

ULACIT

*UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA
DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA*

Facultad de Ciencias Empresariales

Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial

Modalidad: Análisis Escritura de Caso

*Los componentes básicos para el desarrollo de un
plan estratégico de marketing turístico para la zona de La Cruz
de Guanacaste, bajo la categoría de turismo de naturaleza
(ecoturismo y turismo de aventura), sol y playa.*

Profesora Tutora:
Katthia Chacón, M.B.A.

Estudiante:
María Gabriela Vega Rodríguez
Cédula de identidad: 106410076

Proyecto de Graduación para optar al
grado de Licenciatura en Mercadeo

San José, Costa Rica
Diciembre 2006

Dedicatoria

A mis padres y a mis hijos, Cristoffel y Marijke, por su apoyo incondicional, su paciencia y comprensión durante mis años de estudio, y a Eduardo por ser mi fuente de inspiración.

Agradecimiento

A Mario Nájera, mi mejor amigo, ejemplo de gran profesionalismo, quien me ha motivado e impulsado para seguir adelante y culminar mi proyecto de estudio.

ÍNDICE

Introducción.....	6
Justificación.....	7
Tema.....	9
Delimitación del problema.....	9
Objetivos.....	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos.....	10
Metodología de Investigación.....	10
Investigación exploratoria.....	11
Investigación descriptiva.....	12
Enfoques cuantitativo y cualitativo.....	13
Descripción de los instrumentos.....	14
Origen de los datos.....	17
La población.....	19
La muestra.....	20
Alcances y limitaciones.....	26
El Caso	27
Alternativas de solución.....	69
Alternativa 1.....	69
Alternativa 2.....	70
Alternativa 3.....	72
Alternativa 4.....	73
Selección de la alternativa.....	74

Plan de acción.....	75
Conclusiones.....	94
Recomendaciones.....	95
Bibliografía.....	96
Anexos.....	99
Anexo No. 1.....	100
Anexo No. 2.....	101
Anexo No. 3.....	102
Anexo No. 4.....	106
Anexo No. 5.....	110
Anexo No. 6.....	113
Anexo No. 7.....	116
Anexo No. 8.....	120
Anexo No. 9.....	124

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las principales actividades económicas del país. Su impacto se ha visto reflejado en forma contundente en la provincia de Guanacaste, principalmente después de la construcción del Aeropuerto Daniel Oduber Quirós, ubicado en los alrededores de Liberia, tal como se desprende de la información contenida en el cuadro relativo a la estimación de visitantes por regiones 2002-2005, aportado por el Instituto Costarricense de Turismo (Véase el anexo No. 2). De acuerdo con estas estimaciones entre los años 2003 y 2004 (fecha en que se construyó el Aeropuerto de Liberia) hubo un incremento de 41.464 visitantes, y entre los años 2004 y 2005, el aumento fue de 159.586 turistas, lo que representó un aumento vertiginoso y considerable de visitantes.

El desarrollo turístico de la zona de Guanacaste norte ha sido acelerado; las zonas con un mayor nivel de afluencia turística son, principalmente, aquellas que se han enfocado a la categoría de turismo de sol y playa. El turismo de naturaleza, específicamente el ecoturismo y de aventura, es bastante incipiente, y cuenta con servicios muy básicos, ya que se carece de una estrategia definida de desarrollo para este sector.

El cantón de La Cruz de Guanacaste ha tenido un lento crecimiento turístico, tal como se puede extraer de la información brindada por el Instituto Costarricense de Turismo, relativa al hospedaje con declaratoria turística. Su fortaleza turística se enfoca en el ecoturismo, el turismo de aventura y de sol/playa, característico de la zona de Guanacaste norte, productos turísticos descritos en el Plan General de Usos de la Tierra Guanacaste norte III-33. Aunado a ello, existe una falta de concienciación de los habitantes de ese cantón, sobre la importancia de la actividad turística como fuente de desarrollo y empleo.

Por tanto, se considera fundamental establecer un Plan Estratégico de Marketing Turístico para la zona de La Cruz, Guanacaste, bajo la categoría de Turismo de naturaleza, específicamente en el área ecoturística y de aventura, que fomente la promoción del lugar, promueva una mayor afluencia turística, y brinde mayores oportunidades de desarrollo y de empleo.

2. JUSTIFICACIÓN

Guanacaste es la provincia de Costa Rica que en los últimos cinco años ha tenido un mayor crecimiento económico, en su mayor parte promovido por el auge del turismo, el cual se ha visto incrementado con el Aeropuerto de Liberia y la construcción del puente sobre el Río Tempisque, los cuales han facilitado el ingreso y movilización de turistas, tanto nacionales como extranjeros.

Los cambios en infraestructura hotelera en la zona ubicada entre Santa Cruz y Liberia son notorios. Hoy en día existe una fuerte oferta hotelera y turística en esa área. Los cantones de Santa Cruz y Liberia han tomado conciencia de la importancia del turismo para su desarrollo y han fortalecido sus estrategias de mercadeo turístico, apoyados por el Instituto Nacional de Turismo y las cámaras de turismo de los alrededores. Por tanto:

“Los Centros Turísticos, son Liberia y Santa Cruz. La primera (por su posición) funciona como centro de escala para gente que va hacia el Parque Nacional Santa Rosa, centro de distribución para viajeros que van hacia las playas y como centro de excursión, para turistas que se hayan en los centros de estadía de playa o de montaña. Santa Cruz; ha perdido sus funciones como centro de distribución para los turistas que visitan las playas, las cuales pasaron a los centros de estadía costeros, incluso disminuyó la planta turística en la ciudad, sin embargo si cumple las funciones

de centro de escala para los viajeros que van hacia algunos sitios en el Corredor Guanacaste Sur.” (Plan General de Usos de la Tierra Guanacaste norte III-30).

La zona del Pacífico Norte de Guanacaste, limítrofe con la frontera con Nicaragua, a pesar del impacto turístico que se ha generado en los cantones de Liberia y Santa Cruz, no ha logrado un despegue turístico importante. Esta situación afecta a los inversionistas hoteleros del cantón de La Cruz y zonas aledañas, quienes tuvieron la visión del potencial turístico del lugar, principalmente, enfocado al turismo natural (ecoturismo y turismo de aventura), al de sol/playa, así como a la posibilidad de ofrecer al turista extranjero un paquete de dos países por uno (Costa Rica-Nicaragua), tanto por la cercanía de ese país, como por los atractivos turísticos que puede generar dentro de una oferta turística diferenciada.

Se observa, por tanto, una pasividad del gobierno local de La Cruz de Guanacaste, y de sus residentes, para tomar consciencia de la importancia del desarrollo turístico para su cantón, con miras a obtener un mayor desarrollo y empleo, para mejorar así las condiciones socioeconómicas de sus pobladores.

Es sumamente urgente para los hoteleros de La Cruz de Guanacaste contar con un plan estratégico de marketing turístico para la zona de La Cruz, Guanacaste bajo la categoría de turismo de naturaleza (ecoturismo y turismo de aventura) y de sol/playa, que proyecte y promocioe ese lugar como un destino interesante para visitar.

El cantón de La Cruz no debe dejar pasar sus oportunidades turísticas, por desconocimiento o falta de visión, mientras el resto de la provincia crece aceleradamente, gracias a la industria sin chimeneas. La Cruz tiene un gran potencial que debe ser canalizado adecuadamente para producir un producto interesante y vendible, mediante un desarrollo turístico sostenible, ya que no basta contar con hermosos lugares naturales; el producto se genera mediante la

relación estrecha entre la riqueza natural del lugar y los servicios asociados combinados. Entonces, se requiere una buena planificación y servicios profesionales, para introducir al mercado y promocionar, el turismo de naturaleza.

Un plan de mercadeo turístico permite mayor flexibilidad, entre otros aspectos, para:

- Determinar el potencial de la zona.
- Aplicar los recursos de los mercados e instrumentos con mayor posibilidad de generar turismo hacia la zona.
- Llevar a cabo una promoción equitativa del conjunto de destinos turísticos del lugar.
- Obtener apoyo gubernamental para el desarrollo turístico de La Cruz, con participación del Instituto Costarricense de Turismo y cámaras de turismo, así como de gobiernos extranjeros que financian proyectos, principalmente de índole ecoturístico.

3. TEMA

Establecimiento de los componentes básicos para el desarrollo de un plan estratégico de marketing turístico para la zona de La Cruz, Guanacaste, bajo la categoría de turismo de naturaleza (ecoturismo y turismo de aventura), y de sol y playa.

4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo desarrollar los componentes básicos para desarrollar un plan estratégico de marketing turístico para la zona de La Cruz, Guanacaste, bajo la categoría de turismo de naturaleza, específicamente en el área ecoturística y de aventura, así

como de sol y playa, que fomente la promoción del lugar y promueva una mayor afluencia turística, creando mayores oportunidades de desarrollo y de empleo?

5. OBJETIVOS

a) Objetivo general

Analizar los pasos para establecer un plan estratégico de marketing turístico para la zona de La Cruz, Guanacaste, bajo la categoría de turismo de naturaleza, específicamente en el área ecoturística y de aventura, y de sol y playa.

b) Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la zona bajo la categoría de Turismo de naturaleza (ecoturismo y turismo de aventura) y de sol/playa.
- Determinar el perfil del turista que visita la zona, así como los factores que lo influyen para elegir ese destino turístico.
- Conocer la percepción que tienen los turistas y residentes de La Cruz como destino turístico, bajo la categoría de turismo de naturaleza (ecoturismo y turismo de aventura, así como de sol/playa).
- Determinar el potencial de la riqueza natural y paisajística de La Cruz de Guanacaste, para crear nuevos productos turísticos.
- Mencionar los componentes para generar la base de un plan estratégico de mercadeo aplicado al turismo.

6. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL ESTUDIO

El presente caso está estructurado bajo los métodos de la investigación exploratoria y descriptiva, mediante los cuales se puede lograr, en forma sistemática, el desarrollo del estudio.

Se realizó un análisis de la situación turística y hotelera de La Cruz de Guanacaste, así como del establecimiento de un perfil del turista que visita la zona, con el fin de desarrollar un plan estratégico de marketing turístico, bajo la categoría de turismo de naturaleza, específicamente en el área ecoturística y de aventura.

La investigación exploratoria, por su parte, se utiliza, principalmente, para examinar un tema o problema que no ha sido desarrollado anteriormente, o que sea similar bajo un contexto diferente.

En esta investigación se utiliza el método de investigación descriptiva, el cual permite recopilar datos y tabularlos, describir e interpretar su significado y ofrecer posibles alternativas de solución.

a) Investigación exploratoria

La investigación exploratoria permite analizar un tema, en forma preliminar, con el objetivo de recabar información relevante que sirva para realizar una investigación más amplia, delimitar posibles problemas para una investigación futura e indicar afirmaciones, entre otros.

Hernández Sampieri, Hernández Collado y Baptista Lucio (2002) indican que este tipo de investigación se efectúa *“cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes”* (p.115).

La investigación exploratoria también, resulta muy conveniente para la toma de decisiones, porque es de bajo costo e implica un mínimo de tiempo en su aplicación, comparada con otras técnicas.

Entre las técnicas utilizadas en la investigación exploratoria se pueden citar: las fuentes secundarias de información, la observación, las entrevistas con expertos, las entrevistas de grupos con especialistas y las historias de casos.

Ciertamente, la investigación exploratoria es más flexible y amplia con respecto a la metodología utilizada en otros tipos de investigación; sin embargo, implica un mayor riesgo por el tipo de información obtenida, enfocada más a la observación y a opiniones recabadas. Por tanto, requiere del investigador cierta sagacidad y capacidad para analizar e interpretar los datos.

b) Investigación descriptiva

Según Hernández Sampieri, et al. (2002), los estudios descriptivos se pueden definir como:

“los descriptivos se centran en recolectar datos que muestren un evento, una comunidad, un fenómeno, hecho, contexto o situación que ocurre (para los investigadores cuantitativos: medir con la mayor precisión posible). Este es su valor máximo”. (p. 120).

La investigación descriptiva se enfoca, básicamente, en la recolección y medición de datos, y no pretenderá analizar en forma correlacional la información obtenida, sino que describirá la situación o situaciones resultantes de su estudio.

Por lo tanto, los estudios meramente descriptivos se caracterizan por obtener diagnósticos o pronósticos de una realidad específica, que permitan brindar una descripción e interpretación de dicha realidad, relacionándola con hechos que influyan en una situación dada.

7. ENFOQUES CUANTITATIVO Y CUALITATIVO

La investigación realizada en el presente trabajo abarca tanto la investigación cuantitativa como la cualitativa, ya que el empleo de ambos métodos es necesario para lograr un panorama más amplio de la realidad circundante.

Referente a las investigaciones cualitativas y cuantitativas, Hernández Sampieri, et al. (2002) nos indican lo siguiente:

“La investigación cuantitativa nos ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos y un punto de vista de conteo y magnitudes de éstos. Asimismo, nos brinda la posibilidad de réplica y un enfoque sobre puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares. Por su parte la investigación cualitativa da profundidad a los datos, la dispersión, la riqueza interpretativa, la contextualización del ambiente o entorno, los detalles y las experiencias únicas. También aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad” (p. 18).

La investigación cuantitativa está más dirigida a los datos obtenidos mediante la aplicación de técnicas probabilísticas, los resultados son más medibles y controlados, la investigación cualitativa, la cual se fundamenta en la comprensión de situaciones o fenómenos y la observación y por lo tanto es más subjetiva, a pesar de que genera datos más enriquecedores y profundos que la investigación

cuantitativa, de ahí la importancia de la utilización de ambos métodos en la investigación. Por ejemplo, en los estudios dirigidos al comportamiento del consumidor, es fundamental incluir también la investigación cualitativa.

8. DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Para el desarrollo del presente caso se requirió recolectar información mediante métodos e instrumentos pertinentes que proporcionarán los datos apropiados para los fines requeridos. Entre los instrumentos aplicados se pueden citar: la observación, la entrevista, la entrevista estructurada y la encuesta.

Los instrumentos tales como la observación, la entrevista y la encuesta son técnicas creadas para recopilar datos estadísticos que no existen y, por lo que el investigador se debe dar a la tarea de recopilarlos.

a) Métodos cualitativos

a.1) Observación

Este instrumento de recolección de información se puede definir como:

“La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias. Es un método más utilizado por quienes están orientados conductualmente. Puede servir para determinar la aceptación de un grupo respecto a su profesor, analizar conflictos familiares, eventos masivos, la aceptación de un producto en un supermercado, el comportamiento de deficientes mentales, etc.”
<http://www.monografias.com/trabajos15/la-stadistica/la-stadistica.html#intro>, 2006).

Por lo tanto, mediante esta técnica los datos se obtienen a través de la observación y se utiliza algún método para recopilar la información, como fichas, grabaciones, disquetes, CD, etc. Su aplicación resulta de bajo costo y muy fácil de implementar.

a.2) Entrevista

La entrevista permite una relación directa del entrevistado (fuente) con el entrevistador (recopilador), ya que para su aplicación se requiere del establecimiento de un diálogo dirigido (preguntas abiertas preestablecidas (entrevista por pautas o guías) o temas de interés por desarrollar (entrevista focalizada), durante la recolección de la información para un estudio o investigación. También se puede aplicar la entrevista informal, que consiste en una simple conversación del tema estudiado, no es formal y es muy libre.

Miguel Gómez Barrantes (1998) indica que la entrevista consiste en que *“Un entrevistador visita a la persona que tiene la información y la obtiene de ella a través de una serie de preguntas que vienen planteadas en un cuestionario o boleta, en la cual se anotan las respuestas”* (p.33).

La entrevista, además del método personalizado, también se puede aplicar por teléfono o por correo. Por teléfono, la entrevista debe ser de corta duración, en comparación con la personalizada. Por correo también, resulta efectiva, pero en ocasiones se tiene el problema de falta de respuesta.

b) Métodos cuantitativos

b.1) Encuesta

La encuesta busca recopilar información a través de la formulación de preguntas directas y estructuradas a los encuestados, sobre los problemas del objeto de estudio, mediante un cuestionario. Posteriormente, se realiza un análisis cuantitativo de los datos para obtener las conclusiones del caso.

Ander-Egg (1990) indica que el cuestionario *“se trata de un procedimiento de recopilación de datos cuya característica fundamental es... que los encuestados contestan por sí mismos, es decir, sin la intervención directa de ninguna de las personas que participan en el trabajo de campo”* (p. 244).

En vista de que en la mayor parte de los casos no se puede abarcar a la totalidad de la población que podría ser encuestada, se suele utilizar una muestra significativa de esta; esto es lo que se conoce como las encuestas por muestreo, en las cuales se escoge, mediante algún método probabilístico, una parte representativa de todo el universo que es el objeto de investigación, y las conclusiones obtenidas se proyectan a la totalidad del universo. En estos casos, siempre se debe tener presente el error de muestreo, al que se debe aplicar la regla de que a menor grado de error se tiene un mayor grado de confiabilidad de los datos obtenidos.

Una de las mayores ventajas de las encuestas es que los resultados se pueden cuantificar y agrupar de tal forma que se puedan generar cuadros estadísticos que permiten mayor precisión y un mejor análisis de la información recopilada.

Al elaborar un cuestionario es importante realizar una prueba previa, que consiste en seleccionar una pequeña fracción de la muestra por encuestar y aplicar el instrumento, con el objetivo de determinar posibles errores en el cuestionario, ya

sea en cuanto a la redacción de las preguntas, el orden de las preguntas, repetición de preguntas o si fuera necesario incluir otras. En síntesis, se busca detectar posibles fallas del cuestionario y corregirlas a tiempo, antes de aplicarlo a la totalidad de la muestra.

9. ORIGEN DE LOS DATOS

Los datos representan información que puede ser procesada, y para obtenerla se utilizaron sujetos y fuentes diversas de información.

a) Los sujetos

Los sujetos se pueden definir como las personas físicas que tendrán una participación relevante en el trabajo.

De conformidad con lo anterior, están integrados tanto por la muestra representativa de la totalidad de la población en estudio, como por los sujetos a quienes se les aplicó la entrevista.

A continuación se detalla la lista de sujetos de investigación que se utilizaron para la aplicación de los instrumentos de recolección de información.

- a. Gerentes y dueños de hoteles con declaratoria turística del cantón de La Cruz de Guanacaste. En total son cuatro hoteles con esas características: Albergue Colinas del Norte, Bolaños Bay Resort, Eco-Playa Beach Resort y Albergue Los Inocentes, de los cuales se escogieron tres empresarios para realizar la entrevista a profundidad.
- b. Autoridades del gobierno local relacionadas con el sector turístico.
- c. Representantes de la Cámara de Turismo de Liberia.

- d. Turistas nacionales o extranjeros de visita en el cantón La Cruz de Guanacaste, mayores de 18 años. Para determinar la muestra de la población se utilizará el método probabilístico y se aplicará el cuestionario a los visitantes de los hoteles con categoría de declaratoria turística; posteriormente, a turistas que se encuentren en el centro de La Cruz y en los sitios con atractivos turísticos de la zona.
- e. Residentes del área central del cantón de La Cruz de Guanacaste, mayores de 18 años.

Se utilizarán cuestionarios y entrevistas para recopilar la información requerida.

b) Las fuentes

Las fuentes de información representan toda aquella información que se ha recopilado de personas, entidades y fuentes bibliográficas, internet, etc., sobre el tema en estudio, la cual se ha procesado y se encuentra a disposición del investigador.

Las fuentes de datos son de dos tipos: primarias y secundarias.

Las fuentes primarias contienen información directa, de primera mano y son más confiables. Para el presente estudio se utilizaron entrevistas y cuestionarios para obtener la información primaria.

Las fuentes secundarias se refieren a la información escrita que se pueda obtener sobre el tema de interés. En esta investigación se utilizaron fuentes secundarias como bibliografía de consulta, información en internet, datos estadísticos del Instituto Costarricense de Turismo, Municipalidad de La Cruz y Cámaras de Turismo, principalmente.

10. La población

En todo estudio se toma como referencia un conjunto o grupo de unidades o elementos que pueden ser personas o empresas, entre otros. Para el presente caso, los datos primarios se obtendrán de la población en estudio, para lo cual se realizarán dos encuestas, una dirigida a los residentes en el área central de La Cruz de Guanacaste, mayores de 18 años, y la otra corresponderá a los turistas nacionales y extranjeros, mayores de edad, que visitan la zona. La selección de cada una de las muestras (turistas y residentes) se realizará mediante la aplicación del método probabilístico.

La aplicación de la encuesta a estos grupos de población permitirá obtener información valiosa para analizar la situación turística, el perfil del turista de la zona, así como la posición y el sentir de la población con respecto a la actividad turística, entre otros.

La encuesta dirigida a los habitantes del cantón de La Cruz se aplicará a una muestra de 105 personas, mayores de 18 años, residentes en el casco central del cantón.

En cuanto a la encuesta elaborada para los turistas nacionales y extranjeros, mayores de 18 años, que se encuentren de visita en el cantón de La Cruz de Guanacaste, esta permitirá obtener información valiosa referente a sus gustos y preferencias en atractivos turísticos, intereses de visita en la zona, su uso de la infraestructura hotelera y de servicios turísticos, y el perfil del visitante.

Para lograr una mejor comprensión de la problemática del desarrollo turístico en la zona de La Cruz de Guanacaste, resulta necesario conocer la posición que tienen al respecto los empresarios turísticos y hoteleros, que son los entes económicos activos, por lo tanto, se aplicará una entrevista muy específica a los gerentes de tres hoteles con declaratoria turística en la zona. Sus posiciones y sugerencias

son enriquecedoras para establecer una estrategia mercadológica para el área en mención.

11. La muestra

En vista de que no podemos aplicar el cuestionario a la totalidad de la población, el segundo origen de los datos obtenidos se centrará en una muestra representativa de la totalidad de la población.

Asti, A. (1999) define la muestra como *“el conjunto de elementos mencionados y extraídos de una población con el objeto de descubrir alguna característica de dicha población y basándose en el postulado de que las conclusiones formuladas, acerca de la muestra, valen también para la población de la cual ha sido extraída”* (p. 15).

Para el presente estudio se seleccionará del total de la población, un número específico de elementos a partir de un intervalo, con el fin de que cada elemento de la población tenga la misma probabilidad de ser seleccionado.

El muestreo se realizará a dos poblaciones diferentes, en forma independiente, una compuesta por los pobladores del área central del cantón de La Cruz de Guanacaste, y la otra a los turistas nacionales y extranjeros que se encuentren de visita en la zona durante el período de estudio.

Cálculo de la muestra probabilística

En el presente caso se obtendrá una muestra probabilística, para lo cual se determina el tamaño de la muestra por medio de una selección aleatoria, con el fin de que cada uno de los elementos que componen la población tengan igual posibilidad de elección. Esto permite eliminar los sesgos de selección y se

producen errores que son medibles, lo cual permite incluso que sean tan pequeños como se desee aumentar el tamaño de la muestra.

a) Cálculo de la muestra para la aplicación del cuestionario a los habitantes del área central del cantón de La Cruz de Guanacaste

La población del cantón de La Cruz de Guanacaste está integrada por un total de diecisiete mil quinientos habitantes, de los cuales siete mil ochocientos ochenta y ocho habitantes residen en el área central del cantón, según los datos aportados por la Municipalidad de La Cruz de Guanacaste. Para la presente investigación se trabajará con el total de los habitantes ubicados en el área central del cantón.

Se determinaron las siguientes fórmulas estadísticas para determinar la muestra aleatoria simple:

a.1) Para población infinita.

Utilización de los datos:

n es el tamaño de la muestra.

Z es el nivel de confianza 1.644 (90%).

p es la variabilidad positiva 0.5.

q es la variabilidad negativa 0.5.

E es la precisión o error 0.08 (8%).

$$n = \frac{1.644^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.08^2}$$

$$n = \frac{2.702736 \times 0.5 \times 0.5}{0.08^2}$$

$$n = \frac{0.675684}{0.0064}$$

$$n = 106$$

a.2) Corrección para la población finita, utilizando el total de 7.888 habitantes que corresponden al área central del cantón de La Cruz de Guanacaste.

$$n = \frac{n_1}{1 + \frac{n_1}{N}}$$

Donde:

n_1 es el tamaño de la muestra encontrado para poblaciones infinitas en la fórmula anterior (106 personas).

N es el tamaño de la población finita que se desprende de los datos suministrados por la Municipalidad de La Cruz, Guanacaste (7.888 personas).

$$n = \frac{106}{1 + \frac{106}{7.888}}$$

$$n = \frac{106}{1.013438134}$$

$$n = 105$$

Para el presente estudio se tomará una muestra de 105 habitantes.

b) Cálculo de la muestra para la aplicación del cuestionario a los turistas que visitan el cantón de La Cruz de Guanacaste.

Se carece de datos exactos sobre la cantidad anual de turistas nacionales y extranjeros que visitan La Cruz de Guanacaste, por tal razón se calculó la población de visitantes por medio de la demanda total anual del área de estudio, utilizando la fórmula específica para tales fines que se encuentra en la Sección VI-33, del Plan General de usos de la tierra en la Zona Costera de la Unidad de Planeamiento de Guanacaste norte (I.C.T., 1998).

Se utilizará, entonces, la siguiente metodología:

$$D = \frac{H \times IR \times O \times 365}{E}$$

Donde:

D = Demanda total anual, incluyendo nacionales y extranjeros.

H = Número de habitaciones hoteleras disponibles.

IR = Índice de rendimiento.

O = Porcentaje de ocupación anual en promedio.

365 = Número total de días por año.

E = Estadía promedio de los visitantes.

Para el caso de la zona de La Cruz de Guanacaste en estudio, los datos son los siguientes:

H = 155 habitaciones (Véase el anexo No. 1)

IR = 2.3 plazas por habitación *

O = 51.3% de ocupación anual *

E = 6 días de estadía de nacionales y extranjeros *

* Los datos anteriores se obtuvieron del Plan General de Usos de la Tierra en la Zona Costera de la Unidad de Planeamiento Guanacaste norte, en el apartado VI-34.

Por lo tanto:

$$D = \frac{155 \times 2.3 \times 0.513 \times 365}{6} = 11.125$$

b.1) Cálculo de la población infinita.

Utilización de los datos:

n es el tamaño de la muestra.

Z es el nivel de confianza 1.644 (90%).

p es la variabilidad positiva 0.5.

q es la variabilidad negativa 0.5.

E es la precisión o error 0.08 (8%).

$$n = \frac{1.644^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.08^2}$$

$$n = \frac{2.702736 \times 0.5 \times 0.5}{0.08^2}$$

$$n = \frac{0.675684}{0.0064}$$

$$n = 106$$

b.2) Corrección para la población finita, utilizando el total de 11.125 de turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón de La Cruz de Guanacaste.

$$n = \frac{n1}{1 + \frac{n1}{N}}$$

Donde:

n1 es el tamaño de la muestra encontrado para poblaciones infinitas en la fórmula anterior (106 personas).

N es el tamaño de la población finita que se desprende del cálculo de la demanda total anual del área de estudio (11.125 turistas nacionales y extranjeros).

$$n = \frac{106}{1 + \frac{106}{11.125}}$$

$$n = \frac{106}{1.00952809}$$

$$n = 105$$

12. ALCANCES Y LIMITACIONES

a) Los alcances

El presente trabajo de investigación se realizará para que los empresarios y el gobierno local cuenten con un plan estratégico de marketing turístico para la zona de La Cruz, Guanacaste, bajo la categoría de turismo de naturaleza, específicamente en el área ecoturística y de aventura, que fomente la promoción del lugar, promueva una mayor afluencia turística y permite mayores oportunidades de desarrollo y de empleo.

b) Las limitaciones

La realización del estudio durante la temporada baja de turismo, lo que puede producir sesgos en la información recopilada.

a) La distancia que separa los diferentes hoteles de la zona, cuyo promedio son doce kilómetros, lo cual aumenta los costos de aplicación de la encuesta y el tiempo de finalización.

b) El bajo nivel educativo de los habitantes de la zona lo que puede producir sesgos en los datos recabados.

c) La falta de concienciación de los habitantes de La Cruz de Guanacaste sobre la importancia del turismo como motor de desarrollo económico y social.

d) La falta de estudios estadísticos sobre el número de turistas que visitan la zona y los servicios requeridos por ellos.

Caso: “Los componentes básicos para el desarrollo de un plan estratégico de marketing turístico para la zona de La Cruz de Guanacaste, bajo la categoría de turismo de naturaleza (ecoturismo y turismo de aventura), sol y playa.”

a) La actividad turística a nivel mundial

Si queremos conceptualizar el término “turismo”, podemos encontrar diversas definiciones, pero en general, se dice que el *“Turismo es el movimiento migratorio temporal, por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro. La corriente turística puede desarrollarse dentro o fuera de un mismo país, generando el concepto de turismo interior, turismo exterior y turismo receptivo.”* (es.wikipedia.org/wiki/Turismo, 2006).

De ahí que cualquier viaje o desplazamiento que se realice con un objetivo recreativo o de diversión, puede considerarse como turismo.

Sin embargo, existen muchas motivaciones que estimulen el interés de un individuo a realizar un viaje, tales como: el disfrute de la naturaleza, la combinación de sol y playa, los negocios, el conocimiento de nuevas culturas o de lugares con riqueza arqueológica, etc.

Los lugares pueden contener un potencial turístico; sin embargo, para que la actividad se pueda llevar a cabo como tal, se requiere la creación de un producto que implica el apoyo de servicios adecuados que fomenten la atracción turística a un área determinada; en otras palabras, debemos dotar al potencial turístico de un valor agregado que capitalice la oferta y aumente la demanda turística.

La actividad turística implica un desplazamiento temporal a nuevos lugares, alejados del domicilio habitual y, por tanto, el turista requerirá de una oferta que le brinde acceso a alimentos, bebidas, alojamiento, actividades recreativas, posibilidad de descanso, adquisición de *souvenirs*, entre otros.

La actividad turística ha adquirido gran importancia a nivel mundial y anualmente se movilizan millones de personas con fines recreativos y de placer.

En el mismo sentido, se puede encontrar una oferta turística muy variada en diversos países y en diferentes continentes, para satisfacer los gustos y preferencias de los visitantes, según su capacidad económica.

b) El turismo a nivel nacional

La turismo es una actividad económica de gran dinamismo para Costa Rica, si tomamos en consideración que “Costa Rica con un 6.6% del PNB generado por el turismo, supera a España con 4.8%, a México con 3.1%, a Francia con 1.8%, a Estados Unidos con 0.7% y a Brasil con 0.4%, en términos relativos al PIB” (Campos y Lizano, 1993, pág. 7).

El turismo en Costa Rica es una *“actividad intensiva de mano de obra e insumos locales, teniendo por tanto una gran potencialidad (todavía no suficientemente aprovechada) de generar empleo e ingreso e impulsar encadenamientos horizontales y verticales relativamente significativos, en particular en el ámbito micro-regional.”* (Proyecto de Turismo Rural Comunitario como Instrumento de Desarrollo Local. PNUD-I.C.T., 2006, pág. 7).

De ahí que, como modelo de desarrollo, el turismo representa una gran oportunidad para nuestro país, que necesita diversificar su economía ante los efectos de la competitividad y que requiere nuevas fuentes no tradicionales de producción para generar mayores ingresos y una mejor distribución de estos.

En datos más recientes aportados por el Instituto Costarricense de Turismo, se puede observar el comportamiento de los ingresos que ha tenido Costa Rica por el

aumento de la afluencia de turistas extranjeros al país en los últimos años, lo cual ha convertido al turismo en una de las principales actividades económicas:

Cuadro No. 1

**Ingresos por turismo versus otras fuentes de ingreso de divisas para el Costa Rica.
2001-2005**

RUBRO	2001	2002	2003	2004	2005
Llegadas de turistas internacionales a Costa Rica	1.131.406	1.113.359	1.238.692	1.452.926	1.679.051
Exportaciones de productos tradicionales (millones de \$)	738,8	691,1	793,8	800,7	758,0
Café (millones de \$)	161,8	165,1	193,6	197,6	232,7
Banano (millones de \$)	516,0	477,5	553,1	543,3	481,8
Piña (millones de \$)	133,8	156,2	197,4	255,9	325,7
Productos farmacéuticos (millones de \$)	81,0	90,1	103,0	110,0	103,2
TURISMO (millones de dólares)	1.095,5	1.078,0	1.199,4	1.358,5	1.569,9
Total de exportaciones (millones de \$)	5021,4	5263,5	6102,2	6301,5	7021,0
PIB (millones de dólares) 1/	16403,4	16844,2	17514,4	18557,2	19813,7
Relación turismo/PIB (%)	6,7	6,4	6,8	7,3	7,9
Relación turismo/exportaciones (%)	21,8	20,5	19,7	21,6	22,4

1/ Los datos correspondientes al 2005 son preliminares.

Fuente: Cuadro No. 45. Anuario Estadístico de Turismo actualizado. Instituto Costarricense de Turismo. 2006

El impacto del turismo tiene su efecto en diversos puntos de la economía, desde la generación de nuevas fuentes de empleo directas e indirectas, en la educación, la salud, la infraestructura, y en el aumento de actividades secundarias generadas por esta actividad. Así pues, es un motor de desarrollo socioeconómico para las diferentes regiones.

El turismo se puede promover de diferentes maneras, tal como se puede extraer del cuadro que se detalla:

Cuadro No. 2

Distribución de los entrevistados que visitaron Costa Rica por motivo de vacaciones según respuesta a : "¿de qué manera se enteró e interesó por Costa Rica como destino turístico ?"

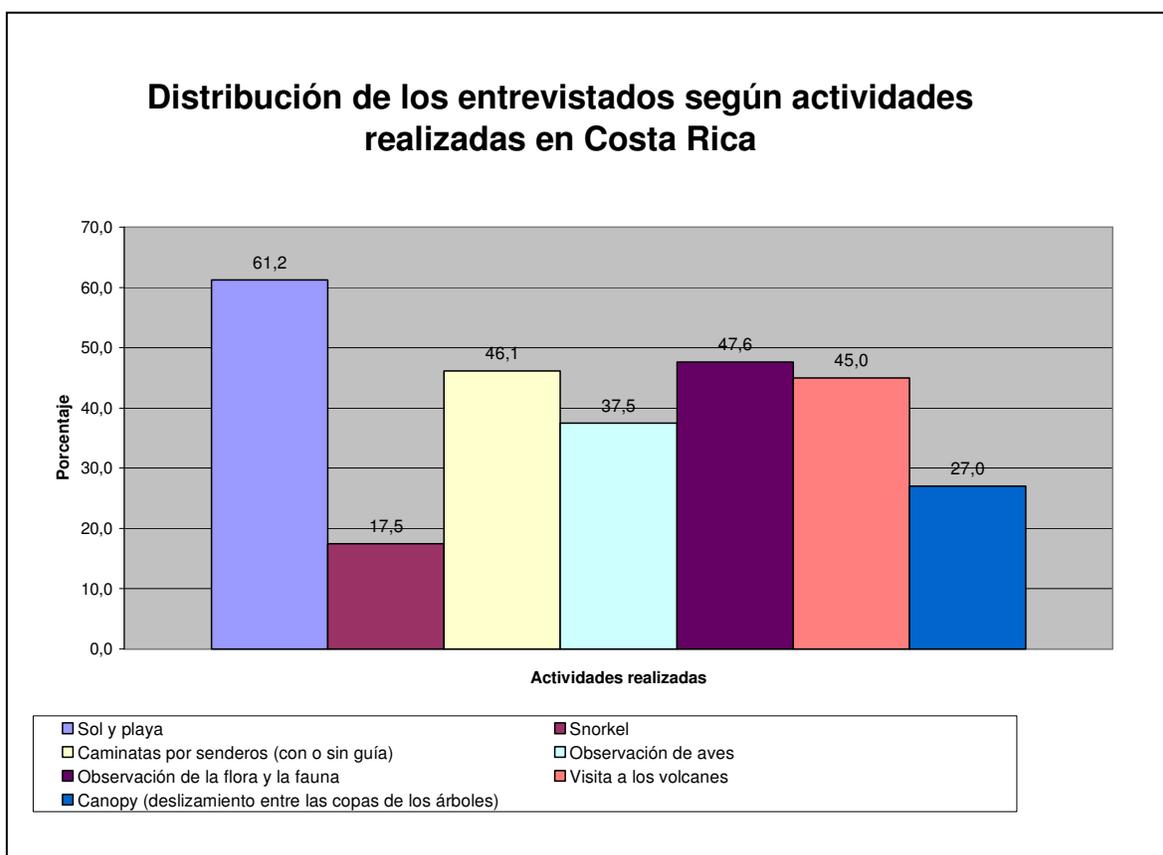
Respuestas a la consulta	% de entrevistados
Una agencia de viajes le sugirió el viaje	8,5
Leyó un artículo o anuncio en un periódico y/o revista	4,2
Vio un comercial de televisión sobre Costa Rica	1,4
Visitó el WEB SITE del Instituto Costarricense de Turismo	5,9
Otro Web Site	12,3
Llamó al número 800 y recibió información sobre Costa Rica	0,0
Amigos y/o familiares le recomendaron Costa Rica como destino turístico	72,1
Embajada o consulado en su país	0,3
Programa de intercambio cultural / estudiantil	0,5
Había estado en Costa Rica ANTERIORMENTE por otros motivos y regresó de vacaciones	4,0
De otra manera	4,4

Fuente: Cuadro No. 3. Encuesta aérea realizada el IV Trimestre del 2005. Instituto Costarricense de Turismo.

Esta información es importante, porque el turismo también se relaciona con la educación, ya que para lograr servicios turísticos idóneos, además de la infraestructura y el producto turístico en general, se requiere una formación y capacitación continua, en todos los niveles organizativos y comunales, con el fin de lograr brindar la mejor atención y satisfacer las demandas del visitante. Sobre todo, si la recomendación, el famoso "face to face", representa una de las principales formas en que el turista se motiva a visitar un lugar.

Costa Rica ofrece un interesante destino turístico para los visitantes, ya que tiene la versatilidad de ofrecer diferentes tipos de productos turísticos en un territorio muy reducido, y con distancias muy cortas entre un lugar y otro. Entre otros, sobresalen las categorías del turismo de sol y playa, turismo de naturaleza (ecoturismo, rural y de aventura), principalmente, como lo podemos extraer del siguiente gráfico:

Gráfico No. 1



Fuente: Gráfico No. 3. Encuesta aérea realizada el IV Trimestre del 2005. Instituto Costarricense de Turismo.

Cabe acotar que de la encuesta realizada por el Instituto Costarricense de Turismo, destacan las actividades turísticas de sol y playa con un 61.2%, seguidas en orden de prioridad por la observación de flora y fauna, las caminatas por senderos y visitas a volcanes con un porcentaje muy similar, que oscila entre

un 45.1% y un 47.6%. El *canopy* reflejó un 27% de preferencia y el *snorkel* un 17.6%. Estos datos indican el tipo de producto turístico que interesa al visitante, muy acorde con las condiciones de biodiversidad de nuestro país, sus atractivos de la zona marítimo terrestre (playas) y el clima.

Costa Rica goza de una gran variedad de microclimas, en muy poca extensión, lo cual le permite al visitante disfrutar de varios ecosistemas sin tener que desplazarse hacia otros países.

Según los datos aportados por el Instituto Costarricense de Turismo, Costa Rica cuenta con una gran riqueza natural, que se puede resumir en diecisiete parques nacionales y siete reservas biológicas, los cuales representan un 10% del territorio nacional (4.900 km²). Además, se han creado refugios de vida silvestre, reservas forestales, reservas protegidas y parques nacionales.

c) Antecedentes

El auge del turismo en Costa Rica se ha hecho sentir en las diferentes regiones, y la zona de Guanacaste norte no ha sido la excepción, tal como lo podemos concluir del siguiente cuadro relativo a la estimación de turistas por región:

Cuadro No. 3

Estimación del número de turistas según región visitada
2002-2005

Años	turistas est. Valle Central	turistas est. Guanacaste Norte	turistas est. Guanacaste Sur	turistas est. Puntarenas e islas del Golfo	turistas est. Pacífico Medio	turistas est. Península de Osa	turistas est. Caribe Norte	turistas est. Puerto Limón	turistas est. Caribe sur	turistas est. Zona Norte	turistas est. Monteverde
2002	644.883	177.270	50.387	110.581	234.395	54.368	68.305	29.223	69.137	182.772	107.701
2003	659.911	178.872	51.544	114.903	265.766	58.854	76.893	27.260	88.385	222.948	125.264
2004*	726.856	220.336	90.727	146.507	359.874	82.354	95.177	47.414	107.553	264.582	168.565
2005*	1.025.588	379.922	87.745	141.108	391.191	78.104	108.357	32.139	110.666	332.881	204.293

*se incluye el Aeropuerto Daniel Oduber

Fuente: Estimación de visitantes por regiones 2002-2005. Instituto Costarricense de Turismo.

Ha habido un crecimiento sostenido del número de turistas que llegan a la zona Guanacaste norte entre los años 2002 y 2005, y se nota un aumento más acelerado entre los años 2004 y 2005 de 159.586 visitantes, supera con mucho a la región Pacífico Medio. La construcción del Aeropuerto Daniel Oduber en Liberia ha ayudado a incrementar la afluencia turística en esta zona, principalmente, en el período mencionado.

Las cadenas hoteleras internacionales muestran un creciente interés por la zona de Guanacaste norte, entre las que podemos citar las cadenas Meliá y Barceló, que han abierto establecimientos en régimen de franquicia, y la cadena Occidental que ha negociado la adquisición de dos hoteles en la costa norte que formarán parte del complejo de Golfo Papagayo. Este último proyecto ha recibido grandes inyecciones de capital extranjero y nacional, y está destinado a reactivar un espacio de más de 970 hectáreas, según datos suministrados por el Instituto Costarricense de Turismo.

La zona de Guanacaste norte tiene una gran diversidad geográfica, variedad de paisajes y entornos naturales. Su clima es tropical seco y cuenta con dos estaciones climáticas, una lluviosa y otra seca. Estas características del área posibilita que se cuente con una oferta turística con capacidad de ser combinada: naturalismo, sol/playa y aventuras, lo cual requiere que se cuente con la infraestructura y los servicios necesarios para dar soporte a un buen producto final, muy acorde con las campañas que el Instituto Costarricense de Turismo ha lanzado a nivel internacional para ***“posicionar al país como un “paraíso” de la naturaleza”*** (Plan General de Usos de la Tierra en la Zona Costera de la Unidad de Planeamiento Guanacaste norte. I.C.T. 2006. III-31).

El crecimiento de la infraestructura turística del área no ha sido equilibrado con respecto a los diferentes cantones que la conforman y que tienen capacidad de desarrollo turístico, por lo cual *“En este momento, en la zona de Guanacaste norte se han desarrollado dos centros turísticos principales que son “Liberia (centro de*

estadía, distribución, escala y excursión) y Santa Cruz, así como El Coco, Tamarindo y Flamingo” (Plan Nacional 2002-2012, I.C.T., pág. 31).

El cantón de La Cruz de Guanacaste, que es el centro de interés para este análisis, es uno de los sitios que presenta mayores problemas con este desequilibrio en el desarrollo turístico de la zona de Guanacaste norte. Lo podemos observar con los datos aportados por el Instituto Costarricense de Turismo, referentes a la cantidad de habitaciones y hoteles con declaratoria turística. Actualmente, el cantón de La Cruz cuenta únicamente con cuatro hoteles con declaratoria turística, según la información contenida en el resumen sobre Hospedaje con Declaratoria Turística 2006, del Instituto Costarricense de Turismo, a saber: Albergue Colinas del Norte, Bolaños Bay Resort, Eco-Playa Beach Resort y Albergue Los Inocentes. Si se comparan estos datos con los contenidos en el Cuadro No. 55, Oferta de Hospedaje con declaratoria según cantones del Anuario Estadístico 2004 (Véase el anexo 1), se observa que La Cruz mantiene esos mismos cuatro hoteles con declaratoria turística, es decir, en dos años no ha crecido la oferta de infraestructura hotelera con adecuados estándares de calidad. Se conservan, entonces, las mismas 155 habitaciones para cubrir la demanda turística de la zona.

Los principales atractivos turísticos de la zona de Guanacaste norte son “*El Parque Nacional de Santa Rosa, que integran la Casona Histórica, el desove de la tortuga lora, Playa Naranjo y el bosque tropical seco, complementados con algunas playas como Puerto Soley, el Hachal, Cabuyal y sitios de buceo cercanos a Punta Descartes, Punta Moros, Punta Santa Elena y las Islas Bolaños y Murciélago.*” (Plan Nacional 2002-2012, I.C.T., pág. 31). Es importante resaltar que la mayor parte de estos sitios turísticos pertenecen al cantón de La Cruz.

Para una mejor ubicación visual de la zona, se muestra a continuación el mapa de Guanacaste norte y, que incluye el cantón de La Cruz:

Mapa No. 1
Regiones Turísticas de Costa Rica
Principales Destinos



Fuente: www.ticotourism.com/costarica/spanish/destinos. 2006.

Liberia es el principal centro de abastecimiento para La Cruz de Guanacaste y se encuentra a tan solo 80 kilómetros de distancia. Desde el punto de vista turístico, es el “centro de estadía, distribución, escala y excursión” (Ibídem) para los visitantes. Si relacionamos este punto con el hecho de que la infraestructura turística de La Cruz no ha crecido significativamente en los últimos dos años, concluimos que La Cruz se ha convertido en un punto de paso para el turista hacia las áreas turísticas antes citadas y que son de gran importancia. Esta problemática desemboca en un perjuicio para los hoteleros de La Cruz de Guanacaste, ya que la mayor parte de los turistas no tiende a pernoctar allí, sino que hace uso de las atracciones y se retorna a Liberia. No hay datos exactos que indiquen el efecto que este problema genera en los índices de ocupación de la zona. Sin embargo, don Gerardo Valverde (2006) (Véase anexo No. 8), administrador hotelero, comentó que:

“Resulta preocupante la poca afluencia de turistas extranjeros en La Cruz de Guanacaste, durante la mayor parte del año, predominando el turismo nacional. Incluso, hoteles como Eco-Playa han sufrido períodos de muy baja ocupación, además de que debe haber una actitud más activa de los personeros del Gobierno Local para mejorar los servicios turísticos del área, incluso del mismo centro de La Cruz, específicamente, El Mirador (uno de los lugares con mayor atractivo) que se encuentra en un lamentable estado de abandono”.

Este comportamiento incide en un lento crecimiento turístico de la zona, porque los visitantes tienen la característica de ser un turismo de paso, lo cual genera menores rendimientos económicos a los hoteleros y una falta de incentivo para nuevos inversionistas, que prefieren hacerlo en áreas de menor riesgo. Asimismo, no permite que el visitante se informe sobre la variedad de sitios turísticos que tiene a disposición, que bien promovidos pueden ofrecer un producto diferenciado. Aunado a ello, en este momento, la mayor parte de los atractivos turísticos de La Cruz de Guanacaste tienden a presentar una ausencia de infraestructura, planta y servicios turísticos, según se describe en el Plan General de Usos de la Tierra Guanacaste norte VII-26.

Por lo tanto, se deberá realizar un estudio de la zona para determinar las alternativas mercadológicas más adecuadas para impulsar el crecimiento turístico y hotelero en el Cantón de La Cruz de Guanacaste.

d) Identificación del problema

El cantón de La Cruz de Guanacaste colinda con la frontera con Nicaragua; el centro de la ciudad se encuentra a tan solo 30 kilómetros de la línea fronteriza. Durante muchos años, se caracterizó por ser un lugar de paso de los visitantes que iban con rumbo a Nicaragua; sin embargo, de hace algunos años a la fecha,

con el auge del turismo en el área de Guanacaste norte, La Cruz se convirtió en un punto turístico de gran potencial por sus bellezas naturales, tanto en playas como en parques nacionales y reservas, entre otros.

Algunos empresarios, visionarios en su momento, percibieron el potencial de la zona y decidieron invertir en la construcción de hoteles de diversa categoría y tamaño, esperanzados en que a un mediano plazo, el lugar tendría un impulso turístico importante, máxime que así se contempla dentro de la estrategia estatal nacional que dictó las directrices a través de una política de incentivos que aceleró el desarrollo del sector, por medio de la Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 y el Plan General de Usos de la Tierra en la Zona Costera de la Unidad de Planeamiento Guanacaste norte, además del comportamiento del desarrollo turístico de Guanacaste, impulsado por la construcción del Aeropuerto Internacional de Liberia.

Sin embargo, hoy en día, hay gran preocupación del sector turístico y hotelero de la zona de La Cruz de Guanacaste, porque el desenvolvimiento turístico ha sido demasiado lento, lo cual ha afectado sus inversiones.

Seguidamente, se hará un recuento de las reuniones de ciertos empresarios de la zona, y de las acciones que están tomadas, en vista de que la situación es crítica, Johannes van der Meir, holandés, dueño de uno de los hoteles del lugar, decidió hacer una reunión general con los hoteleros de La Cruz, en el mes de agosto del 2006. Más allá de sus expectativas, la reunión fue muy concurrida y participativa, y entre los asistentes se encontraban los señores Johan Kraus, Federico Largaespada y Antón van Laarhoven.

En la reunión, el señor van der Meir expuso a los empresarios la necesidad de unir sus fuerzas para buscar una solución adecuada para mejorar la proyección turística y hotelera de La Cruz de Guanacaste.

Los hoteleros estuvieron de acuerdo en que a pesar de los logros del sector turístico en el área de Guanacaste norte (que incluye a Liberia, Santa Cruz y La Cruz), no ha existido una estrategia clara para lograr un desarrollo regional planificado y equitativo para todas las áreas involucradas, siendo, efectivamente, la zona más crítica, la de La Cruz de Guanacaste, donde incluso se carece de un plan turístico de desarrollo local.

El señor Federico Largaespada considera que no hay duda de que la actividad turística y hotelera de La Cruz es incipiente. Por su parte, el resto de los asistentes, tienen muy clara esa situación y que, si bien, existen planes nacionales y regionales para la zona, es imprescindible su unión para la búsqueda de alternativas, toma de decisiones y ejecución de acciones en el plano turístico-hoteler, con miras a desarrollar el área y obtener mayores beneficios generados por ese desarrollo, bajo un esquema de un uso racional y sostenido de los recursos naturales, sobre todo porque la principal riqueza del lugar es el turismo de naturaleza, que incluye el ecoturismo y el turismo de aventura, además del atractivo de las playas.

Kristal van der Meir, hija de Johannes van der Meir, y quien es una apasionada de la zona, aclara que el lugar cuenta con gran riqueza paisajística, principalmente de las partes altas con vista al mar, playas muy naturales, parques y reservas biológicas, todo dentro de un ambiente que permite desarrollar actividades turísticas importantes como el surfing, el *kitesurfing* (una de sus favoritas), la pesca deportiva, el buceo y el *snorkel*, el *canopy*, la observación de flora y fauna, entre otros.

Anton van Laarhoven señala que su interés en unificar fuerzas radica, principalmente, en que perciben que no tienen todo el apoyo necesario de las instituciones nacionales y de la municipalidad del cantón para impulsar, en un breve plazo, el nivel de afluencia turística que requieren sus negocios. Para fundamentar esta situación, el señor van der Meir menciona que, en promedio, los

hoteles de la zona funcionan casi todo el año entre un 40% a un 50% de su capacidad, lo cual es muy bajo para el sector hotelero, excepto en temporada alta, que tienen una ocupación de entre un 80% a un 100%. Esto es preocupante para cumplir con sus puntos de equilibrio y lograr márgenes de rentabilidad aceptables (van der Meir, 2006).

El señor Largaespada recalca que tienen un problema que resolver, inherente a todos, el cual es aumentar la demanda turística de La Cruz de Guanacaste, en un corto y mediano plazo, por medio de un proyecto planteado por iniciativa del sector privado, con apoyo estatal, institucional y municipal. Mediante dicho plan esperarían aumentar la afluencia turística y, por ende, mejorar los servicios turísticos y hoteleros. No basta con realizar acciones individuales ante un problema que tiene características macro, ni negociar con operadores de tours con miras a aumentar el nivel de ocupación de sus hoteles, si la zona carece de los servicios necesarios que den soporte a la actividad hotelera, máxime en el segmento de turismo naturaleza, donde los productos y servicios turísticos son fundamentales para crear un concepto con capacidad de ser promocionado, publicitado y vendido.

Sin embargo, tal como lo indica el señor van der Meir, la información turística con que cuentan los empresarios hoteleros es muy general, se ubica en aspectos de la región y a nivel nacional, y la obtienen directamente del Instituto Costarricense de Turismo. No se cuenta con datos turísticos específicos sobre La Cruz, lo cual les limita llevar a cabo planes de acción para buscar soluciones adecuadas y mejorar la condición turística de la zona. En este sentido se carece de elementos básicos tales como:

- 1) Las características del turista que visita la zona, como, por ejemplo: el perfil; la percepción que tiene sobre los atractivos de La Cruz, con respecto al hospedaje y los servicios turísticos, entre otros; y el promedio de estadía y los motivos de su viaje.

- 2) Las características socioeconómicas de los residentes de La Cruz, así como su opinión sobre el turismo como fuente de desarrollo para su cantón.

Luego de una ardua discusión, los empresarios analizaron la posibilidad de contratar una empresa consultora para que evalúe la problemática turística del lugar y les defina alternativas de solución. Pero después de deliberar este punto, llegaron a la conclusión de que resultaría altamente costoso, por lo cual, consideran más viable, aprovechar sus capacidades y su experiencia para hacerlo por su propia cuenta y acuerdan iniciar la tarea de recabar la información necesaria para sus requerimientos.

Resuelven, entonces, apoyar la iniciativa del señor van der Meir y acuerdan aplicar los siguientes instrumentos para recolectar los datos de su estudio:

1. Una encuesta para los turistas, nacionales y extranjeros.
2. Una encuesta para los pobladores del área central del cantón de La Cruz.
3. Realizar algunas entrevistas a algunos de sus compañeros hoteleros para tener más elementos de juicio sobre la situación turística y hotelera en la zona.
4. Un análisis situacional interno y externo de la zona de La Cruz.

Para finalizar, tomaron la decisión de realizar una nueva reunión, en un plazo no mayor a treinta días, para analizar la información obtenida y definir las alternativas de solución a su problema.

e) Análisis de la información obtenida

Un mes después de la primera reunión, los hoteleros ya tienen completada su investigación y cuentan con datos más específicos sobre la actividad turística en La Cruz.

El señor Johannes van der Meir decide convocarlos a una nueva reunión, para detallarles los resultados obtenidos en el estudio, establecer un análisis de la situación y determinar las alternativas de solución viables para los problemas que impiden el desarrollo turístico de la zona de La Cruz de Guanacaste.

El señor Federico Largaespada inició la reunión, comentándoles los puntos de la agenda. Primero se revisará el análisis situacional (FODA) de La Cruz, segundo, se analizarán los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas; por último, se verán las posibles alternativas de solución y se escogerá la mejor alternativa que contribuya a fomentar el desarrollo turístico del lugar.

e.1) Análisis del medio ambiente: FODA

El primer punto de la reunión, comienza con la exposición del señor Johan Kraus sobre los resultados obtenidos del análisis situacional interno y externo de la zona de La Cruz, (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), el cual permitirá tener un mayor conocimiento del entorno y de la situación actual de su sector en La Cruz de Guanacaste.

ANALISIS DEL MEDIO AMBIENTE: fortalezas oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)

FORTALEZAS

Capacidad para desarrollar el turismo de naturaleza, aventura y sol y playa.

Condiciones apropiadas del clima tropical-seco, para desarrollar actividades turísticas.

Capacidad para enlazar el espacio turístico a otras zonas turísticas.

Aumento de la actividad turística en la zona Guanacaste Norte.

La variedad de paisajes que permiten observar diversidad de espacios de montaña, volcanes, playa y ríos.

Zonas con declaratoria de reserva natural y parques nacionales.

Posibilidad de desarrollar un tipo de turismo regional (Costa Rica- Nicaragua).

Contar con la proximidad de la ciudad de Liberia como principal centro de abastecimiento de la zona.

Aumento de compra de tierras por nacionales y extranjeros con el objetivo de desarrollar proyectos habitacionales y turísticos.

Existencia de áreas silvestres y espacios cubiertos de bosque tropical-seco, así como de biodiversidad disponible en la zona.

Los planes reguladores en las playas.

DEBILIDADES

El comportamiento actual turístico de la zona que es de turismo de paso.

La existencia de centros turísticos en el país con productos similares, así como la competencia internacional con destinos similares con mejores condiciones.

Falta de capacitación del personal que labora en el sector turístico y hotelero de la zona de estudio.

Limitada oferta hotelera con declaratoria turística, así como de servicios turísticos y urbanos.

La reducción de visitantes en el período lluvioso.

Falta de visión de las autoridades locales para proyectar un plan de desarrollo turístico y hotelero en la zona, conjuntamente, con un plan de mercadeo turístico.

Falta de coordinación interinstitucional para visualizar las alternativas de desarrollo socioeconómico del cantón de La Cruz.

El predominio de hoteles pequeños, sin declaratoria turística, de tipo familiar, con debilidad en sus servicios.

Los problemas de calidad en el servicio turístico.

Bajo presupuesto municipal para mejorar la infraestructura vial vecinal, relacionada con las áreas con capacidad turística.

Ausencia de planes para desarrollar los potenciales de microempresarios turísticos comunitarios.

OPORTUNIDADES

La tendencia del turismo a combinar sol/playa y naturalismo.

Aumento de turistas con interés en visitar lugares nuevos.

La existencia del aeropuerto de Liberia cercano al cantón de La Cruz y la construcción del Puente de La Amistad que aumenta la afluencia de turistas.

AMENAZAS

Políticas agresivas de apertura y promoción turística en la región centroamericana.

Desarrollo no equilibrado en la infraestructura y los servicios de las áreas con potencial turístico de la zona Guanacaste Norte.

Falta de un plan de desarrollo de microempresarios turísticos y hoteleros con el objetivo de que las comunidades logren incorporarse en forma activa y efectiva en ese sector.

Aumento de turistas con interés en visitar parques nacionales, reservas biológicas y refugios. Carenza de seguridad en los sitios turísticos que pueden impactar negativamente en la demanda turística.

Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010 de la Administración del actual Presidente, don Oscar Arias Sánchez, que entre otros busca mejorar la infraestructura vial del país, aumentar la atracción de inversiones y la promoción del turismo a nivel internacional por medio de las embajadas, como entes activos de comunicación. Ausencia de programas adecuados para el mejoramiento y sostenibilidad de la infraestructura vial.

La campaña de promoción turística internacional del Instituto Costarricense de Turismo para promover las diez zonas turísticas principales de Costa Rica, entre ellas la Zona Guanacaste Norte. Falta de programas adecuados que sustenten un desarrollo sostenible en las áreas naturales con capacidad turística.

Oportunidad de financiar proyectos ecoturísticos por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. La afectación sobre los atractivos y recursos naturales.

Nueva visión internacional sobre la sostenibilidad ambiental y cultural que permita un desarrollo sostenible de los recursos en equilibrio con el medio ambiente. La construcción desmedida y descontrolada.

El desarrollo de una nueva oferta turística. Los problemas macroeconómicos que dificultan las inversiones en servicios.

Los proyectos de mejora la infraestructura y servicios turísticos en la zona de Guanacaste Norte. La descoordinación del Estado con respecto al sector turístico.

El turismo es la principal fuente generadora de divisas para el país.

Posibilidad de desarrollar un turismo regional y aumentar el valor agregado de la oferta turística.

La posición de la zona con respecto a mercados meta.

Fuente: Elaboración propia del Investigador, 2006

Posteriormente, el señor Johan Kraus detalló los factores internos y externos más relevantes de la problemática actual del sector de La Cruz, desde su óptica como empresarios hoteleros.

1. Los factores internos

El cantón de La Cruz de Guanacaste tiene gran potencial para desarrollar el turismo de naturaleza, aventura, sol y playa. Su riqueza natural y paisajística es muy variada. Se pueden encontrar desde hermosas playas hasta reservas naturales; además, existe un gran potencial para fomentar el turismo de tipo regional, vendiendo dos países por uno, Costa Rica y Nicaragua. Al respecto, La Cruz cuenta con una posición estratégica al encontrarse a tan solo 30 kilómetros de la frontera y, por ejemplo, a hora y media de Granada y algunas otras ciudades importantes de ese país.

La mayor problemática turística del cantón de La Cruz es que *“el desarrollo turístico se proyecta a un largo plazo y no a un corto plazo”* (Salvatierra, 2006). Hasta el momento, se ha dado un lento crecimiento de la actividad turística, fundamentado, principalmente, por la falta de infraestructura y servicios turísticos, la ausencia de productos diferenciados de los atractivos, que motiven a los visitantes a aumentar la cantidad de días de hospedaje en La Cruz y sus alrededores, lo cual generó que esta zona sea vista como un punto de paso (Valverde, 2006), es decir, que la estadía de los visitantes tiende a tener un promedio de dos a cuatro días.

Asimismo, un punto importante para impulsar el desarrollo de La Cruz es el arreglo de la carretera entre La Cruz y Bahía Salinas (Salvatierra, 2006), donde se encuentran ubicadas las mayores construcciones hoteleras con declaratoria turística, las mejores playas y áreas ecoturísticas. Por el momento, no hay una adecuada coordinación interinstitucional para concretar el mejoramiento de la infraestructura turística y vial (I.N.A., I.C.T., M.O.P.T., Municipalidad, etc.) y los proyectos son lentos (Valverde, 2006).

2. Los factores externos

El aumento de la afluencia turística en la zona de Guanacaste norte, primordialmente, después de la construcción del Aeropuerto de Liberia (Estimación de Visitantes por Regiones 2002-2005. Instituto Costarricense de Turismo), genera una importante oportunidad para aumentar la demanda y la oferta turística en el área.

El turista que visita Costa Rica está interesado en un tipo de producto que combine sol y playa, también el ecoturismo y el naturalismo (Anuario de Turismo Actualizado. Cuadro No. 3. Instituto Costarricense de Turismo. 2006). El cantón de La Cruz de Guanacaste cuenta con un potencial natural importante para desarrollar una interesante y variada oferta de productos como los requeridos por los visitantes, así como la posibilidad de ofrecer un tipo de turismo regional (Costa Rica-Nicaragua) por su posición geográfica.

Los países centroamericanos han iniciado una fuerte política de promoción turística en diferentes destinos para aumentar el número de visitantes (Instituto Costarricense de Turismo, 2006). Esta situación hace que Costa Rica pueda enfrentar a futuro una fuerte competencia a ese nivel, que afecte la afluencia turística en nuestro país, porque estos destinos ofrecen productos turísticos alternativos.

Si bien es cierto que según los datos aportados por el Instituto Costarricense de Turismo, la zona de Guanacaste norte ha obtenido un gran auge turístico, este no ha sido ordenado y equitativo entre sus principales cantones (Santa Cruz, Liberia y La Cruz). Principalmente, se ha concentrado en Santa Cruz y Liberia (Plan General de Usos de la Tierra Guanacaste norte III-30), y el cantón de La Cruz ha tenido un lento crecimiento turístico (Salvatierra, 2006).

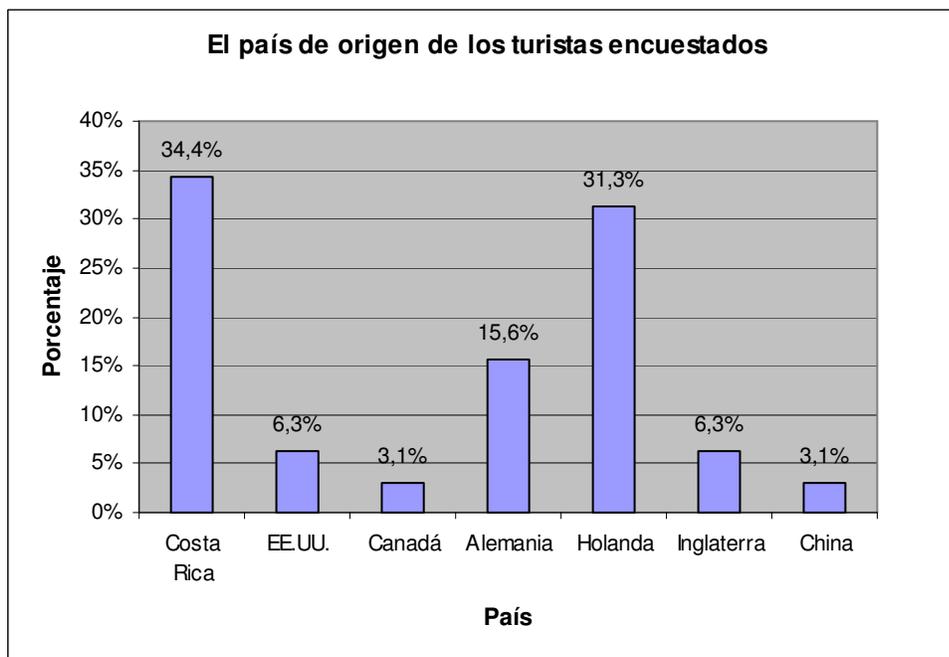
e.2) Análisis de los datos obtenidos

Para obtener un mayor conocimiento de la zona, además de la información puntualizada en el análisis del medio ambiente (FODA), el señor van der Meir procede a detallarles a los asistentes, los datos obtenidos en las encuestas a turistas, nacionales y extranjeros, así como a los residentes de la zona. Esta información será de gran utilidad para lograr tener una visión integral de la situación turística de La Cruz de Guanacaste, con el objetivo de tomar decisiones y definir alternativas de solución a los problemas que les aquejan.

e.2.1) Características generales de la demanda turística de La Cruz

En el caso de La Cruz, hay que diferenciar entre dos sectores de turistas: el visitante nacional y el visitante extranjero, tal como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico No. 2

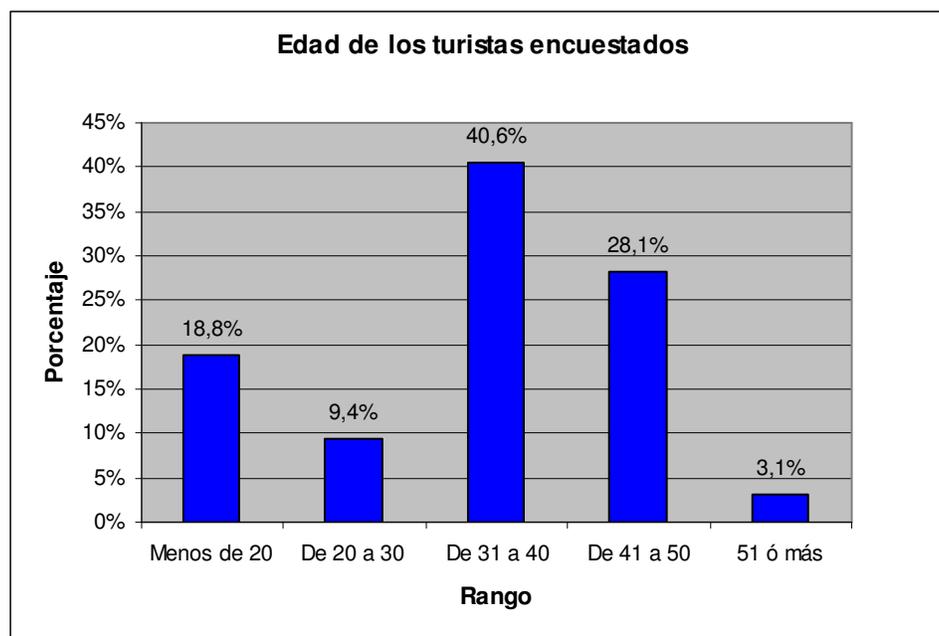


Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Es importante destacar que a pesar de que el grupo es heterogéneo, un 34.4% de los encuestados son costarricenses y el resto son extranjeros de diferentes nacionales. De los turistas extranjeros, sobresale un porcentaje mayor procedente de Holanda (31.3%) y Alemania (15.6%). Es decir, se puede inferir que la demanda turística de esta zona está compuesta por visitantes costarricenses y europeos, más que turistas norteamericanos, que representan un porcentaje bastante alto a nivel nacional (Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo, Enero-Diciembre 2005).

También cabe resaltar algunos datos interesantes para definir un perfil del turista que visita la zona de La Cruz y son: la edad, la profesión y si viaja solo o acompañado, entre otros. A continuación, se muestran los resultados obtenidos al respecto en los cuestionarios aplicados a los turistas:

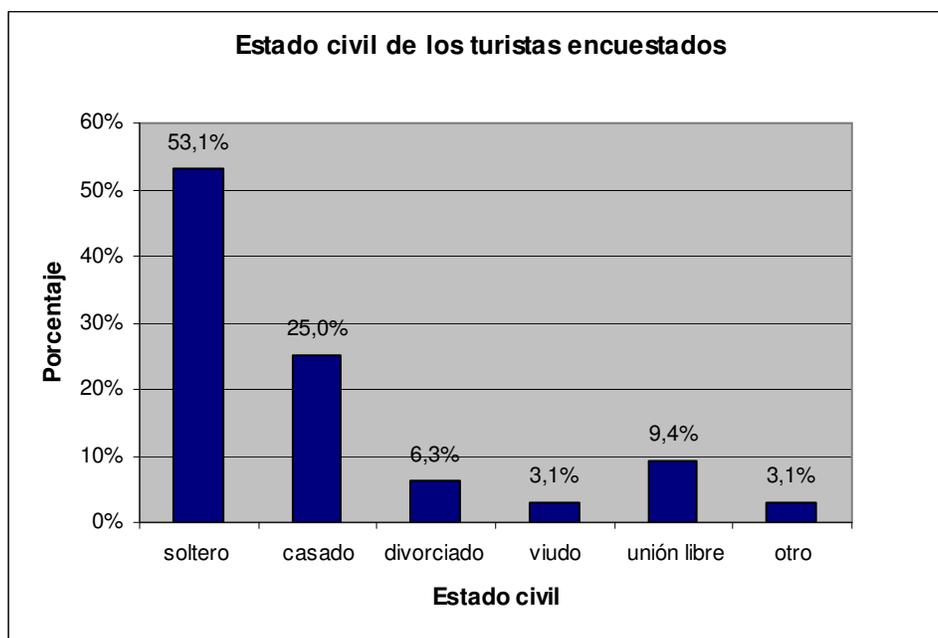
Gráfico No. 3



Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

El promedio de edad del turista que visita la zona se encuentra en un rango entre 31 y 40 años (40.6%) y 41 y 50 años (28.1%). También es importante considerar el estado civil de los visitantes:

Gráfico No. 4

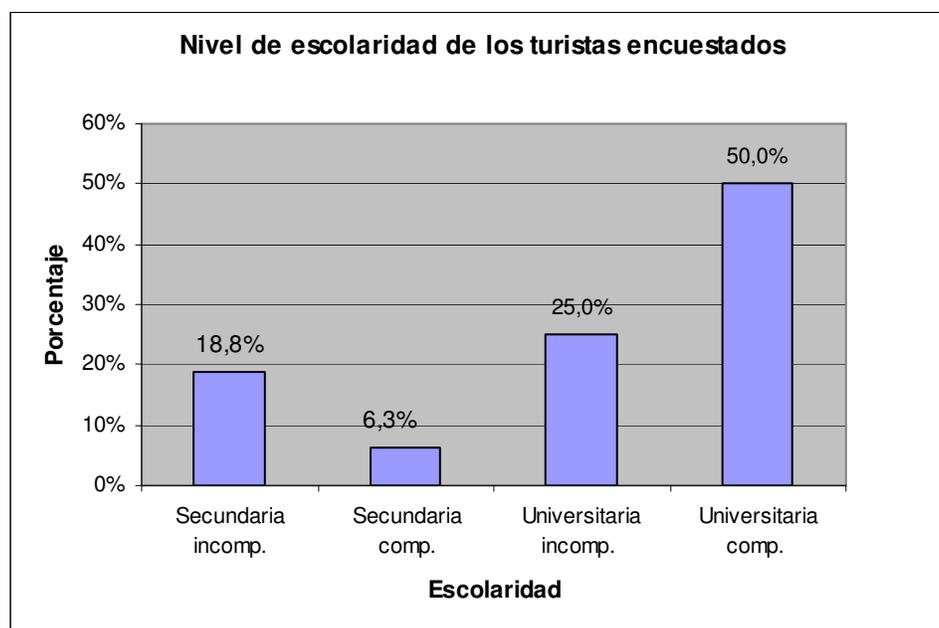


Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

En su mayoría, los turistas que visitan La Cruz son solteros (51.3%) y tan solo un 25% son casados.

Asimismo, resulta necesario considerar el nivel de escolaridad en este análisis:

Gráfico No. 5

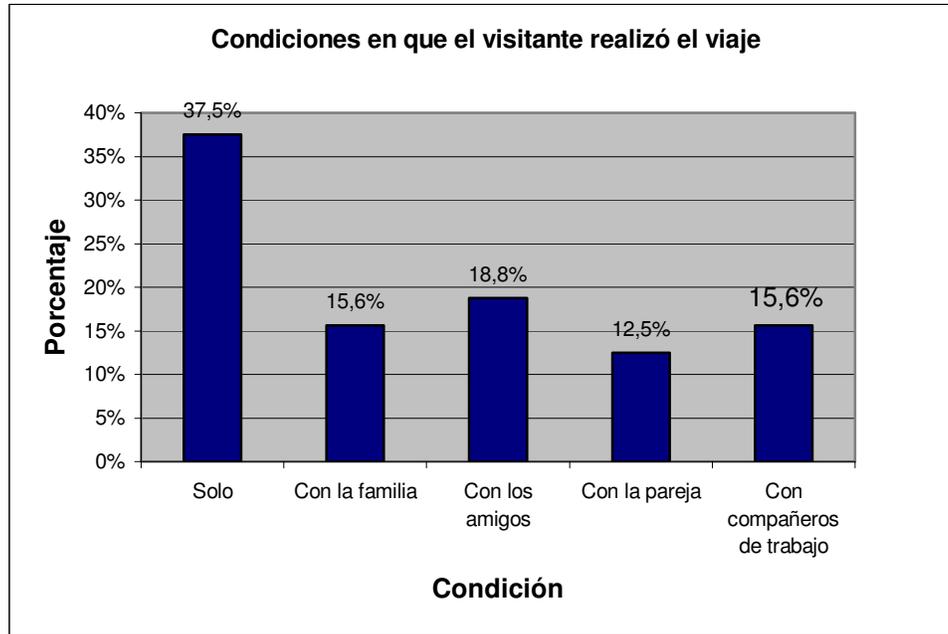


Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Como se puede ver en el gráfico anterior, el 50% de los turistas tienen la educación universitaria completa y un 25% la tiene incompleta. Por tanto, es un turista con un nivel educativo alto y se podría inferir que es más culto y que por su preparación universitaria tiende a ser más observador, más experimental y más comprometido con la conservación de la naturaleza, máxime que la zona que visita se caracteriza por su riqueza natural.

A continuación se observa el gráfico referente a las condiciones en que el turista realiza su viaje a este país:

Gráfico No. 6

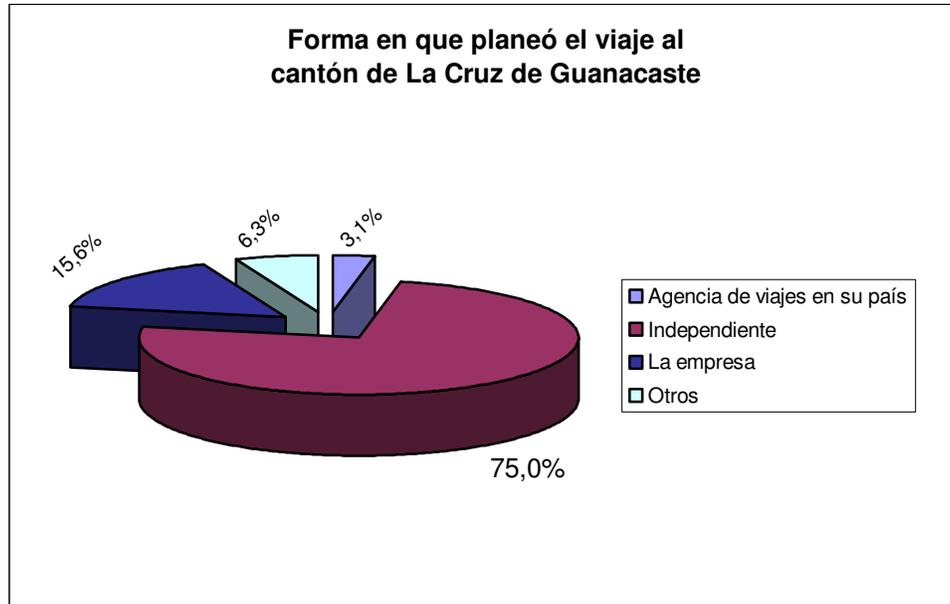


Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Tal como se muestra, el mayor porcentaje de visitantes viaja solo (37.5%), un 18.8% lo hace con los amigos, un 15.6% con compañeros de trabajo y un 12.5% con su pareja.

Otro punto relevante y que se debe considerar, es la forma en que el visitante tiende a planear su viaje a La Cruz. La encuesta refleja el siguiente resultado:

Gráfico No. 7

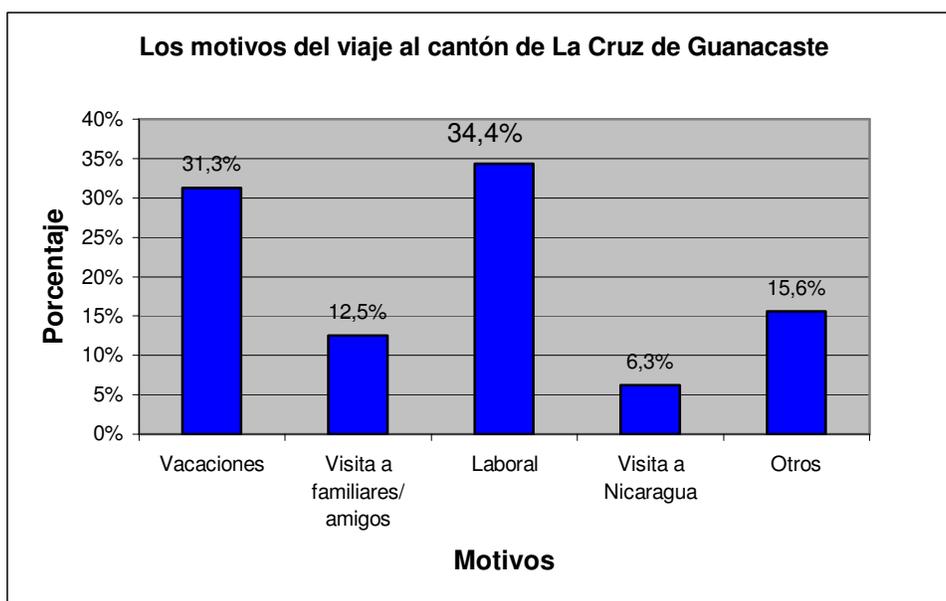


Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Según los datos anteriores, el turista planea su viaje principalmente en forma independiente (75%) y un 16.6% por medio de la empresa.

En cuanto a los motivos del viaje del visitante al cantón de La Cruz de Guanacaste, a continuación se puede observar el comportamiento que tiene al respecto el turista:

Gráfico No. 8

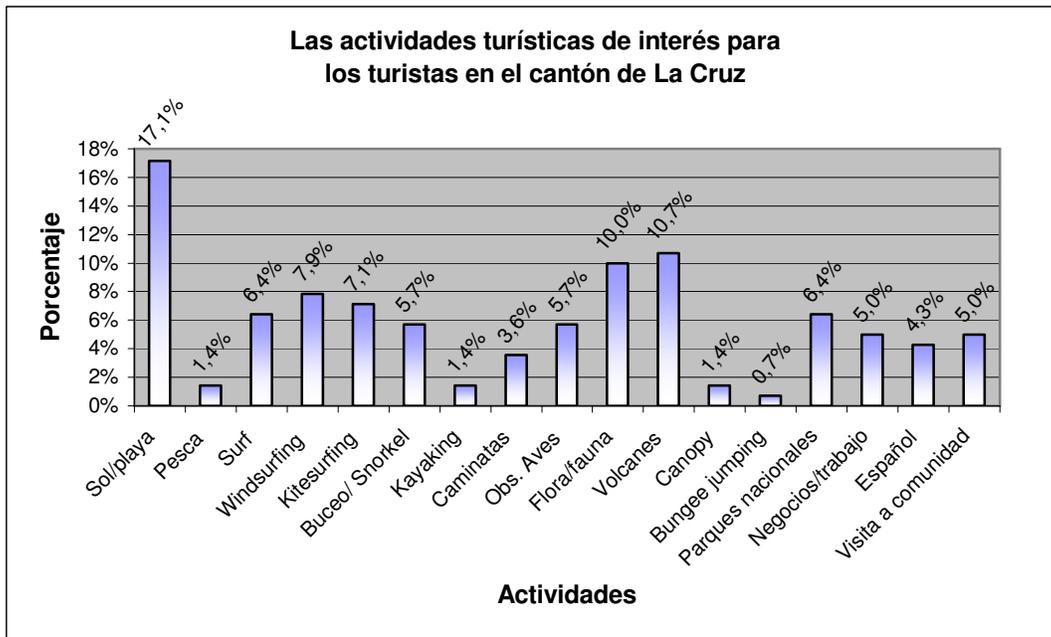


Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Los resultados del anterior gráfico nos indican que un 31.3% de los turistas visita la zona por razones vacacionales, un 12.5% visita a familiares y amigos, un 34.4% lo hace por motivos laborales y un 6.3% porque está en tránsito hacia Nicaragua. Para los intereses hoteleros, interesan principalmente, los datos referentes al porcentaje de turistas cuyo motivo de visita son las vacaciones, ya que requerirán de los servicios hoteleros, en tanto que el visitante que menciona que visita a familiares y amigos, también aprovecha los atractivos turísticos de la zona, pero no es relevante para las proyecciones de hospedaje, porque no pernocta en un hotel. El porcentaje de visitantes por motivos laborales es bastante alto, lo cual se explica porque es una zona fronteriza con Nicaragua y donde prevalece la actividad comercial.

En el siguiente gráfico se detallan las principales actividades turísticas relevantes para el turista que visita La Cruz de Guanacaste:

Gráfico No. 9



Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Los gustos y preferencias del visitante se orientan, en su mayoría, hacia el sol/playa (17.5%), la visita a volcanes (10.7%), la observación de flora y fauna (10%), el *windsurfing* (7.9%), el *kitesurfing* (7.1%), el *surf* (6.4%), la visita a los parques nacionales (6.4%), buceo y *snorkel* (5.7%) y la observación de aves (5.7%).

Con la información anterior se tienen elementos suficientes para establecer el perfil del turista que visita La Cruz de Guanacaste, de la siguiente forma:

En su mayoría son turistas extranjeros, de origen europeo, entre los que predominan los holandeses y alemanes, y los visitantes nacionales. Su promedio de edad está entre los 31 y 50 años; son solteros, principalmente, con una tendencia a poseer un nivel de educación universitaria, que gustan de viajar solos, con preferencia por planear sus viajes en forma independiente, sin apoyo de agencias de viajes u operadoras de tours. Sus motivos de viaje son, fundamentalmente, vacacionales, visitas a amigos y familiares, así como por

razones de trabajo. Entre las actividades turísticas que les gusta desarrollar se encuentran: sol/playa, visita a volcanes, observación de flora y fauna, windsurfing, el *kitesurfing*, *surf*, visita a los parques nacionales, buceo y *snorkel*, y observación de aves.

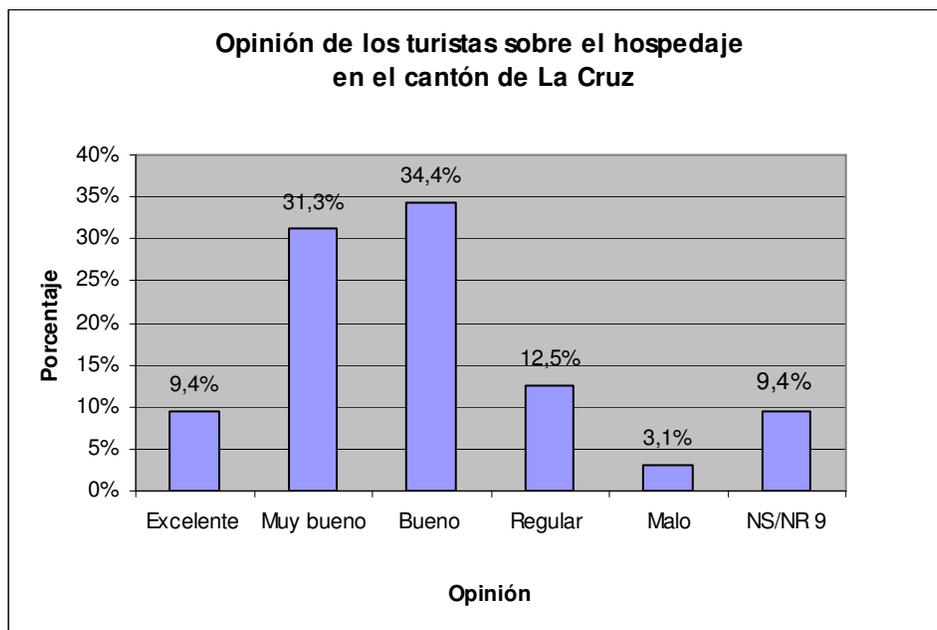
Resulta evidente que los atractivos naturales, incluyendo las playas, son los que más motivan tanto a turistas extranjeros como nacionales a visitar la zona de La Cruz, además de las actividades que pueden desarrollar que calzan dentro del turismo de aventura como son el *windsurfing*, el *kitesurfing*, *surf*, buceo y *snorkel*, entre otros. Además, aprecian la naturaleza y el paisaje, por lo cual disfrutan de las bellezas naturales de las playas del lugar, así como de la observación de flora y fauna, y la visita a los volcanes cercanos y el Parque Santa Rosa.

La Cruz tiene bellezas naturales invaluableles, con gran potencial para desarrollar productos turísticos interesantes, dirigidos a satisfacer los gustos y preferencias del perfil de turista que visita el lugar. Además, de que la bahía ofrece una vista panorámica muy hermosa y a ello debemos agregar la tranquilidad, la amabilidad y lo acogedor de su gente.

En cuanto al servicio de hospedaje, La Cruz tiene cuatro grandes hoteles con declaratoria turística que se ubican, en su mayoría, en las playas cercanas a Bahía Salinas: Albergue Colinas del Norte, Bolaños Bay Resort, Eco-Playa Beach Resort y Albergue Los Inocentes, entre otros, que ofrecen mayores comodidades al visitante y, en sus instalaciones, se pueden desarrollar diferentes actividades recreativas. En los alrededores y el centro de La Cruz, hay varios hoteles medianos y pequeños, que se caracterizan por ser de tipo familiar y con un ofrecimiento limitado de servicios. Por lo tanto, coexisten en la zona, la gran empresa con la mediana y pequeña empresa turística, las cuales son de capital tanto nacional y local como internacional. En su mayoría, los hoteleros grandes y medianos de la zona son de origen extranjero (Salvatierra, 2006).

Al existir una variedad de hospedajes en La Cruz, con diferentes niveles de calidad y servicio, resulta importante conocer la opinión generalizada de los turistas con respecto al servicio de hospedaje, la cual se detalla a continuación:

Gráfico No. 10



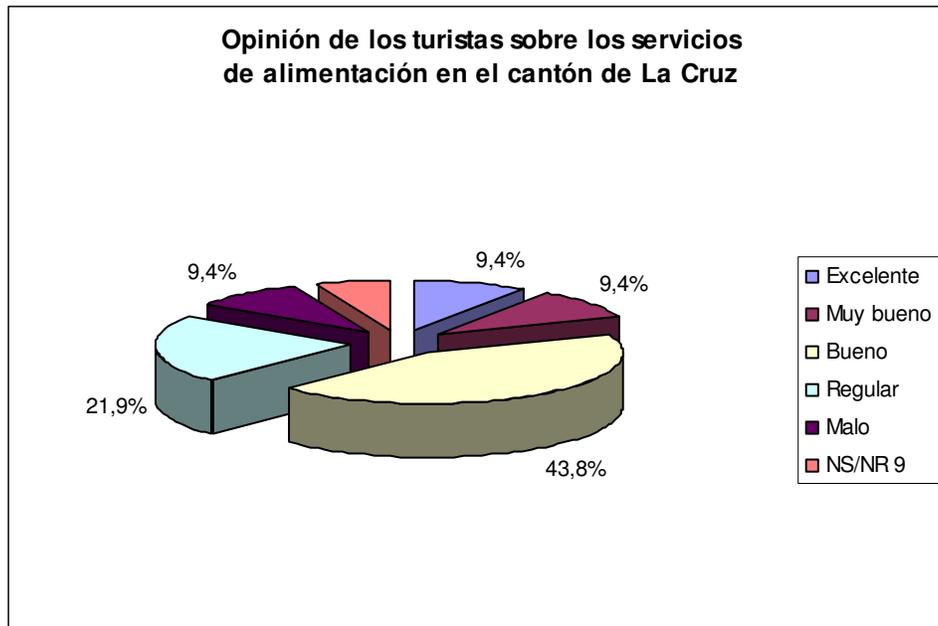
Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

El 34.4% de los visitantes considera que el hospedaje del lugar es bueno, un 31.3% considera que es muy bueno y un 12.5% indica que es regular; tan solo un 3.1% opina que es malo, con lo cual se puede considerar que la oferta de hospedaje tiene un nivel bueno de aceptación. Este es un elemento relevante y es una fortaleza para impulsar la afluencia turística en el lugar.

También resultaba importante conocer la opinión de los visitantes sobre los servicios de alimentación en La Cruz, para completar su percepción de los servicios turísticos básicos (hospedaje y alimentación) de la zona de interés, y también para que los empresarios tengan información de primera mano, con el fin de evaluar la calidad de los servicios que están ofreciendo a los

turistas, con miras a ser más eficientes y competitivos. La información se resume en el siguiente gráfico:

Gráfico No. 11



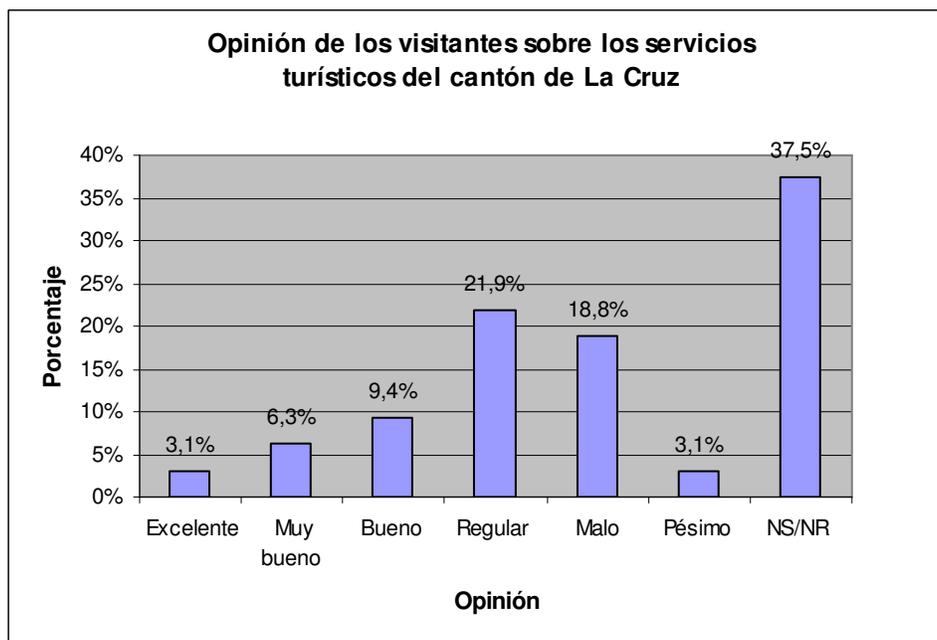
Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

El visitante de la zona considera que los servicios de alimentación se encuentran entre una calificación de regular (43.8% de los encuestados) y mala (21.9% de los encuestados); tan solo un 9.4% señaló que es muy buena. Esto es un indicativo de que una de las debilidades para el desarrollo turístico de La Cruz se encuentra, precisamente, en su oferta de servicios de alimentación, ya que si el turista no se encuentra satisfecho con el nivel de calidad de restaurantes y afines, optará por desplazarse hacia otras zonas que cumplan con sus expectativas al respecto.

Los turistas manifestaron tener inconformidad con los servicios turísticos, servicios de tours, estado de las carreteras y señalización vial.

Al respecto, se detalla la posición esgrimida con respecto a los servicios turísticos:

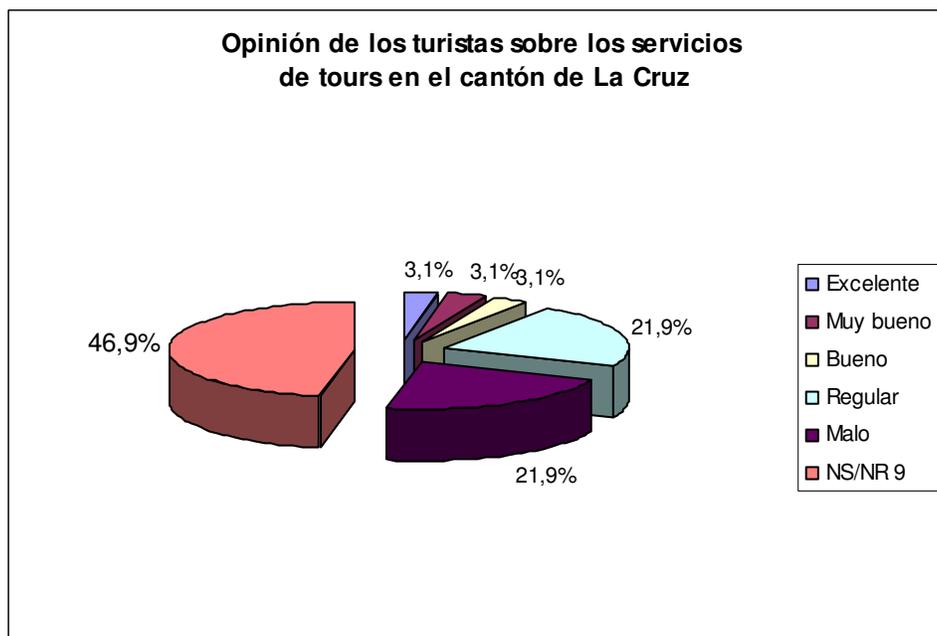
Gráfico No. 12



Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Como se puede observar, un 21.9% de los encuestados consideró que los servicios turísticos (que incluye la disponibilidad de información turística) de la zona son regulares y un 18.8% opinó que son malos; asimismo, un 34.5% no respondió o no sabía sobre este aspecto. Nuevamente, se percibe una deficiencia turística que tiene el cantón y que lo limita en su afán de impulsar el desarrollo turístico. Aunado a ello, se debe agregar la posición de los visitantes con respecto a la oferta de tours en La Cruz:

Gráfico No. 13

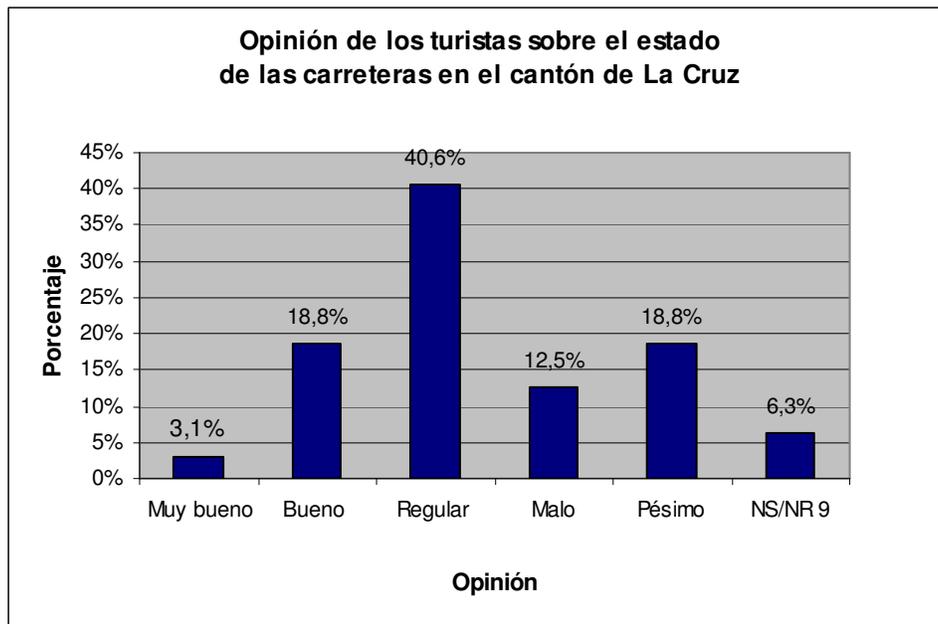


Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

De los datos anteriores se extrae que un 21.9% considera que es malo y un 21.9% opina que es regular, un 46.9% indicó que no sabe o no responde. El resultado es totalmente esperable, por cuanto en el recorrido realizado en La Cruz y sus alrededores, se pudo constatar que no se cuenta con un centro de información turística debidamente establecido, en donde se promuevan los atractivos del lugar, y se ofrezcan los tours a diferentes lugares.

Los turistas muestran inconformidad con el estado de las carreteras y la señalización vial, tal como se detalla en los gráficos siguientes:

Gráfico No. 14



Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

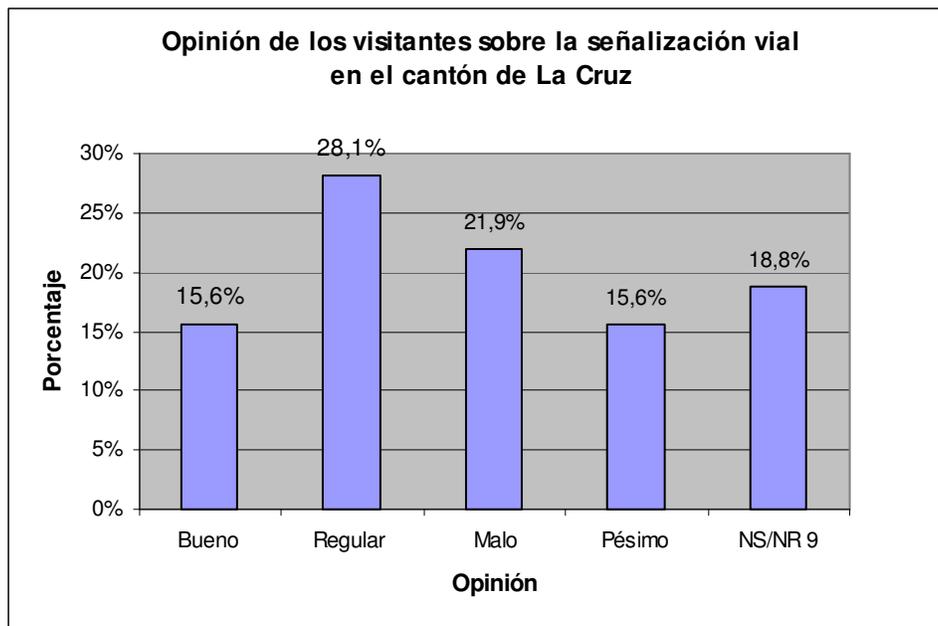
De un total de 105 encuestados, el 40.6% consideró que el estado de las carreteras es regular, un 18.8% piensa que es bueno, un 12.5% que es malo y un 18.8% que es pésimo, de tal forma que su opinión fluctúa entre bueno y pésimo. Indudablemente, el estado de las carreteras es uno de los problemas que aqueja a la zona y afecta la posibilidad de incrementar el turismo.

Para llegar a La Cruz de Guanacaste se toma la carretera Interamericana, la cual se encuentra en un estado aceptable para el adecuado tránsito vehicular, sobre todo, los setenta kilómetros entre Liberia y La Cruz cuentan con una buena carpeta asfáltica; sin embargo, la problemática mayor se da en el tramo de carretera entre La Cruz y Bahía Salinas, que está lastreada y que sobre todo en invierno, tiene una condición bastante mala, transitable casi solo por vehículos cuatro por cuatro, como ha sucedido en el mes de octubre, fecha en que se ha realizado este estudio. Igualmente, otros tramos de la vía tienen el mismo problema como el que se encuentra entre Cuajiniquil y la vía para dirigirse a Junquillal, tan solo para citar algunos casos concretos. El estado de la carretera se

ha convertido en una limitación para permitir el libre tránsito de turistas con diferentes tipos de vehículos, así como de las busetas de turismo. De conformidad con lo anterior, el problema mayor del lugar son las carreteras vecinales, cuyo mantenimiento le corresponde a la Municipalidad.

La señalización vial también representa un problema en este sector. Esta es básica para que los visitantes puedan guiarse a los diferentes destinos turísticos de interés. Al respecto se muestra la opinión de los encuestados:

Gráfico No. 15



Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Con respecto a la señalización vial en La Cruz de Guanacaste, un 28.1% de los encuestados considera que es regular, un 21.9% que es mala y un 15.6% que es pésima. Su opinión, entonces, se ubica entre regular y pésima, lo cual se puede explicar por la diferencia que existe entre el mantenimiento que se les brinda a las carreteras nacionales y a las carreteras vecinales, lo cual también corresponde a instituciones diferentes, las primeras al Ministerio de Obras Públicas y Transportes

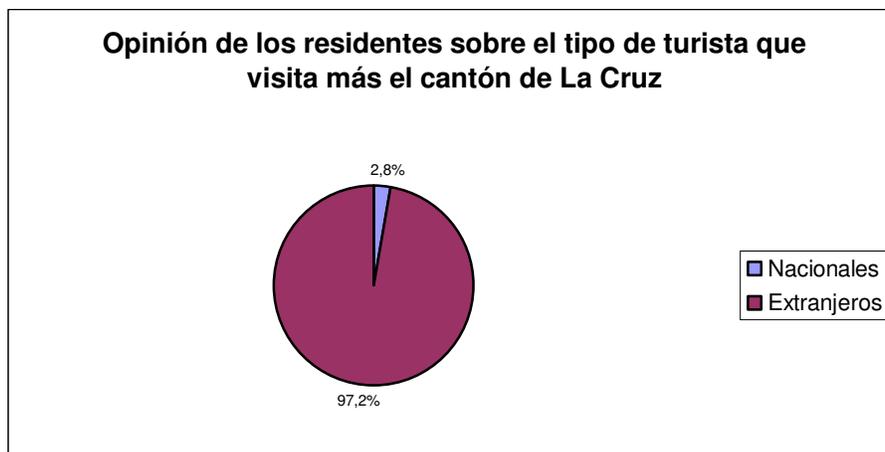
(en el caso específico de la Interamericana, esta carretera es esencial para conectar la frontera con San José), y las segundas son responsabilidad de la Municipalidad.

e.2.2) Características generales de los habitantes de La Cruz

El turismo es una actividad que relaciona a diferentes grupos, desde los empresarios hoteleros, de diversos servicios turísticos hasta la población de la zona en que se desarrolla. De ahí la necesidad de conocer la posición de los habitantes con respecto a la actividad turística como alternativa de desarrollo económico y social. Además, para el sector privado relacionado con turismo, es importante comprender, entre otros aspectos, las características del habitante promedio de La Cruz, con miras a proyectar las alternativas de mano de obra con que se cuenta en la zona.

Los habitantes de La Cruz tienen la siguiente percepción con respecto al turista que visita su cantón:

Gráfico No. 16

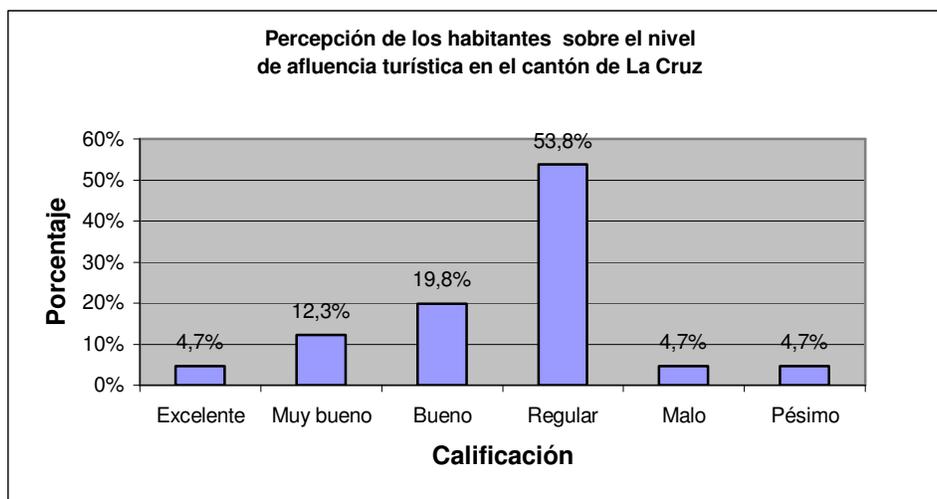


Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

La mayoría de los encuestados (el 97.2%) considera que los turistas que más los visitan son extranjeros y tan solo un 2.8% considera que son nacionales.

Resulta también interesante conocer la percepción que tienen los residentes de la zona sobre el nivel de afluencia turística en el lugar; a continuación se detallan los resultados de la consulta:

Gráfico No. 17

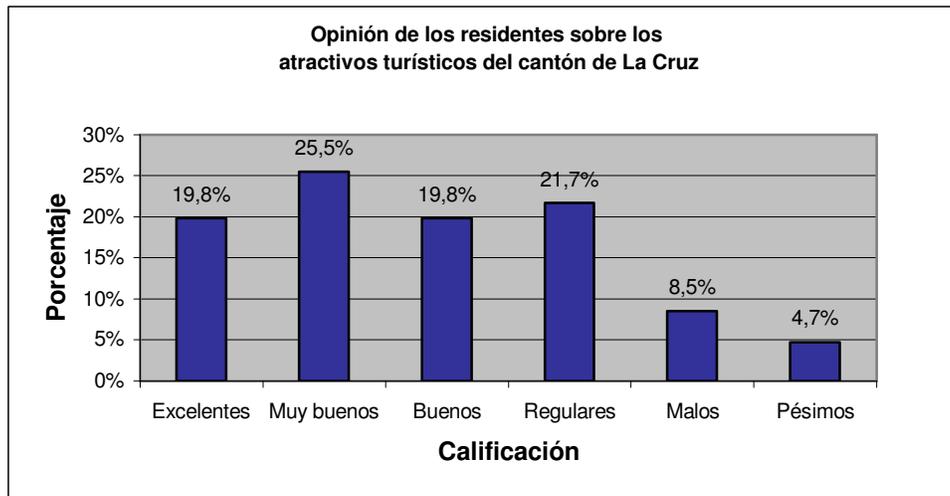


Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

El residente de La Cruz considera que la afluencia turística es regular (un 53.8% de los encuestados). Es decir, todavía no percibe un impacto turístico relevante en su cantón.

Sin embargo, opina que La Cruz cuenta con buenos atractivos turísticos, tal como se extrae del siguiente gráfico:

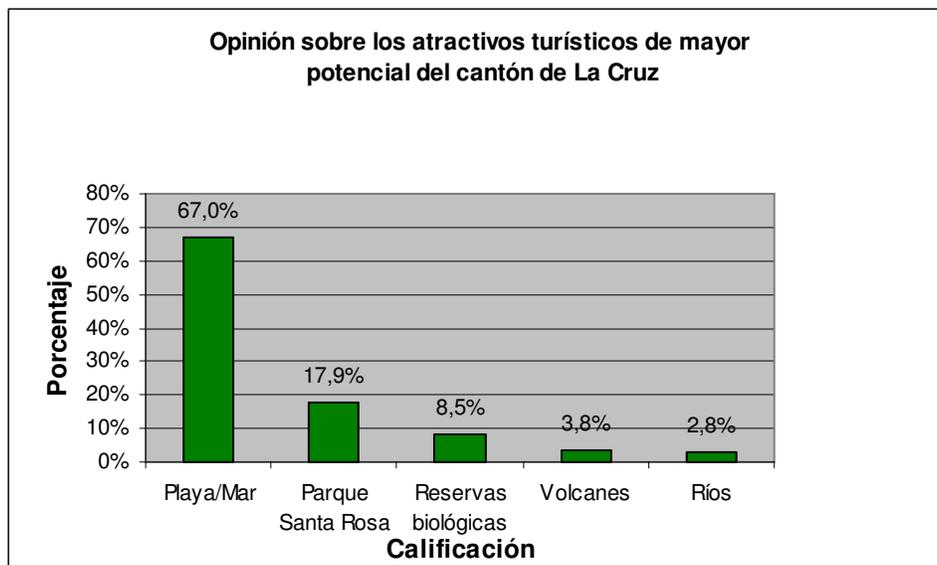
Gráfico No. 18



Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Del total de los encuestados, un 25.5% piensa que son muy buenos, un 19.8% que son excelentes y un 19.8% que son buenos. Los habitantes califican bastante bien los atractivos turísticos y son conscientes de su potencial. Relacionado con este punto, también se deben resaltar los atractivos que consideran más relevantes, como se observa en el siguiente gráfico:

Gráfico No. 19

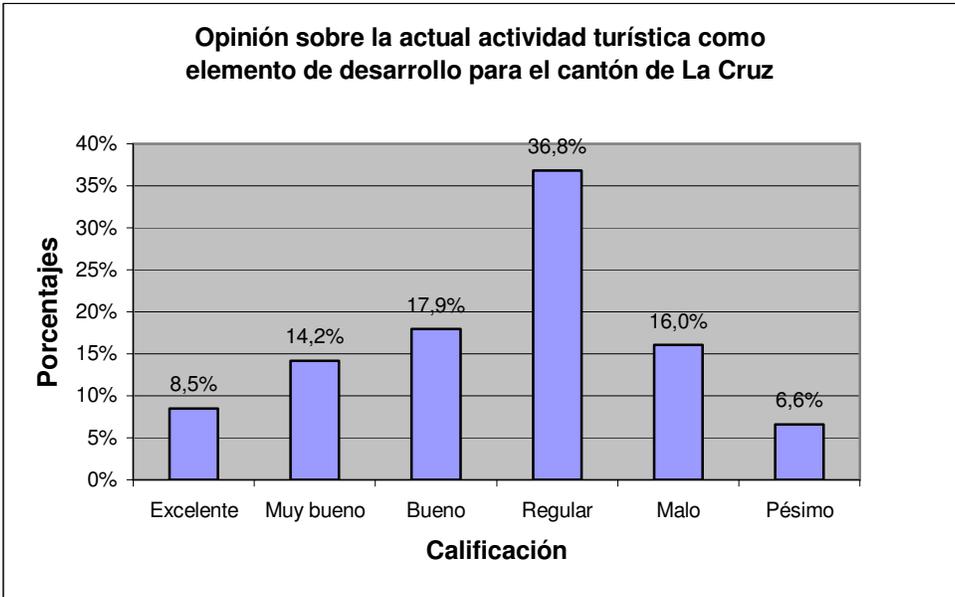


Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Los habitantes de La Cruz consideran que los principales atractivos turísticos se centran en su amplia variedad de playas naturales (67%), el Parque Santa Rosa (17.9%) y las reservas naturales (8.5%).

También es importante la forma en cómo perciben los residentes de La Cruz, el efecto de la actividad turística que hasta el momento se ha llevado a cabo, como elemento de desarrollo, para lo cual se muestra el siguiente gráfico:

Gráfico No. 20

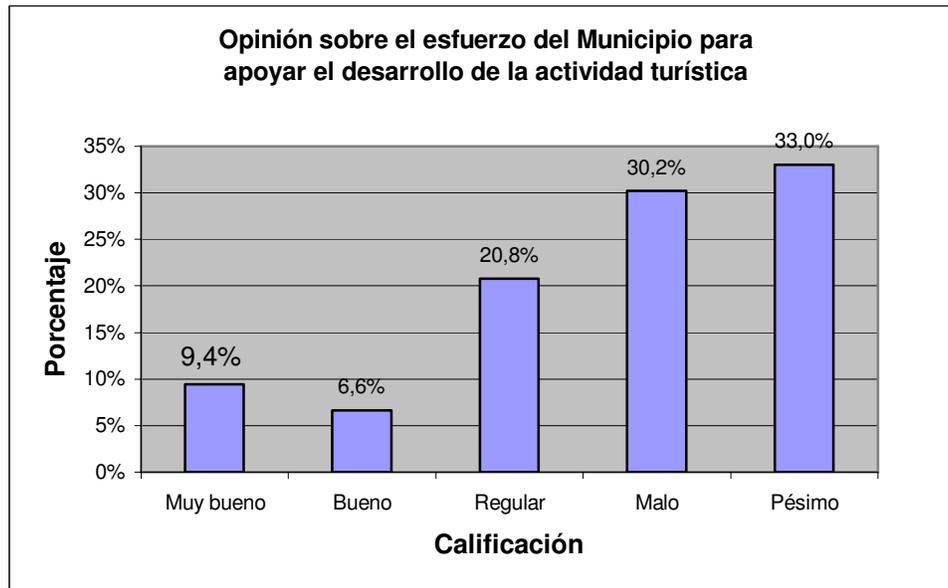


Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Los habitantes de La Cruz todavía no sienten que el turismo haya sido un elemento importante de desarrollo para La Cruz; por el momento, lo ven como regular (36.8%), un 17.9% de los encuestados considera que es bueno y un 16% piensa que es malo.

Además de lo anterior, el residente de La Cruz, opina que la participación municipal en el desarrollo de la actividad turística no ha sido lo positiva y diligente que debería ser, tal como se observa a continuación:

Gráfico No. 21



Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Según el gráfico que antecede, un 33% de los encuestados opina que la Municipalidad no ha tenido una participación activa en propiciar el desarrollo de la actividad turística, un 30.2% considera que es mala y un 20.3% la califica como regular.

Por tanto, los residentes de la zona perciben que hay una afluencia turística que se puede calificar de regular, que se cuenta con atractivos turísticos de gran potencial y que su riqueza natural está, especialmente, en las playas, conjuntamente con el Parque Santa Rosa. A pesar de lo anterior, como se pudo constatar, la participación comunal en el desarrollo de la actividad turística en La Cruz, ya sea organizada o espontánea, no se ha dado. Lo que sí ha habido es una acción individualizada por parte de algunas personas o familias, que han decidido establecer su propio negocio o servicio de planta turística, que generalmente se

ubica en el área de hospedaje y alimentación (restaurantes o pequeñas sodas). Sin embargo, en la decisión sobre la llegada o no del turismo, si este conviene como alternativa de mejoramiento económico y de desarrollo, en la organización del sector, etc., no se ha tenido una participación activa.

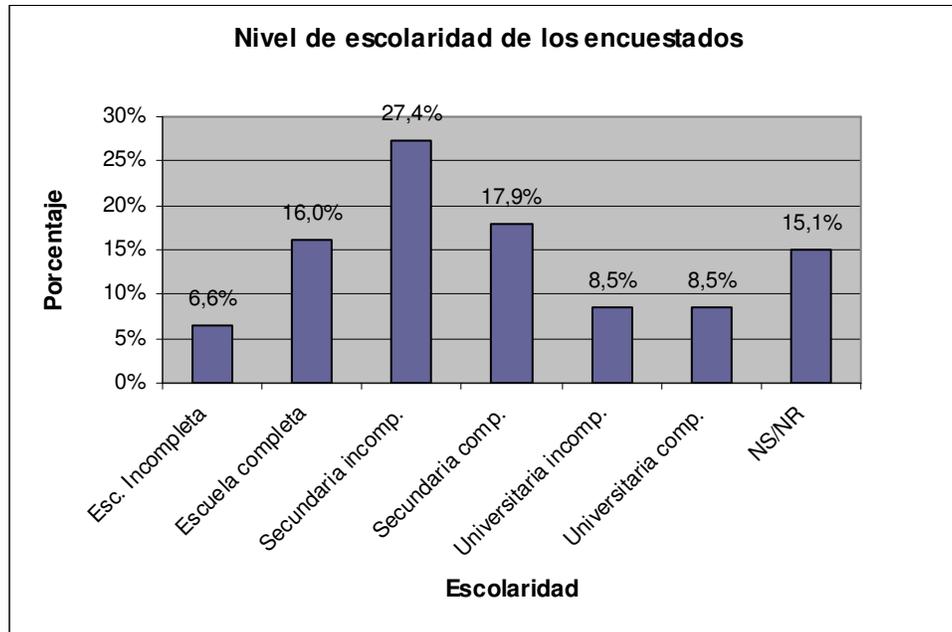
Además, perciben que la colaboración de la Municipalidad para desarrollar el turismo en el lugar ha sido muy escasa.

De la investigación realizada se pudo constatar, también, que existen pequeñas asociaciones de desarrollo en las comunidades de La Cruz, con pocos años de funcionamiento y una mínima incidencia en el desarrollo comunal. Sin embargo, se carece de organizaciones comunales con una relación o una participación directa en el desarrollo del turismo.

Por el momento, los habitantes de La Cruz se han visto inmersos en una incipiente actividad turística, en forma bastante espontánea, por cuanto a su comunidad comenzaron a llegar turistas sin que mediara un tipo de promoción ni planificación concreta por parte del sector comunitario. Por lo tanto, el pulso del incipiente auge de la afluencia turística del lugar ha estado en manos del sector privado, mayormente, hotelero, con apoyo de las entidades gubernamentales correspondientes.

La encuesta aplicada a los residentes de La Cruz permite visualizar el potencial de los habitantes como fuente futura de mano de obra en el sector turístico, considerando, esencialmente, dos elementos significativos: el nivel educativo y el rango salarial promedio imperante. A continuación se detalla el nivel de escolaridad de los encuestados:

Gráfico No. 22

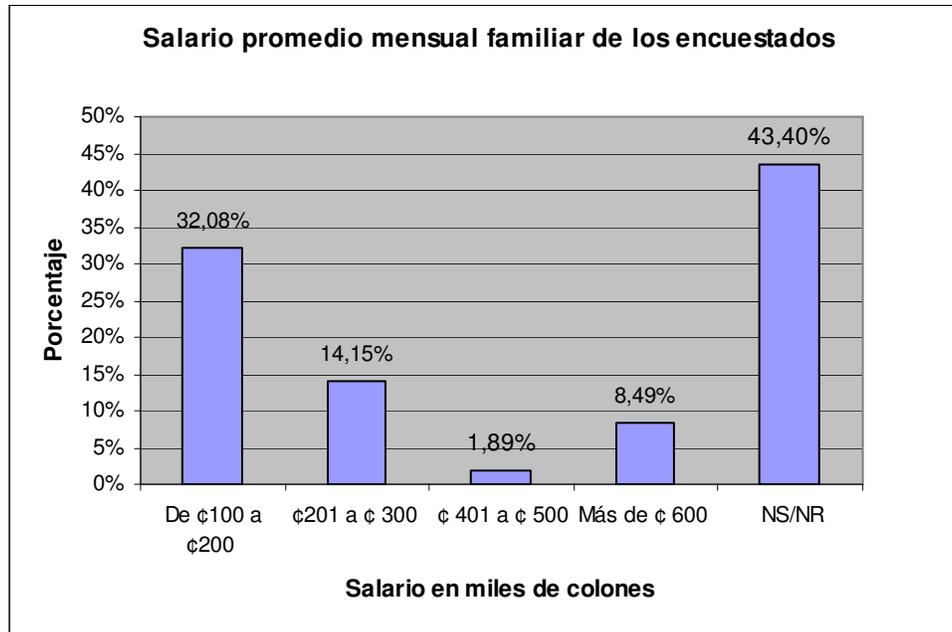


Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Se puede observar que un 27.4% de los encuestados tiene la secundaria incompleta y un 17.9% cuenta con la secundaria completa, lo cual resulta un porcentaje aceptable, en vista de que se trata de una comunidad rural.

En lo que respecta a la consulta sobre el salario promedio mensual, se obtuvo el siguiente resultado:

Gráfico No. 23



Fuente: Datos recolectados por el investigador, 2006. Total de encuestados: 105.

Este gráfico señala que un 32.08% indica que tiene un salario promedio familiar entre los cien mil y doscientos mil colones mensuales, un 14.15% opina que se encuentra entre los doscientos un mil colones y trescientos mil colones.

Estos datos permiten proyectar la zona con un potencial adecuado de mano de obra para ser capacitado en el sector turístico, principalmente, porque predomina un grado de escolaridad básico de secundaria y el promedio salarial familiar se ubica entre los cien mil colones y los trescientos mil colones, por lo tanto, los costos de mano de obra son manejables y no tan caros para los empresarios.

Finalizado el análisis de la información, el señor Johannes van der Meir expone las posibles alternativas de solución al problema que enfrenta el sector turístico y hotelero de La Cruz. Posteriormente, se escogerá la alternativa más adecuada.

f) Alternativas de solución

Después de analizar los resultados anteriores, los señores van der Meir, Largaespada, Kraus, van Laarhoven, así como el resto de los empresarios hoteleros llegaron a la conclusión de que la problemática turística de La Cruz, que afecta sus intereses empresariales, requiere una solución de fondo, en la cual tanto el sector privado, como la Municipalidad y las instituciones estatales interactúen dentro de un esquema ordenado de desarrollo turístico para la zona. Ante esta situación, formularon las siguientes alternativas de solución:

Alternativa 1

Creación de una Cámara de Turismo en la zona de La Cruz, con el fin de unir fuerzas y lograr un impulso al turismo de la zona.

Ventajas

- ✓ Conjuntar las fuerzas e intereses de los empresarios turísticos de la zona para lograr mayores posibilidades de negociación con los entes estatales, con miras a lograr un desarrollo turístico más coordinado de la región.
- ✓ Posibilidad de tener acceso a créditos blandos para desarrollar infraestructura turística en la región.
- ✓ Mayor capacidad de buscar alternativas de promoción de los productos turísticos del lugar.

- ✓ Posibilidad de actuar como canalizador e integrador de las fuerzas de la comunidad para promover la concienciación de la importancia de la ecología y la conservación de la naturaleza.

Desventajas

- ✓ Limitación al acceso a mercados porque se carece de un programa de desarrollo turístico integrado, con la participación estatal.
- ✓ Falta de capacidad para desarrollar proyectos de desarrollo turístico a nivel macro, con el fin de impulsar en forma integral la actividad turística.
- ✓ Lentitud en la conformación del marco jurídico-legal para la creación y puesta en acción de una cámara de turismo.

Alternativa 2

Establecimiento de un Plan de Turismo Rural de tipo Comunitario para La Cruz de Guanacaste, con el fin de fomentar la microempresa turística y mejorar los servicios de la zona que goza de características de turismo de aventura y ecoturismo. El turismo rural comunitario permite integrar, las riquezas naturales, la vida cotidiana de la comunidad rural y la dinámica propia de las actividades agropecuarias, así como el turismo de aventura, en un producto atractivo para el mercado nacional e internacional.

Ventajas

- ✓ A diferencia de la oferta masiva de turismo, el turismo rural comunitario requiere, para organizar un producto turístico completo, la participación de varias familias o la comunidad en general, por tanto es más

participativo y produce una mejor distribución de los ingresos provenientes del turismo.

- ✓ La actividad turística es planificada por la organización comunal y son los residentes de la comunidad quienes participan en forma directa en la gestión del mejoramiento y desarrollo de los servicios turísticos y en los beneficios de la actividad, por tanto se impulsan los negocios de tipo familiar.
- ✓ El turismo rural aumenta la oferta turística diferenciada en la zona, con nuevos atractivos, que pueden incrementar la pernoctancia del turista en la zona.

Desventajas

- ✓ Ausencia de una política estatal que fortalezca el desarrollo de la inversión en el turismo rural; tampoco existen incentivos para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa turística.
- ✓ Limitado acceso a fuentes de financiamiento para el desarrollo del turismo rural. La mayoría de los empresarios que califican en esta actividad no son sujetos de crédito debido a los requisitos y garantías que usualmente se exigen.
- ✓ Débil desarrollo de la capacidad empresarial local y otras actividades relacionadas con el turismo rural. No existe actualmente un programa de formación adaptado a esta actividad (que es relativamente nueva) y la oferta de capacitación no se adecua a un proceso de desarrollo nacional y regional.

Alternativa 3

Determinación de soluciones empresariales individuales para la problemática turística y hotelera de La Cruz.

Ventajas

- ✓ La labor individual para buscar soluciones a una problemática genera una reacción más rápida de respuesta, porque es individual y no requiere consensos. Cada empresario puede negociar con la Municipalidad o motivar la creación de asociaciones comunales de desarrollo que apoyen su labor hotelera y generen un mejoramiento de la actividad turística.
- ✓ Cada empresario hotelero puede establecer ciertas prioridades de solución a la problemática hotelera de la zona, según su conveniencia, con lo cual reduce el tiempo de solución a los problemas que considera prioritarios y básicos para su negocio, pudiendo obtener una ventaja comparativa con sus competidores de la zona
- ✓ Se pueden desarrollar campañas de publicitarias individualizadas hacia segmentos de mercado específicos.

Desventajas

- ✓ La búsqueda de soluciones individuales ante problemas relacionados con el desarrollo turístico de una zona, por su componente macro, genera mayores costos para la empresa.

- ✓ La búsqueda de soluciones a nivel individual genera una menor capacidad de negociación ante los entes gubernamentales. Se debe crear una fuerza empresarial conjunta para poder ser escuchados por los representantes de las principales instituciones, con miras a establecer alternativas de solución viables que involucren a todos los actores y la comunidad, en pro de un mejor desarrollo de la actividad turística que produzca un beneficio general y una mayor rentabilidad empresarial.

- ✓ Menor flexibilidad para negociar, con los operadores de tours, costos de intermediación más bajos.

Alternativa 4

- Establecimiento de los componentes básicos para elaborar un plan estratégico de marketing turístico para la zona de La Cruz de Guanacaste, bajo la categoría de turismo de naturaleza (ecoturismo y turismo de aventura), sol y playa.

Ventajas

- ✓ Generar un desarrollo turístico en la zona de La Cruz de Guanacaste en forma integral, mediante un proyecto lógico y ordenado, capaz de realizarse por etapas, para tener una adecuada planificación del mismo e impulsar el lugar como un producto diferenciado, tanto a nivel nacional como internacional.

- ✓ Posicionar La Cruz de Guanacaste como una de las principales zonas del país en la categoría de turismo de naturaleza (ecoturismo y turismo de aventura), sol y playa.

- ✓ Generar atracción de la inversión privada en la zona debido al desarrollo de un producto turístico innovador y competitivo, para convertir la actividad turística en un instrumento de desarrollo económico y social.
- ✓ Desarrollar nuevos productos turísticos con base en los atractivos y el espacio turístico del cantón de La Cruz de Guanacaste, para lograr ser más competitivos dentro de la oferta turística nacional e internacional.

Desventajas

- ✓ Falta de voluntad política de las instituciones del Estado para concretar un proyecto de desarrollo sostenible, bajo un esquema integral.
- ✓ No se cuenta con líneas de crédito adecuadas para fomentar el turismo en las áreas de incipiente desarrollo.
- ✓ Bajo desarrollo de la capacidad empresarial en la zona ya que la actividad ecoturística y de turismo de aventura resulta muy nueva en la región y no se cuenta con los recursos adecuados para hacer frente a este tipo de actividades.

g) Selección de la alternativa

Una vez analizadas las opciones de solución al problema turístico de La Cruz, el grupo de hoteleros consideró que la alternativa más adecuada es la número cuatro, que consiste en el establecimiento de los componentes básicos para elaborar un plan estratégico de marketing turístico para el área, bajo la categoría de turismo de naturaleza (ecoturismo y turismo de aventura), sol y playa. Al establecer los componentes básicos de un plan de esa naturaleza, se tendrá la base para generar un proyecto, tanto a corto como a mediano plazo,

capaz de impulsar turísticamente la zona, mediante un planteamiento ordenado, con un seguimiento continuo, un control y resultados acordes con lo planificado y, lo más importante, se puede crear una marca con capacidad de ser reconocida, con productos diferenciados local e internacionalmente.

Aunado a lo anterior se logrará tener productos turísticos innovadores y de alta calidad y habrá un mejoramiento de la infraestructura para el desarrollo turístico basado en un equilibrio adecuado con la naturaleza. Además, se fomentará la capacitación y profesionalización de los recursos humanos del sector turístico, y la capacidad para promover y comercializar el turismo local a nivel nacional e internacional. También bajo un esquema ordenado de desarrollo turístico, se fomentará la atracción de nuevos inversionistas interesados en desarrollar proyectos turísticos en el área. Asimismo, se logrará coordinar un fortalecimiento del apoyo del Estado para identificarlo con un desarrollo turístico integral de la zona.

h) Plan de acción

Vistas las alternativas de solución a la problemática turística en el cantón de La Cruz, y habiendo elegido la que se considera más conveniente, se procede en la reunión a detallar el siguiente plan de acción, pero antes de continuar, el señor van der Meir le solicita a Johan Kraus que presida el desarrollo de este punto vital para la actividad turística del lugar, con la colaboración de los asistentes, no sin antes solicitarles a los participantes el compromiso de cada uno para darle consecución al proyecto.

i) Elementos básicos para establecer un plan estratégico de marketing turístico para La Cruz de Guanacaste

El sector de La Cruz tiene gran potencial turístico, sin embargo, la actividad es muy incipiente, no basta con establecer un plan de mercadeo para la zona, se requiere un planteamiento estratégico de carácter turístico, dirigido a dotar al área de los productos turísticos necesarios, los servicios y la infraestructura adecuada, para plantear, posteriormente, un plan de mercadeo y promoción turística que sea efectivo e impulse el conocimiento de las bellezas de la zona, a nivel nacional e internacional, y se convierta en una alternativa de visita interesante, pudiendo competir a un alto nivel con destinos similares, tanto dentro como fuera de Costa Rica. Por lo tanto, se debe poner especial énfasis en la diversificación de productos turísticos de la zona como el mecanismo más idóneo para prolongar la estadía, generar un incremento del índice de retorno y aumentar las estadísticas de visita al lugar. Ciertamente, es un gran reto, pero se debe pensar en grande si se desea ser competitivo, de ahí que a continuación, se establezcan los elementos básicos, a nivel macro, para establecer un proyecto de mercadeo estratégico para La Cruz:

El proyecto tiene como **finalidad** el impulso del desarrollo turístico en la zona de La Cruz de Guanacaste, perteneciente al área turística de Guanacaste norte, según la división establecida para tal efecto por el Instituto Costarricense de Turismo.

Este proyecto tiene como **visión** que la zona de La Cruz de Guanacaste será reconocida como una de las principales zonas del país en la categoría de turismo de naturaleza (ecoturismo y turismo de aventura), sol y playa.

La **misión** del proyecto es generar condiciones público-privadas, que impulsen la inversión en la zona y el desarrollo de un producto turístico innovador y

competitivo, para convertir la actividad turística en un instrumento de desarrollo económico y social.

El **propósito** es desarrollar las condiciones necesarias de infraestructura, servicios, capacitación, información y crédito (si se lograra el apoyo gubernamental) que permitan desarrollar el potencial de los atractivos turísticos y el espacio turístico en general para el cantón de La Cruz de Guanacaste, con el **objetivo** de fortalecer la actividad turística actual y potenciar el desarrollo empresarial de nuevos productos, rutas y circuitos turísticos competitivos.

Para alcanzar el objetivo, el proyecto contempla **seis puntos básicos**:

- ✓ Promover el desarrollo de productos turísticos innovadores y de alta calidad en las zonas con potencial turístico.
- ✓ Mejoramiento de la infraestructura básica para el desarrollo turístico y urbano en el marco del desarrollo sustentable.
- ✓ **Capacitación y profesionalización de los recursos humanos turísticos**
- ✓ Promoción y comercialización para el desarrollo del circuito turístico a nivel nacional e internacional.
- ✓ Programa de fortalecimiento institucional.
- ✓ Impulso al desarrollo empresarial a través de la implementación de una política estatal que favorezca la inversión local y el desarrollo del turismo.

Componentes básicos en el establecimiento de un modelo de plan de Estratégico de Marketing para la zona de La Cruz de Guanacaste:

Componente 1. Promover el desarrollo de productos turísticos innovadores y de alta calidad en las zonas con potencial turístico de La Cruz.

- a) Identificar los productos turísticos que cuenten **con una adecuada oferta de servicios e infraestructura**, de manera que puedan ser promocionados en los mercados nacional e internacional.
- b) Identificar los productos turísticos que cuenten **con potencial** para ser comercializados, así como las necesidades de infraestructura básica y de servicios que estos presentan.
- c) Consolidar e integrar un corredor turístico especializado en el turismo naturalista (ecoturismo y de aventura) y de sol y playa, en el cantón de La Cruz de Guanacaste que abarque sus principales atractivos en una sola imagen destino *“La Cruz: sol, playa, naturaleza y aventura”*.
- d) Diversificar la oferta turística para que sea competitiva y sostenible, a partir de las ventajas comparativas, fortaleciendo una posición de liderazgo regional en el contexto de turismo de sol/playa y de naturaleza, de tal forma que se logre establecer una sinergia entre empresarios y personas interesadas en los distintos segmentos de mercado turístico nacional e internacional.
- e) Desarrollar circuitos de ecoturismo (parques nacionales, reservas biológicas, áreas protegidas).

f) Desarrollar circuitos de turismo de aventura, que permiten realizar actividades como *canopy*, *kitesurfing*, *windsurfing*, etc.

g) Desarrollar un circuito de playas para el turismo sol/playa.

h) Desarrollar una marina (en el Puerto de Cuajiniquil, proyecto que ya está presentado en la Municipalidad de La Cruz).

i) Desarrollar el producto turístico multidesestino Costa Rica-Nicaragua, en vista de la posición estratégica de La Cruz, como zona fronteriza con ese país. La actividad turística integral es muy importante para ambos países y se reconoce el potencial de atractivos de alta calidad, tanto naturales como culturales, para el desarrollo turístico integral a partir de la operación de una variedad muy amplia de rutas y circuitos. Los productos de la zona de La Cruz, de características ambientales, se complementarían con los productos de tipo cultural que Nicaragua ofrece en la actualidad, con lo que se abre la posibilidad de la explotación conjunta de los atractivos. Una ruta que se puede proponer y que integra Nicaragua cubre los siguientes elementos: Ciudad de Granada, La Ciudad de Rivas, Lago de Nicaragua, Puerto Díaz, Puerto El Nancital y la Isla de Ometepe, entre otros.

j) Fortalecer la cultura de la zona como fundamento del concepto regional turístico: “La Cruz, sol, playa, naturaleza y aventura”.

k) Desarrollar una cultura turística que garantice la seguridad del visitante, con una visión y valores compartidos que impulsen las buenas prácticas en la prestación de los servicios turísticos.

Lo anterior se puede resumir en los siguientes puntos de acción:

I. Elaboración del inventario y evaluación e implementación del producto turístico de la zona.

1. Identificación de los productos turísticos.
2. Diseño de los formularios de inventario y evaluación del producto turístico.
3. Visita y trabajo de campo.
4. Sistematización y análisis de la información.
5. Diseño e implementación de circuitos turísticos de la zona.
6. Diseño e implementación de programas dirigidos al fortalecimiento de la cultura de la zona.
7. Diseño e implementación de una marca para la zona, bajo el concepto de "La Cruz, sol, playa, naturaleza y aventura".

II. Elaboración del inventario y evaluación e implementación de la oferta turística de la zona.

1. Identificación de la oferta.
2. Diseño de los formularios de inventario y evaluación del producto turístico.
3. Visita y trabajo de campo.
4. Sistematización y análisis de la información.
5. Definición de la oferta.
6. Implementación de la oferta.

III. Identificación de oportunidades de inversión en el turismo sol/playa, ecoturismo y de aventura en La Cruz.

1. Análisis de la información primaria y secundaria de las alternativas de inversión.
2. Trabajo de campo.

3. Sistematización y análisis de la información.
4. Definición de las oportunidades de inversión.
5. Implementación de los programas de inversión en la zona.

IV. Consolidación de los resultados de la asistencia en el apoyo al turismo sol/playa, ecoturismo y de aventura en la zona.

1. Consolidación de los estándares de calidad para las iniciativas del turismo de sol/playa, ecoturismo y aventura, y su adopción por parte del I.C.T. y los proveedores de servicios.
2. Consolidación en la incorporación del tema del turismo de sol/playa, ecoturismo y turismo de aventura en las encuestas que realiza y contrata el I.C.T., y la actualización de las características de oferta y demanda realizadas.
3. Consolidación del financiamiento. Incluye realizar las solicitudes de financiamiento de acuerdo con los requerimientos de los entes financieros.
4. Consolidación del I.C.T. en el tema del turismo sol/playa, ecoturismo y turismo de aventura para la zona de La Cruz.

Componente 2. Mejoramiento de la infraestructura básica para el desarrollo turístico y urbano en el marco del desarrollo sostenible.

El propósito de este componente es desarrollar la infraestructura necesaria para facilitar la operación turística en el sector de La Cruz de Guanacaste. Para lograr ese desarrollo, se requiere una participación conjunta estado-empresa privada.

Este componente abarca las siguientes actividades:

- Análisis de la demanda de las rutas.
- Diseño de anteproyectos para la construcción de obras de infraestructura pública y privada.
- Construcción de obras de infraestructura pública y privada.

El análisis de la demanda se hará para establecer el potencial inicial del mercado en todo el circuito turístico desarrollado para La Cruz. Mediante este análisis se establecerá:

- a) Las características de las empresas turísticas que ya están operando en esta zona.
- b) Procedencia y volumen de la demanda en la zona de La Cruz.
- c) Canales de comercialización utilizados actualmente.
- d) Estrategias que se utilizan en este momento.

El análisis se hará a partir de la información existente, básicamente sobre los planes de desarrollo turístico que se encuentran establecidos en el Plan General de Desarrollo Sostenible 2002-2012 y el Plan General de Usos de la Tierra en la Zona Costera de la Unidad de Planeamiento Guanacaste norte, ambos del Instituto Costarricense de Turismo. Esta actividad requerirá de la contratación, por parte del Estado, de un consultor para desarrollar el análisis propuesto.

Entre las obras más importantes por desarrollar se encuentran:

- La construcción de la carretera entre La Cruz y Bahía Salinas.
- Recarpeteo o arreglo de carreteras vecinales de La Cruz.
- Señalización adecuada de las carreteras.
- Establecimiento de centros de información turística.
- Dotación de servicios básicos en las principales áreas de mayor atractivo turístico de La Cruz, tales como: agua potable, servicios sanitarios,

información, senderos, áreas acondicionadas para camping, agua potable y servicios sanitarios, entre otros.

Cada una de estas obras requiere la participación del Estado y de la Municipalidad de La Cruz, en la preparación de los estudios técnicos correspondientes, así como la preparación de los anteproyectos y diseños finales para la construcción y, por supuesto, la materialización de las obras en un tiempo razonable y prudencial, máxime que la construcción de las obras implica procesos licitatorios y la ejecución propiamente dicha.

Entre los puntos de acción que se deben desarrollar en este componente se encuentran:

➤ **Con respecto a la demanda:**

1. Tipificación y caracterización de la demanda turística actual de la zona (nacional e internacional).
2. Tipificación y caracterización de la demanda proyectada para La Cruz de Guanacaste (nacional e internacional).
3. Determinación de los canales de comercialización utilizados actualmente.
4. Sistematización y análisis de la información.
5. Diseño e implementación de programas dirigidos al fortalecimiento y crecimiento de la demanda turística de La Cruz.

➤ **Con respecto a los servicios turísticos:**

1. Definición de los requerimientos de servicios turísticos de la demanda proyectada.
2. Diseño de anteproyectos para la construcción de obras de infraestructura pública y privada.

3. Consolidación de los principales proyectos dirigidos a satisfacer los servicios turísticos de la zona.

3.1 Construcción de la carretera entre La Cruz y Bahía Salinas, hasta Playa Ocotál.

3.2 Recarpeteo de las carreteras vecinales de La Cruz.

3.3 Señalización adecuada de las carreteras.

3.4 Establecimiento de centros de información turística.

3.5 Dotación de los servicios básicos a las áreas de mayor atractivo turístico.

Componente 3. Capacitación y profesionalización de los recursos humanos turísticos.

El propósito de este componente es capacitar a las personas en las distintas ramas de servicio turístico, con el objetivo de aumentar el nivel de calidad de los servicios turísticos y facilitar el acceso de personas a este campo laboral.

Para este punto, se considerarán tres actividades:

- Determinar las necesidades de capacitación.
- Desarrollo de cursos de capacitación.
- Análisis de los resultados de la capacitación.

Con base en el potencial que se abre con la operación de un circuito turístico debidamente planificado y desarrollado, se hará un estudio específico para determinar las necesidades de capacitación en todas las actividades relacionadas directa o indirectamente con el turismo. Este estudio tendrá como enfoque la posibilidad de aumentar la inserción laboral de residentes de La Cruz al sector turístico, en el corto plazo.

A partir de ese análisis se diseñarán o ajustarán cursos de capacitación en módulos adaptados a las necesidades y posibilidades de las personas. Para lograr este punto se requiere apoyo del Instituto Nacional de Aprendizaje, principalmente.

Se debe diseñar un sistema de análisis que permita dar un seguimiento continuo a los resultados de la capacitación, con base en la capacidad de inserción de las personas en un mercado laboral bastante prometedor. Esto se complementa con un análisis del nivel educativo de los residentes de la zona, correlacionado con un análisis del empleo y la disponibilidad de personal potencial en la zona, lo que brinda la posibilidad de establecer una bolsa de empleo del sector turístico para La Cruz.

Como resultado, se espera que la actividad turística contribuya a mejorar las condiciones socioeconómicas del área y genere mayores posibilidades de empleo.

Entre los puntos de acción que se deben considerar en este componente, se encuentran:

1. Análisis de la demanda, oferta y necesidades de capacitación para el desarrollo de la actividad turística de sol/playa, ecoturismo y turismo de aventura.
2. Propuesta de la oferta de asesoría y capacitación, desarrollo de capital humano (competencias y pasantías, entre otros), y readecuación de la oferta existente.
3. Diseño de programas de capacitación.
4. Implementación de los programas de capacitación.
5. Análisis de los resultados de la capacitación.

Componente 4. Promoción y comercialización para el desarrollo del circuito turístico a nivel nacional e internacional.

El propósito de desarrollar este componente es garantizar un sistema de promoción y comercialización que nos permita ubicar al circuito turístico de La Cruz, en todos los escenarios a nivel nacional e internacional, dirigiendo la propuesta a la segmentación de mercados más apropiados. Por tanto, se deben desarrollar las herramientas necesarias para garantizar que la actividad turística se lleve a cabo en forma eficiente y rentable.

Para lograr este propósito, se requiere el establecimiento de una campaña de mercadeo y de publicidad a nivel nacional e internacional, impulsada por el Instituto Costarricense de Turismo, con la colaboración y participación del sector empresarial turístico, que contemple, entre otras actividades, las siguientes:

- Confección de material promocional.
- Diseño de una página web promocional de la zona.
- Organización de eventos programados.
- Diseño del sistema de señalización e información.
- Colocación de señales y rótulos informativos.
- Diseño de un sistema adecuado de información turística.

Se requiere la confección de todo el material de promoción turística, tanto impreso como digital, necesario para la comercialización del circuito, tales como: *brouchures*, mapas turísticos; guías turísticas impresas, específicas del circuito; afiches; postales, CD; y multimedias, etc.

Una vez desarrollado el circuito turístico de La Cruz, se establecerá la promoción y organización de al menos dos eventos programados durante el año, participación en una feria a nivel internacional y la organización de un evento binacional (Costa

Rica-Nicaragua), como: *Rally*, campeonato de pesca, caminata, ecoaventura, etc., con el fin de que tenga cobertura televisiva a nivel nacional e internacional.

La señalización e información turística son esenciales dentro de proyecto de promoción y comercialización turística. Lo que se busca es potenciar la utilización de los atractivos turísticos a través de su divulgación y señalización.

Para establecer un sistema de señalización se requiere un análisis cartográfico, elaborado por las dependencias del Estado correspondientes, y con base en este, se hace una propuesta para la colocación de las señales viales y rotulación de rutas y atractivos turísticos. Posteriormente, una vez establecidos los puntos de señalización, se incluirán en los mapas existentes de la zona.

Otro punto importante es el diseño del tipo de rótulo turístico que se utilizará para comunicar la información turística, el cual debe ser comprensible y fácil de interpretar.

Con toda esta información debidamente estructurada y materializada, se puede diseñar un sistema de información turística con capacidad de ser empleada en las oficinas de información, en la Cámara de Turismo y por todos los interesados. Este sistema deberá contener, por ende, toda la información turística necesaria (hospedaje, restaurante, servicios, rutas, etc.).

Entre los puntos de acción que se deben desarrollar para lograr lo anterior se encuentran los siguientes:

➤ **Con respecto al mercado:**

1. Estudio del potencial del mercado nacional e internacional para el turismo playa/sol, ecoturismo y aventura para la zona.
2. Caracterización de los medios de acceso al mercado internacional.

3. Fortalecimiento de la presencia del producto de playa/sol, ecoturismo y aventura de La Cruz en las investigaciones del mercado nacional e internacional (sensibilización de funcionarios del I.C.T. y sector empresarial).

➤ **Con respecto a la marca: “una marca creada”**

1. Factibilidad de creación de la marca "La Cruz: sol, playa, naturaleza y aventura".

2. Establecimiento legal de la normativa.

3. Creación de los instrumentos y estructura para la implementación y administración de la marca.

4. Factibilidad para la creación de una plataforma de comercialización o fortalecimiento de las existentes.

5. Implementación de la plataforma (desarrollo de una estructura institucional de ejecución del I.C.T.).

➤ **Con respecto a la implementación de un plan de mercadeo que incluya un programa de promoción del turismo sol/playa, ecoturismo y aventura:**

1. Análisis de la oferta y demanda.

2. Desarrollo del producto.

3. Estrategia para el posicionamiento del producto.

4. Diseño de una estrategia de promoción nacional e internacional del turismo de playa/sol, ecoturismo y aventura para La Cruz, que incluya: confección de material promocional, diseño de una página web, organización de eventos programados, sistemas de información turística, etc.

5. Ejecución de la estrategia que incluye la sensibilización de operadores de tours.
6. Monitoreo y evaluación del programa.
7. Readecuación del programa.

Componente 5. Programa de fortalecimiento institucional.

El propósito de este componente es fortalecer la presencia institucional en la zona de La Cruz de Guanacaste. Para lograr alcanzar los objetivos de desarrollo turístico del circuito, se requiere una importante participación institucional, que va desde la Municipalidad de La Cruz, el Instituto Costarricense de Turismo, el Instituto Nacional de Aprendizaje, el Ministerio de Obras Públicas y Transportes, hasta entidades como el Instituto Costarricense de Electricidad, Acueductos y Alcantarillados, el Ministerio de Energía y Minas, y la banca estatal, entre otros.

Si se desea desarrollar un plan estratégico de mercadeo turístico para La Cruz de Guanacaste que sea efectivo y, lo incipiente de la actividad en el lugar, se necesita un apoyo estatal muy importante para que el sector turístico pueda crecer, brindar los servicios adecuados, con un adecuado nivel de calidad, que permita desarrollar toda una campaña de mercadeo y promoción turística. En vista de la falta de coordinación institucional que frecuentemente se genera en los proyectos de participación estatal, resulta necesario nombrar una comisión coordinadora del proyecto, enfocada en lograr el despegue turístico de La Cruz, la cual deberá estar integrada por representantes de las institucionales relacionadas, la Municipalidad, así como representantes del sector turístico.

También, con miras a lograr mayor seguridad para el turista, se propondrá la conformación de una policía turística en la zona, que deberá tener presencia en todo el circuito turístico propuesto. Por supuesto, esta actividad requiere equipar, capacitar y fortalecer las delegaciones de policía existentes en el área.

Entre los puntos de acción que se deben desarrollar en este componente se encuentran:

➤ **Un plan elaborado que oriente las actividades por realizar con cada una de las instituciones relacionadas con el desarrollo de la actividad turística en La Cruz, para lo cual se requiere:**

1. Reuniones con el I.C.T. y el I.N.A. para determinar las instituciones relacionadas con el proyecto de desarrollo turístico como: Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, Instituto Costarricense de Electricidad, Ministerio de Obras Públicas y Transportes, Ministerio de Energía y Minas, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Trabajo y universidades públicas, entre otras.
2. Definición del aporte esperado de cada una de las instituciones identificadas, para el apoyo de la actividad turística de la zona.
3. Definición de un plan de orientación de cooperación interinstitucional y su adaptación de acuerdo con los resultados obtenidos.

➤ **Incorporación del tema del plan de desarrollo turístico de La Cruz, en los planes estratégicos y operativos de las instituciones nacionales, lo cual implica:**

1. Diagnóstico situacional de instituciones relacionadas.
2. Propuestas concretas de incorporación del tema.
3. Diseño e implementación de una política de incentivos a nivel local.
4. Acuerdo o documento firmado que haga factible la operación de la política de incentivos a nivel local.

➤ **Alianzas estratégicas establecidas con el sector municipal de La Cruz, para lo cual se necesita de:**

1. Priorización, por parte del gobierno local, para trabajar con las comunidades e impulsar la actividad turística.
2. Definición conjunta de una estrategia (instituciones y gobierno local).
3. Articulación de los esfuerzos de instituciones públicas, Municipalidad, organizaciones comunales y de la sociedad civil para la ejecución de las acciones.

Componente 6. Impulso al desarrollo empresarial, a través de la implementación de una política estatal que favorezca la inversión local y el desarrollo del turismo.

El propósito de este componente es promover el desarrollo de empresas de servicios turísticos en la zona de La Cruz, específicamente, en las áreas establecidas dentro del circuito turístico. Para ello, se deben contemplar las siguientes actividades:

- Creación de un programa de facilitación turística binacional (Costa Rica-Nicaragua).
- Establecimiento de un fondo de inversión para micro, pequeñas y medianas empresas.
- Diseño de un plan de comercialización para el circuito turístico de La Cruz.

Creación de un programa de facilitación turística binacional: Requiere de la sensibilización de actores claves en ambos países (Costa Rica-Nicaragua), con el fin de llegar a acuerdos que faciliten el tránsito de turistas y la operación de las

empresas en la zona. Además, se impulsará la integración de esta zona dentro de los planes y acciones de promoción turística que ambos países realizan, con la intención de generar actividades de mercadeo.

Establecimiento de un fondo de inversión para micro empresas, pequeñas y medianas empresas: Se diseñará un plan de comercialización que establezca las oportunidades de negocio para el desarrollo de nuevas empresas de la zona. Mediante este plan se identificarán los puntos con mayor potencial para la comercialización, y se harán propuestas para una promoción efectiva del circuito turístico de La Cruz. Esta actividad servirá, además, para atraer inversión privada a la región.

Diseño de un plan de comercialización para el circuito turístico de La Cruz: Se deberá establecer con la colaboración de las entidades bancarias públicas, un programa de crédito para la micro, pequeña y mediana empresa turística, bajo condiciones accesibles y adaptado a las necesidades y oportunidades de la zona.

Lo anterior se puede resumir en los siguientes puntos de acción, tomando en cuenta la importancia del establecimiento de programas de financiamiento accesibles para el desarrollo del turismo de sol/playa, ecoturismo y aventura en La Cruz:

➤ **Con respecto a la oferta financiera:**

1. Tipificación y caracterización de la oferta financiera (incluyendo banca nacional, privada y pública, banca internacional y otras fuentes no convencionales tales como instituciones como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y cooperativas, entre otras.
2. Identificación de los requerimientos y condiciones.

➤ **Con respecto a la demanda financiera:**

1. Tipificación y caracterización de la demanda financiera.
2. Identificación las barreras de acceso al crédito.

➤ **Sobre un programa de financiamiento para el desarrollo turístico de La Cruz de Guanacaste:**

1. Viabilidad y condiciones para la creación de un fondo para el desarrollo de las actividades turísticas sol/playa, ecoturismo y aventura de La Cruz.
2. Diseño del programa.
3. Negociación con entidades financieras.
4. Ejecución de una labor de sensibilización de la banca (procesos de capacitación, talleres como "análisis y evaluación de proyectos para el turismo de sol/playa, ecoturismo y aventura en la zona, entre otros).
5. Asesoría para la formulación de propuestas de financiamiento.

➤ **Con respecto a posibles recursos de la oferta de cooperación no reembolsable para el impulso de la actividad turística.**

1. Identificación de estos recursos.
2. Definición de la estrategia de otorgamiento.
3. Apoyo a la gestión de los recursos.
4. Impulso de líneas de crédito blando y la canalización de recursos hacia aspectos estratégicos para el desarrollo de la actividad turística de la zona (como, por ejemplo, el diseño de producto, e infraestructura, entre otros).

Seguidamente, Johan Kraus detalla el cronograma del plan de acción y el presupuesto de la alternativa seleccionada:

j) Conclusiones

La Cruz de Guanacaste cuenta con un potencial natural y paisajístico para desarrollar un proyecto integrado que produzca un desarrollo turístico ordenado, fundamentado en el ecoturismo, el turismo de aventura, el sol/playa.

Para que La Cruz sea reconocida como una alternativa turística importante debe ofrecer un producto diferenciado, basado en el turismo de naturaleza, ecoturismo y sol/playa, que son sus fortalezas, además, debe contar con una infraestructura adecuada, ofrecer un servicio de calidad y crear una marca para la zona, con capacidad de ser reconocida en el mercado nacional e internacional.

Es importante resaltar el perfil del turista que visita La Cruz de Guanacaste, que se caracteriza por ser, en su mayoría, de origen europeo, entre los que predominando los holandeses y alemanes. También existe turistas nacional. El promedio de edad se encuentra entre los 31 y 50 años, con una tendencia a ser solteros y con un nivel de educación universitaria, que gusta de viajar solo, planea sus viajes en forma independiente, no utiliza los servicios de agencias de viajes y operadores de tour. Sus motivos de viaje son, principalmente, vacacionales, la visita a amigos y familiares y por razones de trabajo; gusta de realizar actividades turísticas tales como: sol/playa, visita a volcanes, observación de flora y fauna, *windsurfing*, el *kitesurfing*, *surf*, visita a los parques nacionales, buceo, *snorkel* y observación de aves. La definición del perfil del turista permitirá montar una campaña de mercadeo y publicidad dirigida a los segmentos más potenciales, para generar aún una mayor demanda de los servicios de la zona.

La zona de La Cruz de Guanacaste cuenta con los elementos para desarrollar un proyecto turístico, a corto y mediano plazo, acorde a las necesidades del área; sin embargo, faltan los recursos económicos, el apoyo institucional y municipal, y, fundamentalmente, la voluntad política para llevarlo a cabo.

Es importante hacer notar que los residentes de La Cruz tienen consciencia del potencial de sus atractivos turísticos y de la importancia del turismo como actividad generadora de nuevas fuentes de ingreso y empleo, y muestran interés en el desarrollo sostenible de esta zona.

k) Recomendaciones

Llevar a cabo un plan de desarrollo turístico integrado para lograr un mejoramiento de la actividad turística de la zona.

Crear las condiciones necesarias para generar productos turísticos innovadores, caracterizados por la alta calidad en los principios turísticos.

Producir un ambiente empresarial propicio que interactúe con instituciones del Estado para el mejoramiento de la infraestructura turística de la zona.

Capacitar un recurso humano que cumpla con las expectativas de calidad necesarias para manejar un producto diferenciado e innovador, basado en el ecoturismo, turismo de aventura y de sol/playa.

Establecer las condiciones necesarias, entre un circuito turístico para promocionar y comercializar la zona de La Cruz de Guanacaste.

Desarrollar un programa que fortalezca las relaciones institucionales, con miras a fortalecer el sector turístico en La Cruz.

Crear el ambiente propicio para el desarrollo empresarial turístico, por medio de políticas crediticias e incentivos, que fomenten la inversión en La Cruz de Guanacaste.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Ander-Egg Ezequiel. (1990). *Técnicas de Investigación Social*. Argentina: Editorial Hvmánitas.

Assael, Henry. (1999). *Comportamiento del Consumidor*. Sexta Edición. México: Internacional Thompson Editores.

Asti, A. (1989). *Metodología Científica*. Argentina: Editorial Kapeluz.

Campos, Jorge y Lizano, M. (1993) *Hacia un nuevo modelo de desarrollo turístico: el caso de Costa Rica*. San José: FUNDEVI. Universidad de Costa Rica.

Gómez Barrantes, Miguel. (1998). *Elementos de Estadística Descriptiva*. Costa Rica: Editorial EUNED.

Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos Baptista Lucio, Pilar. (2003). *Metodología de la Investigación*. Tercera Edición. México: McGraw-Hill Interamericana.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary. (1998). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.

Kotler, Philip, Fahey, Liam y Jutasripitak, S. (1987). *La Nueva Competencia*. Colombia: Editorial Norma.

Kotler, Philip. (1996). *Dirección de Mercadotecnia*. México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.

Sierra Bravo. (1995). *Técnicas de Investigación Social*. Décima Edición. España: Editorial Paraninfo S.A.

Stoner, James A. F., Freeman R., Eduard y Gilbert J. R., Daniel R. (1996) *Administración*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.

Thompson, Arthur A. y Strickland, A.J. (1994). *Dirección y Administración Estratégicas*. México: Mac Graw Hill.

Asamblea Legislativa. *Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990*.

Instituto Costarricense de Turismo. (2006). *Plan General de Desarrollo Sostenible 2002-2012*.

Instituto Costarricense de Turismo. (1998). *Plan General de Usos de la Tierra en la Zona Costera de la Unidad de Planeamiento Guanacaste norte*. Tomo I. Informe final.

Instituto Costarricense de Turismo. (2006). *Hospedaje con Declaratoria Turística*.

Instituto Costarricense de Turismo. (2006). *Anuario de Turismo Actualizado*.

Instituto Costarricense de Turismo. (2005). *Resultados de la Encuesta Aérea I Trimestre del 2005*.

Instituto Costarricense de Turismo. (2005). *Resultados de la Encuesta Aérea III Trimestre del 2005*.

Instituto Costarricense de Turismo (PNU-ICT). (2005). *Proyecto de Turismo Rural Comunitario como Instrumento de Desarrollo Local*.

Instituto Costarricense de Turismo (2006). *Hospedaje con Declaratoria Turística del 2006*.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-Instituto Costarricense de Turismo. (2006). *Proyecto de Turismo Rural y Comunitario (TRC) como Instrumento de Desarrollo Local*.

Bolaños, Alonso. (2006). <http://www.es.wikipedia.org/wiki/Turismo>. (Recuperado el 26 de octubre del 2006).

Gutiérrez, Gerardo. (2006). <http://www.monografias.com/trabajos15/la-stadistica/la-stadistica.html#intro>. (Recuperado el 28 de octubre del 2006).

Sandoval, Roberto. (2006). <http://www.monografias.com/trabajos15/la-estadistica/la-estadistica.shtml#intro>. (Recuperado el 2 de noviembre del 2006).

Valencia, Carlos. (2006). <http://www.ticotourism.com/costarica/spanish/destinos>. (Recuperado el 2 de noviembre del 2006).

Alvarado, Carlos. (2006). Entrevista realizada el 20 de noviembre del 2006.

Salvatierra, Adrián. (2006). Entrevista realizada el 19 de octubre del 2006.

Valverde, Gerardo. (2006). Entrevista realizada el 19 de octubre del 2006.

ANEXOS

Cuadro No. 55
OFERTA DE HOSPEDAJE CON DECLARATORIA SEGÚN
CANTONES. 2004

CANTÓN	No. De empresas	% empresas	No. De Habitaciones	% Habitaciones
Central de San José	56	14,4	3.191	19,9
Central de Puntarenas	32	8,2	1.427	8,9
Santa Cruz	33	8,5	1.400	8,7
Carrillo	21	5,4	1.262	7,9
Garabito	23	5,9	1.075	6,7
Belén	10	2,6	948	5,9
San Carlos	26	6,7	860	5,4
Aguirre	25	6,4	661	4,1
Liberia	12	3,1	587	3,7
Escazú	7	1,8	524	3,3
Alajuela	14	3,6	453	2,8
Pococí	14	3,6	374	2,3
Nicoya	9	2,3	274	1,7
Limón	7	1,8	210	1,3
Talamanca	7	1,8	208	1,3
Santa Ana	3	0,8	189	1,2
Pérez Zeledón	4	1,0	176	1,1
Golfoito	7	1,8	166	1,0
Montes de Oca	8	2,1	168	1,0
Tibás	3	0,8	157	1,0
Sarapiquí	6	1,5	157	1,0
La Cruz	4	1,0	155	1,0
Osa	8	2,1	147	0,9
San Rafael de Heredia	3	0,8	127	0,8
San Ramón	4	1,0	125	0,8
Tilarán	6	1,5	107	0,7
Goigochea	2	0,5	92	0,6
Santo Domingo	1	0,3	81	0,5
Central de Cartago	2	0,5	79	0,5
Cañas	3	0,8	76	0,5
Corredores	2	0,5	70	0,4
Central de Heredia	3	0,8	57	0,4
Hojancha	2	0,5	57	0,4
Turrialba	3	0,8	56	0,3
Barva	2	0,5	44	0,3
Nandayure	1	0,3	36	0,2
Moravia	2	0,5	34	0,2
Dota	1	0,3	28	0,2
Abangares	3	0,8	26	0,2
Parrita	2	0,5	24	0,1
Aserrí	1	0,3	23	0,1
Los Chiles	2	0,5	22	0,1
Naranjo	2	0,5	20	0,1
Upala	1	0,3	18	0,1
Esparza	1	0,3	13	0,1
Orotina	1	0,3	10	0,1
Santa Bárbara	1	0,3	9	0,1
TOTAL	390	100	16.003	100

Anexo No. 1

Fuente: Cuadro No. 55. Anuario de Turismo del 2004. Instituto Costarricense de Turismo.

**Estimación del número de turistas según región visitada
2002-2005**

Años	turistas est. Valle Central	turistas est. Guanacaste Norte	turistas est. Guanacaste Sur	turistas est. Puntarenas e islas del Golfo	turistas est. Pacífico Medio	turistas est. Península de Osa	turistas est. Caribe Norte	turistas est. Puerto Limón	turistas est. Caribe sur	turistas est. Zona Norte	turistas est. Monteverde
2002	644.883	177.270	50.387	110.581	234.395	54.368	68.305	29.223	69.137	182.772	107.701
2003	659.911	178.872	51.544	114.903	265.766	58.854	76.893	27.260	88.385	222.948	125.264
2004*	726.856	220.336	90.727	146.507	359.874	82.354	95.177	47.414	107.553	264.582	168.565
2005*	1.025.588	379.922	87.745	141.108	391.191	78.104	108.357	32.139	110.666	332.881	204.293

*se incluye el Aeropuerto Daniel Oduber

Anexo No. 2

Fuente: Estimación por visitación por región visitada 2002-2005. Instituto Costarricense de Turismo.

Anexo: 3

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
LICENCIATURA EN MERCADEO

CASO:

**LOS COMPONENTES BÁSICOS PARA EL DESARROLLO DE UN
PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA ZONA DE LA
CRUZ DE GUANACASTE, BAJO LA CATEGORÍA DE TURISMO DE
NATURALEZA (ECOTURISMO Y TURISMO DE AVENTURA), SOL Y PLAYA.**

**ENCUESTA PARA LOS TURISTAS
(NACIONALES Y EXTRANJEROS)
DE LA CRUZ DE GUANACASTE
(EN ESPAÑOL)**

LA INFORMACIÓN QUE SE SUMINISTRA EN EL
CUESTIONARIO ES CONFIDENCIAL

SAN JOSÉ, COSTA RICA
OCTUBRE DEL 2006

Análisis de las características de los turistas nacionales o extranjeros que visitan la zona de La Cruz de Guanacaste, a fin de establecer las diferencias o semejanzas que existen entre los visitantes a esa área.

Introducción: Buenos días (tardes) (noches), mi nombre es _____. Estamos efectuando un estudio de mercado sobre la percepción que usted tiene de los atractivos turísticos del cantón de La Cruz de Guanacaste. ¿Me permite unos minutos de su tiempo para hacerle unas breves preguntas?

ASPECTOS GENERALES DEL TURISTA

P1 ¿Cuál es su lugar de origen?

Europa	América del Norte	América del Sur	América Central	Caribe	Asia/África /Oceanía	NS/NR
1	2	3	4	5	6	9

Indique el país: _____

P2 ¿Quién le acompañó en este viaje?

Solo	Con la familia	Con amigos	Con la pareja	Con amigos y familiares	Con compañeros de trabajo	NS/NR
1	2	3	4	5	6	9

P3 ¿Cuál es el motivo de su viaje al cantón de La Cruz de Guanacaste?

Vacaciones	Visita a familiares	Negocios	Laboral	* Otros motivos	NS/NR
1	2	3	4	5	9

- Si señaló otros motivos para su viaje, indique cuál motivo: _____

ASPECTOS DE HOSPEDAJE, ESTADÍA Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

P4 ¿Cuántas noches se hospedará en el cantón de La Cruz de Guanacaste?

0 días	1 a 5	6 a 10	11 a 15	16 a 20	21 ó más	NS/NR
1	2	3	4	5	6	9

P5 En caso de no hospedarse en La Cruz de Guanacaste, indique el lugar en el cual se hospeda.

Liberia	Santa Cruz	* Otros	NS/NR
1	2	3	9

- * En caso de señalar la opción "Otros", indique el lugar: _____

P6 ¿Cómo planeó usted su viaje al cantón de La Cruz de Guanacaste?

Adquirió un paquete de viaje en una agencia de viajes en su país.	Adquirió un paquete de viaje en una agencia de viajes en Costa Rica.	En forma independiente.	Organizado por la empresa.	* Otros	NS/NR
1	2	3	4	5	9

* Si escogió la opción "Otros", indique como: _____

P7 ¿Qué tipo de actividades le interesa realizar en su visita al cantón de La Cruz de Guanacaste?

1. Sol y playa.	
2. Pesca deportiva.	
3. Surf.	
4. Windsurfing.	
5. Kidsurfing.	
6. Buceo y <i>Snorkel</i> .	
7. <i>Kayaking</i> en el mar (sea kayaking).	
8. Caminatas por senderos (con o sin guía).	
9. Observación de aves.	
10. Observación de la flora y la fauna.	
11. Visita a los volcanes.	
12. <i>Canopy</i> (deslizamiento entre las copas de los árboles).	
13. <i>Bungee jumping</i> (lanzamiento con cuerda desde un puente).	
14. Visita a parques nacionales y áreas protegidas	
15. Visita a clientes, proveedores, reuniones, negocios.	
16. Aprendizaje del español.	
17. Visita a una comunidad rural y compartir con los habitantes actividades, tradiciones y estilos de vida.	

P8 ¿Cuál es su opinión sobre le hospedaje y los servicios turísticos que ofrece el cantón de La Cruz?

1. Hospedaje	Excelente 6	Muy bueno 5	Bueno 4	Regular 3	Malo 2	Pésimo 1	NS/NR 9
2. Servicios de alimentación	Excelente 6	Muy bueno 5	Bueno 4	Regular 3	Malo 2	Pésimo 1	NS/NR 9
3. Servicios turísticos	Excelente 6	Muy bueno 5	Bueno 4	Regular 3	Malo 2	Pésimo 1	NS/NR 9
4. Tours	Excelente 6	Muy bueno 5	Bueno 4	Regular 3	Malo 2	Pésimo 1	NS/NR 9
3. Artesanías, souvenirs	Excelente 6	Muy bueno 5	Bueno 4	Regular 3	Malo 2	Pésimo 1	NS/NR 9
4. Estado de las carreteras	Excelente 6	Muy bueno 5	Bueno 4	Regular 3	Malo 2	Pésimo 1	NS/NR 9
5. Señalización vial	Excelente 6	Muy bueno 5	Bueno 4	Regular 3	Malo 2	Pésimo 1	NS/NR 9

DATOS PERSONALES

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

P9 Género: Femenino (1) Masculino (2)

P10 Cuál es su edad en años cumplidos? _____

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) NS/NR (9)

P11 Su estado civil es: Soltero (1) Casado (2) Divorciado (3) Viudo (4) Unión libre (5)
Otro (6) _____

P12 Escolaridad: Escuela incompleta (1) Escuela completa (2) Secundaria incompleta (3)
Secundaria completa (4) Universitaria incompleta (5) Universitaria comp. (6)
NS/NR (9)

P13 Ocupación actual: _____

.....
Agradezca al encuestado y termine

ANEXO No. 4

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
LICENCIATURA EN MERCADEO

CASO:

**LOS COMPONENTES BÁSICOS PARA EL DESARROLLO DE UN
PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA ZONA DE LA
CRUZ DE GUANACASTE, BAJO LA CATEGORÍA DE TURISMO DE
NATURALEZA (ECOTURISMO Y TURISMO DE AVENTURA), SOL Y PLAYA.**

**ENCUESTA PARA LOS TURISTAS
(NACIONALES Y EXTRANJEROS)
DE LA CRUZ DE GUANACASTE
(EN INGLÉS)**

LA INFORMACIÓN QUE SE SUMINISTRA EN EL
CUESTIONARIO ES CONFIDENCIAL

SAN JOSÉ, COSTA RICA
OCTUBRE DEL 2006

Survey Number: _____

Analysis of the characteristics of local and foreign tourists that visit the town of La Cruz.

.....
Good morning, afternoon, evening, my name is _____. We are doing a marketing study about the impression that you have of the tourist attractions of La Cruz Guanacaste. Would you allow me a few minutes of your time to ask you some quick questions?
.....

GENERAL INFORMATION ABOUT THE TOURIST

P1 What is your place of origin?

Europe	North America	South America	Central America	Caribbean	Asia, Africa, Australia	NS/NR
1	2	3	4	5	6	7

Which country? _____

P2 With who are you traveling??

Alone	With family	With friends	With spouse	With workmates	With workmates	N/A
1	2	3	4	5	6	7

P3 What's the reason of the trip to La Cruz?

Vacations	Visit family	Business	For work	*Other	N/A
1	2	3	4	5	6

* Specify: _____

INFORMATION ABOUT ACOMODATIONS AND TOURIST ATTRACTIONS

P4 How many days are you planning to stay in the town of La Cruz?

0 days	1 a 5	6 a 10	11 a 15	16 a 20	21 or more	N/A
1	2	3	4	5	6	9

P5 If you are not staying in La Cruz, please specify where are you staying?

Liberia	Santa Cruz	* Other	N/A
1	2	3	4

• If you choose the option "Other", please specify where are you staying: _____

P6 How do you planned your trip to La Cruz?

Travel Agency in your country	Travel Agency in Costa Rica	By your own	Business Trip	* Other	N/A
1	2	3	4	5	6

* How: _____

P7 In which attractions are you interested in the town of La Cruz?

1.Sun/Beaches	
2. Fishing	
3. Surf	
4. Windsurfing	
5.Kiitesurfing	
6. Diving and Snorkel	
7. Sea kayaking	
8. Trial walks with or without guide)	
9. Bird watching	
10. Flowers and animals watching	
11.Visit to the volcanoes	
12.Canopy	
13. Bungee jumping	
14. Visits to National Parks	
15.Visits to business partners	
16. Spanish learning	
17. Visit to a country side town and share with the locals their activities, traditions and life style	

P8 What do you think about the accommodations and tourist services offered in the town of La Cruz?

1. Accommodations	Excellent 6	Very Good 5	Good 4	Regular 3	Bad 2	Very bad 1	N/A 9
2. Food	Excellent 6	Very Good 5	Good 4	Regular 3	Bad 2	Very bad 1	N/A 9
3. Tourist Services	Excellent 6	Very Good 5	Good 4	Regular 3	Bad 2	Very bad 1	N/A 9
4. Tours	Excellent 6	Very Good 5	Good 4	Regular 3	Bad 2	Very bad 1	N/A 9
3. Handcrafts and souvenirs	Excellent 6	Very Good 5	Good 4	Regular 3	Bad 2	Very bad 1	N/A 9
4. Quality of the roads	Excellent 6	Very Good 5	Good 4	Regular 3	Bad 2	Very bad 1	N/A 9
5. Road signs	Excellent 6	Very Good 5	Good 4	Regular 3	Bad 2	Very bad 1	N/A 9

PERSONAL DATA

Only for statistic data:

P9 Gender: Female (1) Male (2)

P10 How old are you? _____

Age: Less than 20 (1) 20 to 30 (2) 31 to 40 (3) 41 to 50 (4)
51 years or older (5) N/A (9)

P11 Marital Status: Single (1) Married (2) Divorced (3) Widowed (4)
Other (5) _____

P12 Highest Educational Level:

Incomplete school (1) Complete school (2) Incomplete High School (3)
Complete High School (4) Incomplete College (5) Complete College. (6) N/A (9)

P13 Job role: _____

.....
Say thanks to the person and finish

ANEXO No. 5

UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
(ULACIT)

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
LICENCIATURA EN MERCADEO

CASO:

**LOS COMPONENTES BÁSICOS PARA EL DESARROLLO DE UN
PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA ZONA DE LA
CRUZ DE GUANACASTE, BAJO LA CATEGORÍA DE TURISMO DE
NATURALEZA (ECOTURISMO Y TURISMO DE AVENTURA), SOL Y PLAYA**

**ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL ÁREA CENTRAL
DEL CANTÓN DE LA CRUZ DE GUANACASTE
REFERENTE A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA ZONA**

LA INFORMACIÓN QUE SE SUMINISTRA EN EL
CUESTIONARIO ES CONFIDENCIAL

SAN JOSÉ, COSTA RICA
OCTUBRE DEL 2006

Análisis de la percepción que tienen los habitantes del área central del cantón de La Cruz de Guanacaste con respecto a la actividad turística en ese lugar.

Introducción: Buenos días (tardes) (noches), mi nombre es _____. Estamos efectuando un estudio de mercado sobre la percepción que usted tiene sobre la actividad turística en su cantón. ¿Me permite unos minutos de su tiempo para hacerle unas breves preguntas?

ASPECTOS RELACIONADOS A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

P1 ¿En su opinión, cómo es el nivel de afluencia turística en el cantón de La Cruz?

Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	NS/NR
1	2	3	4	5	6	9

P2 ¿Qué tipo de turistas visitan más el cantón de La Cruz?

Nacionales	Extranjeros
1	2

P3 ¿Cómo califica los atractivos turísticos del cantón de La Cruz?

Excelentes	Muy buenos	Buenos	Regulares	Malos	Pésimos	NS/NR
1	2	3	4	5	6	9

P4 ¿Cómo califica el esfuerzo del Municipio para apoyar el desarrollo de la actividad turística?

Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	NS/NR
1	2	3	4	5	6	9

P5 Señale a continuación los atractivos turísticos que considera con mayor potencial en su cantón

Playa/Mar	Parque Santa Rosa	Reservas biológicas	Volcanes	Ríos	Otros	NS/NR
1	2	3	4	5	6	9

P6 ¿Cómo califica la actividad turística actual como elemento de desarrollo para su cantón?

Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	NS/NR
1	2	3	4	5	6	9

DATOS PERSONALES

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

P7 Género: Femenino (1) Masculino (2)

P8 ¿Cuál es su edad en años cumplidos? _____

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) NS/NR (9)

P9 Escolaridad: Escuela incompleta (1) Escuela completa (2) Secundaria incompleta (3)
Secundaria completa (4) Universitaria incompleta (5) Universitaria completa (6)
NS/NR (9)

P10 Cuál es su salario promedio mensual familiar _____
Salario promedio mensual familiar:

De ¢100 a ¢200 mil (1) De ¢201 a ¢ 300 mil (2) De ¢ 301 a 400 mil (3)
De ¢ 401 a ¢ 500 mil (4) De ¢501 a ¢ 600 mil (5) más de ¢ 600 mil (6)
NS/NR (9)

P11 Ocupación actual: _____

.....
Agradezca al encuestado y termine

ANEXO No. 6

UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
(ULACIT)

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
LICENCIATURA EN MERCADEO

CASO:

**LOS COMPONENTES BÁSICOS PARA EL DESARROLLO DE UN
PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA ZONA DE LA
CRUZ DE GUANACASTE, BAJO LA CATEGORÍA DE TURISMO DE
NATURALEZA (ECOTURISMO Y TURISMO DE AVENTURA), SOL Y PLAYA**

**ENTREVISTA PARA EMPRESARIOS HOTELEROS
CON DECLARATORIA TURÍSTICA
EN LA ZONA DE LA CRUZ DE GUANACASTE**

LA INFORMACIÓN QUE SE SUMINISTRA
EN EL CUESTIONARIO ES CONFIDENCIAL

SAN JOSÉ, COSTA RICA
OCTUBRE DEL 2006

Buenos días (tardes). La siguiente entrevista es parte de proceso de análisis para establecer un plan estratégico de marketing para la zona de La Cruz de Guanacaste, bajo la categoría de turismo naturaleza (ecoturismo y turismo aventura), sol y playa. Responder solo le tomará un máximo de diez minutos de su tiempo. Es absolutamente confidenciales, por lo que le solicito sinceridad y claridad en sus respuestas.

1. ¿Qué opina sobre el desarrollo turístico del cantón de La Cruz de Guanacaste, comparativamente con el desarrollo de otras áreas de la zona de Guanacaste norte como Liberia y Santa Cruz?
2. ¿Considera usted que La Cruz ha tenido un lento crecimiento turístico? De ser así, ¿cuáles son los principales factores que han incidido en ese comportamiento?
3. ¿Considera usted que el turista promedio que visita el cantón de La Cruz de Guanacaste, lo hace con la intención de permanecer varios días en la zona y visitar sus atractivos turísticos o es, simplemente, un turista que solo está de paso?
4. ¿Aproximadamente cuál es el promedio de estadía del turista en temporada alta y en temporada baja?
5. ¿Cree usted que se requiere una mayor afluencia turística en el cantón de La Cruz para que el sector hotelero de la zona tenga mayores utilidades?
6. ¿Cuál sería el perfil adecuado que debe tener el turista que visite la zona de La Cruz?
7. De acuerdo con su experiencia ¿cuáles son los principales productos turísticos que se pueden impulsar en el cantón de La Cruz de Guanacaste?

8. En su opinión, ¿el turista del cantón de La Cruz de Guanacaste cuenta con servicios turísticos y hoteleros adecuados?
9. ¿Considera usted que el visitante de la zona de La Cruz de Guanacaste tiene acceso a información relevante de los diferentes atractivos y actividades turísticas que puede desarrollar?
10. ¿Los empresarios del sector turístico cuentan con alguna cámara o asociación que les permita integrar sus fuerzas con miras a mejorar las condiciones de la oferta turística?
11. En su opinión, ¿sería conveniente establecer un plan de mercadeo para promover los atractivos turísticos del cantón de La Cruz, con el fin de incrementar la afluencia turística, tanto nacional como extranjera?
12. Existe algún plan gubernamental para fomentar el surgimiento de microempresarios turísticos comunitarios con miras a generar mayores fuentes de empleo y mejorar las condiciones socio-económicas de la zona.
13. ¿Existe una adecuada coordinación interinstitucional (INA, I.C.T., M.O.P.T., Municipalidad, ONG, etc.), con el fin de crear oportunidades de mejoramiento de desarrollo socio-económico, mediante un plan de desarrollo turístico de la zona?
14. ¿Cuáles son las prioridades para impulsar la actividad turística del cantón de La Cruz, a un corto y mediano plazo?

Muchas gracias por su colaboración.

ANEXO No. 7

Entrevista a empresarios hoteleros No. 1

Bolaños Bay Resort

Entrevistado: Adrián Salvatierra.

Administrador

Fecha de la entrevista: 19 de octubre de 2006

Buenos días (tardes). La siguiente entrevista es parte del proceso de análisis para establecer un plan estratégico de marketing para la zona de La Cruz de Guanacaste, bajo la categoría de turismo naturaleza (ecoturismo y turismo aventura), sol y playa. Responder solo le tomará un máximo de diez minutos de su tiempo. Los datos son absolutamente confidenciales, por lo que le solicito sinceridad y claridad en sus respuestas.

1. ¿Qué opina sobre el desarrollo turístico del cantón de La Cruz de Guanacaste, comparativamente con el desarrollo de otras áreas de la zona de Guanacaste norte como Liberia y Santa Cruz?

El desarrollo turístico se proyecta a un largo plazo y no a un corto plazo, principalmente, existe un gran potencial para la Bahía. En el momento en que se arregle la carretera entre La Cruz y la zona de Bahía Salinas, se generará un mayor desarrollo turístico y más fuentes de trabajo.

2. ¿Considera usted que La Cruz ha tenido un lento crecimiento turístico? De ser así, ¿cuáles son los principales factores que han incidido en ese comportamiento?

Lamentablemente ha existido un lento crecimiento turístico en esta zona. Con mi experiencia de año y medio de vivir aquí, lo puedo fundamentar y, realmente, en ese tiempo no ha habido gran cambio. Existe una falta de interés municipal y de otras entidades para brindar el apoyo necesario a los empresarios turísticos y hoteleros. Hoy en día ha habido un gran auge de venta de propiedades que proyecta un mejor movimiento de desarrollo, pero a un mediano plazo. El cambio es lento y es duro para los empresarios.

3. ¿Considera usted que el turista promedio que visita el cantón de La Cruz de Guanacaste, lo hace con la intención de permanecer varios días en la zona y visitar sus atractivos turísticos o es, simplemente, un turista que solo está de paso?

En este hotel recibimos a turísticas de diferentes lugares, un porcentaje importante proviene de Nicaragua, que están de paso por la zona para conocer sus atractivos y por la cercanía de su país. El turista extranjero, en general, no tiende a permanecer muchos días. Falta desarrollar la infraestructura turística, crear productos más definidos de los atractivos, que motiven a los turistas a permanecer más días en La Cruz y sus alrededores.

No hay duda de que La Cruz es un lugar de paso, obligatorio para ir a la frontera con Nicaragua, por lo cual, también se reciben muchos visitantes con intención de quedarse un par de días, ver la zona y continuar su viaje a Nicaragua. Es evidente que es importante dar a conocer los lugares que tenemos, con lo que se generan nuevos productos y se promueven, tanto para turistas nacionales como extranjeros. Hay desconocimiento de la zona y sus bellezas.

4. ¿Aproximadamente cuál es el promedio de estadía del turista en temporada alta y en temporada baja?

En ambos casos, el turista tiende a permanecer unos dos días, máximo tres, por las razones indicadas. Muchos están de paso hacia Nicaragua, pernoctan algunas noches para conocer la zona y continuar su viaje.

5. ¿Cree usted que se requiere una mayor afluencia turística en el cantón de La Cruz para que el sector hotelero de la zona tenga mayores utilidades?

Definitivamente se requiere aumentar la afluencia turística en esta zona con miras a obtener un mejor desarrollo turístico y favorecer el crecimiento económico de La Cruz.

6. ¿Cuál sería el perfil adecuado que debe tener el turista que visite la zona de La Cruz?

El turista que nos visita busca las bellezas de la playa, la naturaleza, y principalmente, actividades de turismo de aventura y ecoturismo, como *kitesurfing*, *surf*, buceo y *snorkel*, entre otros.

7. De acuerdo con su experiencia ¿cuáles son los principales productos turísticos que se pueden impulsar en el cantón de La Cruz de Guanacaste?

- La belleza de las plazas, muy naturales.
- Las reservas como Bahía Bolaños.
- El Mirador de La Cruz, que debería mejorarse y ser un punto de atractivo turístico.
- Los diferentes tipos de actividades de turismo de aventura que se pueden realizar: buceo, *snorkel*, *kitesurfing* y *surf*, entre otros.

8. En su opinión, ¿el turista del cantón de La Cruz de Guanacaste cuenta con servicios turísticos y hoteleros adecuados?

Por el momento, la planta hotelera puede satisfacer la demanda, que no es la ideal. Los hoteles pasan a un 40% a 50% de su capacidad casi todo el año, lo cual es bastante bajo, incluso para los estándares nacionales e internacionales. Se tienen hoteles pequeños, muy familiares y hoteles con declaratoria turística, aunque son pocos, alrededor de tres o cuatro. Lo importante para desarrollar la actividad hotelera y los servicios de esa naturaleza es realizar un esfuerzo para promover turísticamente la zona y definir productos interesantes para el visitantes, esto mejoraría la afluencia turística, el conocimiento de la zona, y aumentaría el interés por invertir en servicios turísticos y hoteleros.

9. ¿Considera usted que el visitante de la zona de La Cruz de Guanacaste, tiene acceso a información relevante de los diferentes atractivos y actividades turísticas que puede desarrollar?

Todavía estamos en pañales, hay un desconocimiento muy grande sobre los atractivos de la zona y falta iniciativa de las diferentes entidades para crear productos turísticos para el lugar, así como dar a conocer la zona, tanto en turistas nacionales como extranjeros.

10. ¿Los empresarios del sector turístico cuentan con alguna cámara o asociación que les permita integrar sus fuerzas con miras a mejorar las condiciones de la oferta turística?

No se cuenta con una cámara de turismo. Sería importante que los empresarios turísticos y hoteleros de la zona unieran sus fuerzas para promover una asociación o cámara que contribuya a crear planes definidos para el lugar, con el apoyo importantísimo del I.C.T. y de la Municipalidad. Por ejemplo, con apoyo de esas entidades, se podría crear un sitio web sin costo alguno para los empresarios, para promover las bellezas de la zona, por supuesto con el apoyo mercadológico y promocional para que resulte efectivo. Además, se debe desarrollar una campaña para que turista nacional conozca su país, e igualmente a nivel internacional para dar a conocer este lugar.

11. En su opinión, ¿sería conveniente establecer un plan de mercadeo para promover los atractivos turísticos del cantón de La Cruz, con el fin de incrementar la afluencia turística, tanto nacional como extranjera?

Yo soy argentino y en mi país eso es muy común en las provincias, con el fin de dar a conocer los atractivos, por lo que considero que sí sería importante y podría producir un efecto positivo en la promoción turística de La Cruz. Por ejemplo, también sería relevante tener el apoyo del gobierno local para desarrollar

actividades turísticas de apoyo como podría ser un mercado artesanal, con el patrocinio municipal, en donde se desarrollen actividades cada mes y se promocionen para atraer nuevos turistas. Eso es tan solo un ejemplo de todo lo que se podría desarrollar con una buena voluntad de parte de las diferentes entidades.

12. Existe algún plan gubernamental para fomentar el surgimiento de microempresarios turísticos comunitarios con miras a generar mayores fuentes de empleo y mejorar las condiciones socio-económicas de la zona.

Por el momento, no tengo conocimiento de ese tipo de actividades, pero sería muy importante.

13. ¿Existe una adecuada coordinación interinstitucional (INA, I.C.T., M.O.P.T., Municipalidad, ONG`s, etc.) con el fin de crear oportunidades de mejoramiento de desarrollo socio-económico mediante un plan de desarrollo turístico de la zona?

En definitiva falta coordinación de las diferentes entidades para que el pueblo de La Cruz y de sus autoridades locales sobre la importancia del turismo como fuente de empleo y de ingresos. Para desarrollar el lugar se requiere un apoyo de todas esas entidades, afín de mejorar la capacitación en el sector turístico, lograr un apoyo institucional para promover el turismo y mejorar la seguridad y la infraestructura vial de la zona, principalmente.

14. ¿Cuáles son las prioridades para impulsar la actividad turística del cantón de La Cruz, a un corto y mediano plazo?

- Mejorar la carretera entre La Cruz y las diferentes playas cercanas a la Bahía.
- Mejorar el servicio de transporte entre La Cruz y las diferentes playas cercanas a la Bahía.
- Mejorar los niveles de seguridad para el turista.
- Mejorar la capacitación por parte del INA en el sector turístico y hotelero.
- Lograr un mayor apoyo del I.C.T., la Municipalidad, el MOPT y el INA para que conjuntamente, se logre proyectar la zona como un punto turístico importante en Guanacaste. Pero, lastimosamente, todavía estamos en pañales y falta mucho por hacer.

ANEXO No. 8

Entrevista a empresarios hoteleros No. 2

Eco-Playa Beach Resort

Entrevistado: Gerardo Valverde.

Administrador

Fecha de la entrevista: 19 de octubre del 2006

Buenos días (tardes). La siguiente entrevista es parte del proceso de análisis para establecer un plan estratégico de marketing para la zona de La Cruz de Guanacaste, bajo la categoría de turismo naturaleza (ecoturismo y turismo aventura), sol y playa. Sus respuestas solo le tomaran un máximo de diez minutos de su tiempo. Los datos son absolutamente confidenciales, por lo que le solicito sinceridad y claridad en sus respuestas.

1. ¿Qué opina sobre el desarrollo turístico del cantón de La Cruz de Guanacaste, comparativamente con el desarrollo de otras áreas de la zona de Guanacaste norte como Liberia y Santa Cruz?

Nuestro desarrollo ha sido muy lento, entre otras razones, por las condiciones de la carretera que dificultan el desplazamiento de los turistas a las diferentes playas. Además, falta promoción turística del área.

Resulta preocupante la poca afluencia de turistas extranjeros en La Cruz de Guanacaste, durante la mayor parte del año, predominando el turismo nacional. Incluso, hoteles como Eco-Playa han sufrido períodos de muy baja ocupación, además de que debe haber una actitud más activa de los personeros del Gobierno Local para mejorar los servicios turísticos del área, incluso del mismo centro de La Cruz, específicamente, El Mirador (uno de los lugares con mayor atractivo) que se encuentra en un lamentable estado de abandono.

2. ¿Considera usted que La Cruz ha tenido un lento crecimiento turístico? De ser así, ¿cuáles son los principales factores que han incidido en ese comportamiento?

Efectivamente. Hemos tenido un lento crecimiento turístico comparado con otros lugares de Guanacaste. Quizás porque hasta el momento, esta zona se ha visto como un punto de paso para Nicaragua, principalmente, y hasta ahora (de unos tres años para acá), se visualiza más el interés en desarrollar los atractivos turísticos de La Cruz.

3. ¿Considera usted que el turista promedio que visita el cantón de La Cruz de Guanacaste, lo hace con la intención de permanecer varios días en la zona y visitar sus atractivos turísticos o es, simplemente, un turista que solo está de paso?

Algunos turistas están de paso para Nicaragua y tienden a permanecer pocos días. Este hotel ha desarrollado una campaña bastante fuerte para su promoción, incluso para turistas nacionales, por medio de paquetes especiales con asociaciones solidaristas importantes, y buscando el apoyo de empresas que intermedien en la búsqueda de huéspedes potenciales; sin embargo, se requiere de un apoyo institucional y municipal mayor.

4. ¿Aproximadamente cuál es el promedio de estadía del turista en temporada alta y en temporada baja?

En temporada alta puede estar alrededor de 3 a 4 días, ya que tenemos la opción de las villas. En temporada baja puede bajar a 2 días.

5. ¿Cree usted que se requiere una mayor afluencia turística en el cantón de La Cruz para que el sector hotelero de la zona tenga mayores utilidades?

Es imprescindible que desarrollen actividades conjuntas para crear paquetes y productos interesantes para la zona, cuando eso se logre podemos hacer que exista una mayor afluencia turística y, por ende, que pueda promoverse la zona.

6. ¿Cuál sería el perfil adecuado que debe tener el turista que visite la zona de La Cruz?

El turista que nos visita está interesado en la playa, muchos tienen interés en conocer las bellezas naturales que brinda La Cruz, en realizar actividades como el *kitesurfing* (la playa de Copal ofrece un lugar exclusivo para ello), y buceo, entre otros.

7. De acuerdo con su experiencia, ¿cuáles son los principales productos turísticos que se pueden impulsar en el cantón de La Cruz de Guanacaste?

No hay duda de que las playas son un punto importante para despegar turísticamente, ya que esa actividad es incipiente aquí, además hay que explotar el mirador de La Cruz que, lastimosamente, en este momento se tiene abandonado y que tiene una vista muy hermosa de Bahía Salinas.

8. En su opinión, ¿el turista del cantón de La Cruz de Guanacaste cuenta con servicios turísticos y hoteleros adecuados?

La cantidad de turistas que nos visita todavía no es masivo, la planta turística puede hacerle frente, es más, requerimos una mayor afluencia turística para considerar que durante todo el año podamos tener un buen nivel de ocupación. Hoy en día sufrimos de temporadas bajas bastante duras.

9. ¿Considera usted que el visitante de la zona de La Cruz de Guanacaste tiene acceso a información relevante de los diferentes atractivos y actividades turísticas que puede desarrollar?

Falta más promoción turística y desarrollar actividades en ese sentido. Creo que si todos, empresarios y representantes municipales e institucionales, nos pusiéramos de acuerdo y desarrolláramos todo un proyecto de promoción, los resultados se podrían ver bastante pronto y no con la lentitud actual.

10. ¿Los empresarios del sector turístico cuentan con alguna cámara o asociación que les permita integrar sus fuerzas con miras a mejorar las condiciones de la oferta turística?

No contamos con una cámara y las asociaciones a las cuales podemos llegar son de tipo comunal, en donde falta una cultura de apoyo turístico, muchas veces limitada por su nivel educativo. Pero sí, sería conveniente contar con una cámara que permita unir y apoyar los esfuerzos del sector empresarial.

11. En su opinión, ¿sería conveniente establecer un plan de mercadeo para promover los atractivos turísticos del cantón de La Cruz, con el fin de incrementar la afluencia turística, tanto nacional como extranjera?

Por supuesto, eso sería lo ideal. Pero no solo contar con el proyecto, sino materializarlo y obtener el apoyo necesario de la Municipalidad, el I.C.T. y todos los entes gubernamentales necesarios.

12. Existe algún plan gubernamental para fomentar el surgimiento de microempresarios turísticos comunitarios con miras a generar mayores fuentes de empleo y mejorar las condiciones socio-económicas de la zona.

No, no tenemos ese tipo de proyectos de microempresa turística, pero podría resultar interesante para la zona.

13. ¿Existe una adecuada coordinación interinstitucional (INA, I.C.T., M.O.P.T., Municipalidad, ONG, etc.), con el fin de crear oportunidades de mejoramiento de desarrollo socio-económico mediante un plan de desarrollo turístico de la zona?

Por el momento no hay una coordinación muy apropiada, y los proyectos son lentos (esto en cantidad de años). Por ejemplo, se ha comunicado, incluso hasta por el periódico La Nación, que la carretera entre La Cruz y Bahía Salinas va a ser reparada; sin embargo, hasta el momento no se nos ha indicado una fecha específica, lo cual nos hace pensar que puede pasar cualquier cantidad de años para que se materialice. Eso nos deja en un total estado de preocupación, ya que ese punto es esencial para el desarrollo turístico, aquí y en cualquier lugar.

14. ¿Cuáles son las prioridades para impulsar la actividad turística del cantón de La Cruz, a un corto y mediano plazo?

- La construcción de la carretera.
- Un mayor apoyo de la promoción turística de las bellezas del lugar.
- Mejorar la seguridad y los servicios en las playas.

Esto como un comienzo para impulsar la actividad turística.

Muchas gracias por su colaboración.

ANEXO No. 9

Entrevista a empresarios hoteleros No. 3

Albergue Colinas del Norte

Entrevistado: Carlos Alvarado

Administrador

Fecha de la entrevista: 20 de noviembre del 2006

Buenos días (tardes). La siguiente entrevista es parte del proceso de análisis para establecer un plan estratégico de marketing para la zona de La Cruz de Guanacaste, bajo la categoría de turismo naturaleza (ecoturismo y turismo aventura), sol y playa. Sus respuestas solo le tomaran un máximo de diez minutos de su tiempo. Los datos son absolutamente confidenciales, por lo que le solicito sinceridad y claridad en sus respuestas.

1. ¿Qué opina sobre el desarrollo turístico del cantón de La Cruz de Guanacaste, comparativamente con el desarrollo de otras áreas de la zona de Guanacaste norte como Liberia y Santa Cruz?

El desarrollo es lento comparado con otros lugares, como por ejemplo, Santa Cruz. Estamos ubicados muy cerca de la frontera, por lo que durante mucho tiempo se ha considerado que el lugar está de paso para Nicaragua, pero tenemos lugares con gran atractivo turístico que están casi sin explotar.

2. ¿Considera usted que La Cruz ha tenido un lento crecimiento turístico? De ser así, ¿cuáles son los principales factores que han incidido en ese comportamiento?

Como le explicaba, lamentablemente se nos ha considerado como un punto de paso para Nicaragua y eso ha hecho que durante mucho tiempo nuestras bellezas naturales quedaran un poco en el olvido. En la actualidad, la proyección de la zona ha cambiado bastante, se ha tomado consciencia del potencial ecoturístico que tenemos, así como del potencial de nuestras playas, por eso estamos con un turismo incipiente, pero con un gran potencial.

3. ¿Considera usted que el turista promedio que visita el cantón de La Cruz de Guanacaste, lo hace con la intención de permanecer varios días en la zona y visitar sus atractivos turísticos o es, simplemente, un turista que solo está de paso?

El turista que recibimos, sobre todo por la ubicación de este hotel, que se encuentra sobre la carretera Interamericana, a pocos kilómetros de la frontera con

Nicaragua, recibe turistas que están en dirección a Nicaragua; quizá se queden un par de días para conocer la zona. Considero que en los hoteles ubicados en la playa, el comportamiento puede ser un poco más diferente, ya que tienen mayores atractivos cercanos.

4. ¿Aproximadamente cuál es el promedio de estadía del turista en temporada alta y en temporada baja?

En temporada alta puede estar alrededor de 1 a 2 días, tanto en temporada alta como baja.

5. ¿Cree usted que se requiere una mayor afluencia turística en el cantón de La Cruz para que el sector hotelero de la zona tenga mayores utilidades?

Por supuesto que si tuviéramos una mayor afluencia turística podríamos lograr una mayor captación de turistas con interés en pernoctar en nuestros hoteles, con el consiguiente mejoramiento de nuestra situación.

6. ¿Cuál sería el perfil adecuado que debe tener el turista que visite la zona de La Cruz?

Para el turista de esta zona son importantes las playas, y los parques, sobre todo, aquellos interesados en visitar zonas de gran riqueza natural, como las que tenemos.

7. De acuerdo con su experiencia, ¿cuáles son los principales productos turísticos que se pueden impulsar en el cantón de La Cruz de Guanacaste?

Serían las playas, Bahía Salinas, que tiene gran potencial para diferentes actividades, entre otros.

8. En su opinión, ¿el turista del cantón de La Cruz de Guanacaste cuenta con servicios turísticos y hoteleros adecuados?

Como ve, la actividad turística es bastante nueva en esta zona, nos falta mucho por hacer. Los servicios turísticos son muy básicos y los hoteles son pocos, comparados con otros lugares de Guanacaste. Por el momento, pueden hacer frente a la cantidad de turistas que nos visitan. Yo diría que necesitamos más turistas durante todo el año para que nuestros hoteles funcionen a un buen nivel. El turista puede encontrar desde hoteles con categoría turística hasta hoteles pequeños, un poco familiares. La calidad es variable.

9. ¿Considera usted que el visitante de la zona de La Cruz de Guanacaste, tiene acceso a información relevante de los diferentes atractivos y actividades turísticas que puede desarrollar?

La información turística que tenemos de la zona es muy poca, hasta hace unos pocos meses se imprimió un folleto con un resumen de los diferentes hoteles, restaurantes y otros servicios que el turista puede encontrar en La Cruz. Es un

pequeño esfuerzo para todo lo que hay que hacer para promover turísticamente este cantón. Aún así se requiere una mayor organización para lograr una adecuada promoción tanto de los atractivos como de los servicios turísticos de aquí.

10. ¿Los empresarios del sector turístico cuentan con alguna Cámara o asociación que les permita integrar sus fuerzas con miras a mejorar las condiciones de la oferta turística?

Por el momento no contamos con ninguna cámara de turismo, pero sería bueno que a futuro se pudiera realizar algún esfuerzo al respecto.

11. En su opinión, ¿sería conveniente establecer un plan de mercadeo para promover los atractivos turísticos del cantón de La Cruz, con el fin de incrementar la afluencia turística, tanto nacional como extranjera?

Claro, falta un proyecto más definido para el desarrollo turístico de esta zona, en unión de todos los empresarios, hoteleros, Municipalidad e instituciones del Gobierno, para promover toda esta área, que tiene un potencial turístico muy bueno, pero no basta con tenerlo, hay que promoverlo y desarrollarlo.

12. Existe algún plan gubernamental para fomentar el surgimiento de microempresarios turísticos comunitarios con miras a generar mayores fuentes de empleo y mejorar las condiciones socio-económicas de la zona.

Hasta donde yo tengo conocimiento, no contamos con ningún plan semejante.

13. ¿Existe una adecuada coordinación interinstitucional (INA, I.C.T., M.O.P.T., Municipalidad, ONG, etc.) con el fin de crear oportunidades de mejoramiento de desarrollo socio-económico mediante un plan de desarrollo turístico de la zona?

Necesitamos mayor compromiso de todas esas instituciones para lograr el desarrollo turístico del cantón. Cuando se logre, podremos pensar que existen mayores oportunidades de crecimiento económico tanto para inversionistas de este sector como para los pobladores.

14. ¿Cuáles son las prioridades para impulsar la actividad turística del cantón de La Cruz, a un corto y mediano plazo?

- La carretera que lleva a Bahía Salinas es una prioridad.
- Debemos contar con mayor apoyo de las instituciones como el I.C.T, y la Municipalidad para crear un desarrollo turístico aceptable a un mediano plazo.
- Definir los productos turísticos de la zona y promoverlos.