
Solución Problemas de Salud (Dengue, Virus, Gripes, etc.)	
Capacitación del Personal Turístico (hoteleros, transportistas, guías, agentes, etc.)	
Contratación de Personal con Conocimientos Turísticos (estudios, idiomas, etc.)	
Concientización Política sobre la Importancia del Turismo	
Concientización al Pueblo en General sobre la Importancia del Turismo	
Mayor Publicidad (Televisión, Revistas, Periódicos, Brochures, etc.)	
Otro	

¿Indique Cual?: _____

DATOS PERSONALES

Ya para terminar y solo con fines estadísticos, me podría contestar:

P12 ¿Hace cuanto trabaja en el sector turístico?

Entre 0 – 5 años	Entre 5 – 10 años	Entre 10 – 15 años	Entre 15 – 20 años	Mas de 20 años
1	2	3	4	5

P13 ¿Cuál es su grado de escolaridad?

Escuela Incompleta	Escuela Completa	Secundaria Incompleta	Secundaria Completa
1	2	3	4
Universidad Incompleta	Universidad Completa		
5	6		

P14 Si realizó estudios universitarios incompletos o completos ¿Nos podría indicar que carrera cursaba o cursó? :

P15 Si no cursaba o cursó carreras afines a turismo en la universidad ¿Nos podría indicar porque se encuentra laborando en turismo actualmente? :

P16 Género: Femenino (1) Masculino (2)

P17 Rango de edad: Menos de 20 (1) de 20 a 30 (2) de 31 a 40 (3)
de 41 a 50 (4) 51 años o más (5)

P18 Su estado civil es: Soltero (1) Casado (2) Divorciado (3)
Viudo (4) Unión libre (5) Otro (6) _____

P19 Vive en: Casa propia (1) Alquilada (2) otro (3) _____

P20 Cantidad de personas con las que vive: 1 a 3 (1) 4 a 6 (2)
7 a 10 (3) Mas de 10 (4)

Muchas gracias por su colaboración!!



21 de Octubre del 2005

DN-05-78

Señor
Christian Valenzuela P.
Costa Rica Exótica Natural
Fax 239-9266

Estimado Señor Valenzuela:

Hemos recibido su solicitud para realizar una encuesta en el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría, y a este respecto quisiera expresarle que comprendemos la importancia de esta información para su representada, sin embargo debido a la cantidad de solicitudes que recibimos y a la importancia de dar prioridad a estudios que permitan una divulgación que beneficie a todos los gremios del sector turismo, se ha establecido la política de otorgar los permisos solamente a instituciones gubernamentales y empresas que realicen estudios para el desarrollo comercial y la mejora continua del mismo aeropuerto.

Por lo anterior, le informo que lamentablemente su solicitud no ha sido autorizada ya que el tipo de información que se desea obtener, en gran medida forma parte de los temas de interés que abarca el ICT en los estudios que aplica cada tres meses en esta Terminal.

Le recomendamos contactar al departamento de estudios de mercado del ICT para su referencia.

Para cualquier consulta adicional estoy para servirle.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink that reads "Marcos Buhis A".

Marcos Buhis
Director Desarrollo de Negocios

cc: Subdirección Ejecutiva, CANATUR