



MESTRADO EN PLANIFICACIÓN E XESTIÓN DE DESTINOS E NOVOS PRODUTOS TURÍSTICOS

CURSO ACADÉMICO 2013/2014

TRABALLO DE FIN DE MESTRADO

**ECOTURISMO CERTIFICADO Y DISPOSICIÓN A PAGAR.
EL CASO DEL CARIBE DE COSTA RICA**

DAVID BLANCO SEOANE

TITOR: ATILANO PENA

A CORUÑA, 1 DE SEPTIEMBRE DE 2014

ÍNDICE

I.	RESUMEN.....	4
II.	ÍNDICE DE ABREVIATURAS.....	5
1.	INTRODUCCIÓN Y OBJETO DE ESTUDIO.....	6
2.	MEDIOAMBIENTE Y TURISMO.....	8
	I. TURISMO Y ECOLOGÍA: ECOTURISMO.....	18
	II. SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN TURÍSTICA.....	21
	i. INSTRUMENTOS DE REGULACIÓN DIRECTA.....	21
	ii. INSTRUMENTOS VOLUNTARIOS: CERTIFICACIONES Y ECO-ETIQUETAS.....	26
III.	SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN COSTA RICA.....	36
	i. TURISMO COMUNITARIO EN COSTA RICA.....	38
	ii. POLÍTICAS TURÍSTICAS EN COSTA RICA E INICIATIVAS PREVIAS.....	39
	iii. TURISMO EN EL CARIBE COSTARRICENSE: LIMÓN.....	51
IV.	TURISMO E INFORMACIÓN ASIMÉTRICA.....	58
	i. CERTIFICACIÓN TURÍSTICA Y REDUCCIÓN DE ASIMETRÍAS INFORMATIVAS.....	59
	ii. ECOTURISMO CERTIFICADO Y DISPOSICIÓN A PAGAR.....	64
3.	CASO DE ESTUDIO: IMPACTO DEL SISTEMA DE CERTIFICACIONES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL CONSUMIDOR TURÍSTICO. EL CASO DE COSTA RICA.....	67
	I. OBJETIVOS.....	68
	II. HIPÓTESIS.....	69

4. METODOLOGÍA.....	71
I. APLICACIÓN METODOLÓGICA: CUALITATIVA.....	72
II. APLICACIÓN METODOLÓGICA: CUANTITATIVA.....	77
5. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	82
I. ANÁLISIS CUALITATIVO.....	83
II. ANÁLISIS CUANTITATIVO.....	100
6. CONCLUSIONES FINALES.....	137
I. PROPUESTAS.....	143
7. SEGUIMIENTO DE LÍNEAS FUTURAS DE ESTUDIO APLICADO.....	146
8. BIBLIOGRAFÍA.....	147
9. ENLACES DE INTERÉS.....	151
ANEXOS.....	152

RESUMEN

La consolidación de políticas de sostenibilidad turística en eco-destinos promueve un aumento de la calidad y demanda turística sostenible. Las certificaciones de sostenibilidad turística, como la CST de Costa Rica, son la máxima representación de la iniciativa orientada a la consecución de estos objetivos, y actúan en el campo de la señalización en el mercado turístico. Pretenden, de tal modo, una reducción de la asimetría informativa inherente a él y, en consecuencia, un efecto positivo no sólo en la calidad turística del destino sino en los procesos de toma de decisión. El presente estudio pretende exponer, de modo analítico, el efecto de las certificaciones de sostenibilidad turística en la decisión del potencial eco-turista y su disposición a pagar. Todo ello contextualizado y desarrollado en la región Caribe de Costa Rica como eco-destino representativo. Los resultados admiten los potenciales beneficios de las certificaciones turísticas como herramienta hacia el aumento de la calidad y la demanda sostenible, y exponen una mayor disposición a pagar en este contexto.

Palabras clave: ecoturismo, certificación, disposición a pagar, Caribe, Costa Rica.

ABSTRACT

Consolidation of touristic sustainable policies in eco-destinations fosters an increase in quality and touristic sustainable demand. Touristic sustainable certifications, as CST in Costa Rica, are the highest representation of the initiative focused on the achievement of these objectives, and perform as signals in the touristic market. They intend, thereby, a reduction of its inherent asymmetric information and, in consequence, a positive effect not just on touristic quality but also on the decision-making processes. The current research claims to expose, in an analytic way, the effect of sustainable tourism certifications on the potential eco-tourist's decision and their willingness to pay. All this, contextualized in the Caribbean region of Costa Rica as a representative eco-destination. Results expose the potential benefits which certifications could provide as tools focused towards the achievement of higher quality standards and sustainable demand, as well as a higher willingness to pay in this context.

Keywords: ecotourism, certifications, willingness to pay, Caribe, Costa Rica.

II. ÍNDICE DE ABREVIATURAS

ACLAC: ÁREA DE CONSERVACIÓN DE LA AMISTAD CARIBE

ACTO: ÁREA DE CONSERVACIÓN DE TORTUGUERO

BAE: BANDERA AZUL ECOLÓGICA

CST: CERTIFICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

EMAS: ECO- MANAGEMENT AND AUDIT SCHEME

FLACSO: FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES

ICT: INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO

JAPDEVA: JUNTA DE ADMINISTRACIÓN PORTUARIA Y DESARROLLO ECONÓMICO DE LA
VERTIENTE ATLÁNTICA

MINAE: MINISTERIO DE AMBIENTE Y ENERGÍA

OBTUR CARIBE: OBSERVATORIO DE TURISMO SOSTENIBLE DEL CARIBE

SINAC: SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS DE CONSERVACIÓN

UCR: UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETO DE ESTUDIO

El Turismo, en todas sus variedades, es el motor económico de múltiples países y naciones contextualizados en diferentes circunstancialidades y problemáticas, con aportaciones de *hasta un 9% del PIB mundial* (OMT, 2014). La multiplicidad y exotismo asociados a los recursos de un relevante número de áreas de influencia turística hacen del **ecoturismo** una de las variedades con mayor proyección y potencial en el mercado turístico internacional. El estudio se centra en el ecoturismo como variedad ya no sólo en auge sino también consolidada y, por ello, son múltiples los puntos de interés. Concretamente, el estudio se centra en las certificaciones de sostenibilidad turística como herramientas para el aumento de la calidad y de la demanda sostenible en el destino turístico.

El interés se centra de modo más específico en la influencia que determinados mecanismos de gestión voluntaria de la sostenibilidad, potenciales reductores de asimetrías informativas en el mercado, poseen sobre la decisión del turista en el ámbito de destinos con base en el turismo ecológico o *ecoturismo*. Este es el caso de las certificaciones de sostenibilidad turística. Las acciones del trabajo se orientarán como objeto de estudio a la determinación, en su caso, del **nivel en que los potenciales turistas desarrollan una mayor disposición a pagar por el hecho de que el destino se encuentre certificado en base a estos criterios de calidad y sostenibilidad, así como a la explicación de este comportamiento en base a las características específicas que determinan la tipología del perfil del turista en el Caribe de Costa Rica**. Este acercamiento supone un **estudio preliminar** de un proyecto potencialmente más detallado y amplio en esta línea.

La elección de Costa Rica como base del estudio a realizar tiene, del mismo modo, una significatividad relevante. Costa Rica se sitúa a día de hoy (así como durante la última década) como un **destino mundial referente** en cuestión de iniciativas relativas a criterios de sostenibilidad e, igualmente, de gestión sostenible de la actividad turística, siendo el área Caribe aquella con mayor riqueza natural y paisajística de la región. Con hasta cerca de un 25% de su territorio categorizado como área protegida y un alto dinamismo económico derivado de la actividad turística, Costa Rica y su experiencia en el ámbito ofrece un alto interés de estudio de caso.

Para una mejor y más organizada exposición de sus diferentes partes, el estudio se estructura del siguiente modo:

1. Una primera parte que aborda, a nivel teórico, las **sinergias entre los conceptos de Medio Ambiente y Turismo**. En este sentido, la exposición del concepto

Ecoturismo y sus implicaciones en el mercado internacional y en el propio fenómeno turístico constituye una parte relevante de esta sección. Asimismo, se hace referencia a diferentes **instrumentos de gestión ambiental** a los que la empresa turística puede o ha de recurrir, tales como las ya mencionadas certificaciones de sostenibilidad turística. Estas últimas serán caracterizadas en base a su potencial efecto sobre la demanda turística.

2. Una segunda parte en la que se **contextualiza el fenómeno turístico en la región ocupada: el Caribe de Costa Rica o Provincia de Limón**. Se citan asimismo algunas de las diferentes **iniciativas previas** más relevantes en Costa Rica dentro del ámbito turístico.
3. Una tercera parte, más técnica, que aborda los aspectos relacionados más estrictamente con las **sinergias establecidas entre certificaciones del destino y demanda turística**, constituyéndose estas como señales dentro de un mercado con asimetrías informativas.
4. Una cuarta parte relativa al desarrollo de la **metodología** a aplicar en el estudio, así como su **aplicación** y la **exposición de los resultados** relevantes para el estudio, correspondientes a los puntos 4 y 5. El diseño metodológico comprende un cuestionario *Delphi* y la elaboración de un análisis descriptivo, un análisis factorial y una regresión logística derivadas de la aplicación de una encuesta predefinida.
5. Una última parte relativa a las **conclusiones** del estudio.

Los **resultados del estudio** han proporcionado datos significativos para una mejor comprensión del contexto no sólo de la región, sino también del fenómeno en su amplitud. Contextualizado en el Caribe de Costa Rica, el sistema de certificación sostenible del eco-destino turístico ha expuesto unos datos favorables en lo relativo a la disposición a pagar, ya que esta crece en el contexto de eco-destinos certificados cuyos recursos sean destinados a la protección de las áreas naturales y que, en consecuencia, promueven una mayor calidad en la oferta. Esta mayor disposición a pagar se puede explicar y pronosticar, en el contexto dado, en base a la pertenencia del potencial turista a diferentes niveles asociados al status así como, eventualmente y en menor medida pero igualmente de alta significatividad, su capacidad adquisitiva y su nivel educativo.

1. MEDIOAMBIENTE Y TURISMO

Son múltiples los intentos definitorios de *medioambiente*. Aquellas *oficialistas* lo definen como el *entorno en el cual una organización opera, incluyendo el aire, agua, tierra, recursos naturales, flora, fauna, seres humanos y sus interrelaciones (Normas ISO 14000 y Reglamento EMAS)*. Pero el medioambiente, en términos económicos, también puede ser considerado como input, es decir, factor de producción y utilidad, y como output, es decir, resultado de procesos de producción (McConnell, 1997:392).

Es interesante, sin embargo y para lo consecutivo, relacionar este concepto de medio ambiente con aquel de *actividad turística*. La actividad turística es aquella actividad que usa recursos naturales y provoca un cierto impacto, pudiendo ser este más o menos significativo dependiendo del contexto en que se incluya. Se encuentra, asimismo, condicionada por estos mismos recursos. Los potenciales recursos utilizados en la actividad turística incluyen algunos tales como mares y costas, ríos, lagos y aguas interiores, espacios naturales y paisajes de diferente tipología.

¿Cuál es el interés de interrelacionar medio ambiente y actividad turística? Son múltiples las sinergias potencialmente establecidas entre estos dos ámbitos, y las externalidades derivadas de estas pueden ser tanto positivas como negativas. El *Informe Dobris* (Agencia Europea de Medio Ambiente, 1998) plantea una serie de problemas en relación a esta interacción. Estos son, principalmente, los siguientes:

- Edificación descontrolada
- Presiones para su desarrollo
- Pérdida de hábitats y su biodiversidad
- Impacto sobre especies

- Deficiencias en el tratamiento de aguas fecales y efluentes
- Explotación insostenible de los recursos naturales
- Congestión de tráfico
- Cambios en la forma de vida tradicional

La *Organización de las Naciones Unidas*¹, en la misma línea de referencia a los efectos negativos de la actividad turística sobre el medio ambiente advierte (ONU, 2003), en base a un estudio de la organización *Conservación Internacional* y del *Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente* (PNUMA), del peligro de los impactos negativos del turismo, al ser los viajes de aventura y naturaleza los de mayor crecimiento, sobre la biodiversidad y especialmente en las zonas paisajísticamente más ricas. Esto deriva en la necesidad de planificar el desarrollo en estos destinos emergentes.

Efectivamente, es un tema recurrente el de los impactos negativos del Turismo sobre el Medio Ambiente. Es por ello que el Turismo requiere de una determinada planificación para que, con ello, el deterioro de los recursos asociados a la actividad turística sea minimizado. Un Turismo bien planificado tiene el efecto contrario, es decir, favorece la conservación y el desarrollo sostenible. Por lo general y referenciando a Buckley (2012), los impactos derivados de la actividad turística en un determinado destino dependen de una serie de factores como *...el tamaño y la distribución de la población, la organización social* y, por último, factores como *...el consumo, niveles de contaminación y protección de la naturaleza en tal organización social*. De un modo esquemático y en referencia a sus ámbitos de influencia, los impactos del Turismo pueden ser categorizados, asimismo, en los siguientes campos (Blanco Cordero, 2004:):

¹ Estudio de la organización *Conservación Internacional* y del *Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente*. V Congreso Mundial de Parques, Durban, Sudáfrica

a) Económicos:

- El Turismo favorece la creación de empleo, de modo directo e indirecto. Sin embargo y en múltiples ocasiones, el capital de trabajo asociado a la actividad del Turismo es no cualificado y se caracteriza por salarios bajos, contratos temporales e, igualmente, economía sumergida. Esto es un problema en relación a la cada vez mayor necesidad de promover un más alto grado de profesionalización en el sector.
- Promueve otras actividades productivas, si bien en múltiples ocasiones esto supone el abandono de otros sectores económicos más tradicionales. En todo caso, puede suponer una modernización consecuente de las infraestructuras, cuyo desarrollo ha de estar supeditado al equilibrio con otras actividades productivas.
- Revalorización de los recursos autóctonos, si bien esto puede derivar en procesos de inflación.
- Equilibrar la balanza de pagos nacional, si bien las multinacionales turísticas asumen la mayor parte de los beneficios del turismo internacional, exportando el dinero al país de origen. Esto indica asimismo una alta dependencia del capital inversor extranjero en múltiples áreas turísticas.
- Mejora del nivel de vida local, si bien una adecuada gestión es necesaria de cara a una justa distribución de los beneficios. Debido a la necesidad de un determinado capital inicial de inversión, por un lado, y de la asunción responsable de riesgo, por otro lado. Y es aquí donde se encuentra la conexión con la anteriormente mencionada dependencia de inversión extranjera, siendo esta por parte de capitales capaces de asumir tales circunstancias. La gestión administrativa de la entrada de estos capitales es vital de cara a la obtención de resultados en relación a la distribución de beneficios para la población local.

b) Medioambientales:

- Consumo del suelo: la actividad turística requiere un uso intensivo del suelo en aquellas áreas donde se desarrolla. Esta actividad turística suele derivar en urbanización de espacios naturales, lo que supone una amenaza a los ecosistemas y, principalmente, aquellos de países tropicales y/o insulares.
- Impacto sobre aire, agua y suelos: el alto consumo de recursos derivados de los usos turísticos provoca un gran impacto sobre estos medios.
- Impacto visual: la rápida construcción asociada a zonas de gran atracción turística produce, en caso de la inexistencia de una correcta y adecuada planificación territorial, graves impactos visuales. Asimismo, la excesiva proliferación de residuos genera una serie de problemas relacionados con la recogida, almacenamiento y depuración en las áreas tratadas.
- Sensibilización: en lo relativo a la protección de los recursos naturales y culturales. Unas determinadas políticas de puesta en valor del patrimonio cultural y natural son imprescindibles de cara a la preservación de tales recursos ante un aumento de la actividad turística. De este modo, el Turismo también contribuye a la restauración y embellecimiento de áreas históricas.

c) Socioculturales:

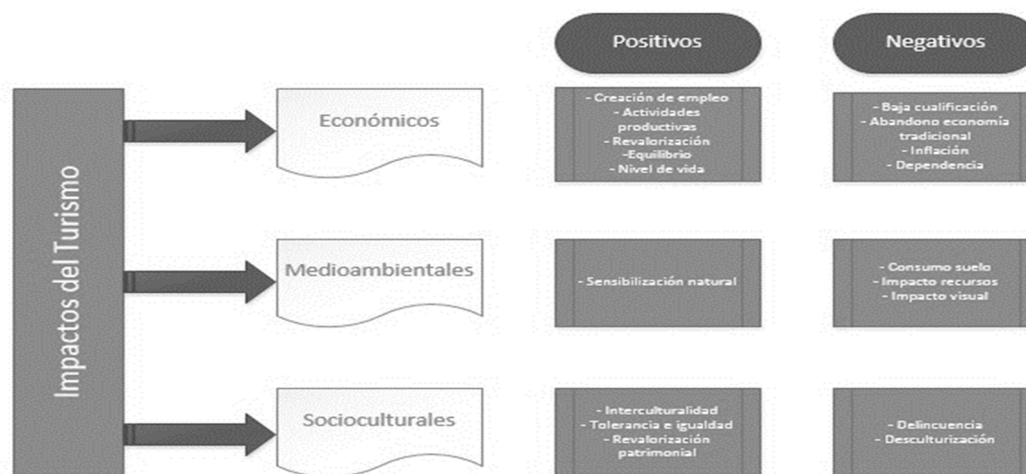
- Intercambio cultural: el Turismo favorece el intercambio entre culturas, lo cual deriva en una mayor apertura cultural y la ruptura de estereotipos perniciosos. Conociendo los modos de vida de las diferentes poblaciones locales se desarrolla una mayor y mejor integración entre las perspectivas del turista y de la población local. Sin embargo, en ocasiones y ante una mala gestión, puede reproducirse el efecto contrario: la consolidación de unos determinados estereotipos.

- Usualmente la actividad turística favorece el cambio de normas y valores sociales, representado en una mayor tolerancia y mayores niveles de igualdad. La interacción entre turista y población local puede, incluso, generar una mayor movilidad social en sociedades muy estáticas y jerarquizadas. Asimismo puede desarrollar cambios en los roles tradicionales y, consecuentemente, una reestructuración de la división del trabajo. Si bien en múltiples ocasiones esto determinará un cambio significativo en la dinámica cultural de la zona, también lo puede hacer de modo beneficioso para el conjunto de la sociedad.
- Aumento de la delincuencia: uno de los impactos negativos del turismo más significativos es el del aumento de los niveles de delincuencia en áreas altamente turísticas. El crecimiento económico en áreas en fases de desarrollo es el detonante para el crecimiento de este tipo de actividades ilícitas.
- Revaloración del patrimonio, en relación a un aumento del interés por parte de la población local por la representación de sus propias manifestaciones. En este sentido, el Turismo Cultural se presenta como una vía para encauzar una adecuada gestión del turismo de masas.
- Puede, asimismo, determinar una desculturización del destino, en cuanto a la pérdida de sus costumbres locales y la adopción de aquellas ajenas. Del mismo modo, se puede producir una mercantilización de las tradiciones locales y la pérdida de diversidad autóctona.

El siguiente esquema (Figura 1) refleja el conjunto de impactos, tanto positivos como negativos, que la actividad turística posee sobre el destino en el que se desarrolla:

Figura 1.

Impactos del Turismo



Fuente: Adaptado de Rivas García y Magadán Díaz (2007)

Eventualmente, cierto es, el Turismo produce de modo significativo una serie de impactos sobre las áreas en que este se desarrolla. Por tanto los impactos, bien sean positivos o negativos, han de ser adecuadamente gestionados para, con ello, mitigar los efectos de requerimientos adaptativos que concurran en una serie de desequilibrios socioeconómicos. Cada área turística, dependiendo de sus niveles de desarrollo, posee unos determinados ritmos de asunción de impactos y cambios derivados de actividades externas. En consecuencia, cada política de sostenibilidad turística ha de estar específicamente orientada a las regiones tratadas e intentando promover un equilibrio entre los diferentes aspectos implicados en su gestión.

Es en este punto donde surge un concepto que pretende sentar las bases de la mitigación de estos impactos de la actividad turística sobre el medio ambiente. Es el de *desarrollo sostenible*. Se puede definir el desarrollo sostenible a partir del Informe Brundtland (1987) como aquel *...desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades*². Este informe propone asimismo un modelo alternativo de desarrollo basado en una nueva perspectiva de los modelos de consumo. El informe integra una multiplicidad de elementos

² Informe Brundtland "Nuestro Futuro Común" -1987- de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas

del proceso de mejora del bienestar, no ya sólo el aspecto material y, de hecho, afirma que el desarrollo sostenible requiere crecimiento económico sólo si las necesidades básicas están cubiertas. En todo caso y obviando la ambigüedad relativa al cómo alcanzar los objetivos derivados de los planteamientos hacia una mejor calidad de vida, expone que la mejora de la calidad de vida debe de extenderse a todas las personas y necesidades. El *Informe Brundtland* propone de este modo una serie de indicadores de sostenibilidad:

- Eficiencia ambiental: supone una reducción en los usos de materia prima y energía por producción.
- Impacto mitigado: en relación a la actividad humana.
- Desarrollo vs crecimiento: promover el desarrollo cualitativo.
- Redistribución de la renta a favor de los países menos desarrollados.
- Equilibrio demográfico: adecuar el desarrollo demográfico al crecimiento y distribución poblacional.

El término *sostenibilidad* se consolida en la *Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (Cumbre de la Tierra)*, en Río de Janeiro (1992). En ella se configura el programa de acción *Agenda 21* como una estrategia global de política ambiental y desarrollo.

La sostenibilidad como concepto práctico posee cuatro aspectos centrales:

- Integración de las tres dimensiones de la sostenibilidad: ambiental, económica y social, para conseguir desarrollo económico, conservación de recursos y progreso social.

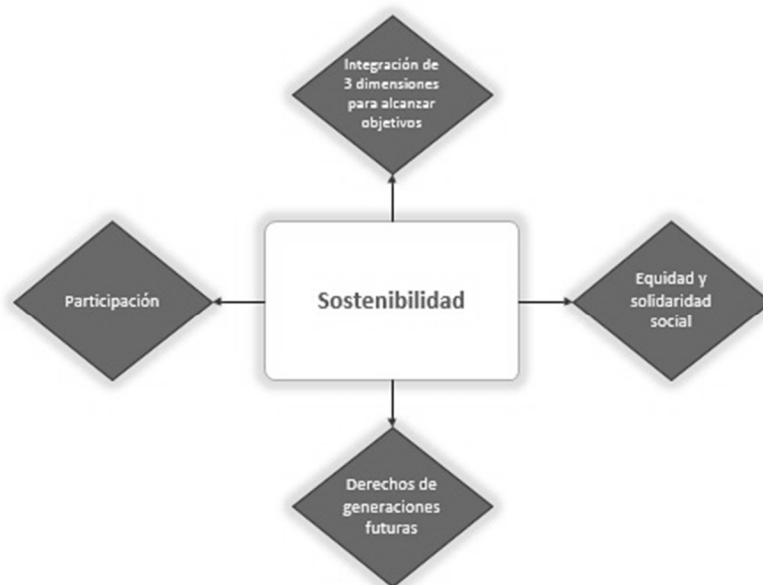
- Defensa de equidad y solidaridad social. La sostenibilidad se erige como herramienta para la erradicación de la pobreza y la redistribución igualitaria de los beneficios y costes del desarrollo.
- Proteger los derechos de las generaciones futuras, teniendo en cuenta las limitaciones del ecosistema.
- Participación: se han de integrar, en aquellas políticas en las cuales la sostenibilidad oriente la acción, los intereses, responsabilidades y necesidades de todos los actores implicados en la gestión y planificación, en una correcta coordinación y representatividad.

El concepto de sostenibilidad y sus sinergias con múltiples aspectos de la actividad humana va cobrando peso a lo largo de las últimas décadas y, en este sentido, los *Objetivos de Desarrollo del Milenio* propuestos por las Naciones Unidas en el año 2000 asumen una integración de la sostenibilidad ambiental en sus premisas. Asegurar la sostenibilidad ambiental pasa a ser uno de los objetivos fundamentales, y este se basa en una serie de subaspectos:

- Integrar las prácticas del desarrollo sostenible a las políticas de los países, mitigando de este modo los efectos negativos derivados de la pérdida de recursos ambientales.
- Disminuir en un 50% las personas que no tienen acceso a agua potable.
- Mejorar la vida, de modo significativo, de al menos 100 millones de personas de periferias y barrios marginales.

Figura 2.

Aspectos centrales de la sostenibilidad



Adaptado de Naciones Unidas (1992)

Si bien a día de hoy los resultados asociados al cumplimiento de los *Objetivos de Desarrollo del Milenio* son discretos y cuestionables debido a su carácter altamente ambicioso, la integración de un modelo de sostenibilidad como elemento esencial en el desarrollo de las naciones permite un primer acercamiento de carácter oficial a las problemáticas asociadas.

Desde la perspectiva del ámbito económico, existen dos tipos de sostenibilidad: una sostenibilidad fuerte, y una sostenibilidad débil (Dietz y Neumayer, 2007).

Si bien el primero considera el concepto de sostenibilidad en toda su amplitud, el último considera al desarrollo sostenible como aquel en el que el crecimiento económico es sostenido, sin necesidad de la preservación de los recursos (estos, afirman, se pueden *compensar* con tecnologías de sustitución). Es decir:

- Sostenibilidad **débil**: considera suficiente mantener un determinado stock de capital total para continuar creciendo.
- Sostenibilidad **fuerte**: el capital natural no es sustituible, siendo necesario mantenerlo por encima del nivel mínimo.

En base a estos criterios de sostenibilidad se determinan una serie de acciones orientadas al cumplimiento de sus premisas: no consumir recursos no renovables, en la medida de lo posible, reciclando aquellos renovables; consumir recursos renovables por debajo de su tasa de renovación; y no verter residuos que excedan la capacidad natural de asimilación.

Diferencias en la aplicación de uno u otro de los criterios de sostenibilidad referidos derivan en diferentes resultados en relación a los estudios de sostenibilidad para diferentes países.

I. TURISMO Y ECOLOGÍA: ECOTURISMO

La *International Ecotourism Society* (TIES) (1990) define a esta variedad turística como *un viaje responsable a áreas naturales que conservan el medio ambiente y mejoran el bienestar de la población local.*

Por otra parte y de acuerdo a la *Declaración de Quebec en Ecoturismo* (2002), el ecoturismo como variedad turística posee una serie de características que lo diferencian de otras tipologías de Turismo:

- Contribuye activamente a la conservación del patrimonio cultural y natural.
- Incluye a comunidades indígenas y locales en su planificación, desarrollo y acción, contribuyendo así a su bienestar.
- Interpreta el patrimonio natural y cultural para el visitante del destino turístico.

Son, en consecuencia, Naturaleza, conservación y patrimonio conceptos centrales que giran entorno a la propia definición y esencia del concepto de Ecoturismo.

En los últimos años se destaca la importancia que han adquirido las diferentes modalidades de ecoturismo. En esencia, el ecoturismo se basa en actividades que tienen en común el uso respetuoso de los recursos naturales como atractivo para los turistas, siendo un tipo de turismo responsable que busca minimizar los impactos ambientales y generar ingresos para la población local.

Como ha sido expuesto, el ecoturismo posee una serie de características específicas que, de modo más concreto, se exponen a continuación (OMT y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, 2002):

- a) Toda forma de Turismo basada en Naturaleza, en la que la motivación principal de los turistas es la apreciación de esa Naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales.
- b) Incluye elementos educacionales e interpretativos.
- c) Normalmente organizado para grupos y especializado.
- d) Intenta reducir los impactos sobre el entorno natural y sociocultural.
- e) Contribuye a la protección de la zonas naturales
 - Generando beneficios económicos para la población local
 - Ofreciendo oportunidades alternativas de empleo y renta
 - Incrementando la concienciación sobre la conservación del patrimonio natural y cultural.

Asimismo, se han venido definiendo una serie de niveles de ecoturismo, categorizados en un baremo del 0 al 5 en base a la concentración de criterios de sostenibilidad (Shores, 1992):

Tabla 1.

Niveles en Eco-Turismo

0	1	2	3	4	5
<p>Requiere una mínima concienciación de la fragilidad de los ecosistemas. Viajes esporádicos</p>	<p>Requiere un flujo de apoyo económico entre turista y ecosistemas (tasas, etc.)</p>	<p>Requiere una involucración personal del turista en la conservación del medio ambiente (plantación, etc.)</p>	<p>Requiere certificación de que el efecto total del sistema que compone el tour sea bueno para el medio ambiente. El análisis ha de incluir transporte, comida y alojamiento. El efecto neto ha de ser neutral, negativo o positivo.</p>	<p>Requiere un impacto positivo del viajero en el destino. Requiere esfuerzo del destino por establecer sistema de control ambiental avanzado para mitigar el impacto negativo de consumo.</p>	<p>Requiere que todo sea sano. Meta global. Incluye todos los aspectos asociados a la oferta, y no degrada en absoluto el medioambiente (ej. Teleférico del Bosque Húmedo, Costa Rica).</p>

Fuente: Adaptado de Shores (1992)

II. SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN TURÍSTICA

Por lo general y de modo comparativo al resto de sectores, el sector turístico posee una menor regulación administrativa. Sin embargo y a lo largo de los últimos años se ha venido proponiendo desde la Comisión Europea la necesidad de complementar esta regulación administrativa con otra tipología reguladora basada en la responsabilidad compartida y, concretamente, la autorregulación. Se pretende con ello una mayor participación de los agentes implicados y una más profunda implicación en asuntos de interés común por parte del sector privado. Entre los instrumentos de gestión ambiental se pueden citar algunos como los siguientes (Acquatella, 2001):

i. INSTRUMENTOS DE REGULACIÓN DIRECTA

- **Legislación, reglamentación y adjudicación de licencias:** las Administraciones han de hacer uso en determinados contextos de su capacidad para establecer normativas que orienten las acciones de un modo sostenible. Asimismo, puede otorgar autorizaciones, como certificación del cumplimiento de una serie de requerimientos y con la finalidad de fortalecer la sostenibilidad, fijando esta serie de requisitos adaptados a la circunstancialidad de cada situación específica.

Generalmente, las Administraciones Generales desarrollan leyes nacionales de turismo con objetivos de la política turística a medio y largo plazo. Estas leyes gestionan todo lo relativo al establecimiento de normativas específicas y la adjudicación de licencias, etc., de cara a las consecución de los objetivos de la sostenibilidad. Hay, en este caso, una serie de elementos esenciales que se asocian de modo necesario al desarrollo de estas leyes, tales como la naturaleza del desarrollo turístico, seguridad, ubicación, prácticas del mercado, daños medioambientales, usos, población local, etc.

- **Usos del suelo:** las Administraciones competentes pueden actuar en lo referente a la planificación de los usos del suelo, de modo que pueden adaptar su gestión en base a unos determinados criterios de sostenibilidad. El desarrollo de nuevas actividades turísticas y proyectos de construcción

han de ver mitigados sus potenciales impactos negativos sobre el área en que se establecen, y la planificación de los usos del suelo se configura como una de las herramientas dirigidas a la sostenibilidad con mayor capacidad de influencia. Sin embargo y en múltiples ocasiones, los intereses específicos de la clase política determinan unos criterios de planificación diferentes a los otorgados por la sostenibilidad. Del mismo modo, el carácter de la propiedad de cada país condicionará las capacidades de tal instrumento.

- **EIA:** La evaluación del Impacto Ambiental (EIA) es un procedimiento aplicable a circunstancias en las que un determinado proyecto (turístico en este caso) será desarrollado en un área concreta. El EIA propone un análisis de los potenciales impactos derivados de la aplicación de tal proyecto, tanto positivos como negativos, y propone una prevención o corrección de los mismos en relación al beneficio para la población local y el entorno. Si bien siempre aconsejable, en determinados casos y contextos específicos la EIA es obligatoria y, en todo caso, dirige su visión funcional hacia la consecución de las motivaciones impulsadas por estos criterios de sostenibilidad.

Los aspectos a incluir en una EIA se valoran en relación al estado inicial del medioambiente y el entorno y permite la actuación orientada en ámbitos del proyecto tales como el diseño, los costes, la imagen corporativa y la proyección de la imagen externa del proyecto, así como otros.

Una vez diagnosticado el estado e identificados los impactos potenciales, se han de establecer unos programas de actuación correctora en consecuencia.

- **Instrumentos económicos:**

- **Impuestos y tasas:** estos son los instrumentos que generalmente mayor influencia presentan en la acción de determinados actores relacionados con la actividad turística. La aplicación de impuestos y tasas asume dos efectos: por un lado, el aumento de los ingresos que provienen de empresas y consumidores para con ello desarrollar actuaciones sostenibles (en base a un coste adicional del producto turístico en cuestión) y, por otro lado, la

penalización de una serie de prácticas negativas e incoherentes con los criterios del turismo sostenible por parte de empresas y consumidores.

Es así que estos impuestos pueden establecerse sobre actividades económicas (de las empresas), sobre el propio turismo (tasas por visitante, ecotasas), tasas por el uso de recursos (reducción de residuos, etc.), sobre la utilización de servicios públicos e infraestructuras (peajes, etc.) y otros.

- **Subvenciones y desgravaciones fiscales:** a la hora de decidirse por un comportamiento y unas prácticas adaptadas a los criterios de sostenibilidad, generalmente empresas y consumidores incurren en una serie de *gastos a mayores*. Con la finalidad de otorgar a empresas un apoyo financiero dirigido a la adaptación de tales prácticas y así mitigar los efectos de esos gastos a mayores, la Administración competente puede desarrollar un sistema de subvenciones y desgravaciones fiscales fijado en el contexto específico en que se desarrolla la actividad turística. Estos apoyos se dirigen a iniciativas sostenibles y prácticas responsables.

Dentro del sector turístico y en el contexto de la Unión Europea, esta otorga subvenciones provenientes de fondos tales como el FEDER, FSE, FEOGA e IFOP, cada uno de los cuales se establece en relación a unos determinados objetivos, y son potencialmente adaptables a las prácticas sostenibles mencionadas. Existen asimismo una serie de iniciativas comunitarias complementarias del mismo carácter.

- **Contratación pública sostenible:** la contratación pública sostenible parte del concepto de la Administración como consumidora y contratante de servicios. En este sentido, la Administración competente tiene la capacidad de demandar productos y servicios que cumplan una serie de requisitos ambientales y sociales, de modo que las empresas productoras y distribuidoras se verán, en consecuencia, en la necesidad de redefinir sus conceptos de mercado en caso de que estos no se adapten a los criterios de sostenibilidad. De este modo, la Administración promueve la responsabilidad social de proveedores y subcontratistas. ¿Bajo la incidencia de qué motivaciones se desarrolla la idea de esta contratación sostenible y responsable? La mejora de la eficiencia, los niveles de sostenibilidad y, de modo genérico, de la calidad de vida son los objetivos últimos de esta actividad. Diferentes ejemplos se han venido llevando a cabo en los últimos

años, tales como el *Plan de Contratación Pública Verde* del Gobierno de España en 2008.

- **Instrumentos de apoyo:**

- **Dotación de infraestructuras:** la Administración tiene competencia en lo relativo a la dotación y gestión de infraestructuras de las diferentes áreas turísticas bajo su responsabilidad. En este sentido, la planificación del destino ha de adoptar una planificación infraestructural determinada por diferentes aspectos de gestión equitativa y responsable, favoreciendo el uso de energías renovables, la separación de residuos, etc. Se puede promover, asimismo, el uso de medios de transporte públicos y menos contaminantes y toda aquella actividad perjudicial que sea potencialmente desarrollada en las infraestructuras planificadas, así como otra serie de medidas relacionadas con el propio consumidor turístico, como la planificación de alojamientos, itinerarios, etc.

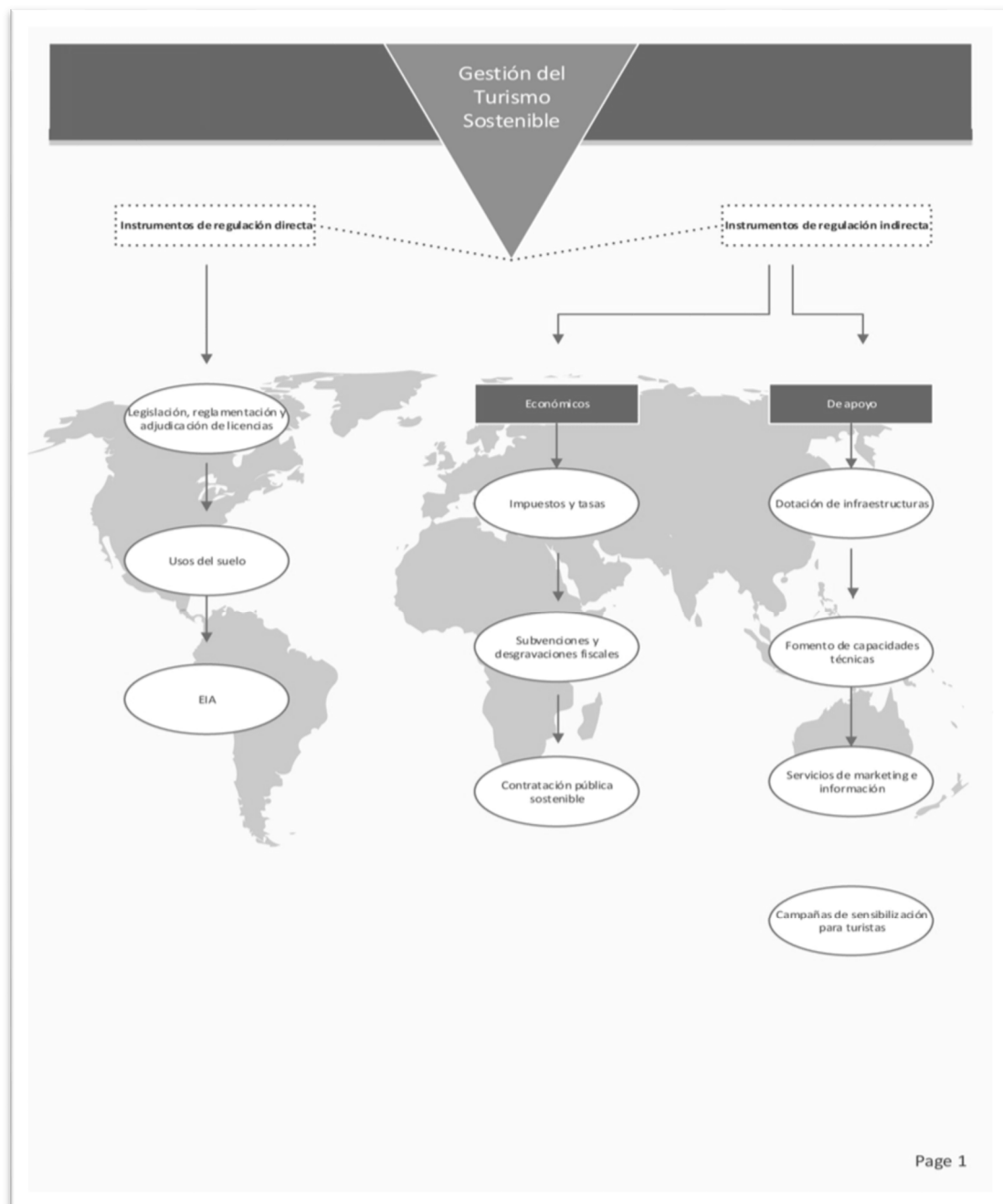
- **Fomento de capacidades técnicas:** una de las medidas que se ha de valorar a la hora de planificar una determinada gestión del destino turístico sostenible en su interacción con el ámbito privado es el de desarrollar y establecer programas de asesoramiento formativo, dirigido a este sector privado, relacionados con las bases de la sostenibilidad y sus sinergias con el turismo, así como el planteamiento de prácticas responsables. Generalmente son aquellas pequeñas y medianas empresas turísticas (y no turísticas) las que deban asumir programas de estas características, debido principalmente a su menor capacidad profesional.

- **Campañas de sensibilización para turistas:** las campañas públicas de sensibilización al turista tienen como objetivo influir en la potencial conducta del consumidor turístico dentro del propio destino. El diseño de la campaña

ha de ser adecuadamente planteado y contextualizado dentro de las circunstancias del propio destino y su concepto, vinculando problemáticas específicas a problemáticas genéricas para que, con ello, resulte más fácil una correcta asunción y comprensión del concepto por parte del turista.

Figura 3

Instrumentos reguladores de la sostenibilidad



Fuente: Adaptado de Organización de las Naciones Unidas (2001). Elaboración propia.

ii. INSTRUMENTOS VOLUNTARIOS: CERTIFICACIONES Y ECO-ETIQUETAS

Existe otra serie de herramientas para la gestión de la sostenibilidad turística. Se trata de aquellas herramientas y recursos de carácter voluntario e iniciativa privada que, si bien son potencialmente precursoras de positivos aspectos cualitativos y cuantitativos asociados a la gestión de la calidad, la mejora de la gestión ambiental y la obtención, en algunos casos, de beneficios de diferente carácter, son asimismo instrumentos que exigen de una fuerte iniciativa y, del mismo modo, de una serie de motivaciones e incentivaciones que promuevan su desarrollo en el ámbito privado. Esta necesidad de un sistema de incentivos para su aplicación deriva de dos premisas básicas: la implementación de sistemas de certificación es, por un lado, voluntario y, por otro lado, costoso. Sin embargo y según Blanco, Rey-Maqueira y Lozano (2009:116), *...estimaciones muestran que hasta un 5% de todo el mercado turístico pagaría una cantidad extra por paquetes sostenibles... efecto particularmente relevante en destinos turísticos basados en la Naturaleza.*

Meissner (2013:155) analiza la posibilidad y viabilidad de desarrollar un mercado internacional de certificados de áreas protegidas (PACs). Los recursos asociados a ecosistemas se caracterizan por la no-rivalidad y no-exclusión y, por ello y por las consecuencias inherentes a tal hecho en relación a la motivación privada para participar en esta tipología de gestión, Meissner parte de la necesidad de, a través de incentivos, fomentar la participación privada en la planificación sostenible del destino y, con ello, desarrollar una coalición sólida. Estas coaliciones, con una planificación administrativa y gestión mixta con alta iniciativa privada, tienen la capacidad de reducir los costes individuales derivados de la protección ambiental. La apuesta de Meissner es que *...el establecimiento de una coalición voluntaria pero vinculante entre empresas permite a la sociedad converger hacia el óptimo en términos de sostenibilidad del ecosistema.*

Nos podemos referir en todo caso a una multiplicidad de instrumentos específicos dentro de esta categoría, tales como la aplicación de diferentes instrumentos de responsabilidad social (códigos de conducta, adhesión a normas internacionales, emisión de informes sociales o certificados de acreditación de normas), la elaboración de memorias de sostenibilidad, guías de buenas prácticas, certificaciones y etiquetas, entre otros. En este caso nos referiremos a dos de ellos y que, en lo consecutivo, serán elementos directrices del estudio que será desarrollado posteriormente: **certificaciones** (ecoturísticas) y **(eco)etiquetas**.

a) Certificaciones

Las certificaciones representan garantías específicas en relación al cumplimiento de unos determinados criterios o normas. Las certificaciones se basan en una serie de aspectos definitorios: posee unos requerimientos determinados y bien definidos, integran un proceso de seguimiento y evaluación, son de participación voluntaria y se identifican a través de una determinada imagen.

Existen diferentes y diversos ámbitos en los cuales las certificaciones pueden garantizar diferentes requerimientos y normativas pero, en este caso, nos interesa el campo de las certificaciones turísticas. Las certificaciones turísticas, en este sentido, se pueden categorizar en tres grupos (OMT, 2003):

- Aquellas certificaciones de garantía de calidad del propio producto de la empresa o destino.
- Aquellas certificaciones de calidad del proceso de control interno de la empresa en cuestión.
- Por otro lado, y estas serán centrales en el estudio que nos ocupa, las certificaciones turísticas pueden referirse a la sostenibilidad y sus criterios relativos a la calidad, el medio ambiente y el ámbito social.

En este último caso, referido a las certificaciones asociadas a criterios de sostenibilidad turística, situamos a este tipo de garantías en las llamadas tercera y cuarta generación de certificaciones: son aquellas relativas a la calidad del proceso con relación al medio ambiente, tales como:

- *Norma ISO 14001*
- *EMAS*

y aquellas relativas a la calidad del proceso de carácter integral, en cuyos criterios se incluyen aspectos relacionados con el compromiso social y las actividades

productivas responsables. En cuanto a estas últimas, y si bien se encuentran en un estado todavía inicial, son representativas algunas certificaciones como:

- *SGE 21*
- *SA8000*
- *ISO 26000*

La implementación de sistemas de certificación posee una serie de ventajas y, asimismo, una serie de inconvenientes:

- Integra una serie de objetivos con criterios de sostenibilidad en un programa integrado de acción.
- Revaloriza la imagen de los destinos.
- Sin embargo, puede ser costosa y lenta en su proceso.

b) Ecoetiquetas

Las ecoetiquetas tienen como finalidad la certificación distintiva de productos y/o servicios que son comparativamente menos perjudiciales para el medio ambiente. Es, de este modo, que sus objetivos están orientados a:

- Ofrecer información sobre las prácticas ambientales de las empresas.
- Fomentar, de modo genérico, actitudes ambientales responsables dentro del sector turístico.
- Ayuda en la identificación de carencias y puntos débiles.

Son múltiples los ejemplos de sistemas de ecoetiquetado aplicados a nivel global y, entre ellos, cabe destacar los siguientes:

- *Green Globe*, internacional y para criterios de energía, responsabilidad social corporativa y conservación del medio ambiente en general.
- *Etiqueta Ecológica Europea*, para los productos y servicios más respetuosos con el medio ambiente en Europa.
- *Establecimiento Eco-Comprobado*, para establecimientos de diferente tipología.
- *CETS*, para espacios protegidos en Europa.
- *Bandera Azul*, para zonas costeras de calidad natural.

Entre muchas otras.

Entre todas ellas y debido a la necesidad de contextualizar la temática y asociarla al ámbito de estudio, se hará especial referencia en lo consecutivo y en la sección correspondiente a una de estas ecoetiquetas: la *Certificación para la Sostenibilidad Turística*, de Costa Rica.

La aplicación de un sistema de participación voluntaria conjunta en un determinado destino, basado este en criterios de sostenibilidad, es una realidad que a nivel práctico se ha visto, en múltiples ocasiones, obstaculizada por su principal problemática: la dificultad que entraña motivar y organizar a los diferentes *stakeholders*, es decir, todos aquellos agentes públicos y privados en un determinado ámbito de interés común. Si bien son múltiples los acercamientos teóricos a la idea de estos *stakeholders* como base de importancia para la gestión de un destino, escasos son los intentos explicativos acerca del cómo organizar esa comunión en busca de objetivos comunes.

Uno de los intentos más significativos es el llevado a cabo por Waligo, Clarke y Hawkings (2013). Mediante su estudio, los autores pretenden establecer una alternativa práctica, viable y eficiente en lo relativo a la integración de los diferentes *stakeholders* en un determinado destino turístico para la implementación de políticas comunes de sostenibilidad

turística. Para ello, hacen referencia al caso del *Cornwall Sustainable Tourism (CoaST)*, proyecto de turismo sostenible en el Reino Unido.

Waligo, Clarke y Hawkings, (2013:344) advierten una serie de problemáticas derivadas de los diferentes intentos de coordinar e implicar a los distintos *stakeholders* en un destino. En concreto, son mencionados aquellos relativos a *...desconfianza hacia las políticas gubernamentales, pobre administración, fallos en la integración de las comunidades locales, y difusas líneas de comunicación.*

Para ello y en el caso concreto referido al *CoaST* en el Reino Unido, la metodología aplicada por los autores se focaliza en un análisis cualitativo que parte de los *stakeholders*. Parten de tres premisas:

- Los *stakeholders* son considerados como el núcleo de toda implementación de políticas de Turismo sostenible.
- Sus percepciones son esenciales para facilitar el desarrollo efectivo de las estrategias.
- La involucración común de los diferentes *stakeholders* facilita la consecución de los objetivos comunes.

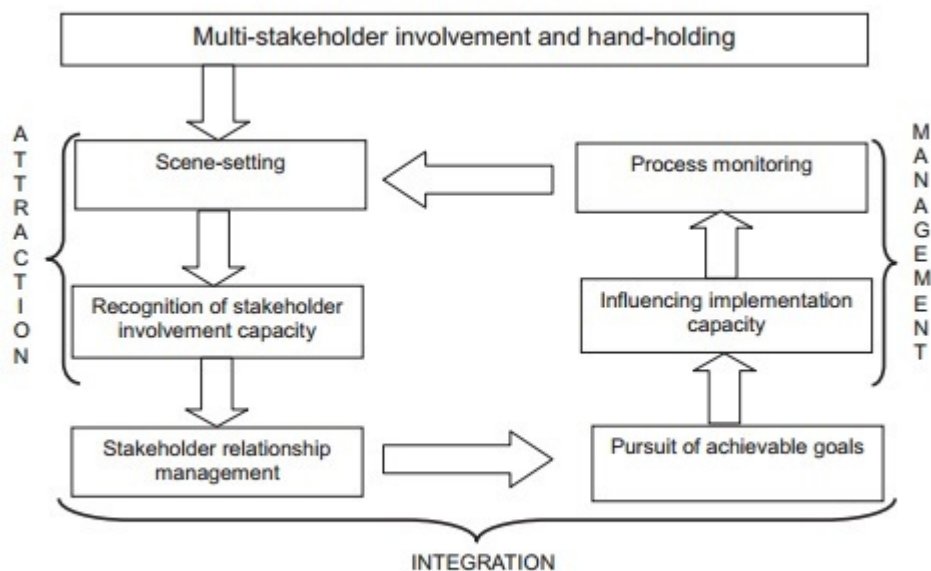
Asumen que, el que llaman *Multi-stakeholder involvement management (MSIM)* o gestión conjunta de todos los *stakeholders* del destino ha tenido dos fases de implementación:

- Una primera basada en tres niveles estratégicos: atracción, integración y gestión.
- Una segunda con seis interniveles estratégicos: puesta en escena, reconocimiento de la capacidad de involucración de los diferentes *stakeholders*, gestión de la relación de los *stakeholders*, persecución de los objetivos viables, implementación y, finalmente, seguimiento.

Gráficamente expresa en el siguiente esquema (Fig. 5):

Figura 5.

Representación cíclica del MSIM



Fuente: Waligo et al. (2013).

Concluyen en este análisis que los *stakeholders* de un destino dado se involucran en iniciativas de sostenibilidad turística ...*sólo y cuando son conscientes y entienden su significatividad* (Waligo et al., 2013:350). Esta proyección de significatividad está presente en diferentes estrategias específicas asociadas a cada fase de las anteriormente mencionadas. Se proponen acciones relativas a la comunicación estratégica, programas para la percepción de valor, discusiones grupales, etc.

Asimismo una correcta identificación, en primera instancia, de los potenciales *stakeholders* a integrar en el proyecto, permitirá una posterior adecuada gestión. Como toda implementación de unas determinadas políticas, requiere del mismo modo de un seguimiento y monitoreo continuo para identificar nuevas necesidades adaptativas.

La colaboración entre los *stakeholders* que integran un destino turístico y la correcta gestión de sus necesidades, objetivos y relaciones, además de necesario, se ha convertido en una de las vías con un impacto más positivo sobre la implementación de políticas de sostenibilidad turística.

Como ha sido especificado anteriormente, el carácter de estas categorías de acreditación de garantías es voluntario. Por otro lado y del mismo modo referido, por lo general su implementación en las políticas de gestión de las diferentes empresas del sector privado que aspiren a adoptar su imagen en base al cumplimiento efectivo de los requerimientos por ellas planteados es costosa y lenta en su proceso.

Por todo ello, las diferentes unidades del sector privado que asuman la adopción e implementación de estos sistemas de certificado y etiquetado lo harán, generalmente, en base a un análisis previo de los potenciales beneficios para la propia empresa. Debido a que lo que se espera de la empresa es la sobreutilización de los recursos en base a la obtención de beneficios privados, es por ello también necesario la gestión desde la propia Administración competente, de modo que esta genere una serie de incentivos al sector privado por la adopción de los diferentes sistemas de certificación para, con ello, fomentar la participación, incrementar la competitividad del sector y, en última instancia, revalorizar la imagen del destino ya que, como afirma Spence (2002), *...en mercados en los que el problema se relaciona con diferencias de calidad, existen incentivos para que los propietarios de productos de alta calidad se diferencien y los de productos de baja calidad imiten la señal.*

Por lo general y como ha sido expuesto, los recursos asociados a ecosistemas se caracterizan por la no-rivalidad y no-exclusión, por lo que las empresas que eventualmente deciden invertir en la conservación de tales ecosistemas en los que se ven implicados han de, por un lado, compartir los beneficios de tales inversiones y, por otro lado, verse afectados por el uso de estos recursos comunes por parte de los demás agentes privados que se localizan en el área de influencia. Esto es, compartir externalidades positivas autogeneradas y sufrir externalidades negativas externas. Por ello, la participación común en el establecimiento de políticas de sostenibilidad en un determinado destino tendría como objetivo compartir estos derechos y responsabilidades para un mejor rendimiento del propio destino.

Existe, efectivamente, una alternativa viable basada en la gestión medioambiental con participación privada y voluntaria. Una alternativa que, de facto y como ha sido mencionado anteriormente, es potencialmente precursora de beneficios no sólo privados sino comunes. No existe una estrategia común a la planificación sostenible de los diferentes destinos turísticos, sino que cada uno debe de ser valorado en base al contexto que lo determina. Sin embargo, un sistema planificado de incentivos motivará la participación voluntaria del sector privado en interacción con el interés público. En algunos casos como el de Costa Rica, *...podría ser necesaria una adecuada presión institucional, además de los incentivos*

de mercado, para promover la adherencia a los sistemas de gestión medioambiental fuera del ámbito regulatorio (Rivera, 2004).

En cuanto a los efectos de adhesión, en principio y en destinos donde la industria turística tiene una mayor concentración, la asunción por parte de una o varias de las empresas situadas en tal destino de un sistema basado en criterios de sostenibilidad proyectará un efecto beneficioso común sobre el destino y los agentes turísticos que a él se asocian. La sostenibilidad en el destino, en todo caso, debe de ser coordinada.

Blanco et al. (2009) llevan a cabo un análisis determinado por una aproximación analítica a las potenciales consecuencias que posee la adhesión voluntaria, por parte del sector privado, a sistemas de sostenibilidad turística. Afirman los autores en este estudio que las diferentes empresas, dependiendo de la estrategia que establezcan en su actividad, obtendrán diferentes beneficios. Estos beneficios vendrán determinados asimismo por un *efecto demanda* diferente para cada empresa que, presupondrán, genera ventajas competitivas para aquellas con desarrollos sostenibles. Sin embargo, la aplicación de estos criterios de sostenibilidad por parte de una o alguna de las empresas del destino promoverá una mejora en la calidad medioambiental de determinadas áreas del destino y recursos comunes sin capacidad de exclusión, por lo que el conjunto del propio destino se verá eventualmente beneficiado. En consecuencia y debido a este carácter de no-exclusividad del recurso o recursos afectados, el conjunto del destino y sus agentes se verá beneficiado y, por ello, se producirá un efecto en el precio no sólo de la empresa o empresas precursoras, sino eventualmente del propio destino.

Blanco et al. (2009:120), en base a este contexto, plantean tres premisas y retos del ámbito:

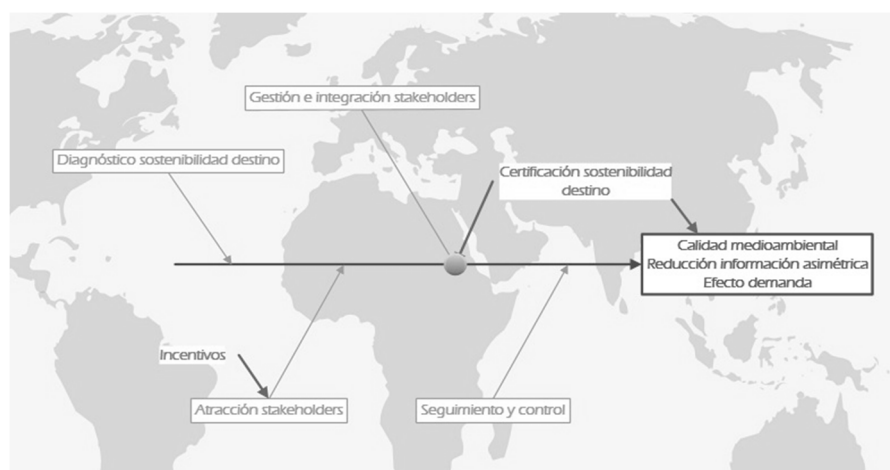
- Existe una evidencia más o menos significativa de que es beneficioso adoptar, a título privado, una gestión sostenible.
- Los resultados económicos del destino han de ser esperados en el contexto de una estrategia específica y común.
- Las colaboraciones entre los diferentes agentes que integran un destino surgen como una alternativa viable de alto interés para el propio destino.

Por tanto, la Administración como planificadora y gestora competente en el destino, ha de valorar la introducción de sistemas de incentivos, superando el planteamiento de los sistemas de exclusividad reguladora, como una alternativa de alto interés y potencial retorno

económico y de conservación de recursos en el destino. Esto supone la necesidad de coordinar a todos los agentes implicados y, asimismo, un coste informativo superior en base al estudio de todas aquellas especificidades del propio destino que puedan determinar su éxito.

Figura 6.

Gestión de la sostenibilidad voluntaria en el destino



Fuente: Elaboración propia.

Y es que si bien diversos acercamientos teóricos (alguno de los cuales será posteriormente tratado) hacen las primeras referencias acerca de los sistemas de certificación (eco)turística y el ecoetiquetado desde diferentes planteamientos relacionados con la economía y la imagen corporativa y de destino en relación a los potenciales beneficios derivados de estas categorías y prácticas, es asimismo digno de mención que, debido al carácter privado de la empresa turística ajena al ámbito administrativo y la esencia desregulada de tales prácticas, las conductas sostenibles y autoregulatoras se han visto comprometidas en múltiples ocasiones. Esto ha favorecido múltiples y recurrentes lecturas del asunto desde una perspectiva restringida y exclusivamente ligada al ámbito legal y de regulación puramente administrativa.

El estudio que en adelante será asumido en base a este planteamiento será un intento de llevar a cabo una lectura analítica de esta tipología de certificaciones, contextualizadas en el ámbito de referencia ya indicado. Pero ello no se puede ni debe hacer sin antes asociarlo a una de las grandes problemáticas de la actividad mercantil turística: la existencia de

asimetrías informativas entre agentes turísticos; en consecuencia, el desequilibrio informativo entre oferta y demanda y todas las implicaciones de ello derivado.

Turismo con base en criterios de sostenibilidad e información asimétrica dejan terreno abierto, de este modo, a la integración de políticas voluntarias de sostenibilidad en la planificación de un destino turístico y la integración de sus *stakeholders*. ¿Cómo reducen estas políticas la asimetría informativa del mercado en que se inscribe?, ¿qué efecto tienen, potencialmente, sobre el turista y el mercado? Estas cuestiones orientarán, en lo consecutivo, los nuevos planteamientos expuestos.

III. SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN COSTA RICA

A este respecto, atenderemos ahora a la situación específica que nos ocupa. Costa Rica es, actualmente, una de las potencias turísticas de Centroamérica y este es el principal sector económico y de mayor crecimiento en el país, superando ya a sus ingresos e exportaciones de banano, piña y café, hasta hace unos años principal motor económico del país. Según datos del año 2011, Costa Rica se sitúa en el puesto 44 de la clasificación del TPCI (Informe *Índice de Competitividad en Viajes y Turismo*, Foro Económico Mundial, 2011), y el primero en Centroamérica. En 2010, el Turismo representó el 5.5% del PIB nacional (Departamento de Estadísticas ICT, Anuario Estadístico, 2010). La ventaja competitiva del país se basa en sus recursos naturales, con representación en múltiples parques naturales y áreas protegidas. Asimismo, el país ha sido pionero del modelo definido como *ecoturismo*, convirtiéndose en un modelo a nivel internacional. Otro incentivo potenciador del desarrollo turístico que se ha venido llevando a cabo en los últimos años es el de la biodiversidad, estimada en un 5% de la total mundial. La mayor parte de los turistas que visitan Costa Rica provienen del continente americano, y principalmente de Estados Unidos (39.6%) (Informe *Índice de Competitividad en Viajes y Turismo*, Foro Económico Mundial, 2011). En el siguiente cuadro se expone el porcentaje de turistas que acuden a Costa Rica en relación al producto que utilizan (ICT, *Informe Cifras Turísticas*, 2012):

Tabla 2.

Turistas por tipología de Turismo.

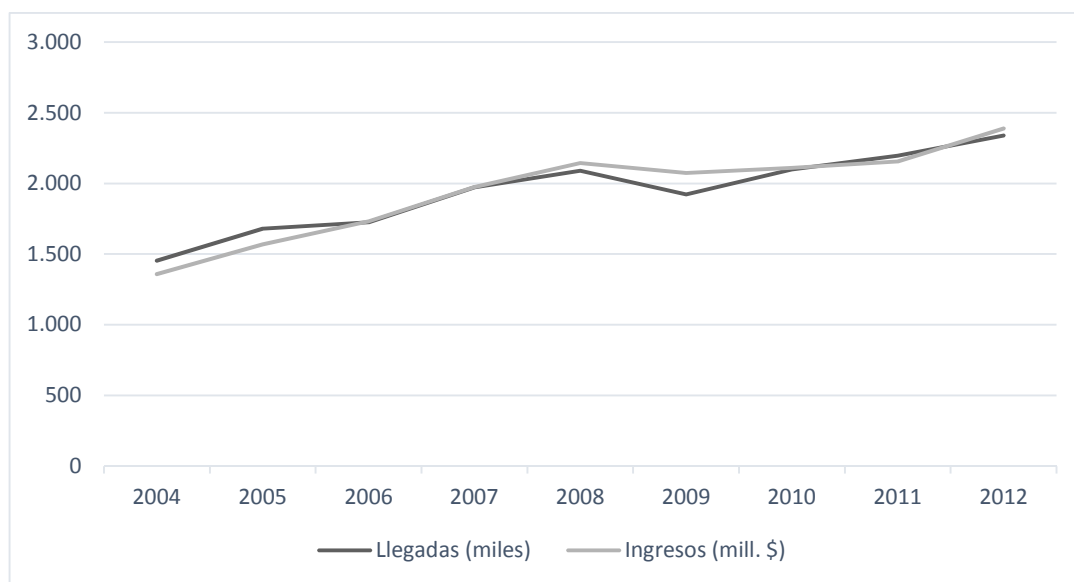
Producto	2006	2007	2008	2009	2010
ECOTURISMO	58,0	55,3	50,4	45,7	49,2
AVENTURA	45,5	45,0	69,6	73,1	72,6
SOL Y PLAYA	65,5	62,7	64,2	75,9	68,1

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo.

Como ha sido expuesto, el potencial turístico de Costa Rica se sustenta, principalmente, en la gran disponibilidad de recursos naturales y biodiversidad. Así, un 54% de los visitantes extranjeros que visitaron el país en el año 2006, declararon haber visitado parques nacionales y/o áreas protegidas y, en concreto, entre dos y tres de media³. En este sentido, desde el ámbito institucional se han venido promoviendo diferentes estrategias de desarrollo sostenible, y una promoción internacional del país desde una perspectiva de conservación natural y de protección del patrimonio natural, si bien no queda ajeno a problemáticas relacionadas con la sobreexplotación de los recursos. Cabe destacar, entre otros, el desarrollo por parte del Instituto Costarricense de Turismo de la **Certificación para la Sostenibilidad Turística** (CST), eco-etiqueta que categoriza a empresas del sector turístico en Costa Rica de acuerdo al grado de sostenibilidad que la empresa proyecte y desarrolle, en cuanto a la protección de los recursos naturales, culturales y sociales. El objetivo de la CST es la de permitir a Costa Rica diferenciarse como destino sostenible del turismo internacional y crear una marca propia.

Figura 7.

Datos de llegadas de turistas e ingresos por año



Fuente: Adaptado de Instituto Costarricense de Turismo.

³ Informe Encuestas IV Trimestre 2006, Aeropuerto Internacional Juan Santamaría.

i. Turismo Comunitario en Costa Rica

El Turismo Comunitario es un tipo de turismo que se realiza en zonas rurales. Es un turismo de pequeña escala en el que la población local gestiona y controla el propio fenómeno turístico. Este tipo de turismo se desarrolla en un contexto de pobreza y limitación económica, y pretende la erradicación de los aspectos negativos derivados de esta circunstancialidad mediante la promoción de políticas de desarrollo local que impliquen la participación local activa en el fenómeno del turismo. Es por tanto que este modelo propugna la complementariedad de los diferentes sectores económicos del área, y la correcta integración entre ellos, todo ello desarrollado desde la población local. Un turismo basado en la autogestión.

En este sentido y en el caso concreto que nos ocupa, el de Costa Rica, surge la llamada *Declaración de San José* (2003), en la que los grupos locales e indígenas (pertenecientes no sólo a Costa Rica, sino también a Bolivia, Brasil, Ecuador, Guatemala y Perú) proponen la inclusión constante de estrategias de desarrollo comunitario en las políticas turísticas, *...convencidos de que esta forma de turismo contribuye a generar ingreso y empleo en nuestros países, y puede traer bienestar a nuestras comunidades.*⁴

La Declaración se basa en 10 puntos en los que se hace referencia a diferentes aspectos relativos a valores y principios de colaboración y solidaridad, la justa distribución de los beneficios, el desarrollo del turismo como oportunidad común, el derecho a la propiedad de las tierras, el respeto a las culturas autóctonas y la participación activa general, entre otros. Es por ello que proponen la constitución de unos determinados órganos institucionales que regulen la aplicación de estas medidas y la defensa de sus valores, principios y sus necesidades.

⁴ *Declaración de San José*, Costa Rica, 28 de Octubre del 2003.

ii. Políticas turísticas en Costa Rica e iniciativas previas

Diversos han sido los planes de desarrollo turístico sostenible que se han llevado a cabo en Costa Rica los cuales, por lo general, han recibido no sólo la iniciativa de la Administración sino también y por lo general una adecuada gestión de sus herramientas, convirtiendo así a Costa Rica en una de las naciones punteras en Turismo Sostenible. Sin llegar a concretar en casos y realidades más específicas, se abordará exclusivamente una caracterización genérica de dos grandes planes a nivel nacional:

- **SINAC: Sistema Nacional de Áreas de Conservación**

Costa Rica es país pionero en el ámbito de la sostenibilidad en el área en que se circunscribe y, tal es esto que gran parte de su área nacional (hasta un 25%) se configura como Parque Nacional y Zona de Protección. Paralelamente, existen iniciativas dentro del ámbito privado cuya finalidad se rige por los criterios de la sostenibilidad.

Costa Rica posee un Sistema de Parques Nacionales, dependiente del Ministerio de Medio Ambiente, Energía y Telecomunicaciones (MINAET). El Departamento que se encuentra a cargo de la gestión del Sistema de Parques Nacionales es el SINAC, Sistema Nacional de

Áreas de Conservación creado en el año 1994.

Las áreas de conservación determinadas son administradas regionalmente, y su configuración incluye Parques Nacionales, Refugios de Vida Silvestre y Reservas Biológicas, entre otras. El SINAC administra un total de 160 áreas protegidas en el país, 27 de las cuales son Parques Nacionales. En su página web oficial determinan, del siguiente modo, una serie de competencias a las cuales circunscriben su actividad relacionada con los criterios de sostenibilidad:

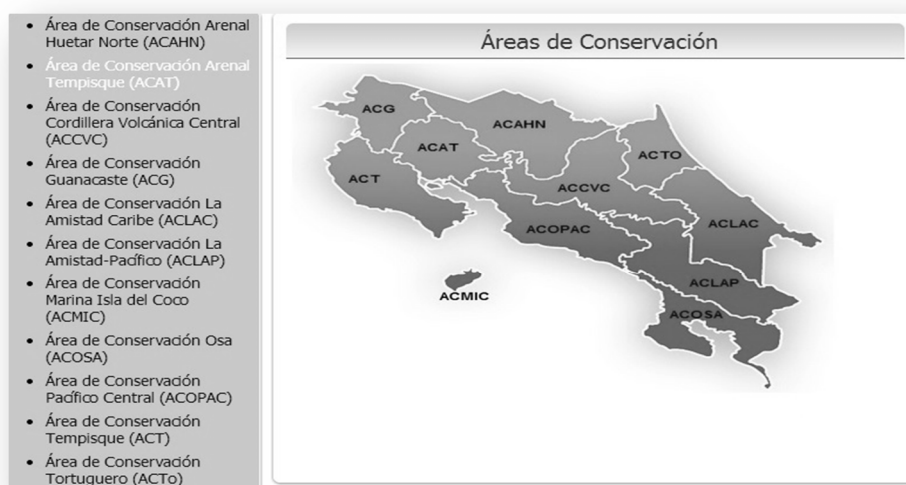


El artículo 22 de la Ley de Biodiversidad N° 7788, publicada en La Gaceta N° 101 del 27 de mayo de 1998 crea el Sistema Nacional de Áreas de Conservación, SINAC, como un sistema de gestión y coordinación institucional, desconcentrado y participativo, con personalidad jurídica instrumental, que integra las competencias en materia forestal, vida silvestre, áreas protegidas y la protección y conservación del uso de cuencas hidrográficas y sistemas hídricos, con el fin de dictar políticas, planificar y ejecutar procesos dirigidos a lograr la sostenibilidad en el manejo de los recursos naturales de Costa Rica.⁵

El siguiente mapa representa las diferentes áreas de conservación determinadas por SINAC:

Figura 8.

Áreas de Conservación en Costa Rica



Fuente: SINAC Costa Rica.

⁵ Web oficial SINAC: www.sinac.go.cr

- **CST. Certificación para la Sostenibilidad Turística (Costa Rica)**

Como previamente se ha mencionado, la CST de Costa Rica pretende establecer una certificación de las empresas turísticas que desarrollan su actividad en el país en relación a su grado de sostenibilidad, valorando diferentes aspectos de esa actividad empresarial. En concreto:

- *El entorno físico-biológico:* interacción entre la empresa y el medio ambiente.
- *La planta de servicio:* para hospedajes, referente a sus procesos internos relativos a tecnologías para el ahorro, gestión de desechos, etc....
- *Los clientes:* interacción de la empresa con el cliente para que este colabore en la implantación de políticas de sostenibilidad.
- *El entorno socio-económico:* interacción de la empresa con las comunidades adyacentes, en relación a la incentivación de estas para participar en un desarrollo sostenible.

La CST se categoriza en 6 niveles de 0 a 5, indicando 5 que la empresa cumple más del 95% de las condiciones preestablecidas.

En concreto, la CST certifica actualmente el desarrollo de la actividad sostenible de la empresa a empresas que se encuentran dentro de determinados subsectores: las agencias tour operadoras, los hoteles, parques temáticos y agencias de alquiler de vehículos. A día de hoy, unas 33



empresas relacionadas con el ámbito del turismo poseen el mayor nivel de certificación (5) otorgado por este sello (Instituto Costarricense de Turismo, 2014)

Para su asignación, el sistema de certificado exige unos determinados requisitos expuestos, por especificidades del subsector turístico, en una serie de manuales y guías. Por otro lado, determinados subsectores han de cumplimentar unos cuestionarios adaptados. El objetivo final de esta certificación es: *...convertir el concepto de sostenibilidad en algo real, práctico y necesario en el contexto de la competitividad turística del país, con miras a mejorar la forma en que se utilizan los recursos naturales y sociales, se incentiva la participación activa de las comunidades locales, y a brindar un nuevo soporte para la competitividad del sector empresarial* (ICT, 2014).

El CST de Costa Rica ha propiciado en los últimos años, por tanto, el desarrollo de una *marca turística* de sostenibilidad para el país lo cual, sumado a otros aspectos ya mencionados y relativos a su disponibilidad en recursos naturales, han convertido a Costa Rica en un modelo internacional de sostenibilidad turística.

El sector del Turismo en Costa Rica se ha venido desarrollando en estos términos a lo largo de las dos últimas décadas y, consecuentemente, ha logrado un alto nivel de desarrollo integral de los diferentes agentes implicados en el fenómeno turístico: turistas, empresas, población local y administraciones.

El éxito de Costa Rica en este ámbito se ha dado por la combinación de tres factores de paralela importancia (Pratt, 2002):

- **La consolidación de una imagen y *marca*:** el serio pionero y máximo exponente del *Turismo Ecológico* o *Ecoturismo* ha propiciado la consolidación de una marca propia para Costa Rica. Diferentes iniciativas relacionadas con la sostenibilidad (tales como *No Artificial Ingredients*, la propia Certificación para la Sostenibilidad Turística, etc....) han fomentado esta imagen de marca a un nivel internacional, propiciando un efecto positivo de promoción e incluso fidelización del consumidor turístico sostenible.
- **Creación de Valor Añadido a nivel Local:** un importante problema de los destinos turísticos actuales, y principalmente aquellos relacionados con países en desarrollo, es el desequilibrio de la balanza de pagos nacional. El turismo surge en estas zonas como un recurso de potencial explotación pero

son, en un muy alto porcentaje, las empresas multinacionales extranjeras establecidas en el propio país las que gestionan y se benefician de la mayor parte de esos ingresos. En consecuencia, la región en cuestión y la población local implicada no se ven beneficiados en ningún aspecto por este desarrollo. Costa Rica, sin embargo, ha sabido adaptar este factor a un desarrollo más sostenible del fenómeno: el PNUMA (*Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, 1998*) situaba en un 40%⁶ el porcentaje de ingresos en turismo que permanecían finalmente en el propio país, porcentaje significativamente superior al de otras potencias turísticas en desarrollo.

- **Desarrollo de un producto diferenciado:** Costa Rica ha sabido desarrollar a lo largo de los últimos años una oferta turística propia, establecida con los principios sostenibles de la planificación turística, y basado en un turismo ecológico.

En resumen, el desarrollo del sector turístico en Costa Rica y del fenómeno turístico en general, ha venido determinado por la potenciación de una intensa imagen de marca desarrollada bajo los principios y valores de la sostenibilidad, determinados por la concienciación por la preservación de los recursos naturales y culturales, por un lado, y la planificación integrada de unos planes sostenibles que impliquen a los diferentes actores participantes, con especial atención a las necesidades y voluntades de la comunidad local sobre la que se desarrolla la actividad en cuestión, por otro lado.

En este sentido, sería significativo hacer referencia a un tipo concreto de desarrollo turístico que, desde las administraciones y las comunidades locales, se ha venido promoviendo en Costa Rica: el Turismo Comunitario.

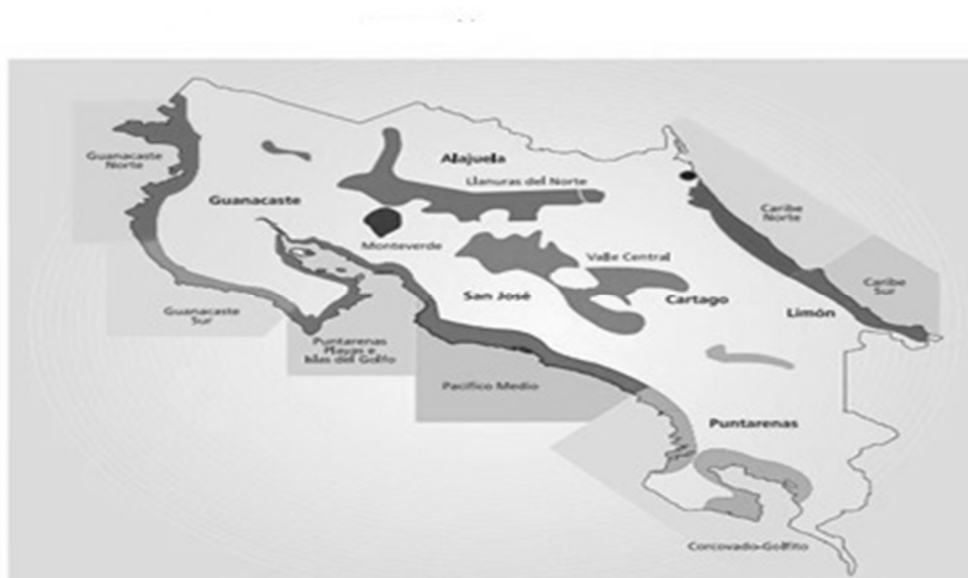
⁶ *Encadenamientos globales de producción: consumidores del norte, productores del sur y sostenibilidad*, PNUMA 1998.

- **Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2000-2012.**

El diagnóstico desarrollado previamente a la realización del plan determina que Costa Rica, en lo referente a crecimiento turístico y potencialidades de sus recursos, presenta altas probabilidades de convertirse en un referente turístico en Latinoamérica. Se lleva a cabo un diagnóstico sustentado sobre una serie de variables determinantes, tales como crecimiento, inversión, divisas, PIB, empleo, cuota de mercado, principal mercado, factores de competitividad y seguridad. Posteriormente se determinan unas unidades de planeamiento turístico a diferentes niveles geográficas.

Figura 9.

Mapa de Unidades de Planeamiento turístico Costa Rica



Fuente: Instituto Costarricense de Turismo (2014).

Cada área será planteada en base a unas determinadas circunstancialidades específicas que las determinan.

Se determina como potencial macroproducto para el desarrollo turístico del área ocupada el deporte y el turismo de aventura, así como el agroecoturismo y la observación naturalista.

Finalmente se plantean una serie de potenciales escenarios futuros del turismo en las áreas de planeamiento, y una serie de metas de crecimiento integrado estructuradas en líneas de acción, basadas principalmente en la promoción de un turismo sostenible, y una consolidación del destino y diversificación de productos.

La estructura del Plan propone 6 capítulos integrados en 3 secciones:

- Diagnóstico
- Definición del modo
- Estrategias y acciones

En el diseño del Plan se han establecido una serie de objetivos determinados en base a criterios de calidad y sostenibilidad. Estos son la ordenación adecuada del espacio turístico, la consolidación del destino y sus productos, la diversificación de la oferta, y la adecuada promoción de la misma.

En el año 2006 y ante diferentes y nuevas circunstancias que se presentan en el contexto turístico del país, se propone una actualización que, si bien con las mismas bases estructurales, amplía los términos relacionados con los objetivos.

- **Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2010-2016.**

Sin ser considerado técnicamente un nuevo plan, se integra en el Plan de desarrollo turístico sostenible anterior un nuevo horizonte, y se tienen en cuenta las nuevas circunstancialidades. Destaca en primera instancia la referencia a la alta integración del sector privado en la iniciativa y el planteamiento del Plan, condición necesaria para una correcta adecuación de sus mecanismos a la realidad del país y su potencialidad turística. Según dicta el Plan (Instituto Costarricense de Turismo, 2010):

...conceptualmente el Plan Nacional de Turismo Sostenible 2010-2016 establece el conjunto de políticas, estrategias objetivos y acciones para asegurar que la evolución futura de la actividad se apegue al posicionamiento de la marca turística del país, contribuya con las metas de desarrollo humano que el país se ha impuesto, y nos guíe para enfrentar los retos del nuevo milenio, bajo una premisa fundamental: La gestión

sostenible del turismo es el medio por excelencia que el país tiene para utilizar eficientemente su acervo natural y cultural con el objetivo de generar riqueza que se traduzca en beneficios reales para toda la sociedad costarricense.

Sigue por tanto primando la sostenibilidad como concepto que engloba las políticas llevadas a cabo en el país en materia de turismo.

Los objetivos y metas planteados en este nuevo horizonte se basan en tres aspectos (ICT, 2010):

- Aumento promedio del 5% en la cantidad de turistas internacionales (estimando unos 2.7 millones de turistas para 2016).
- Aumentar el número de empresas bajo la categorización CST, hasta al menos 500.
- Aumentar el 10% de habitaciones hoteleras, representando cerca de un 60% de la oferta nacional.

Las políticas turísticas de Costa Rica en el camino hacia este nuevo horizonte se determinan en base a una serie de elementos centrales: la oferta y la incorporación de las realidades social, ambiental y cultural del país, buscando un balance entre los diferentes capitales integrantes y, principalmente, bajo criterios de rigurosa sostenibilidad.

Concretamente, las políticas proyectadas para este periodo se ejecutan en los ámbitos de la sostenibilidad, gestión del espacio turístico, inversión turística, producto turístico, promoción turística y ejecución de planes. Se pretende que el Turismo como industria se confirme como el principal motor de desarrollo económico del país, y que lo haga en base al desarrollo sostenible, altos niveles de calidad y participación local.

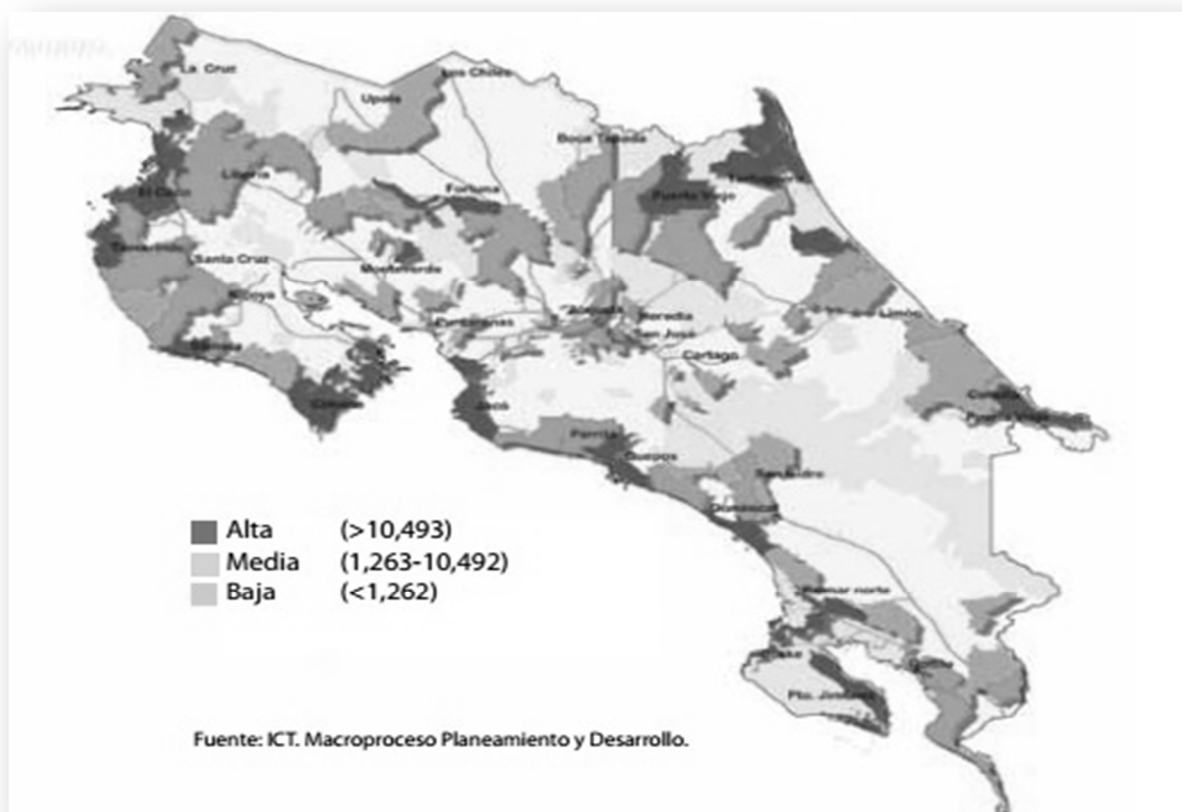
Las estrategias turísticas de Costa Rica, determinadas en el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible 2010-2016, comprenden lo siguiente (ICT, 2010):

- **Estrategia Competitiva:** se configurará en base a la idea central de sostener la diferenciación que ha tenido lugar en la última década de Costa Rica como destino turístico. Se pretende a través de esta estrategia que Costa Rica se convierta en el destino internacional clásico de Naturaleza, una disminución de los impactos de la actividad turística, fomentar el fortalecimiento institucional y la coordinación entre los agentes, mejorar los recursos humanos y las vías de captación de fondos, una mayor sensibilización social y, finalmente, una mayor innovación.
- **Estrategia de Desarrollo:** a través de esta, se pretende crear una nueva oferta para nuevos turistas, además de consolidar la ya existente. Los criterios que orientan esta acción se basan en una mejora de la calidad orientada a nuevos segmentos, mejorar las capacidades de comercialización, crear nuevos productos turísticos, mejoras en el desarrollo, equipamiento y dotación, fortalecer las Cámaras y organismos gremiales, e impulsar asimismo el turismo local.
- **Estrategia de Crecimiento:** basada en *crecer más y mejor*. Las líneas a seguir se centran en mejorar el conocimiento de los mercados potencialmente emisores del perfil deseado, apoyar la apertura de canales para los sectores privados, extender los beneficios de la actividad turística y apoyar el crecimiento del turismo interno.

Teniendo en cuenta estas estrategias, ¿cuál es el recurso que vende Costa Rica? Los recursos turísticos genéricos en el país pueden ser categorizados en Naturaleza, Costa (playas preferentemente) y Cultura (villas y pueblos). Todo ello desde la perspectiva de la sostenibilidad.

Figura 10.

Distribución de las visitas turísticas



Fuente: ICT, 2010.

Por otra parte, es real la pretensión de añadir a la ya existente oferta del país, y para el nuevo horizonte, una oferta turística de diversidad de productos: congresos y convenciones, turismo médico y de salud, turismo orientado a la tercera edad y turismo social.

Para todo ello, se requieren unos factores de competitividad que se categorizan en capacidad física y capacidades turísticas y relativas, respectivamente, a lo referente a infraestructuras de transporte y servicios básicos, y a capacidades comerciales y de servicios turísticos.

Las estrategias anteriormente determinadas tienen sus directrices en la programación estratégica determinada por las políticas turísticas de sostenibilidad del país. En concreto, son 11 los **programas estratégicos** que propone desarrollar (ICT, 2010):

- 1) De planificación y ordenamiento: dar prioridad a los Planes, desde la sostenibilidad y que proporcionen seguridad jurídica a la inversión extranjera.
- 2) De desarrollo de destino y productos: consolidación del destino y más eficientes alianzas estratégicas entre sector público y privado.
- 3) De generación y administración de información turística: desarrollo de información metodológicamente sólida.
- 4) De infraestructura y servicios básicos: inversión y coordinación intersectorial para el desarrollo de los destinos.
- 5) De fortalecimiento de Cámaras y Municipios: para, con ello, liderar el proceso de desarrollo y gestión turística.
- 6) De sostenibilidad turística: apoyar los programas de certificación.
- 7) De calidad turística: fomentar la calidad en los destinos.
- 8) De atracción de inversores
- 9) De capacitación: promoviendo un recurso humano preparado.
- 10) De mercadeo y comunicación: fortalecer la posición en el mercado y sostener la marca turística de Costa Rica, abriendo también nuevos mercados.
- 11) De seguridad y protección: mejorar las condiciones de seguridad.

Asimismo es necesaria una ordenación regional turística que permita adaptar las diferentes planificaciones de un modo más eficiente y, por otro lado, una efectiva organización funcional de los diferentes *stakeholders*. La ordenación vigente se expone a continuación:

Figura 11.

Ordenación territorial turística con criterios para la planificación



Fuente: ICT, 2010.

En todo caso y por lo visto ante el planteamiento teórico de estos Planes de Desarrollo Turístico, el concepto *sostenible* se fundamenta como la línea orientativa que han de seguir las políticas turísticas de la Administración, en conjunción con el sector privado, hasta el horizonte implícito en el periodo predeterminado.

iii. Turismo en el Caribe costarricense: Limón

La provincia de Limón en Costa Rica representa la totalidad del territorio costarricense asociado al área correspondiente al Caribe. Posee casi medio millón de habitantes, siendo Puerto Limón su capital y ciudad más poblada, con 61.072 habitantes⁷. Actualmente existe una intensa mezcla de culturas en la región, si bien cobra especial relevancia la población afrocaribeña por su amplia presencia.

Figura 12.

Localización de la provincia de Limón



Fuente: ICT.

El territorio se encuentra subdividido en 6 cantones que han presentado un desequilibrado desarrollo en lo relativo a la demanda turística y la dinámica económica derivada. Actualmente son Pococí y, principalmente, Talamanca, los dos cantones con un mayor dinamismo de la industria y la demanda turística, si bien con unas características que los definen como representativos de modelos de planificación turística integrados y asociados al dinamismo de la economía local y, por tanto, no tanto segregados y asociados a la entrada de capital extranjero inversor.

⁷ Censo Nacional de Población y Vivienda 2011, Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Figura 13.

Cantones de la provincia de Limón



Fuente: costaricalink.com.

La provincia de Limón posee, como es referido por García Saura, Albertos Carazo, Gil Quiles, Martínez del Vas, Lepe Jorquera y Anderson (2009) una serie de categorías turísticas destacadas, como son *...los sitios naturales, las manifestaciones culturales, el folklore, las realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas y los acontecimientos programados*. Su máxima expresión turística recae, en todo caso y principalmente, en el atractivo natural de su paisajística y su biodiversidad.

En consecuencia, y asimismo y asociado a lo dispuesto en los planes estratégicos de desarrollo turístico llevados a cabo en la última década y media en el país, se establecen dentro de la región dos *Áreas de Conservación* asociadas a dos *Unidades de Planeamiento*:

- **Área de Conservación de Tortuguero (ACTO)**, correspondiente a la zona mitad Norte de la región (Caribe Norte). Su principal recurso turístico representativo es el Parque Nacional de Tortuguero, parque tropical estructurado a través de un sistema natural de lagos y canales, lugar donde desovan las tortugas.
- **Área de Conservación de La Amistad-Caribe (ACLAC)**, correspondiente a la mitad Sur de la región (Caribe Sur). Con probablemente un mayor dinamismo turístico que el primero y un alto nivel residencial de población no autóctona (principalmente originaria de Estados Unidos y Europa), sus principales atractivos turísticos son varios. El *Parque Nacional Cahuita* está constituido por un bosque lluvioso asentado en un manglar, con grandes extensiones de arrecifes de coral en paralelo a su playa. Múltiples playas, como las de *Puerto Viejo, Cocles, Chiquita, Punta Uva* y *Manzanillo* definen el perfil costero de una zona de muy alto atractivo natural y turístico.

Figura 14.

Áreas de Conservación en Costa Rica



Fuente: SINAC.

Como referencia de interés para el estudio, un elemento que posteriormente ha de ser asociado a los resultados de la investigación es el del **precio** de entrada a los diferentes Parques Nacionales localizados en las dos Áreas de Conservación mencionadas. En todo el ámbito nacional, los precios de entrada (Decreto nº38295 del MINAE, 2014) a las diferentes zonas protegidas oscilan entre los 500₡ y los 1000₡ (entre 0,70€ y 5,50€) para el turista nacional, siendo la mayor parte de 1000₡ (1.38€). Para el turista internacional, la tarifa en esta mayor parte de áreas protegidas asciende al menos hasta los 2500₡ (3.45€). En el caso concreto de la provincia de Limón, los precios de las ocho áreas protegidas son los siguientes:

Tabla 3.

Tarifas de entrada a los diferentes Parques Nacionales y Reservas de Vida Silvestre de la región (2014)

ÁREA DE PROTECCIÓN	TARIFA RESIDENTE	TARIFA NO RESIDENTE
PN Tortuguero (ACTO)	1000₡ (1.38€)	15\$ (11.20€)
PN Volcán Turrialba (ACTO)	1000₡ (1.38€)	12\$ (9€)
PN Barbilla (ACLAC)	1000₡ (1.38€)	5\$ (3.75€)
PI La Amistad (ACLAC)	800₡ (1.10€)	10\$ (7.45€)
PN Cahuita (ACLAC)	1000₡ (1.38€)	5\$ (3.75€)
PN Chirripó (ACLAC)	4000₡ (5.50€)	18\$ (13.40€)
RVS Hitoy Cerere (ACLAC)	1000₡ (1.38€)	5\$ (3.75€)
RVS Barra del Colorado (ACTO)	1000₡ (1.38€)	15\$ (11.20€)

Fuente: Decreto nº 38295 del MINAE, 2014.

La tarifa media de entrada a las áreas protegidas (a 1 de Agosto del 2014) en la provincia de Limón es de 1350₡ (1.86€) para el turista nacional residente, y de 10.63\$ (7.95€) para el turista internacional no residente. Estos datos serán referenciados en lo consecutivo y en la

sección correspondiente con la motivación de asociarlos a la disposición a pagar estimada por parte del turista.

Si bien este es el principal recurso, son diversos los productos turísticos que se desarrollan en ambas Unidades de Planeamiento. Estos (García Saura et al.: 2009) son:

- Naturaleza: asumido como el principal recurso turístico del área, poseedora de una de las mayores biodiversidades del Mundo y una riqueza paisajística imponente.
- Sol y Playa: son múltiples las playas que a lo largo de la costa Caribe costarricense complementan el producto Naturaleza con esta posibilidad. El área cuenta con arenales salvajes de alto valor natural, 22 de las cuales (aproximadamente un 20% del total del país) se encuentran adheridas al programa de sostenibilidad y calidad turística *Blue Flag*, que bajo sus criterios de imposición reguladora determina cuáles son las playas de alta calidad.
- Cultura: caracterizado por la confluencia de dos factores, tales como son la presencia de una diversidad multiétnica en la región, en primer lugar, como la todavía existencia de comunidades indígenas, en segundo lugar. Derivaciones de este producto, como es la distinción gastronómica específica de la región, se consideran también como potenciales precursores de una mayor demanda turística.
- Deporte: por lo general, el producto turístico relacionado con el deporte en la región hace referencia al recurso acuático en múltiples variantes. Por ello, tanto la pesca deportiva como el rafting o, principalmente y en auge, el surf, son prácticas de significativa demanda turística.

Independientemente a los productos en ellas definidos, ambas *Áreas de Conservación* han presentado un desarrollo turístico similar, aunque más acentuado en el Caribe Sur y por lo general con una escasa voluntad planificadora por parte de la Administración Pública. La inversión turística es casi en su totalidad local y, si bien gran parte de esta población no es autóctona, esta dinámica integrada proporciona un mayor retorno económico al que predispone una planificación segregada del destino. La presencia empresarial se basa mayoritariamente en el desarrollo de PYMES familiares de baja inversión y fuerte capital social.

Dentro de las premisas asociadas a modelos de sostenibilidad turística, el modelo integrado del Caribe costarricense proporciona una serie de ventajas competitivas en el mercado ecoturístico derivadas de la preservación de sus valores culturales y su identidad sociocultural como destino. Esto proporciona una mayor solidez en el potencial proyecto de consolidación de marca turística frente a los preponderantes modelos segregados de inversión turística extranjera y escasamente regulada. La población local en el Caribe de Costa Rica se favorece de este contexto al contemplar un mayor retorno económico y mayores oportunidades en un contexto de preservación cultural.

Sin embargo, ambas *Áreas de Conservación* y *Unidades de Planeamiento* desarrollan una serie de problemáticas que han sido recurrentemente asociadas a las líneas de acción prioritarias de los diferentes Planes de Desarrollo Turístico Regional. En esencia y entre otros, esta problemática se asienta en los siguientes aspectos:

- a. Carencias de importancia significativa en la profesionalización de los recursos humanos dentro del sector turismo.
- b. Baja inversión en nuevas infraestructura y dificultad en el mantenimiento de las existentes, ya parcialmente obsoletas.
- c. Escasa generación de información en lo relativo a la conservación de los recursos, con la consecuente baja concienciación de los diferentes actores y escasa valoración de los impactos derivados de la actividad turística en la región.

Del mismo modo que anteriormente ha sido mencionada la Certificación para la Sostenibilidad Turística de Costa Rica (CST) como herramienta nacional referente y con fuertes implicaciones en la planificación de la calidad turística con base en criterios de sostenibilidad, cabe citar de nuevo en este punto su nivel de implementación en la región caribeña de Costa Rica. En la provincia de Limón es escasa la implementación de la CST debido, principalmente, a una serie de factores tales como los relativamente bajos índices de desarrollo socioeconómico y la escasa implicación del Sector Público en la planificación territorial, entre otros. Es por ello que la provincia sólo cuenta con 9 empresas de

alojamiento certificadas con el CST (un 4% del total del país) siendo esta, junto a Cartago, la de menor cantidad de certificaciones del país.

Tabla 4.

Número de alojamientos con CST por provincia

PROVINCIA	NÚMERO DE ALOJAMIENTOS CON CST
Puntarenas	59
San José	48
Alajuela	46
Guanacaste	35
Heredia	16
Cartago	9
Limón	9

Fuente: Adaptado de ICT.

Estos datos referencian la imperante necesidad de centralizar las acciones de la provincia hacia el aumento de la calidad turística desde los criterios de la sostenibilidad. Esto, como ha sido expuesto anteriormente, se asocia a una problemática más genérica sustentada en tres pilares fundamentales: la **escasa profesionalización de los recursos humanos dentro del sector; la baja calidad de las infraestructuras; la escasa concienciación acerca del fenómeno turístico, la sostenibilidad y sus implicaciones; y, en última instancia, la incapacidad funcional de un Sector Público desestructurado** para hacer frente a toda esta problemática. Todo esto se ha de contextualizar, necesariamente y con la motivación de exponer unas ciertas limitaciones, en una región que no llega todavía a poseer (0.63⁸) el relativamente alto Índice de Desarrollo Humano del resto del país y, efectivamente, con una significativa problemática socioeconómica de fondo. La apuesta por la CST como representativa de una tipología de Certificación de Sostenibilidad Turística eficiente y precursora no sólo de una indiscutiblemente mayor calidad turística, sino también de una potencial mayor demanda turística internacional, podría estimarse como un camino hacia la consecución de objetivos específicos y prometedores dentro del ámbito. Esto, necesariamente, en paralelo a la asunción responsable de la problemática anteriormente expuesta.

⁸ IDH Provincial en Costa Rica. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (2010).

IV. TURISMO E INFORMACIÓN ASIMÉTRICA

Una vez contextualizado el fenómeno, entremos en el ámbito específico que centra el estudio. Podemos afirmar desde una perspectiva socioeconómica que el mercado turístico es un mercado de información asimétrica. Pero, ¿en qué se basa este concepto de asimetría informativa?

Indiscutiblemente, los flujos de información configuran un aspecto de estabilidad en cualquier mercado. El fenómeno de información imperfecta y, en concreto, de información asimétrica, se produce en situaciones en las que uno de los agentes económicos implicados en una determinada actividad mercantil conoce algo acerca de algún aspecto que otro agente desconoce (Akerlof, 1970). Esto se ve representado en el carácter del mercado turístico, en cuanto a que las relaciones entre vendedores y consumidores turísticos se caracteriza, en múltiples ocasiones, por la presencia de estas asimetrías informativas. El turista, en estos casos, puede incurrir en problemáticas asociadas a esta asimetría.

Existen soluciones parciales relativas a esta problemática: en el caso de una alta asimetría informativa, el potencial consumidor turístico, previo a la toma de decisión, puede o bien confiar en el agente o los agentes de oferta y venta (destino, touroperador, etc.), o bien en la asociación del producto a una determinada marca de confianza. En este último caso y con el objetivo de solventar la problemática derivada de la presencia de información asimétrica entre agentes implicados, los agentes oferentes pueden invertir en calidad. Es así que la calidad representa uno de los *...procesos adoptados por el mercado para resolver los problemas de información asimétrica acerca de las relaciones entre oferentes y demandantes* (Asero y Patti, 2009: 5). La calidad es, por tanto, potencialmente condicionadora en los procesos de toma de decisión por parte del consumidor turístico.

En los últimos años, en todo caso, ha sido objetivo de intenso crecimiento la actividad de la Web 2.0 en todos los ámbitos, incluido el Turismo. Las webs de valoración turística proporcionan una referencia de calidad dentro de las diferentes categorías implicadas en la dinámica turística y, por tanto, una herramienta de largo alcance para la toma de decisiones del potencial turista; este hecho permite a algunos afirmar, con cierto atrevimiento, que las asimetrías informativas inherentes al mercado turístico han desaparecido. Si bien es cierto que la aparición de esta nueva herramienta ha cambiado el contexto.

La calidad puede categorizarse en tres tipos: la certificada, la esperada, y la percibida (Asero y Patti, 2009). Todas ellas establecen una interconexión, en última instancia, con un

factor esencial en el mercado turístico: la satisfacción del turista. Esta, sostenida en el tiempo, será la que eventualmente configure una determinada imagen del destino en el mercado implicado. Es por ello importante integrar en las políticas de calidad de un determinado destino los diferentes aspectos asociados a las necesidades y expectativas del potencial turista y, finalmente, su evaluación del destino y experiencia.

i. CERTIFICACIÓN TURÍSTICA Y REDUCCIÓN DE ASIMETRÍAS INFORMATIVAS

En el proceso de decisión y elección del consumidor turístico surgen unos determinados costes de información, ya que el nivel de satisfacción *adquirido* en relación a la compra turística no puede asumirse sino *a posteriori*. Al poseer cada consumidor sus propios criterios acerca de las asunciones delimitadas por el concepto de *calidad*, este concepto no configura una constante en las funciones de satisfacción del potencial turista. Por tanto, la calidad no puede ser valorada de modo previo a la propia experiencia turística y, en estos casos, las certificaciones de calidad turística son un elemento de gran utilidad a la hora de incentivar la decisión orientada del potencial consumidor de la oferta turística de un determinado destino. Las certificaciones asociadas al producto turístico y su calidad reducen y mitigan los efectos negativos de la información asimétrica inherente al ámbito, por un lado y, por otro, dinamizan la competitividad del mercado al reconocer la calidad de determinados productos y/o procesos. Además, un adecuado sistema de certificación de calidad turística supone la garantía en la sistematización de los estándares de calidad dentro del mercado implicado y el destino.

En todo caso, el concepto de calidad ha de ser recurrentemente asociado a dos aspectos esenciales para su determinación: las expectativas, las percepciones y el nivel de satisfacción del turista. Esto es: a mayor diferencia entre expectativas (*ex ante*) y percepciones (*ex post*) de la calidad del producto/destino, menor es el nivel de satisfacción del turista cuando estas últimas son negativas.

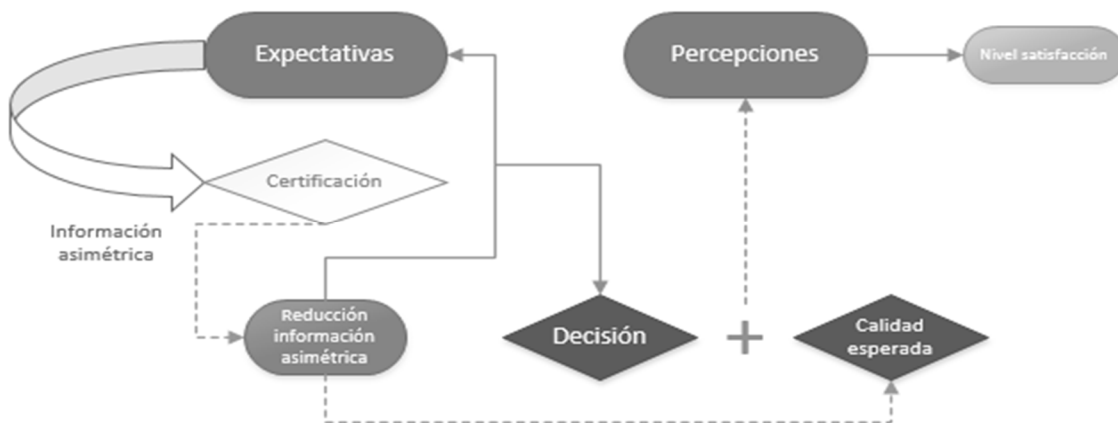
Por otro lado, es posible relacionar de modo directo la calidad con el nivel de utilidad percibido por el turista (Asero y Patti, 2009:10): a mayor calidad, mayor nivel de utilidad. En este sentido y en el contexto de inexistencia de información asimétrica, es decir, si el potencial turista posee una información completa acerca de las alternativas a elegir, este

elegirá aquella que maximice sus niveles de utilidad. Según Asero y Patti el turista potencial, por tanto, elegirá después de evaluar el *valor de utilidad* de las diferentes opciones.

Existen paralelamente una serie de bienes y servicios que poseen, como característica principal, el hecho de que su valor viene condicionado por circunstancias externas, es decir, se ven influenciados por aspectos sobre los que el turista no tiene capacidad de control. Son los denominados *bienes y servicios contingentes*, ante cuya elección crece el nivel de incertidumbre del potencial turista. Ante las diferentes problemáticas que pueden, potencialmente, asociarse a una experiencia turística determinada por la presencia de estos bienes y servicios de carácter contingente, los turistas presentan una mayor disposición a pagar mayores precios por ver mitigados los posibles efectos negativos derivados de estas contingencias. Dos son las vías comunes: la contratación de seguros específicos, y la contratación de bienes y/o servicios con certificados de calidad.

Figura 15.

Efecto de las certificaciones turísticas en la decisión del turista.



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo y como anteriormente ha sido mencionado, e independientemente a la adquisición de bienes y/o servicios con certificados de calidad, los niveles de satisfacción vendrán determinados *ex post* y tras la valoración por parte del turista de la diferencia existente entre la calidad esperada (expectativas) y la calidad percibida.

Refirámonos en este punto al acercamiento cuantitativo llevado a cabo por Asero y Patti (2009) en relación a la elección del potencial turista ante la existencia de diferentes alternativas categorizadas por la presencia de un producto/servicio con certificado de calidad turística (QC) y otro(s) que no posean tal certificación (QNC). Según estos autores, el turista que ha de determinar una decisión basada en este contexto espera, independientemente de la elección que lleve a cabo, un determinado nivel de satisfacción (x). Este nivel de satisfacción será diferente en cada uno de los casos.

Se asocian ahora los conceptos de *calidad esperada* y *calidad percibida*. La probabilidad de que calidad esperada y calidad percibida sea igual es y , mientras que lo contrario es, por tanto, $(1-y)$. Por tanto, existen y probabilidades de conseguir un nivel de satisfacción x , y $(1-y)$ probabilidades de alcanzar un nivel de insatisfacción $(1-x)$. Es en este punto donde el turista selecciona un nivel numérico estándar representativo de la satisfacción esperada para la adquisición de bienes y servicios certificados (A, por ejemplo, $x=70$), y uno de insatisfacción esperada para los mismos $(1-x=30)$. Por el contrario y de modo asimismo aleatorio, la adquisición de bienes y/o servicios no certificados (B) determinarán unos niveles esperados de satisfacción (30) e insatisfacción (70).

Para ambos casos (A y B) la probabilidad es del 50% para la consecución de un nivel de satisfacción o de insatisfacción.

El valor esperado es, por tanto:

$$x * y + (1-x)(1-y),$$

siendo el *valor esperado de A* = $0,5*70+0,5*30=50$

y el *valor esperado de B* = $0,5*30+0,5*70=50$

El valor esperado en ambos casos (adquisición de un producto/servicio turístico con certificación de calidad o sin ella) será el mismo, de media. Es decir, sólo *a posteriori* conocerá el valor en términos de satisfacción/insatisfacción, por lo que el turista puede alcanzar diferentes niveles de satisfacción independientemente a su elección. La satisfacción del turista, por tanto, no depende directamente de la certificación de calidad de los productos/servicios a adquirir, sino en *...la relación entre sus expectativas y satisfacciones* (Asero y Patti, 2009:15).

El estudio derivado de este planteamiento debe de estar orientado, en consecuencia, a la capacidad del potencial turista para la asunción de determinados niveles de riesgo (definidos por la incertidumbre asociada a la información asimétrica), ya que de ello dependerá parcialmente su decisión final.

Del mismo modo afirman Asero y Patti (2009) que, al poseer el turista capacidad para valorar la calidad, en cuanto a niveles de satisfacción determinados por expectativas y percepciones asociadas sólo *ex post*, las empresas e instituciones implicadas en la oferta sólo invertirán en sistemas de calidad en el caso de que las expectativas asociadas a los beneficios superen a los costes de integración en tal sistema de calidad en sus políticas. En todo caso, la inversión en calidad supone una mejora del mercado en relación a su competitividad y, asimismo, supone una ventaja competitiva para el posicionamiento de la empresa.

Otros análisis y estudios intentan profundizar en cómo diferentes niveles de información asimétrica afectan al mercado turístico. En esta línea se sitúa el estudio de Baggio y Baggio (2011). Partiendo de los análisis de Akerlof, Spencer y Stiglitz (1970) acerca de la desigual distribución de flujos informativos en el contexto de un mercado imperfecto y, en consecuencia, la carencia de conocimientos determinantes acerca de la calidad de lo potencialmente adquirido, estos autores pretenden llevar a cabo un acercamiento analítico en lo relativo a las tendencias del potencial consumidor turístico en este contexto de desequilibrio informativo.

El modelo de Baggio y Baggio parte de una premisa: el potencial turista elige la oferta o destino *...basándose en la calidad esperada dada por la información que ha sido capaz de recoger y, por otro lado, del precio del destino* (2011:4). Así, el turista seleccionará un determinado destino sólo si el precio ofertado por éste (p_d) es menor que aquel que está dispuesto a pagar (p_t). El precio determinado por este destino viene dado, en principio, por la calidad (q_d), distribuída esta en un intervalo $[0,1]$, y ponderado por la información de tal destino sobre sí mismo (i_d):

$$P_d = q_d * i_d$$

siendo el precio que el turista está dispuesto a pagar:

$$P_t = q_d * i_t$$

donde i_t es la onformación de la que dispone el turista acerca del destino.

Los investigadores proponen, en consecuencia, dos modelos:

- Un *modelo A* donde la información asimétrica es **negativa** (el potencial turista carece de información determinante acerca del destino, quien sí la posee).
- Un *modelo B* donde la información asimétrica es **positiva** (el potencial turista posee más información acerca del destino que aquella que el mismo destino posee de sí mismo).

Los análisis cuantitativos derivados de tal planteamiento sugieren la siguiente consideración: cuando la asimetría es negativa (turista carente de información determinante), el mercado tiende a favorecer a los destinos de baja calidad; mientras que cuando la asimetría es positiva (turista con mayor información), el mercado tiende a favorecer a los destinos de alta calidad. Además, en base a los planteamientos concluyentes de Baggio y Baggio (2011:8), *...el número de viajeros comienza a crecer cuando los propios viajeros comienzan a estar más informados.*

En este punto enlazan su estudio al previo planteamiento de las funciones de precio del destino y precio dispuesto a pagar para, con ello, proceder a un acercamiento cuantitativo acerca del potencial retorno económico para el destino implicado en el caso de asimetría positiva. Dependiendo en este caso del propio contexto del destino afirman que, por lo general y en base a análisis cuantitativos, un nivel creciente de calidad deriva en un mayor retorno económico para el destino. Sin embargo, a niveles muy altos de inversión en calidad, el retorno parece estabilizarse.

La conclusión de Baggio y Baggio en lo referente a los diferentes niveles de información asimétrica y su influencia en el mercado turístico determina, en consecuencia, lo siguiente:

- Una asimetría informativa de carácter negativo favorece, como se ha referido, a destinos de baja calidad, abriendo la posibilidad a una menor influencia de las políticas de calidad en destino.

- Una asimetría informativa de carácter positivo, si bien favorece a los destinos de alta calidad, general una *distorsión en el mercado* al no motivar a los proveedores a gestionar productos de alta calidad para explotar al completo sus capacidades.

La solución a esta problemática, según Baggio y Baggio (2011:11) pasa por ...*mejorar los esfuerzos dirigidos a profundizar en el conocimiento del mercado, así como del consumidor y sus preferencias, creencias y comportamientos*. La correcta comunicación bidireccional con los potenciales consumidores a través de las herramientas disponibles (incluyendo *Web 2.0*) permite generar percepciones de valor y utilidad en estos. Es decir, centrándose en el proceso comunicativo, se ha de profundizar no sólo en la satisfacción del consumidor turístico sino también en los procesos que determinan su percepción de calidad.

ii. ECOTURISMO CERTIFICADO Y DISPOSICIÓN A PAGAR

Un nexos claramente definido entre la gestión de la sostenibilidad turística, por un lado, y la problemática derivada de los procesos definidos en un contexto de información asimétrica en Turismo, por otro lado, es el conformado por el diseño y desarrollo de certificaciones dentro del ámbito del ecoturismo. Al hacer referencia al intenso crecimiento que, en la última década, se ha venido dando en los flujos turísticos hacia países en proceso de desarrollo socioeconómico, podemos hacer asimismo una asociación con todas aquellas problemáticas derivadas de los impactos negativos con base en la actividad turística de alta intensidad. Esto, unido a la frecuentemente alta flexibilidad de las políticas reguladoras de ciertos países situados en este contexto, hace necesaria la búsqueda de elementos que propongan y materialicen soluciones parciales y totales a la problemática.

Quiero por tanto, en este punto, enlazar una serie de elementos que se conformarán como directrices del estudio relacionado en la parte aplicada: la gestión administrativa y voluntaria de la sostenibilidad turística, la información asimétrica de la actividad mercantil turística y los potenciales mecanismos resolutivos asociados a ella y, en consecuencia, su impacto en la atracción turística y el potencial retorno económico para los *ecodestinos*. La hipótesis se basa en la idea de que la implementación de sistemas de certificación turística como mecanismo resolutivo tiene potencial para, por un lado, mitigar los efectos negativos asociados a esa asimetría informativa y, por otro lado, fomentar un tipo de calidad que determine la configuración de los procesos de percepción del destino por parte del potencial

turista y, con ello, el efecto demanda y el retorno económico. Será referenciado al ámbito del ecoturismo.

Las potenciales consecuencias de la sistematización de procesos concluyentes en una reducción significativa de esa asimetría informativa, usualmente inherente a la actividad mercantil turística, derivan en el estudio de su impacto de atracción y, eventualmente, en el análisis de su impacto económico sobre la actividad en cuestión y sobre el propio destino asociado a ella. Si bien una planificación coherente y contextualizada en base a los diferentes capitales asociados al destino surge como elemento esencial por parte de la gestión administrativa competente en este, el sector privado ha de ser, ineludiblemente, uno de los motores propulsores de la dinámica turística. Es por ello que el propio sector privado ha de verse incentivado por la consecución de unos potenciales beneficios esperados. Será supuesto, como una segunda hipótesis principal, que las certificaciones ecoturísticas basadas en criterios rigurosos de sostenibilidad tienen, en base a todo lo anteriormente expuesto, la capacidad para generar una serie de beneficios en el sector turístico privado en esta tipología de destinos.

Una serie de estudios previos hacen referencia a estos aspectos: Blanco et al. (2009) analizan una muestra de hoteles europeos de alta categoría para, con ello, determinar si la inclusión de sistemas de gestión sostenible en sus políticas afectan a su retorno económico. Las conclusiones derivadas de su análisis estiman que si bien el efecto no es directo, sí que existe un condicionamiento en este retorno económico en relación a la demanda.

Otros estudios orientados hacia objetivos similares asumen una cierta y ligera influencia positiva de determinadas certificaciones turísticas, en el mejor de los casos.

En este sentido se disponen asimismo los planteamientos de Blackman, Naranjo, Robalino, Alpizar y Rivera (2012), uno de los últimos estudios llevados a cabo en el contexto y ámbito que nos ocupa en lo relativo a las certificaciones de sostenibilidad turística.

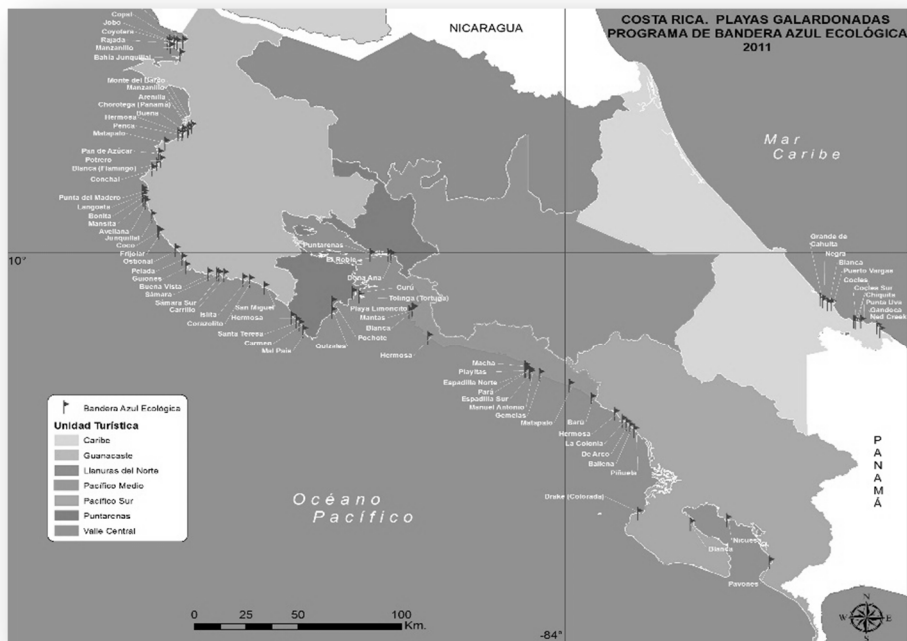
El análisis de estos autores se contextualiza en Costa Rica y, concretamente, en el desarrollo del *Blue Flag Program* (Figura 16: mapa de playas con asignación de *Bandera Azul Ecológica* en Costa Rica), certificación de carácter internacional que, en base a unos determinados objetivos predeterminados, certifica la calidad del capital natural asociado a destinos turísticos costeros y, como elemento común, marítimos. Se proponen con ello determinar si existe algún tipo de relación entre la toma de decisiones privadas acerca de la localización de empresas del sector turístico, en concreto hoteles, y la consecución de beneficios económicos. Proponen dos escenarios:

- Se asume la decisión de situar el hotel en un área costera certificada con el *Blue Flag Program* porque, se entiende, ello genera beneficios económicos.
- Se asume la decisión de NO situar el hotel en un área costera certificada con el *Blue Flag Program* debido a que esta requerirá inversiones altas y frecuentes.

Blackman et al. entienden al sector privado turístico, representado en el ámbito alojativo, como representativo de un sector que promueve el dinamismo económico de la región y, por tanto, del destino.

Figura 16.

Mapa de playas con Bandera Azul en Costa Rica



Fuente: ICT.

Los autores usan datos recogidos entre los años 2001 y 2008 y relativos a 141 áreas costeras de playa certificadas con el *Blue Flag Program* para estimar la inversión en construcción de nuevos hoteles.

Los resultados derivados de este estudio, tras un análisis cuantitativo de las diferentes variables integradas, correlacionan de modo significativo la inversión asociada a la certificación *Blue Flag Program* y cuatro variables diferentes: la proximidad a parques nacionales, la existencia de menores niveles de pobreza, una mayor tasa de residentes extranjeros, y una mayor densidad de carreteras. Estiman, en concreto y con estas variables como determinantes, que la implementación del *Blue Flag Program* sí presenta como consecuencia una mayor inversión hotelera en las áreas implicadas, principalmente en lo relativo a hoteles de lujo, estimando la construcción de *...entre 12 y 19 nuevos hoteles y entre 1158 y 1628 nuevas habitaciones por año* (Blackman et al., 2012:22). Por ello, sugieren que la sistematización de tal certificación en las políticas administrativas de los destinos concretos y estudiados dentro del ámbito de Costa Rica sí derivan en beneficios significativos para los hoteles locales ya que, presumiblemente, la certificación *BFP ...proporciona al turista una referencia creíble acerca del contexto de calidad ambiental de las áreas costeras y de playa y, por tanto, aumenta la demanda relativa a las plazas de los hoteles situados en estas zonas* (Blackman et al., 2012:22).

¿Qué entendemos en base a los resultados de tales estudios? En principio, podremos suponer que la implementación de sistemas de ecocertificación en las políticas administrativas de un determinado destino turístico, siempre regidos desde criterios de la sostenibilidad, poseen un determinado efecto sobre la actividad turística del destino y, en consecuencia, de su retorno económico. Igualmente estas políticas de certificación, al determinarse por estos criterios de sostenibilidad, serían potencialmente precursoras de mejoras en la calidad ambiental del propio destino.

La intención del estudio que en la parte aplicada y en lo consecutivo será llevado a cabo tendrá la pretensión de profundizar en estos aspectos y, de ser el caso, estimar qué medida supone el sistema de certificación al retorno económico y la calidad turística y ambiental.

2. CASO DE ESTUDIO: IMPACTO DEL SISTEMA DE CERTIFICACIONES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL CONSUMIDOR TURÍSTICO. EL CASO DE COSTA RICA

El presente estudio estará orientado hacia la consecución de conclusiones significativas y relevantes acerca del ámbito de la implementación de sistemas voluntarios de gestión del Turismo Sostenible y, concretamente, en lo relativo a las categorías específicas de certificaciones y eco-etiquetas. Contextualizado en el caso concreto del Caribe de Costa Rica será analizado el efecto en el turista, en cuanto a elección y disposición a pagar, derivado del establecimiento y consolidación de esta tipología de sistemas en un determinado ecodestino.

El estudio se llevará a cabo *in situ* durante un periodo de tres meses en la provincia de Limón, área Caribe de Costa Rica, en periodo de prácticas en el Observatorio de Turismo Sostenible del Caribe (OBTUR Caribe) ejerciendo asimismo funciones paralelas a lo expuesto en la temática del presente documento.

La metodología dispuesta a tal efecto y motivada por la consecución de los objetivos que a continuación serán presentados será desarrollada en la siguiente sección.

I. OBJETIVOS

El estudio que nos ocupa vendrá determinado por una serie de objetivos que orientarán las diferentes acciones llevadas a cabo. Estos objetivos serán categorizados en generales y específicos, y serán abordados complementariamente desde diversas metodologías predeterminadas:

a) Objetivo general

- **OG:** Determinar, como caso representativo de destino eco-turístico, el efecto de las certificaciones de sostenibilidad turística sobre demanda turística y su potencial impacto directo derivado del gasto asociado a la estadía.

b) Objetivos específicos

- **OE1:** Definir las diferentes tipologías significativas de perfiles del turista en el área del Caribe de Costa Rica.
- **OE2:** Estimar diferentes indicadores relevantes en lo relativo al perfil del viaje del turista en el Caribe costarricense, tales como estadía media, motivaciones y gasto medio en la región.
- **OE3:** Determinar cuáles podrían ser las áreas significativas del Caribe costarricense con una mejor disposición al crecimiento socioeconómico basado en la actividad turística sostenible certificada.
- **OE4:** Valorar la calidad de los servicios turísticos de la región y el estado de la iniciativa para la sostenibilidad turística, así como la implicación de los diferentes actores en las mismas, desarrollando *a posteriori* una serie de propuestas de mejora en caso de ser estas necesarias.
- **OE5:** Determinar si existe una diferente disposición a pagar cuando sistemas de certificación de sostenibilidad turística se consolidan en las políticas del destino.
- **OE6:** Definir, de ser el caso, en qué medida existe una (mayor) propensión a pagar por parte del potencial turista en el caso del destino eco-certificado.

Estos aspectos serán específicamente abordados desde metodologías adaptadas a tal efecto, tanto cualitativas como cuantitativas.

II. HIPÓTESIS

El planteamiento de los objetivos parte, asimismo, desde la configuración de una serie de hipótesis que del mismo modo orientarán el estudio:

- **H1:** Las certificaciones de sostenibilidad turística en destino un determinado destino poseen la capacidad de influir positivamente y de modo relevante en el efecto demanda y la disposición a pagar del potencial turista, en el caso de destinos con base en los recursos naturales.
- **H2:** El perfil del turista en la región Caribe de Costa Rica está mayoritariamente motivado por el acceso a las diferentes áreas naturales. Por ello, la calidad de los servicios turísticos asociados a este tipo de actividad ha de ser aspecto prioritario en las políticas turísticas de la Administración Pública.
- **H3:** El establecimiento de políticas de gestión sostenible del turismo y, específicamente, la consolidación de sistemas de certificación eco-turística, poseen un efecto relevante sobre los procesos de toma de decisión de potenciales turistas debido a un efecto de reducción de asimetría informativa en el mercado de eco-destinos.
- **H4:** Existe una relativamente mayor propensión a pagar por parte del *eco-turista* por el hecho de que el destino se encuentre distintivamente certificado en base a criterios de sostenibilidad, siempre y cuando el propio turista determine la elección de su destino en base a estos.
- **H5:** La certificación del Caribe costarricense como destino turístico sostenible diferenciado es oportuna si esta se lleva a cabo en el contexto de su anclaje como subcategoría de la propia CST. Este escenario fortalecería la imagen de la región mediante su diferenciación contextualizada, pero asociada a una categoría ya consolidada en el mercado ecoturístico internacional.

3. METODOLOGÍA

La parte analítica del estudio será determinada a partir del planteamiento del diseño de dos tipologías diferentes de metodología. Así, será desarrollada una parte cualitativa y otra cuantitativa, cada una de las cuales constituirá un acercamiento a los diferentes objetivos planteados con anterioridad, pudiendo cada objetivo ser abordado desde diferentes metodologías en búsqueda de una mayor solidez en los resultados.

I. APLICACIÓN METODOLÓGICA: CUALITATIVA

a. DELPHI

La segunda parte de la aplicación metodologica cualitativa vendrá determinada por el diseño y desarrollo del denominado *Método Delphi*. El *Método Delphi* resulta ser analíticamente relevante, a nivel informativo, en contextos en los que el estudio se orienta hacia la consecución de resoluciones relevantes en lo relativo a las potencialidades de un determinado aspecto del propio estudio. Por tanto, el *Método Delphi* actúa como herramienta *predictiva* en relación a alguno de los objetivos planteados *a priori*.

En el caso que nos ocupa, el diseño del cuestionario Delphi estará orientado a la adquisición de aspectos relevantes para el estudio en lo relativo a los siguientes objetivos:

- **OE3:** *Determinar cuáles podrían ser las áreas significativas del Caribe costarricense con una mejor disposición al crecimiento socioeconómico basado en la actividad turística sostenible certificada, intentando categorizar tales áreas en tipologías de destino turístico relevantes para estudios posteriores aplicables a otros destinos fuera del área.*

- **OE4:** *Valorar la calidad de los servicios turísticos de la región y el estado de la iniciativa para la sostenibilidad turística, así como la implicación de los diferentes actores en las mismas, desarrollando a posteriori una serie de propuestas de mejora en caso de ser estas necesarias.*

El proceso derivado del planteamiento del Método Delphi propuesto para este estudio contará, previsiblemente y dependiendo del éxito y consenso de primera ronda, con dos rondas de consulta basadas en un cuestionario *online*. La primera de ellas propone un acercamiento a las temáticas predefinidas con la motivación de que los expertos a los que será remitido el cuestionario puedan expresar, libremente, sus opiniones relevantes. Tras una compilación y categorización de las principales ideas centrales desarrolladas por los expertos cuestionados, se llevaría a cabo una segunda ronda de consulta en la que, anónimamente, se presentarán datos cuantitativos relativos a las respuestas de la primera ronda con la intención de proceder a una apertura en el debate y con la finalidad de encontrar una tendencia a la convergencia de ideas, de modo que estas resulten significativas para el análisis final y el estudio en general.

En este sentido, el modelo de los cuestionarios Delphi será expuesto en la sección de Anexos correspondiente, al final del presente documento (*Anexo III y Anexo IV*). El Método Delphi aplicado se caracteriza en los siguientes criterios:

- El cuestionario correspondiente a la **primera ronda** del Delphi consta de 12 preguntas. Estas se encuentran integradas en tres diferentes temáticas: en primer lugar, la adecuación de las políticas de sostenibilidad del destino; en segundo lugar, las potencialidades del desarrollo socioeconómico cantonal con base en la actividad turística sostenible; y en tercer y último lugar, las posibilidades de una certificación de sostenibilidad turística como potencial promotora de una mayor demanda turística y disposición a pagar. En lo relativo a la estructura del cuestionario, se alternan preguntas abiertas y cerradas, de tal modo que permita una cierta flexibilidad al discurso de los expertos.
- El cuestionario correspondiente a la **segunda ronda** del Delphi consta de 5 preguntas y se determinará en base a los resultados obtenidos en la primera ronda. Si bien la primera ronda se ha sustentado en la búsqueda de un

discurso amplio y flexible con vistas a la convergencia, esta breve segunda ronda promueve una delimitación de los discursos y, en consecuencia, una categorización de las ideas y aspectos centrales de tales discursos. Para ello, se ofrecen a los expertos implicados datos anónimos correspondientes a las respuestas de primera ronda como herramienta para la búsqueda de debate. Esta segunda ronda hará efecto en la medida en que el discurso común encauce ese debate a una menor dispersión de propuestas e ideas y, consecuentemente, converja hacia un alto nivel consensual en el ámbito de los temas de interés final. Asimismo, se encuentra supeditada a la obtención en primera ronda de una cantidad mínima de respuestas.

A continuación y como aspecto imprescindible en la planificación de la metodología, se propone una lista de los expertos que desarrollan o han desarrollado una actividad profesional notoria dentro de alguno de los ámbitos de análisis relevantes al estudio. Los campos profesionales en los que desarrollan su actividad pertenecen tanto al ámbito público como el privado (experimentados académicos e investigadores, funcionarios del Estado, representantes empresariales, etc.), considerando asimismo la probable divergencia en sus opiniones para una mayor representatividad de todo el espectro posible. Su inclusión como receptores del cuestionario Delphi viene determinada por la posibilidad de adquirir elementos del discurso que permitan eventualmente categorizar ideas y aspectos centrales para el análisis cualitativo de los objetivos planteados y relativos a esta parte metodológica. Estos expertos, 32, se categorizarán en relación al ámbito de su actividad profesional dentro del campo del Turismo:

- Ámbito académico e investigador
- Administración Pública
- Ámbito de la empresa y privado
- Cámaras, ONGs y otros

Son, por tanto, los siguientes:

NOMBRE	FUNCIÓN/ INTERÉS	CONTACTO
Raúl Rojas	Docente en la UCR. Especialidad en Turismo Ecológico y Gestión Ambiental	daector@yahoo.com
Julio Brenes	Sociólogo y Coordinador Turismo Ecológico en la UCR.	julbrenes@gmail.com
Cynthia Arrieta	Docente UCR, Colaboradora en Observatorio de Turismo del Caribe, Costa Rica	cabrenes27@yahoo.com
Bladimiro Argueta	Docente UCR, Colaborador en Observatorio de Turismo del Caribe, Costa Rica	bladimir219@yahoo.com
Ivonne Lepe	Coordinadora del Observatorio de Turismo del Caribe, Costa Rica	ilepe2000@gmail.com
Allen Cordero	Docente e Investigador en la Escuela de Sociología de la UCR y de FLACSO	allencor@gmail.com
Leonardo Chacón Rodríguez	Investigador del Observatorio para el Desarrollo y Observatorio de MiPYMES, CR	leonardoucr@gmail.com
Victoria E. Hernández Mora	Investigadora del Observatorio para el Desarrollo, UCR. Sostenibilidad Turística	victoria.hernandez@ucr.ac.cr
Pilar Juana García Saura	Docente en Universidad de Murcia. Estudios de sostenibilidad en el Caribe	pilarjuanags@um.es
David Carreras Martí	Director del OBSAM, cooperación en proyectos ambientales en Costa Rica	smn.obsam@cime.es
Marta Pérez López	Técnica de Investigación. Colaboración en el desarrollo de OBTUR Caribe	marta.pl.perez@gmail.com
Pablo Carballo	Ciencias Sociales, Investigador en OBTUR Caribe, UCR	carballopablo@gmail.com

Xulio Pardellas de Blas	Dr. en Dpt. de Economía Aplicada de la UV. Dinámica turística en Costa Rica	xulio@uvigo.es
Alejandro Rivera	Coordinador Instituto Nacional de Aprendizaje, análisis en Turismo	ariverarivera@ina.ac.cr
Julián Rodríguez Rodríguez	Exviceministro de Ciencia y Técnica de Cuba y Director del Observatorio de Turismo de La Habana. Proyectos de Desarrollo Turístico en el Caribe	julian@mintur.tur.cu
Christopher Ebanks		ebanks0816@yahoo.com
Ana Beatriz Ramírez Wong	Coordinadora de la Oficina del ICT en Limón	anberawo@yahoo.com
Sharon Jones Chisholm	Jefa del Departamento de Promoción de JAPDEVA y Asistente de Gerencia	sjones@japdeva.go.cr
Ana Grace McLean Charles	Representante en JAPDEVA, Limón	amclean@japdeva.go.cr
Delroy Barton	Planificador territorial experto en la Provincia de Limón	del.bar10@gmail.com
Nilska Fong Taylor	Secretaría General en el Minist. de Economía, Industria y Comercio, Costa Rica	nilskafong109@gmail.com
Gregoriana López Contreras	Técnica de Turismo en JAPDEVA, Limón	glopez@japdeva.go.cr
Hugo Torres Guillén	Empresario de Turismo, Limón , Costa Rica	hugotorrezg@hotmail.com
Randall Villalta M.	Guía de Turismo de Isla Uvita, Limón	islauvita@yahoo.com

David Carnegie	Director Ejecutivo en el Tour Operador Caribbean Costaricans	crturismonacional@gmail.com
Leda Villa	Vicepresidenta de Cámara de Turismo y Comercio del Caribe Sur	sobrelasolasv8@hotmail.com
Eva Arauz Bolívar	Consultora especializada en Turismo en Red de Ecoturismo Indígena de Talamanca	arauz1025@hotmail.com
Rolando Soto	Pte. de Cámara de Turismo y Comercio del Caribe Sur	camaradeturismo@cahuita.cr
Gino Biamonte	Presidente de Junta Directiva en APREFLOFAS, Costa Rica	ginob@apreflofas.or.cr
Bernardo Alvarado Lizano	Cámara de Turismo del cantón de Matina	camara.matina@hotmail.com
Glenda Halgarson Brown	Representante Cámara de Turismo y Comercio del Caribe Sur, Costa Rica	glendahb@cccocaribe.com

El análisis cualitativo posterior a la recepción del mayor número de respuestas posibles categorizará los elementos del discurso común de los expertos, y estos elementos se integrarán en el análisis de los objetivos e hipótesis propuestos.

II. APLICACIÓN METODOLÓGICA: CUANTITATIVA

a. ENCUESTAS

El planteamiento del estudio ocupado en el presente documento exige la integración en el diseño metodológico de un acercamiento no sólo cualitativo, sino también cuantitativo. La integración de ambas tipologías metodológicas pretende otorgar al estudio una estructura sólida que permita asumir una serie de conclusiones y reflexiones finales de alta significatividad.

En lo tocante al análisis cuantitativo, el software de análisis SPSS ha sido el instrumento principal. Se han diseñado diferentes técnicas de análisis que permitirán abordar cada uno de los objetivos planteados. Este diseño, si bien será detallado más adelante a medida que discorra el análisis de resultados, implica la elaboración de una serie de descriptivos y cruces analíticos entre variables, un análisis factorial y un análisis de regresión logística.

El diseño de los cuestionarios ha partido de la consideración de una serie de planteamientos previos relativos al contexto encontrado. El anterior y único análisis con profundidad analítica y consecución de datos relevantes ha sido publicado en el año 2009, por lo que el presente documento pretender ser, asimismo y en paralelo a los objetivos anteriormente planteados, una actualización ampliada de aquel. Del mismo modo, el interés del elemento *sostenibilidad* en este contexto del Caribe de Costa Rica ha inducido la inclusión de algún indicador sugestivo. Se pretende asimismo obtener una percepción de valor del destino eco-turístico certificado. La muestra final ha sido de **172 encuestas**.

El análisis final de los datos tras su análisis estadístico ha arrojado múltiples aspectos de alto interés tanto para el presente estudio como para el desarrollo de proyectos turísticos asociados a la región. Será, en primera instancia, contextualizado el proceso llevado a cabo y sus circunstancias:

- **Modo de aplicación:** los cuestionarios han sido remitidos directa y presencialmente a los turistas, nacionales e internacionales, presentes en los diferentes puntos estratégicos del país tratados.
- **Personal:** la aplicación del cuestionario ha contado con la inestimable colaboración del personal del *Observatorio de Turismo Sostenible del Caribe*, Costa Rica, y un pequeño grupo de estudiantes de la Universidad de Costa Rica (UCR).
- **Duración de la encuesta:** cada encuesta ha sido desarrollada, aproximadamente, en un tiempo medio de 5 a 7 minutos.
- **Fechas de aplicación:** la aplicación ha sido llevada a cabo a lo largo de 2 días en la zona Caribe, el 31 de Julio y el 9 y 16 de Agosto del año 2014, por un lado, y a lo largo una jornada, el 17 de Agosto, en el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría de San José, por otro lado.
- **Lugares de aplicación y distribución de la muestra:** como ya había sido preestablecido, los lugares estratégicos seleccionados para la aplicación de los cuestionarios son dos, todos ellos en Costa Rica, y la distribución de los cuestionarios ha sido la siguiente:
 - *Área Caribe*, Limón: 136 encuestas.
 - Aeropuerto Internacional de San José *Juan Santamaría*, Alajuela: 36 encuestas.

Los datos obtenidos a continuación expuestos y su relevancia, tanto para el propio estudio como para proyectos turísticos en la región, serán consecutivamente vinculados a los respectivos objetivos que a ellos se asocian.

Tales datos obtenidos proporcionarán previsiblemente la información requerida a partir de un procedimiento analítico que implicará los siguientes pasos y herramientas:

- Elaboración de una serie de **descriptivos** para la estimación de los perfiles de turista y viaje.

- Diseño de un **análisis factorial** que implique a alguna de las variables significativas asociadas al perfil del turista.
- **Cruces** de relevancia analítica entre variables.
- **Regresión logística** en el ámbito de las certificaciones para determinar el efecto de unas variables independientes a seleccionar sobre la variabilidad de otra dependiente.

Por todo ello planteo un determinado diseño del cuestionario, el cual será incluido en la sección final de Anexos en los idiomas en que tales cuestionarios serán aplicados (Anexos I y II). En lo relativo a su caracterización la encuesta será dirigida a turistas, tanto nacionales como internacionales, que se encuentren en el país y hayan visitado o se encuentren visitando la provincia de Limón, área del Caribe costarricense. La aplicación de los cuestionarios será llevada a cabo en 3 áreas específicas consideradas de importancia y alta demanda turística:

- Provincia de Limón, zona Caribe.
- Provincia de Alajuela: Terminal de Salidas del Aeropuerto Internacional de San José.

En lo referente a su estructura, el cuestionario presenta 23 preguntas categorizadas en tres diferentes secciones, que a continuación se justifican:

- Sección 1. Perfil del Turista: esta primera sección está compuesta por 8 preguntas relativas al contexto personal y socioeconómico del encuestado. La motivación principal de su inclusión en el cuestionario final es la relativa a la consecución de datos relevantes en lo que respecta al siguiente objetivo, previamente mencionado en la sección correspondiente:
 - **OE1**: Definir las diferentes tipologías significativas de los perfiles del turista en el área del Caribe de Costa Rica.

- Sección 2. Perfil del Viaje: la segunda sección está constituida por 12 preguntas relativas al contexto del viaje que el encuestado se encuentra realizando. La finalidad principal de la sección en cuestión es la de determinar un proceso analítico relevante para el siguiente objetivo anteriormente expuesto:
 - **OE2**: *Estimar diferentes indicadores relevantes en lo relativo al perfil del viaje asumido por el turista en el Caribe costarricense, tales como estadía media, motivaciones y gasto medio en la región.*

- Sección 3. Preferencias: la última sección del cuestionario para turistas que visitan o han visitado la región presenta 3 cuestiones y forma parte de las premisas derivadas del Método de Valoración Contingente. Este posee pretensión al acercamiento teórico y práctico a la valoración implícita de los bienes públicos naturales por parte del turista y del potencial turista y su efecto estimado sobre la demanda y la disposición a pagar. Todo ello desde la perspectiva de la economía turística. Será por tanto caracterizado, en primer lugar, el *Método de Valoración Contingente (MVC)*. La inclusión del denominado *Método de Valoración Contingente* en el modelo analítico propuesto tiene como objetivo el acercamiento a los objetivos anteriormente dispuestos. Específicamente, el método proporcionará información acerca de lo planteado en los objetivos siguientes, relativos a la propensión a pagar en base a la implementación de políticas y certificaciones de ecosostenibilidad turística:
 - **OE6**: *Determinar si existe una diferente propensión a pagar cuando sistemas de certificación de sostenibilidad turística se consolidan en las políticas del destino.*

 - **OE7**: *Definir, de ser el caso, en qué medida existe una (mayor) propensión a pagar por parte del potencial turista en el caso del destino eco-certificado.*

¿Por qué, por tanto, la elección de este método? El MVC cuestiona directamente a los consumidores acerca de sus preferencias relativas, en este caso, a su propensión a pagar ante un hipotético contexto que teóricamente suponga una mejora en la calidad del Medio Ambiente. El proceso a seguir será el siguiente:

- Ateniéndose a la consecución de una muestra significativa, la encuesta incluirá una parte desarrollada en base a criterios del MVC.
- Se proporcionará al encuestado información suficiente y adecuada acerca del contexto planteado.
- Será propuesta una cuestión relativa a la disposición a pagar (DAP) del turista, especificando aproximaciones al nivel máximo que este entiende viable, y si bien la respuesta ha de ser abierta.
- Serán estimados de modo analítico los niveles medios y máximos relacionados con la disposición a pagar, integrando en interrelación el perfil de los encuestados.
- Serán estimadas interrelaciones entre la DAP con una serie de variables relevantes.

La encuesta, de modo integrado, proporcionará datos que permitirán su análisis orientado a la estimación de valores e indicadores relevantes para el propio proyecto y, en paralelo, para las posibles líneas futuras de estudio que este permita.

III. ANÁLISIS DE RESULTADOS

La aplicación combinada de la metodología propuesta, que integra los diferentes ámbitos cualitativo y cuantitativo representados en el *Método Delphi* y las encuestas, pretende aportar la mayor solidez a este estudio. Y para ello, considero, es pertinente en este punto la utilización una breve e introductoria exposición de los instrumentos a recurrir para llevar a cabo el proceso analítico.

En primer lugar, la metodología cualitativa ha sido abordada desde diferentes herramientas dependiendo de su carácter. El discurso proporcionado por los diferentes expertos es recopilado, transcrito y categorizado en sus principales ideas centrales y, posteriormente, ha contado con el apoyo analítico de tipo.

Si bien en un primer momento se ha planteado la realización de una serie de entrevistas a personas relevantes en los diferentes ámbitos implicados en la actividad turística de la región, sean estos el público, el privado y el académico, la significativa amplitud en los discursos de los diferentes expertos seleccionados y participantes en los cuestionarios *Delphi* ha proyectado unos datos a través de los que, tras la actividad analítica correspondiente, se configuran unos resultados relevantes y concordantes con los objetivos buscados en el planteamiento de las entrevistas. En este caso y tras esta observación *a posteriori*, la realización de las entrevistas previamente planteadas no parece en este punto y por el momento necesaria y serán referidas exclusivamente en caso de que el presente documento pretenda una mayor profundización futura en los temas a tratar. Por todo ello, el *Método Delphi*, planteado en forma de pequeñas entrevistas dirigidas, será la herramienta central del planteamiento metodológico cualitativo

El cuestionario Delphi se analiza por tanto en base a la categorización de las ideas centrales subyacentes al discurso de los entrevistados, por un lado, y por el tratamiento cuantitativo de los datos acercados por los expertos, por otro lado. En este último caso, *Excel* y *SPSS* han proporcionado datos cuantitativos relativos a las medias y la dispersión del conjunto de las respuestas.

Por último, una vez obtenidos los datos derivados de la aplicación de las encuestas, se ha procedido al tratamiento de estos mediante el uso de determinadas funciones del software *SPSS*. A medida que los datos vayan siendo expuestos, se explicará la función aplicada en cada caso y la causa de su elección.

I. ANÁLISIS CUALITATIVO

a. Delphi

El análisis Delphi ha sido llevado a cabo en dos rondas exclusivamente dirigidas a expertos en el ámbito. Como ha sido expuesto en la justificación dedicada a esta metodología, la primera ronda ha constado de una serie de cuestiones que, por su carácter mayoritariamente abierto, han obtenido claves de un discurso amplio y flexible de los expertos participantes. Esta amplitud de discurso ha permitido determinar una serie de elementos congruentes compartidos y, de tal modo, elaborar el diseño de la segunda ronda con cuestiones de carácter cerrado. Estas últimas han profundizado en una serie de aspectos relevantes derivados del primer discurso e integrados en los objetivos y, asimismo, han propiciado la búsqueda del discurso consensual.

Es apropiado en este punto exponer los datos obtenidos tanto en primera como en segunda ronda y el por qué estos datos son relevantes para el análisis y los objetivos planteados.

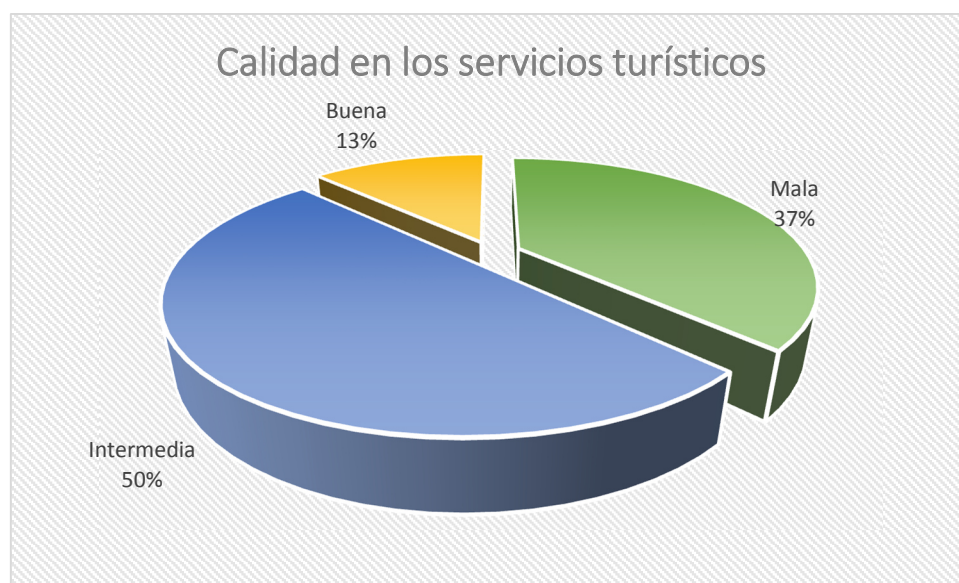
El diseño de la primera ronda ha sido determinado por la búsqueda de asociaciones relevantes a los objetivos preestablecidos. El cuestionario primero (véase *Anexo III*), online y enviado a los expertos seleccionados a lo largo de la primera semana de Julio del 2014 en dos ocasiones para motivar la respuesta, ha sido respondido un **25%** de la muestra. Estos han sido los resultados obtenidos y su interacción con los objetivos planteados:

- **OE4:** *Valorar la calidad de los servicios turísticos de la región y el estado de la iniciativa para la sostenibilidad turística, así como la implicación de los diferentes actores en las mismas, desarrollando a posteriori una serie de propuestas de mejora en caso de ser estas necesarias.*

La primera de las cuestiones hace referencia a este objetivo número 4. Se plantea una valoración de la **calidad de los servicios turísticos** de la región Caribe costarricense y una exposición de los **mejores y peores aspectos asociados** a esta:

Figura 17.

Valoración en la calidad de los servicios turísticos del Caribe costarricense



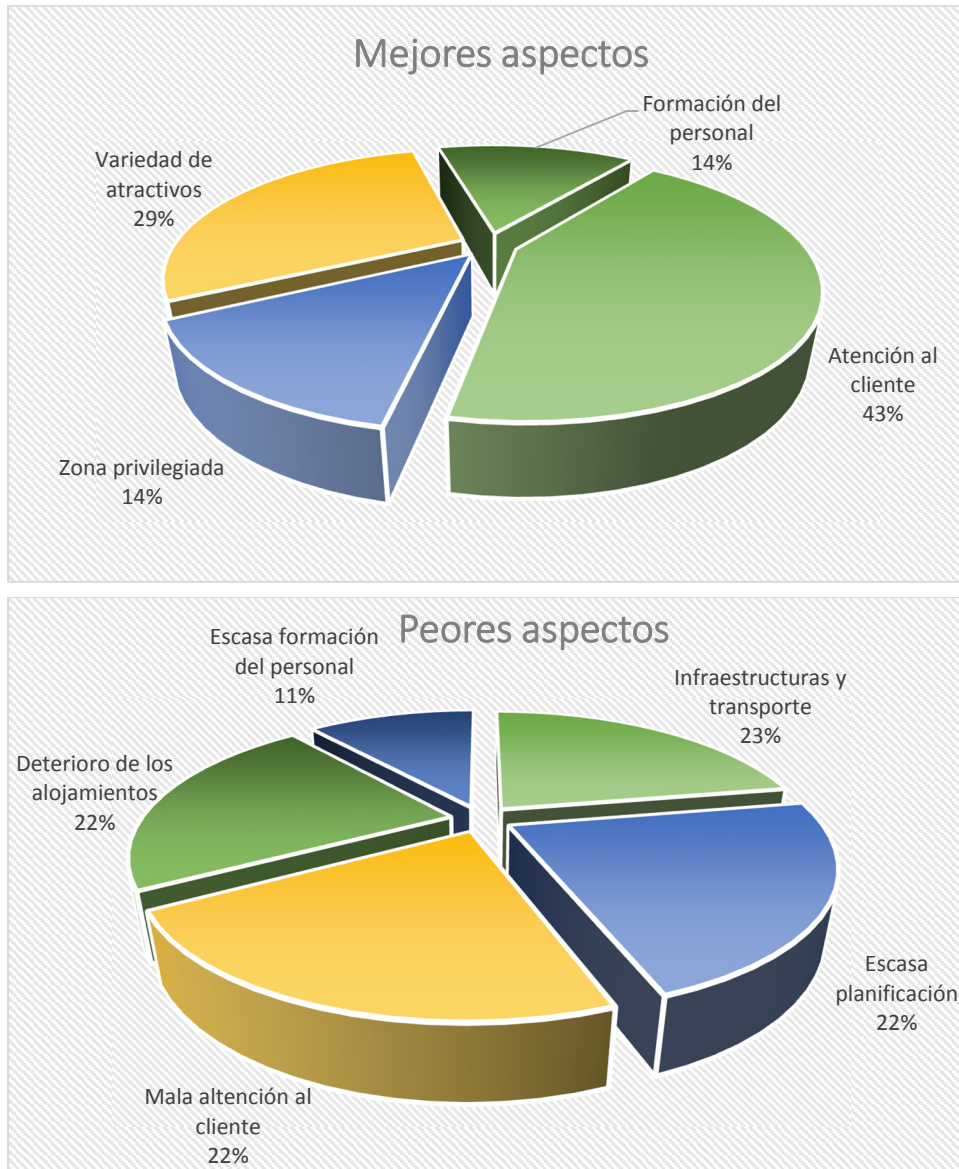
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario *Delphi*.

A cada categoría de respuesta le ha sido asignado un valor entre 0 (calidad muy mala) y 5 (calidad muy buena). El promedio de los resultados obtenidos en las respuestas ha sido de **2.71**, valor que asigna al conjunto de la muestra de participantes una **valoración entre mala (2) e intermedia (3)** en la calidad de los servicios turísticos de la región. El Coeficiente de Variación de la muestra es del 25.7%, determinando una relativa normalidad en el comportamiento asociado a las respuestas.

En relación a los elementos claro asociados a los aspectos más positivos y negativos relativos a la calidad de los servicios de la región, los resultados han sido los siguientes:

Figura 18.

Valoración de los mejores y peores aspectos en lo referente a la calidad de los servicios turísticos en el Caribe costarricense



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario *Delphi*.

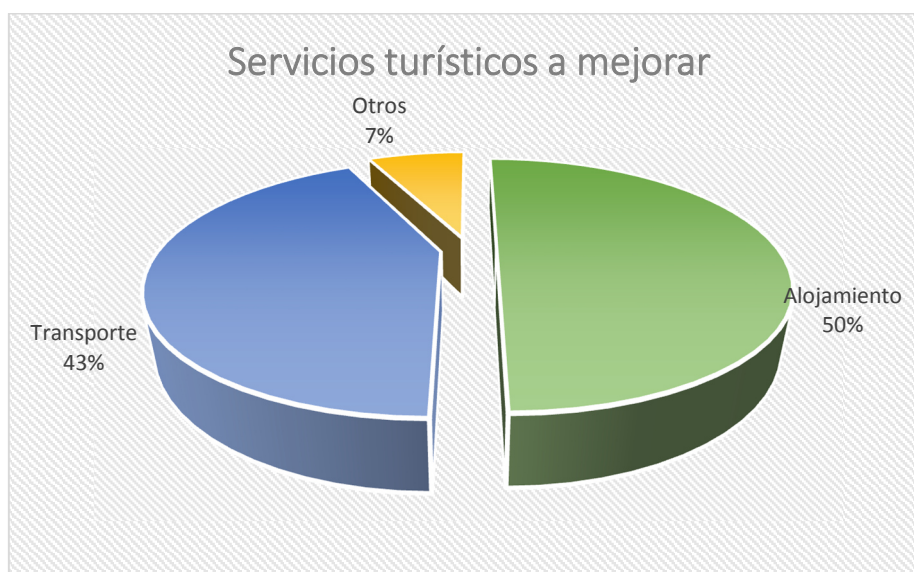
Un **43%** de los expertos participantes, mayoría discreta, considera que los servicios de **atención al cliente** son el aspecto más positivo asociado a la calidad de los servicios turísticos en la región Caribe de Costa Rica, mientras que el otro 57% se divide entre las valoraciones acerca de la profesionalidad del personal, la localización privilegiada de la región y, principalmente, su variedad de atractivos turísticos. En contraposición, la relación

de aspectos negativos ha tenido una mayor variabilidad y, de tal modo, un 75% de las respuestas ha identificado en una medida proporcional a la **escasa planificación**, carencias en **infraestructuras y transporte**, deterioro de los **alojamientos** y **mala atención al cliente** como los aspectos más negativos asociados a la calidad de los servicios turísticos de la región. Paradójicamente, la atención al cliente fue un aspecto relevante y recurrentemente mencionado en ambos discursos contrapuestos.

El último punto relativo a la calidad de los servicios turísticos de la región Caribe costarricense hace referencia al último punto tratado. Los participantes han proporcionado una de aspectos genéricos considerados negativos. Esto ha proporcionado la posibilidad de establecer un marco genérico dentro del ámbito de la perspectiva. Posteriormente, se ha pedido a tales participantes determinar, de una serie de respuestas posibles, qué servicios turísticos concretos priorizarían en las políticas de mejora. Dos han sido las respuestas recurrentes:

Figura 19.

Valoración de los servicios turísticos a mejorar en el Caribe de Costa Rica



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario *Delphi*.

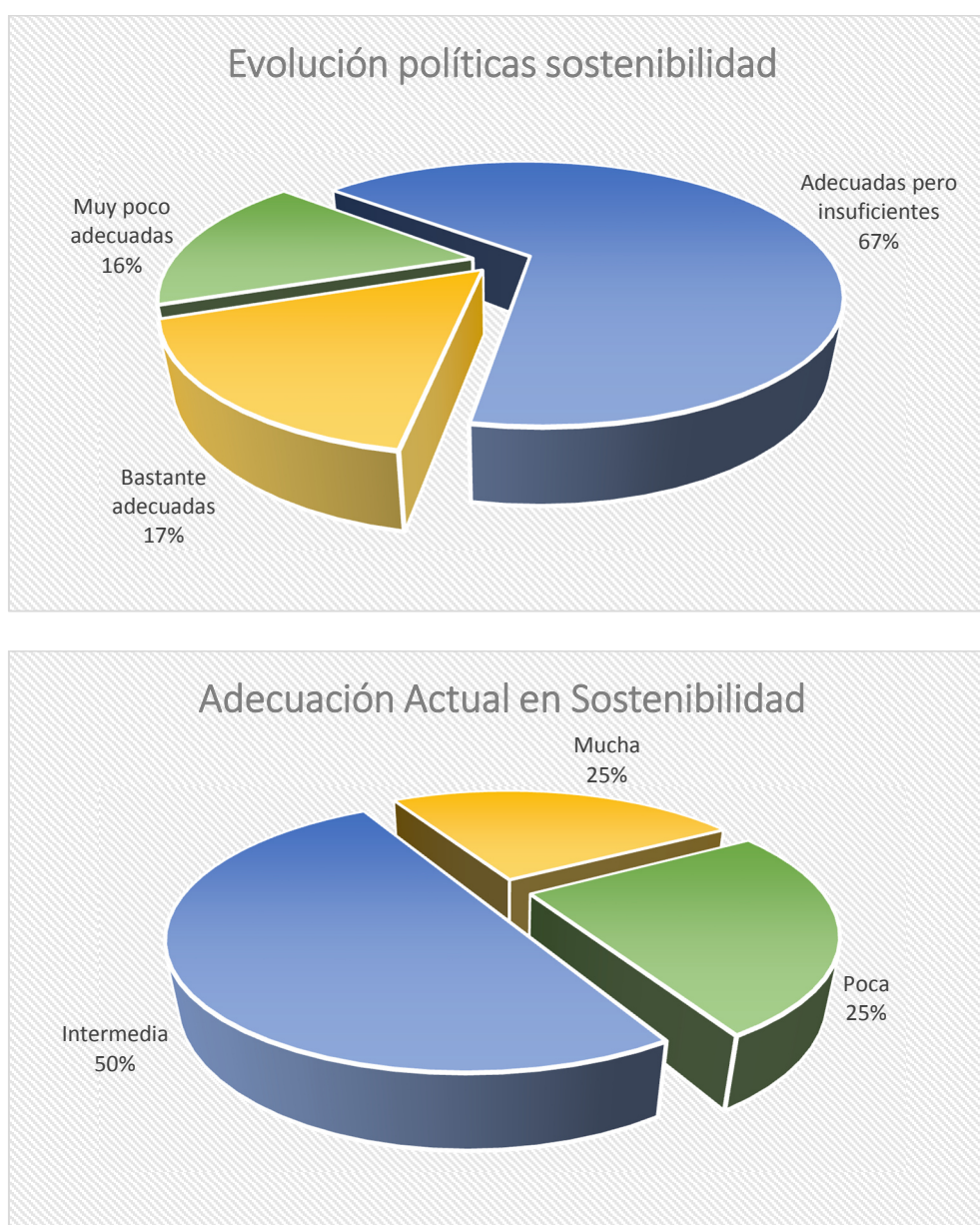
Transporte y alojamiento, en un 93% de las respuestas, han determinado de modo casi equitativo una cercanía al consenso este punto. Las carencias en la oferta de alojamiento se asocian a una mayoría de respuestas, y no existe prácticamente ninguna referencia en lo

relativo a ocio turístico, restauración, etc. como elementos a priorizar en las políticas de mejora de calidad en la región.

En lo relativo al aspecto asociado a la sostenibilidad turística en la región Caribe, se parte en este punto del análisis de las actuales políticas de sostenibilidad turística:

Figura 20.

Valoración de la evolución de las políticas de sostenibilidad en Costa Rica y su nivel de adecuación actual



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario *Delphi*.

El acercamiento a la evolución en la adecuación de las políticas de sostenibilidad en la región y la corrección de las aplicadas actualmente proporciona un marco genérico de referencia para conocer la perspectiva del estado actual de la sostenibilidad turística como elemento planificador de las Administraciones competentes.

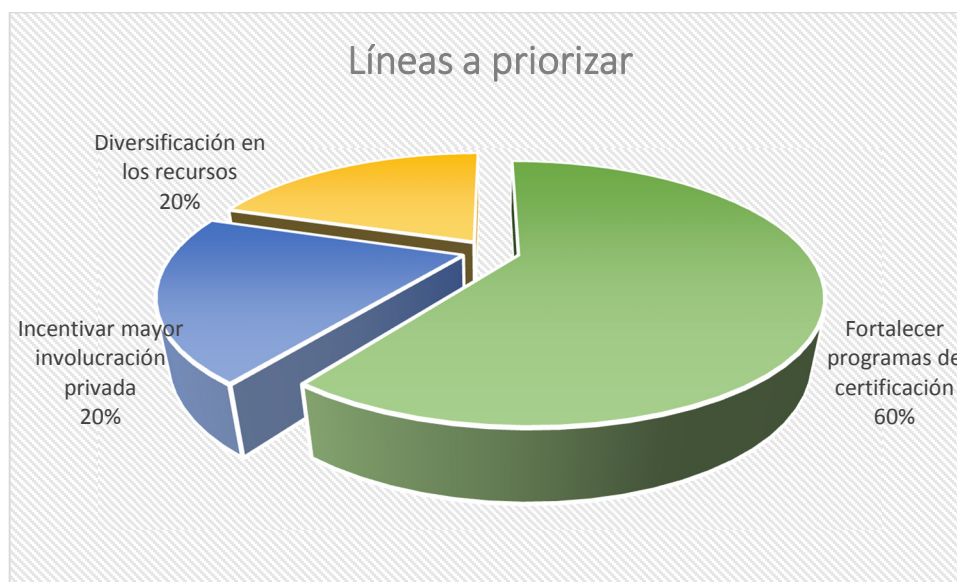
En lo relativo a la **evolución de las políticas de sostenibilidad turística** en la región Caribe de Costa Rica, los expertos señalan una relativa conformidad con la base de las actuaciones llevadas a cabo. El **67%**, una gran mayoría de los participantes, considera que estas han sido relativamente adecuadas y, efectivamente, necesariamente mejorables ante los nuevos requerimientos del mercado turístico internacional. Del mismo modo que anteriormente, han sido asignados unos valores del 0 al 5 a las diferentes categorías de respuesta posible, correspondiendo 0 a una adecuación muy baja de las políticas llevadas a cabo, y 5 a una adecuación muy alta. La media de las respuestas recibidas es de **2.0**, determinando una valoración media de adecuación **baja (2)**, con un Coeficiente de Variación del 20%, indicando una escasa variabilidad en las respuestas y por tanto una significativamente alta normalidad en el comportamiento de estas.

En la misma dirección, hasta un **50%** de los encuestados participantes han considerado que la **adecuación de las políticas actuales de sostenibilidad** en la región posee un nivel intermedio de adecuación a los requerimientos del mercado actual. La media atribuida en este caso es de **2.13**, definiendo un valor **entre bajo e intermedio** de estas, con un Coeficiente de Variación del 30%, algo mayor que anteriormente si bien no significativamente alto como para considerar una anomalía importante en el comportamiento de las respuestas.

A la vista de estos resultados se intuye una cierta preocupación en los futuros resultados derivados de la aplicación de estas políticas en la región. Son múltiples las posibles limitaciones que los recursos disponibles ejercen en sus posibilidades y, por ello, se ha propuesto una cuestión relativa a las **líneas de priorización** en la aplicación de las políticas de Turismo Sostenible en la región Caribe costarricense:

Figura 21.

Valoración en las líneas a priorizar en el desarrollo de políticas de sostenibilidad turística en el Caribe de Costa Rica



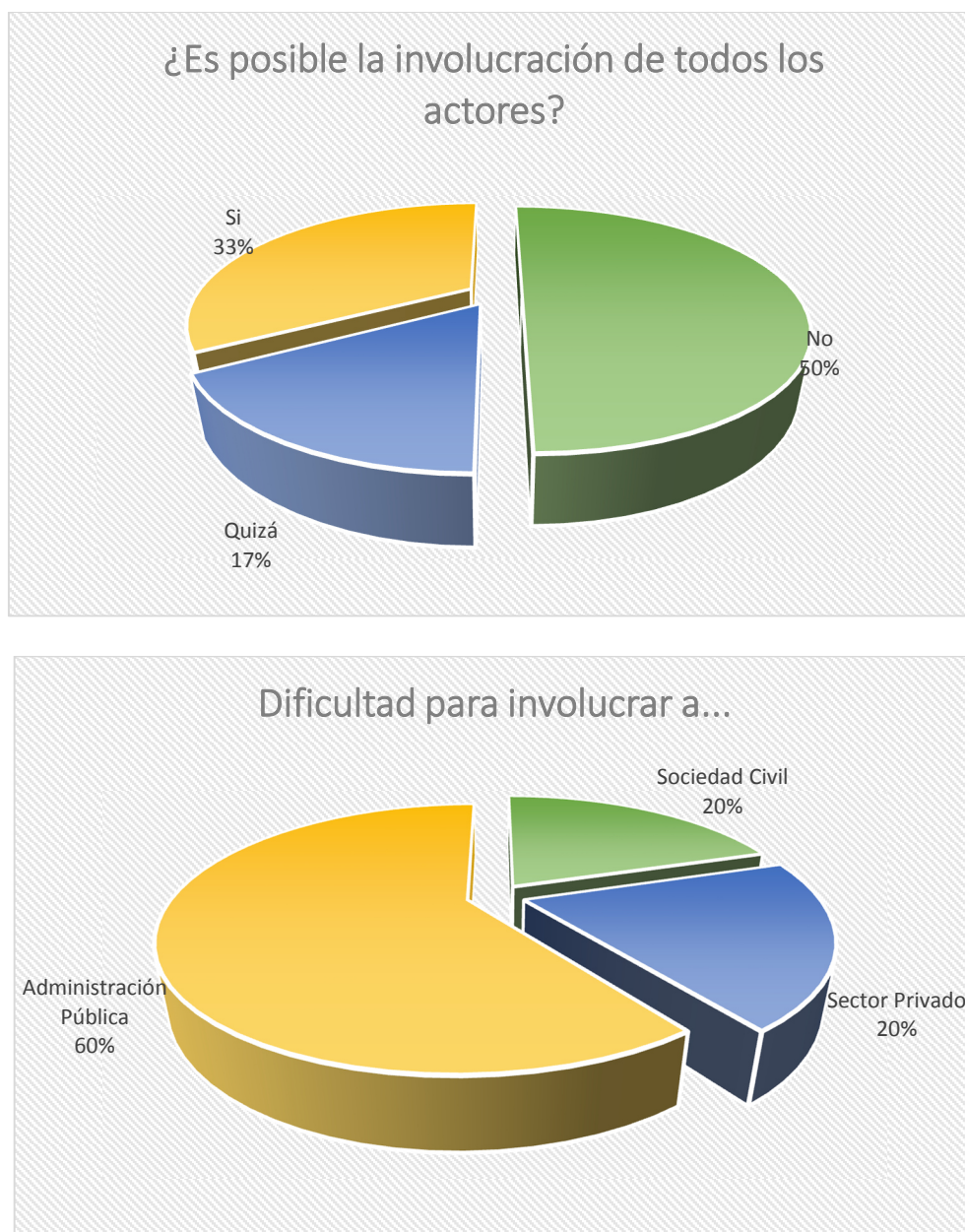
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario *Delphi*.

Las respuestas obtenidas han sido categorizadas en una serie de elementos congruentes. De tal modo, hasta un **60%** de los expertos participantes han determinado que **fortalecer los diferentes programas de certificación existentes en la región** sería el principal aspecto a priorizar en las políticas turísticas. Recordemos aquí que son *CST* y *BAE* las certificaciones de sostenibilidad actualmente presentes en la región. Por otro lado, el 40% restante se divide equitativamente entre la incentivación de una mayor involucración privada en estas políticas y una diversificación de los recursos y productos turísticos disponibles.

Consideremos, en este punto y a la vista de los resultados, la perspectiva de los expertos en relación a la involucración de los diferentes actores en estas políticas y las diferentes responsabilidades asociadas. Los resultados obtenidos hacen referencia a la posibilidad de integración en la acción sostenible:

Figura 22.

Valoración de la implicación de los diferentes actores implicados en la actividad turística



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario *Delphi*.

El 50% de los expertos participantes considera que, en un escenario contextualizado en la posible consolidación de tales políticas de sostenibilidad en la región Caribe costarricense, considera que **NO es posible la involucración** de todos los actores implicados en la dinámica turística de la región. Un 17% condiciona esta posibilidad a determinadas

circunstancias posibles, y sólo una tercera parte considera que es efectivamente posible involucrar a todo el tejido socioeconómico y político de la región en el ámbito.

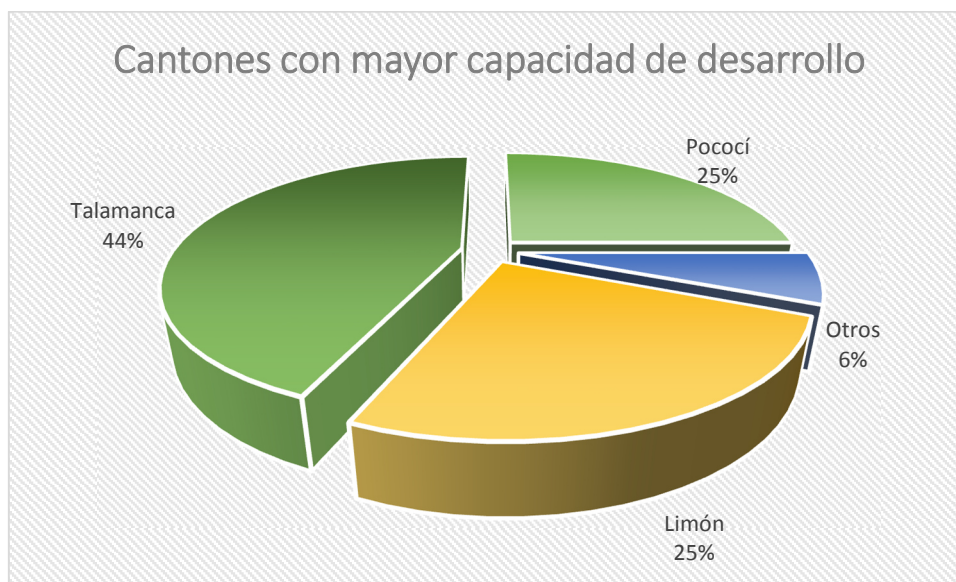
Pero, ¿quiénes son los que, esencialmente, dificultarían esta integración necesaria para un correcto funcionamiento de tales políticas? La cuestión ha sido igualmente propuesta y la valoración de los expertos participantes no parece sorprendente: una amplia mayoría del 60% opina que es la Administración Pública la que dificulta esta integración, mientras que un restante 40% considera que son el resto de actores los principales responsables.

Este, por tanto, es el contexto asociado a la calidad de los servicios turísticos y las políticas de sostenibilidad de la provincia y región Caribe de Costa Rica desde la perspectiva de una representación de expertos asociados de algún modo al ámbito. Por último y de modo complementario, resulta de especial interés determinar qué cantones o divisiones territoriales menores son aquellos que poseen una mayor capacidad, a juicio de tales expertos, de desarrollo socioeconómico derivado de la actividad turística en esta región. Tal aspecto se contextualiza en el siguiente objetivo propuesto:

- **OE3:** *Determinar cuáles podrían ser las áreas significativas del Caribe costarricense con una mejor disposición al crecimiento socioeconómico basado en la actividad turística sostenible certificada, intentando categorizar tales áreas en tipologías de destino turístico relevantes para estudios posteriores aplicables a otros destinos fuera del área.*

Figura 23.

Valoración de los cantones con mayor capacidad de desarrollo basada en la actividad turística



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario *Delphi*.

De entre los 7 cantones existentes en la región Caribe de Costa Rica es **Talamanca**, con un **44%** de elección, el considerado con relevante amplitud el de mayor capacidad de desarrollo socioeconómico en base a la actividad turística en su territorio. Paradójicamente, es este el cantón con menor IDH de toda Costa Rica, en niveles significativamente bajos y cercanos al 0.65.

Pococí y Limón, con el 25% cada uno, son los otros dos cantones más recurrentemente mencionados.

Por último se hará mención a los resultados orientados a la consecución de elementos relevantes en lo relativo al último de los objetivos asociadas a esta sección metodológica:

- **OE5:** *Estimar si la implementación de sistemas de certificación eco-turística en el destino supone o supondría una reducción significativa de asimetría informativa en el mercado turístico de cara a la toma de decisión del potencial turista y, en su caso, si su implementación podría ser beneficiosa.*

Se ha pretendido en este punto la búsqueda de previsiones valorativas por parte de los expertos ante el fenómeno turístico que deriva de las potenciales políticas certificadoras de la sostenibilidad en la región. Para ello, han sido propuestas dos cuestiones relativas a uno de los objetivos centrales del presente documento: el efecto de las certificaciones sobre los procesos de decisión y la disposición a pagar del turista.

En este ámbito, el consenso ha sido absoluto y exime a esta cuestión concreta de un más profundo tratamiento en una posible segunda ronda. El **100%** de los expertos considera que **un sistema de certificación propio para la sostenibilidad turística en la región Caribe de Costa Rica incidiría positivamente en la decisión final del potencial turista y, del mismo modo, este presentaría una mayor predisposición a pagar por el disfrute de sus atractivos turísticos.** Estos aspectos serán tratados posteriormente de modo más amplio y desde diferentes perspectivas para un análisis integrado.

La significativa participación en el estudio de los expertos seleccionados propicia el diseño de una segunda ronda, si bien más breve. Tal brevedad se debe a la existencia de un alto consenso en varias de las cuestiones propuestas en primera ronda. De tal modo, la segunda ronda del cuestionario Delphi consta de 5 preguntas.

Son tres los aspectos tratados en el diseño de ambas rondas del cuestionario Delphi: calidad turística, políticas de sostenibilidad y certificaciones turísticas. En esta última ronda Delphi se pretende encauzar el discurso común de los expertos en esos tres ámbitos. La participación en este caso ha sido ligeramente menor que en la primera ronda, siendo en este caso cercana al 20%. Estos han sido los resultados de segunda ronda:

- **Calidad turística:** una vez proporcionados a los expertos los datos de primera ronda con respecto a este factor, se les ha instado a valorar la puntuación media asignada

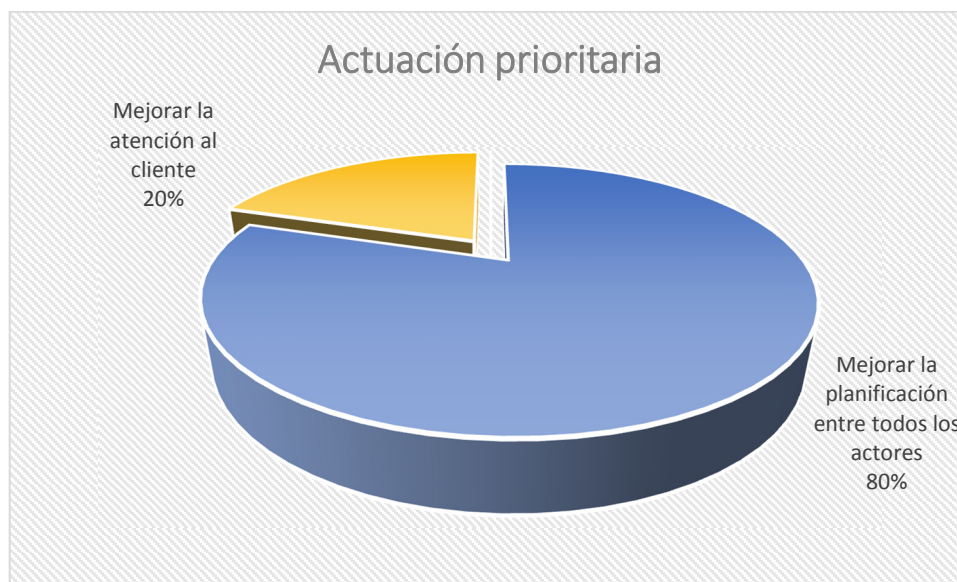
en primera ronda por el conjunto de participantes. Siendo la media de primera ronda y relativa a la calidad de los servicios turísticos de la región Caribe de Costa Rica de 2.71 en una escala de 0 a 5 (esto es, calidad intermedia), y ante la pregunta asociada a la valoración de esta puntuación, el 100% de los expertos participantes en segunda ronda ha confirmado que este nivel les parece adecuado a la realidad turística de la región. En este caso, por tanto, el consenso es muy alto.

Una vez conocida la valoración de los participantes con respecto a la calidad turística de la región Caribe de Costa Rica y en segunda instancia, se les han remitido a los expertos los datos estadísticos relativos a los aspectos más positivos y más negativos relacionados con esa calidad turística de la misma. En este sentido, es en aquellos positivos donde el consenso se estima más complicado.

- *Elementos más positivos:* si bien en primera ronda un 43% de los expertos participantes ha valorado la atención al cliente como el aspecto más positivo, una vez aproximados estos datos en segunda ronda para valoración de su adecuación, solo un **20%** estima de nuevo que este es el mejor de los factores de calidad del área. Ciertamente es este un tema que genera discrepancias ante lo visto en la poca convicción de respuesta obtenida asimismo en primera ronda.
- *Aspectos más negativos:* en este sentido, los resultados de primera ronda han proyectado una alta similitud en lo relativo a los porcentajes de respuesta. Por ello, la cuestión en este caso ha sido planteada no ya en términos de valoración genérica, sino en términos de **prioridad de actuación**. Por ello, los elementos asociados a las respuestas de segunda ronda, todos ellos con porcentajes de respuesta más o menos equitativos, han sido remitidos a los expertos para que estos valoren sobre cuál de ellos existe una necesidad de actuación prioritaria en las políticas turísticas de la región.

Figura 24.

Valoración de los aspectos de actuación prioritaria en la gestión de la calidad turística para la región



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario *Delphi*.

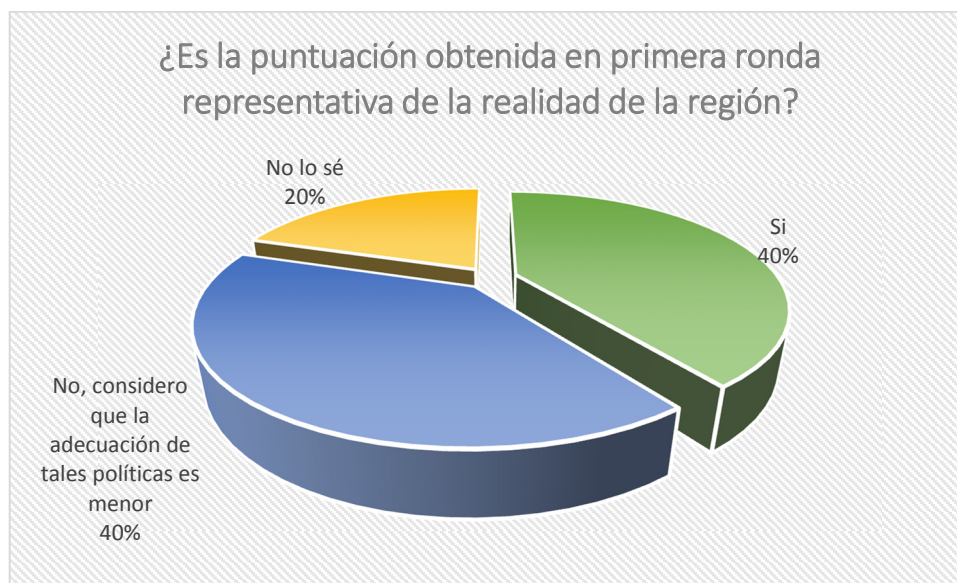
Ante la nueva cuestión planteada y derivado de las múltiples respuestas obtenidas en segunda ronda, sólo dos de las cinco opciones posibles han sido elegidas como necesarias de ser tratadas en líneas de acción prioritarias en las políticas turísticas del Caribe de Costa Rica. Asimismo, un mayoritario y significativo **80%** ha seleccionado *Mejorar la planificación entre todos los actores* como necesidad prioritaria, por sólo un 20% de los expertos que hacen referencia a la necesidad de mejorar el servicio de atención al cliente. El consenso de los expertos participantes, en este caso, se estima alto, y hace referencia a la ya prevista falta de coordinación en la aplicación de políticas de calidad turística.

- **Sostenibilidad:** les han sido proporcionados a los expertos seleccionados los datos de primera ronda en lo relativo a la adecuación de las políticas de sostenibilidad llevadas a cabo actualmente en la región. El resultado de primera ronda, anteriormente expuesto, arroja una puntuación media del 2.13 en la adecuación de estas políticas, un nivel intermedio (o incluso intermedio-bajo) en una escala del 0 al 5. Se les ha pedido a los expertos que, en esta segunda ronda, valoren tal

puntuación media y su adecuación a la realidad de las políticas turísticas de sostenibilidad en la región:

Figura 25.

Valoración en la adecuación de la puntuación de primera ronda acerca de las políticas de sostenibilidad en la región



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario *Delphi*.

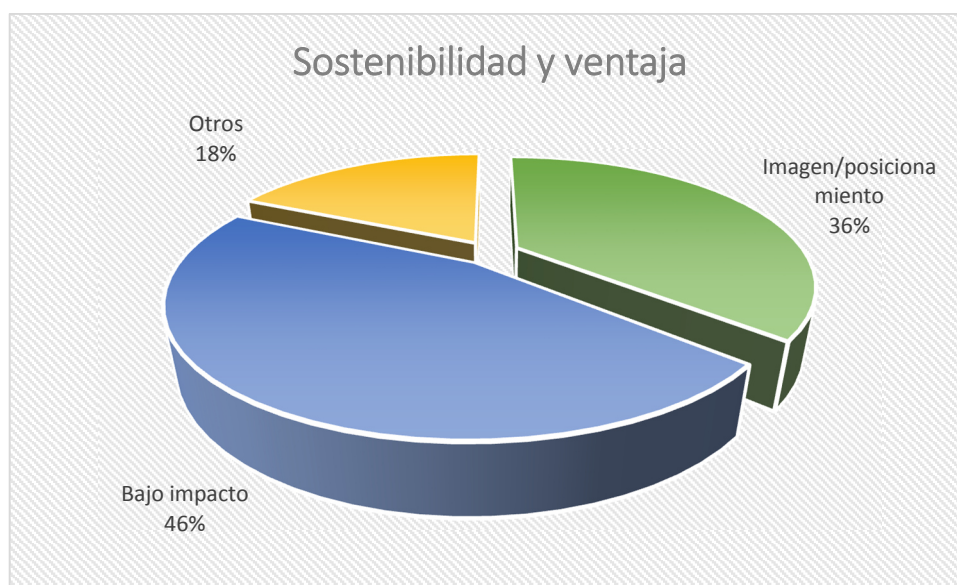
En este caso, los resultados obtenidos no prevén una alta convergencia en el discurso pero sí una proyección valorativa de las políticas de sostenibilidad en un **nivel bajo-intermedio**, ya que hasta un **80%** de los expertos participantes en segunda ronda consideran que el nivel de tales políticas se encuentra, a lo sumo y aproximadamente, en ese 2.13 sobre 5 proporcionado con anterioridad. Estos resultados estiman asimismo la necesidad de atender y abordar este aspecto asociado a las políticas turísticas de la región.

Resulta en este punto necesario asociar esta percepción de necesidad al objetivo real de su abordaje. Esta necesidad de atenerse a una actualización en la aplicación de las políticas de sostenibilidad en la región, ateniéndose al discurso de los expertos, tiene una doble **motivación principal en el contexto de la región**: su

valor para, por un lado, proyectar una adecuada imagen que promueva un correcto posicionamiento del eco-destino en el mercado turístico nacional e internacional (36%) y, por otro lado, reducir en la medida de lo posible el impacto de la potencial actividad turística en una región de tan alto valor ecológico (46%):

Figura 26.

Valoración de la ventaja competitiva proporcionada por la aplicación de políticas de sostenibilidad turística en la región



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario *Delphi*.

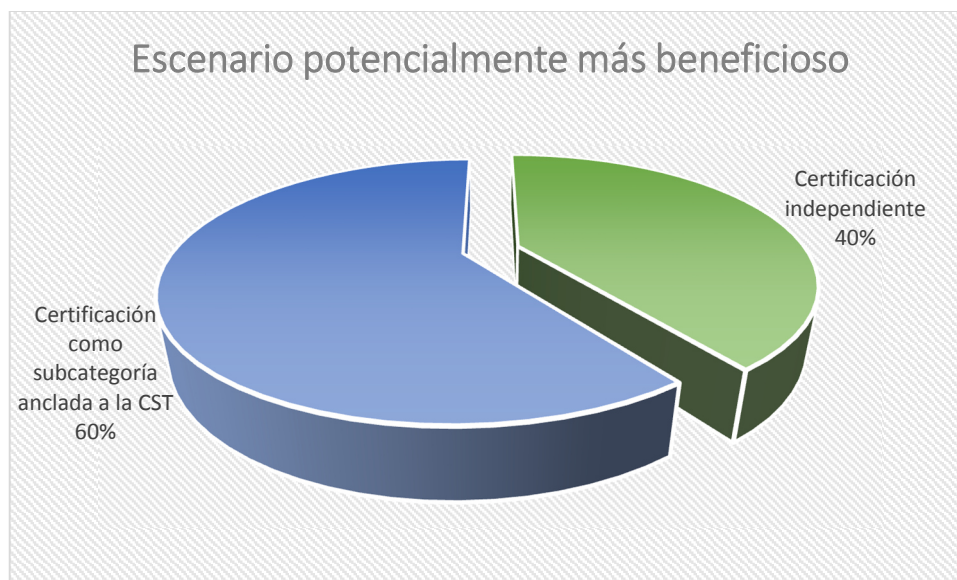
- **Certificación:** el consenso en primera ronda acerca de los potenciales beneficios que derivarían de la adopción de políticas de sostenibilidad y calidad turística certificadas de modo distintivo en la región ha sido absoluto. Por ello, se ha decidido integrar un nuevo aspecto en este punto, y ya no relativo al qué, sino al cómo. Por ello, han sido propuestos a los expertos una serie de posibles escenarios para que estos valoren cuál de ellos se adecúa mejor a las necesidades de la región en términos de política turística. Estos escenarios son cuatro:
 - Existencia de una certificación de sostenibilidad independiente para el Caribe costarricense.

- Existencia de una certificación de sostenibilidad distintiva y contextualizada en las necesidades de la región, pero dependiente de los criterios genéricos de la ya existente CST a nivel nacional.
- Exclusivo refuerzo de las políticas derivadas de la asunción de la CST, sin implementar ningún tipo de distinción regional.
- Otorgar una mayor libertad a la empresa privada en su propia gestión de la calidad y sostenibilidad.

Las dos primeras supondrían la distinción de la marca Caribe Costa Rica como destino turístico reconocible, mientras que las dos últimas proyectarían la necesidad de unificar la política turística al mismo nivel nacional. Este punto resulta especialmente interesante para el estudio, ya que prevé el modo correcto en el que una potencial certificación de las políticas de sostenibilidad ha de ser implementada en el contexto de la región, reforzando o no sus propias características como destino turístico. Los resultados obtenidos a tal propósito han sido los siguientes:

Figura 27.

Valoración del escenario potencialmente más beneficioso



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario *Delphi*.

A la vista de los resultados obtenidos en esta segunda ronda, existe un **absoluto consenso en la necesidad de distinción de una marca *Caribe Costa Rica*** como

destino turístico sostenible. El modo en cómo hacerlo presenta, sin embargo, un menor consenso en el discurso, si bien una mayoría **del 60%** considera que una posible certificación no ha de independizarse del *destino Costa Rica*, sino asociarse a él y sus políticas de sostenibilidad de modo contextualizado, diferenciando y reforzando sus propias necesidades específicas como destino turístico. Ciertamente, el Caribe costarricense posee unas características especiales que lo diferencian del resto del contexto nacional como destino.

Todos estos resultados serán contextualizados y analizados de modo orientado en la sección relativa a las conclusiones finales.

II. ANÁLISIS CUANTITATIVO

Estos son los datos y resultados obtenidos para cada uno de los objetivos específicos:

- **OE1:** *Definir las diferentes tipologías significativas de perfiles del turista en el área del Caribe de Costa Rica.*

El primero de los objetivos ha sido abordado desde el diseño de la primera de las secciones correspondientes al cuestionario aplicado (véanse *Anexos I y II, preguntas 1 a 8*).

En este sentido, los datos proyectados por la aplicación metodológica cuantitativa, y relevantes para el estudio, son los siguientes:

La distribución de la muestra por género ha sido considerablemente equitativa, correspondiendo un **51.7%** de las visitas muestreadas a la región Caribe de Costa Rica a **hombres**, mientras que el restante **48.3%** corresponde a **mujeres**.

Tabla 5.

Distribución por género de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Hombre	89	51.7	51.7
Mujer	83	48.3	48.3
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Atendiendo a la edad del turista en la región Caribe costarricense, la distribución porcentual en base a la muestra recurrida determina una amplia mayoría que determina un **perfil joven** en la dinámica turística de la provincia, con hasta un **77.3%** de visitantes entre los **18 y 34 años** de edad, y sólo un 8.4% de turistas de 45 años o más:

Tabla 6.

Distribución por grupos de edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
	a		válido
18 a 24	62	36.0	36.0
25 a 34	71	41.3	41.3
35 a 44	21	12.2	12.2
45 a 54	12	7.0	7.0
55 a 64	5	2.9	2.9
65 o más	1	0.6	.6
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Por otro lado, las cuestiones adscritas a la dependencia personal del turista, en base a las cuales han sido determinados los perfiles relativos al estado civil y el número de hijos, expone que una amplia mayoría del **71.5%** de la muestra se declara **soltero**, mientras que sólo el 22.1% se encuentra casado.

Tabla 7.

Distribución por estado civil de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
	a		válido
Soltero/a	123	71.5	71.5
Casado/a	38	22.1	22.1
Divorciado/Separado /a	11	6.4	6.4
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Hasta un **76.2%** de los encuestados **no tienen hijos**. Esta amplia mayoría se contrapone al 23.8% restante de la población encuestada, entre la cual se encuentra un 17.7% de la muestra total que tiene entre uno y dos hijos. En conjunción con los datos expuestos en la

tabla anterior, la información proyecta una baja dependencia del turista del Caribe costarricense.

Tabla 8.

Distribución por número de hijos de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
0	131	76.2	76.2
1	19	11.0	11.0
2	15	8.7	8.7
3 o más	7	4.1	4.1
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

En relación al país de origen del encuestado que forma parte de la muestra establecida en la provincia costarricense de Limón la altamente heterogénea distribución, que incluye hasta un total de 29 diferentes nacionalidades, ha motivado la recodificación de la variable *país de residencia* en otra variable categórica definida por la pertenencia o no al propio país destino. En este sentido y además de permitir una mejor o más clara organización de la información dispuesta en este punto, la recodificación de tal variable en *turista nacional* y *turista extranjero* permitirá la inclusión de esta en posteriores análisis en mayor profundidad. De lo contrario, la alta dispersión de las categorías limitaría posibles conclusiones relevantes asociadas a esta variable.

Tabla 9.

Distribución por tipo de turismo

	Frecuenci a	Porcentaje	Porcentaje válido
Nacional	22	12.8	12.8
Extranjero	150	87.2	87.2
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

El análisis cuantitativo de la muestra concluye que hasta un **87.2%** del turismo presente en la región es **extranjero**, mientras que sólo un 12.8% es nacional.

Tabla 10.

Distribución por origen del turista

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
América	69	40.1	40.1
Europa	73	42.4	42.4
Asia	4	2.3	2.3
Otros	4	2.3	2.3
Nacional	22	12.8	12.8
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Los datos de este turismo extranjero mayoritario se presentan equitativamente en lo relativo a la distribución de casos con residencia en el **continente americano (40.1%)** y con residencia en el **continente europeo (42.4%)**. Existen, en todo caso, cuatro países que proporcionan de modo distintivo un mayor número de turistas a la región del Caribe costarricense:

Tabla 11.

Distribución por país de origen del turista

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Estados Unidos	28	16.3	16.3
Alemania	20	11.6	11.6
España	15	8.7	8.7
Canadá	13	7.6	7.6
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Estados Unidos, con un 16.3% de los encuestados, es el país que más turistas aporta a la región, seguido de Alemania con más del 11%, y España e Inglaterra con un 8.7% y 7.6% respectivamente.

El nivel educativo de los encuestados presenta una distribución considerablemente heterogénea, si bien existe una alta concentración en categorías altas

Tabla 12.

Distribución por nivel educativo de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Educación Primaria	1	0.6	.6
Educación Secundaria	30	17.4	17.4
Estudios Universitarios (Grado, Licenciatura)	100	58.1	58.1
Posgraduado Universitario (Master, Doctorado)	41	23.8	23.8
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Un **78.9%** de los encuestados, amplia mayoría, posee unos **niveles de estudio altos o muy altos**. Hasta un 58.1% posee estudios básicos universitarios completos, mientras que un 23.8% ha obtenido algún tipo de posgraduado universitario. Sólo el 18% restante no ha llegado a obtener (todavía) alguno de estos títulos, mayoría de los cuales ha completado la educación secundaria.

En lo relativo al nivel de ingresos de los encuestados, se han establecido hasta ocho categorías diferentes.

Tabla 13.

Distribución por ingresos de los encuestados

	Frecuenci a	Porcentaje	Porcentaje válido
Menos de 1000\$/mes	54	31.4	31.4
Entre 1000 y 1999\$/mes	25	14.5	14.5
Entre 2000 y 3999\$/mes	33	19.2	19.2
Entre 4000 y 4999\$/mes	20	11.6	11.6
Entre 5000 y 5999\$/mes	12	7.0	7.0
Entre 6000 y 7999\$/mes	9	5.2	5.2
Entre 8000 y 9999\$/mes	4	2.3	2.3
Más de 10000\$/mes	5	2.9	2.9
NS/NC	10	5.8	5.8
	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

La variable ha sido recodificada en cuatro niveles para su mejor comprensión. La recategorización de la variable en niveles cualitativos presenta la dificultad derivada de los diferentes baremos potencialmente definibles en diferentes contextos nacionales. En todo caso, ha sido elegida una categorización estándar que a continuación será explicada:

Tabla 14.

Distribución por nivel de ingresos de los encuestados

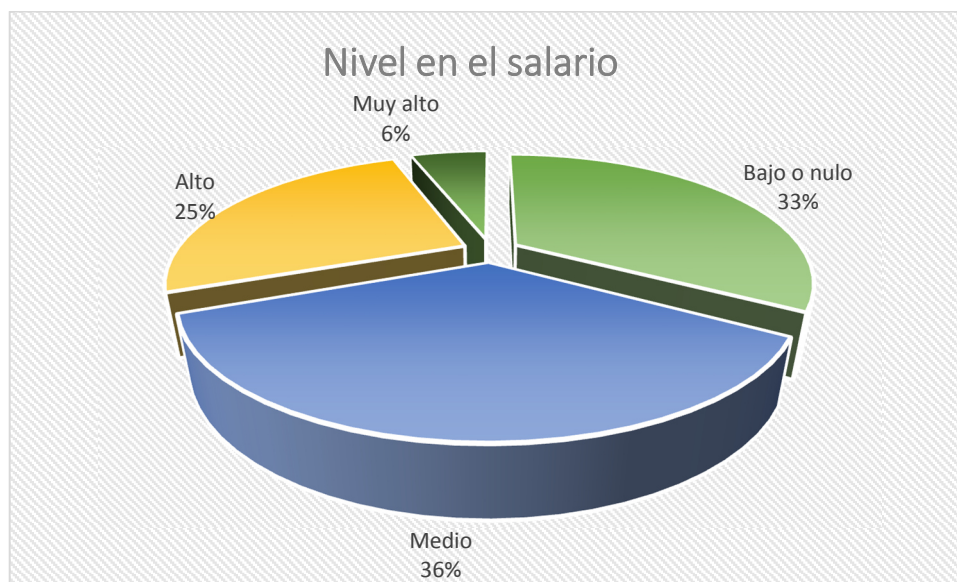
	Frecuenci a	Porcentaje	Porcentaje válido
Bajo o nulo	54	31.4	33.3
Medio	58	33.7	35.8
Alto	41	23.8	25.3
Muy alto	9	5.2	5.6
Total	162	94.2	100.0
NS/NC	10	5.8	
	172	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

La información ofrecida arroja unos datos que estiman un significativo porcentaje del **34.3%** de los encuestados que perciben un **salario nulo o bajo**, esto es, entre los 0 y los 999\$ mensuales. En un porcentaje similar, un **31.5%** de los encuestados percibe un **salario medio o medio-alto** (entre los 1000 y 5999\$ mensuales), mientras que igualmente un **31.5%** admite percibir un **salario alto o muy alto** (entre los 6000 y más de 10000\$ mensuales). La distribución así categorizada presenta de este modo una alta homogeneidad en sus diferentes niveles cualitativos.

Figura 28.

Nivel en el salario de los encuestados



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Por último en lo relativo al perfil personal del turista en la región Caribe, se ha establecido una variable relativa a la situación ocupacional del encuestado. En este sentido ha sido utilizada en el diseño la clasificación desarrollada por Michael Piore (1975), en base a la cual se establecen tres categorías o grupos definidos en base a tres conceptos: nivel de ingresos, nivel de estudios, y capacidad de decisión.

- **Primario:** en esta categoría se incluyen aquellos individuos con ingresos altos o muy altos, nivel educativo alto o muy alto, y alta capacidad de decisión. En el diseño de

las encuestas y con la finalidad de una mejor identificación, dos categorías han sido asignadas a este grupo: *directores y empresarios, y personal del Gobierno y/o militar.*

- **Secundario Superior:** en esta categoría se incluyen aquellos individuos con ingresos intermedios, nivel educativo alto y baja capacidad de decisión. Las categorías identificadoras para esta categoría en el diseño de la encuesta son técnicos y empleados del sector servicios. Asimismo, serán incluidos los estudiantes en proceso de obtención de algún tipo de titulación profesional.
- **Secundario Inferior:** en esta categoría se incluyen aquellos individuos con ingresos bajos o muy bajos, nivel educativo bajo o muy bajo, y baja capacidad de decisión. *Obreros, trabajadores domésticos y agricultores y ganaderos* serán las categorías identificadoras.

La identificación de las categorías *desempleado y jubilado o pensionista* estarán supeditadas a la identificación asociada a sus ingresos y niveles educativos en sus casos concretos.

Tabla 15.

Distribución de los encuestados por grupos ocupacionales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Grupo Primario	42	24.4	24.4	24.4
Grupo Secundario Superior	106	61.6	61.6	86.0
Grupo Secundario Inferior	18	10.5	10.5	96.5
NS/NC	6	3.5	3.5	100.0
Total	172	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

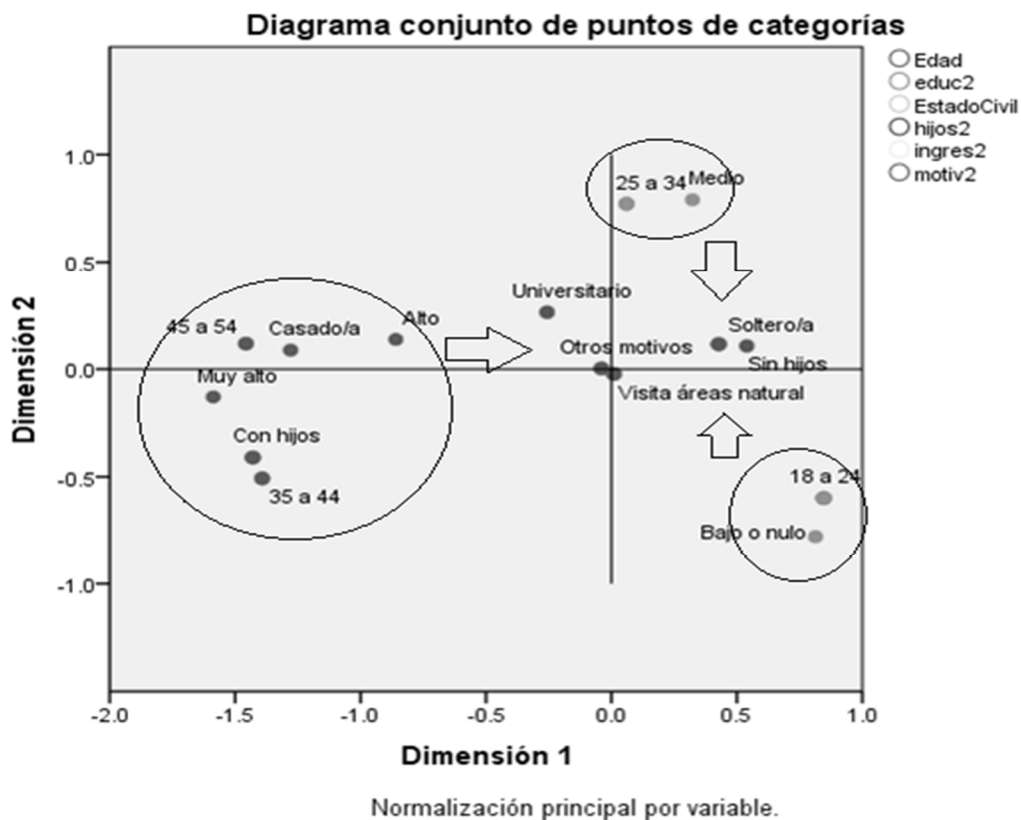
Los resultados obtenidos determinan un amplio **61.6%** de los encuestados pertenecientes al **grupo secundario superior**, esto es, caracterizados por niveles educativos altos, ingresos medios y capacidad de decisión baja.

➤ La serie de cuestiones propuestas en el diseño de esta primera parte de la encuesta proporciona una visión general del perfil principal del turista en la provincia de Limón, región del Caribe costarricense: **este perfil es el de una persona joven, de entre 18 y 34 años, soltero y sin hijos, preferiblemente residente en América (principalmente Estados Unidos) o Europa (principalmente Alemania, España e Inglaterra) con un alto nivel educativo e ingresos variables.** La variabilidad de este nivel en los ingresos viene determinada por la baja capacidad discriminadora de la variable en el modelo.

Este es el perfil primario y principal recurrente en el Caribe de Costa Rica, si bien este planteamiento no descarta la inserción de otra serie de perfiles secundarios o complementarios. El gráfico a continuación (Fig. 29) representa el diagrama conjunto de puntos por categorías en un espacio bidimensional en el que se distribuyen las categorías asociadas a todas las variables implicadas. La cercanía entre categorías implica una alta correlación entre ellas, por lo que se estima su inclusión en un mismo perfil.

Figura 29.

Dispersión de categorías significativas para la definición de perfiles



Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, y además del ya definido perfil (congruente con la distribución en valores positivos de la *dimensión 1*), es destacable la configuración de un perfil secundario de personas de 35 a más años, casados y con hijos, con formación universitaria e ingresos entre altos y muy altos. Otras categorías presentan una casi nula correlación y, por ello, son desestimadas en el análisis.

a. OE2: *Estimar diferentes indicadores relevantes en lo relativo al perfil del viaje asumido por el turista en el Caribe costarricense, tales como estadía media, motivaciones y gasto medio en la región.*

El segundo objetivo propuesto se encuentra asociado a la segunda de las secciones integradas en el cuestionario (véase *Anexos I y II*, preguntas 9 a 20).

A la hora de abordar este objetivo, la motivación del viaje es uno de los aspectos centrales en lo relativo a los principales indicadores asociados al perfil del viaje. En este sentido, **casi la mitad** de los encuestados ha sido motivada en su decisión por la posibilidad de **visitar** alguna de las ocho **áreas naturales** presentes en la región. Otras dos motivaciones, relax y práctica deportiva, acumulan hasta un 15.7% y 11% de las respuestas, respectivamente. En este último caso, la **práctica de deportes**, surge un fenómeno turístico subestimado y en auge: la **práctica del surf**, definitivamente en necesidad de valoración para incorporarlo al destino Costa Rica como potencial producto turístico dirigido a amplios mercados turísticos.

Tabla 16.

Distribución por motivación del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
	a		válido
Visita a áreas naturales/Ecoturismo	85	49.4	49.4
Relax	27	15.7	15.7
Práctica de Deporte (surf...)	19	11.0	11.0
Trabajo voluntario/Estudios	14	8.1	8.1

Visita a amigos o familiares	9	5.2	5.2
Negocios	6	3.5	3.5
Visita Cultural (museos, galerías de arte...)	5	2.9	2.9
Tratamiento de salud	2	1.2	1.2
Compras	2	1.2	1.2
Visita a Comunidades Indígenas	2	1.2	1.2
Evento Deportivo	1	0.6	.6

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, las fuentes de información que se asocian a los procesos de decisión del turista juegan un papel importante en la definición del perfil del viaje realizado en la región de Limón:

Tabla 17.

Distribución por fuente de información

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Internet	53	30.8	30.8
Amigos o Familiares	91	52.9	52.9
Agencia de Viajes	14	8.1	8.1
Medios de Comunicación	2	1.2	1.2
Publicaciones Especializadas (Revistas de Turismo, etc.)	5	2.9	2.9
NS/NC	7	4.1	4.1
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Así, hasta más de la mitad de los encuestados (**52.9%**) conciben a **amigos y familiares** como prescriptores y fuente principal de influencia en el proceso de decisión asociado a la elección del destino turístico. En un menor nivel, si bien asimismo con cierta relevancia, se sitúan como fuentes internet (30.8%).

La estancia tanto en el país como en la región concreta del Caribe costarricense es un aspecto informativo de especial relevancia:

Tabla 18.

Distribución por estancia del encuestado en Costa Rica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
	a		válido
3 a 4 días	9	5.2	5.2
5 a 7 días	47	27.3	27.3
8 a 14 días	50	29.1	29.1
Más de 2 semanas	45	26.2	26.2
Residente	21	12.2	12.2
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

En este sentido, hasta un **55.3%** de los encuestados han estado o prevén una estancia en el país de **8 días o más**. En lo relativo a la estancia en la región de Limón, los datos obtenidos son los siguientes:

Tabla 19.

Distribución por estancia del encuestado en la provincia de Limón

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
	a		válido
1 a 2 días	60	34.9	34.9
3 a 4 días	88	51.2	51.2
5 a 7 días	12	7.0	7.0
8 a 14 días	2	1.2	1.2

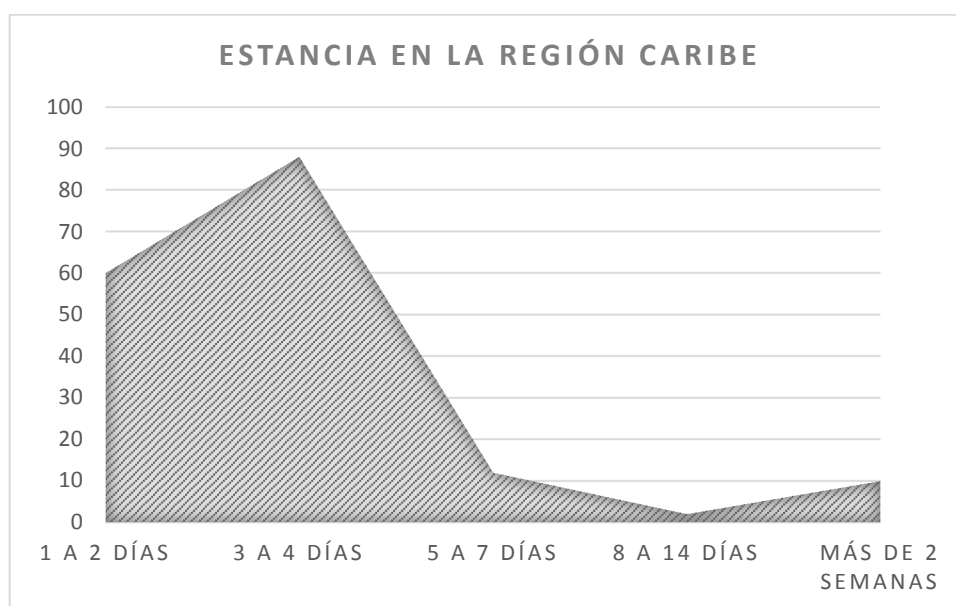
Más de 2 semanas	10	5.8	5.8
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

En este caso, una amplia mayoría del **86.1%** ha estado o prevé estar en la provincia caribeña durante, **como máximo, 4 días**. La estancia en la provincia de Limón, por tanto, se estima considerablemente menor que aquella desarrollada en el periodo vacacional completo en el país.

Figura 30.

Estancia del turista en la región Caribe de Costa Rica



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Para determinar la percepción de los recursos de la región como atractivos turísticos se ha recurrido al método del *golpe de memoria*. En este sentido, se ha cuestionado al turista acerca del lugar o recurso que considera principal en su visita a la provincia. Ante la diversidad de recursos existentes, estos han sido constituidos en tres categorías distintas,

correspondientes a cada una de las áreas diferenciadas de la región: Caribe Norte y Caribe Sur, a las cuales se ha añadido Limón Centro como recurso distintivo y capital de la región.

Tal acercamiento en el citado contexto ha arrojado los siguientes resultados:

Tabla 20.

Distribución por área principal a visitar según el encuestado

	Frecuencia a	Porcentaje	Porcentaje válido
Caribe Sur	153	89.0	89.0
Caribe Norte	17	9.9	9.9
NS/NC	2	1.2	1.2
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Existe un muy alto nivel de consenso en esta cuestión. Hasta un **89%** ha mencionado, en respuesta al *golpe de memoria*, recursos turísticos asociados a la región del **Caribe Sur** y, en concreto, **Talamanca**. Recordemos en este punto que en el análisis cualitativo anteriormente desarrollado, Talamanca ha sido asumido por los expertos como el cantón de la región con un mayor potencial de desarrollo socioeconómico basado en la capacidad de su actividad turística. Externas a la región del Caribe costarricense se han identificado asimismo una serie de regiones a visitar en el paquete vacacional del turista que visita la provincia de Limón. Para ello y del mismo modo que en el caso anterior, se han desarrollado una serie de categorías definidas por los distintivos recursos turísticos asociados a cada una de ellas:

Tabla 21.

Distribución por áreas complementarias de visita del encuestado

	Frecuencia a	Porcentaje	Porcentaje válido
Guanacaste	12	7.0	7.0
Puntarenas	8	4.7	4.7
Valle Central	23	13.4	13.4

Sólo Costa	10	5.8	5.8
Pacífico			
San José	23	13.4	13.4
Todos	68	39.5	39.5
Ninguno más	26	15.1	15.1
NS/NC	2	1.2	1.2

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Una amplia mayoría del **39.5%** de los encuestados expone recursos y localizaciones visitadas o a visitar correspondientes a todas las regiones turísticas distintivas del país.

Por otro lado, ¿cuáles son los aspectos que más y menos han gustado al turista que visita o ha visitado la región caribeña del país? Las respuestas obtenidas se asocian a los siguientes resultados:

Tabla 22.

Distribución por aspectos mejor valorados

	Frecuenci a	Porcentaje	Porcentaje válido
Áreas			
Naturales	79	45.9	45.9
Playas	57	33.1	33.1
Gente y Cultura	25	14.5	14.5
Gastronomía	9	5.2	5.2
Clima	1	0.6	.6
Otros	1	0.6	.6
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

En lo relativo a los aspectos más positivamente asociados a la región como destino turístico se plantean, principalmente, los **recursos naturales** como aspecto relevante y asociado al

cumplimiento de las expectativas, con hasta un **79%** de las respuestas obtenidas. Un **33.1%** del total de los encuestados ha respondido, en concreto, que el recurso mejor valorado es el de las **playas del Caribe costarricense**.

Tabla 23.

Aspectos con peor valoración entre los turistas de la región

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Servicios turísticos reducidos	4	2.3	2.3
Limpieza	51	29.7	29.7
Inseguridad	49	28.5	28.5
Clima	3	1.7	1.7
Precios	10	5.8	5.8
Otros	4	2.3	2.3
Nada	29	16.9	16.9
Carencias en Transporte e Infraestructura	12	7.0	7.0
NS/NC	10	5.8	5.8
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Por el contrario y entre los aspectos que peor se valoran en la región por parte del turista, las carencias en **limpieza (29.7%)** y **seguridad (28.5%)** son los principales recurrentes en el discurso, sumando más de la mitad de las quejas (58.3%).

Estos últimos aspectos se asocian directa e indirectamente a los niveles de satisfacción del turista ya que, en primera instancia y como ha sido expuesto, diferentes señales desarrollan unas determinadas expectativas que, eventualmente, determinan los procesos de decisión y, *a posteriori*, tales niveles de satisfacción:

Tabla 24.

Distribución por nivel de satisfacción del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Bajo	1	0.6	.6
Medio	84	48.8	48.8
Alto	87	50.6	50.6
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Así, ha sido propuesta una cuestión relativa al nivel de satisfacción general con la experiencia turística en la provincia de Limón. Esta cuestión ha sido definida en una escala del 1 al 7, suponiendo 1 un nivel mínimo de satisfacción y 7 un nivel máximo de satisfacción. Los resultados asociados a este planteamiento proyectan un nivel medio de satisfacción situado en el **5.51 (sobre 7)**, lo que supone un **78.7%** de la puntuación total posible. Por tanto, un nivel de satisfacción que, obviando los sesgos específicos de una entrevista cara a cara, otorga una **satisfacción alta** con la experiencia. La desviación típica estimada, asimismo, no prevé intensas variaciones en la tipología de las respuestas.

Tabla 25.

Media en el nivel de satisfacción del encuestado

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Nivel Satisfacción	172	2.00	7.00	5.51	.88184

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Por último cabe hacer referencia al gasto medio estimado de los turistas en la región. Para ello, ha sido diseñada una cuestión relativa a la estimación del gasto medio diario, en primera instancia de modo genérico, y en segunda instancia categorizado en diferentes *ítems*:

Tabla 26.

Distribución por nivel de gasto diario y gastos específicos

	Frecuenci a	Porcentaje	Porcentaje válido
Menos de 30\$/persona	46	26.7	26.7
De 30 a 49\$/persona	52	30.2	30.2
De 50 a 99\$/persona de 100 a 199\$/persona	46	26.7	26.7
200\$/persona o más	17	9.9	9.9
NS/NC	7	4.1	4.1
	4	2.3	2.3
Total	172	100.0	100.0

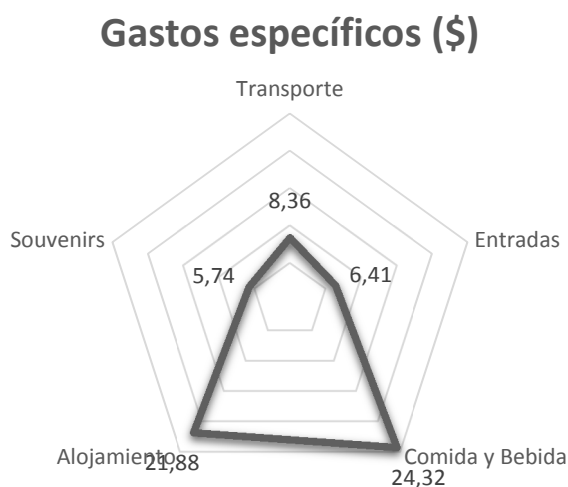
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Transporte	151	.00	50.00	8.36	7.77461
Entradas	152	.00	40.00	6.41	8.24255
Comida y Bebida	152	3.00	200.00	24.32	22.51086
Alojamiento	151	.00	250.00	21.88	28.25256
Souvenirs	151	.00	50.00	5.74	9.41238
N válido (según lista)	151				

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

El nivel de gastos diarios ha sido determinado con la definición de múltiples categorías posibles estimables. Las tres primeras categorías comprenden equitativamente hasta un 83.3% de las respuestas proporcionadas, en un baremo general de entre 0 y 100\$ por persona y día. Por tanto, el gasto medio se sitúa entre bajo y medio o medio-alto. Por *ítems*, comida y bebida (24.32\$), y alojamiento (21.88\$) son los que estiman un mayor gasto diario por persona, mientras que para una de las categorías relativas a transporte, entradas y souvenirs, las cifras se sitúan entre los 5.74\$ y los 8.36\$ diarios de media por persona. La suma de la media de estos gastos estima un **gasto medio** general de **66.71\$** por día y persona en la región, si bien la desviación típica y, por tanto, la variabilidad de las respuestas ofrecidas adquiere unos niveles altos.

Figura 31.

Gastos específicos diarios del encuestado



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

- Podemos, en este punto y de modo conjunto, estimar una perspectiva más o menos real e integrada del perfil principal del viaje realizado por el turista del Caribe costarricense. Así, ***el viaje realizado por este turista posee como motivación primaria la visita de áreas naturales y protegidas en un proceso de decisión activado por amigos y/o familiares como fuente informativa. La estancia en la provincia de Limón suele ser no mayor a 4 días, siendo el Caribe Sur el área de influencia turística principal. En estas regiones, áreas protegidas y playas son los aspectos con mejor valoración, mientras que la falta de limpieza y la inseguridad captan las valoraciones más negativas acerca del destino. Los gastos diarios medios en la región se sitúan en unos 67\$ por persona, principalmente en alojamiento, comida y bebida. El paquete vacacional de este turista suele complementarse con una estancia mayor a 8 días en todas las áreas turísticas referentes del país. La práctica del surf aparece como un potencial producto turístico de alto interés y demanda para la región.***

El perfil dominante de turista en el Caribe costarricense se ajusta por tanto a lo siguiente:

Figura 32.

Representación gráfica del perfil dominante de turista en la región Caribe de Costa Rica



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

A partir de este punto se llevarán a cabo una serie de interrelaciones entre variables que puedan resultar de interés analítico para el presente estudio. En este sentido, podría resultar asimismo de interés la definición de factores que comprendan los criterios de diferentes variables conjuntas para un proceso analítico más profundo.

Por ello se define un análisis factorial constituido por una serie de variables comprendidas en el ámbito explicativo del perfil del turista y su viaje en la región. En principio, son seis las variables seleccionadas por poseer categorías discriminantes, y por tanto considerarlas aptas y relevantes: **edad, número de hijos, gastos diarios, nivel educativo, ingresos y disposición a pagar.**

La matriz anti-imagen del análisis factorial constituido por estas seis variables proporciona los siguientes datos:

Tabla 27.

Matriz anti-imagen para la distribución de variables seleccionada

Hijos	.683 ^a	-.487	-.246	.024	-.276	.175
Edad	-.487	.742 ^a	.018	-.211	.002	-.305
Pago Máximo	-.246	.018	.778 ^a	-.117	.044	.000
ingres2	.024	-.211	-.117	.732 ^a	-.514	-.322
Gastos Diarios	-.276	.002	.044	-.514	.740 ^a	.012
Nivel Educa	.175	-.305	.000	-.322	.012	.720 ^a

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Las correlaciones anti-imagen menores a 0.5 motivan la omisión de las variables en cuestión para un análisis factorial adecuado. En este caso, todas las variables seleccionadas serán incluidas en el análisis. Asimismo el *índice KMO*, que mide la colinealidad entre variables, adquiere un valor de 0.727, representativo de una colinealidad intermedia y, por tanto, significativa, resultando pertinente el análisis factorial.

Tabla 28.

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		.727
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	309.380
	gl	15
	Sig.	.000

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

En relación a la *prueba de Bartlett* se proponen dos hipótesis: una hipótesis nula según la cual la matriz de correlaciones es igual a la matriz de identidad; y otra según la cual ambas serán diferentes. Cuando la significación es menor a 0.05 (caso que nos ocupa –0.00–)

rechazaremos la hipótesis nula. Por tanto, en este caso la matriz de correlaciones es distinta a la de identidad y, en consecuencia, el modelo factorial puede ser adecuado y pertinente en relación a una explicación adecuada de los datos. Asimismo, la tabla de varianza total explicada, útil para la estimación de los factores a obtener, es la siguiente:

Tabla 29.

Varianza total explicada

Comp	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianz a	% acumulado	Total	% de la varianz a	% acumulado	Total	% de la varianz a	% acumulad o
1	2.953	49.212	49.212	2.953	49.212	49.212	2.407	40.113	40.113
2	1.013	16.878	66.089	1.013	16.878	66.089	1.559	25.976	66.089
3	.761	12.675	78.764						
4	.654	10.899	89.664						
5	.343	5.710	95.374						
6	.278	4.626	100.000						

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

La varianza total explicada con el modelo es del 66.1%. Los resultados obtenidos proponen la obtención de dos factores que incorpore las seis variables de selección en la siguiente distribución por componentes, la cual ha sido rotada para la obtención de un mejor modelo:

Tabla 30.

Matriz de componentes del análisis factorial

	Componente	
	1	2
Hijos	.718	.417
Edad	.800	-.018
Pago Máximo	.422	.692
ingres2	.822	-.236
Gastos		
Diarios	.765	-.073
Nivel		
Educativo	.598	-.547

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Los dos componentes o factores estarían integrados, por tanto, del siguiente modo:

- **Factor 1:** constituido por las variables *edad, ingresos, hijos, nivel educativo y gastos diarios*. Estas variables constituirán una nueva variable compuesta denominada **Status**. Este factor cobra especial relevancia por su capacidad explicativa: hasta un 40% del modelo.
- **Factor 2:** constituido por la variable *disposición a pagar (pago máximo por la visita a áreas protegidas)*. Esta variable constituirá un factor denominado **Disposición a pagar**.

En este punto resulta interesante proceder a la interrelación de variables significativas para comprobar en qué medida determinados aspectos de la realidad y dinámica turística de la región explican los niveles de variación de otras. Para ello, se seleccionan una serie de variables independientes o explicativas cuyo recurso pretende explicar la variabilidad de otra serie de variables seleccionadas y, en este caso, dependientes. El primer tipo de variables se trata de aspectos asociados al perfil del turista y en él serán *nivel educativo,*

ingresos y origen del turista. Las variables explicadas o dependientes serán, por interés para el estudio, *estancia, gastos diarios, lugar principal a visitar, valoraciones de los mejores y peores aspectos de la región, nivel de satisfacción y disposición a pagar.*

A tal efecto serán elaboradas, en base a las características de cada variable específica a interrelacionar, tablas ANOVA para la comparación de medias y tablas de contingencia.

a) Nivel educativo

Con la finalidad de comprobar las tendencias asumidas por la interrelación de la variable *nivel de estudios* y su variación con la de otras variables dependientes, han sido seleccionadas una serie de variables dependientes y relevantes a explicar: estas son *nivel de disposición a pagar y nivel de satisfacción.* Se pretende abordar la estimación en la variación de las medias de las variables implicadas y, de tal modo, concluir si de algún modo entre estas se generan interrelaciones relevantes. En primer lugar es necesaria definir la viabilidad de los potenciales análisis derivados de estos cruces:

Tabla 31.

ANOVA de un factor para determinar la inclusión de variables en el modelo

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Nivel Satisfacción	Inter- grupos	1.119	2	.559	.717	.490
	Intra- grupos	131.858	169	.780		
	Total	132.977	171			
Disp. Máx.	Inter- grupos	9.149	2	4.574	3.092	.048
	Intra- grupos	245.561	166	1.479		
	Total	254.710	168			

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Con estos resultados, el cruce con la variable *Disposición a pagar* parece pertinente, no así con el *Nivel de satisfacción*, probablemente por la escasa capacidad discriminante de sus diferentes categorías.

Tabla 32.

Media en la disposición a pagar por niveles de educación

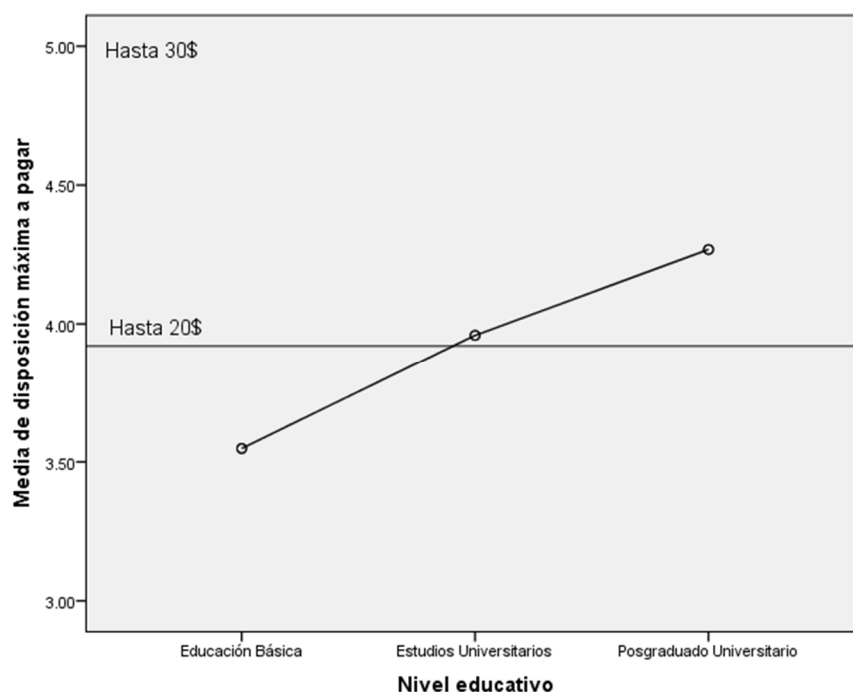
	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Educación Básica	31	3.5484	1.17866	.21169	3.1160	3.9807	1.00	6.00
Estudios Universitarios	97	3.9588	1.22404	.12428	3.7121	4.2055	1.00	6.00
Posgraduado Universitario	41	4.2683	1.22524	.19135	3.8816	4.6550	1.00	6.00
Total	169	3.9586	1.23131	.09472	3.7716	4.1456	1.00	6.00

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Se observa en la tabla expuesta una interrelación directa entre la variación de las medias de ambas variables. Un acercamiento gráfico a esta variación será más inteligible a través de lo expuesto en la figura 32, correspondiente a la expresión gráfica de la variación de ambas medias:

Figura 32.

Variación de las medias de disposición a pagar y nivel educativo



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Se observa en la línea de tendencia un aumento directo en la variación de la media de las variables interrelacionadas, de modo que **cuanto mayor es el nivel educativo del turista que visita la región Caribe de Costa Rica, mayor es su disposición a pagar por el uso y disfrute de áreas protegidas en su territorio**. La media de todos los niveles universitarios de estudio es superior a la media general de la muestra, representada en la línea central media.

b) Nivel de ingresos

En relación a esta variable se ha llevado a cabo el mismo proceso que en la anterior.

Tabla 33.

ANOVA de un factor para determinar la inclusión de variables en el modelo

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Disp. Máx.	Inter- grupos	52.169	6	8.695	6.892	.000
	Intra- grupos	191.769	152	1.262		
	Total	243.937	158			
Nivel Satisfacción	Inter- grupos	4.481	6	.747	.934	.472
	Intra- grupos	123.920	155	.799		
	Total	128.401	161			

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Del mismo modo que en el anterior caso, la variable *Nivel de ingresos* en interrelación con la variable *Disposición a pagar* presenta una significación menor a 0,05 y, por tanto, su análisis conjunto es viable. De nuevo la baja variabilidad en las respuestas asociadas al nivel de satisfacción parece impedir un eficiente análisis conjunto de ambas variables.

Tabla 34.

Variación en la disposición a pagar media por nivel de ingresos

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
1000\$/mes o menos	53	3.3396	1.22386	.16811	3.0023	3.6770	1.00	6.00
De 1000 a 1999\$/mes	24	3.7500	.84699	.17289	3.3923	4.1077	1.00	5.00

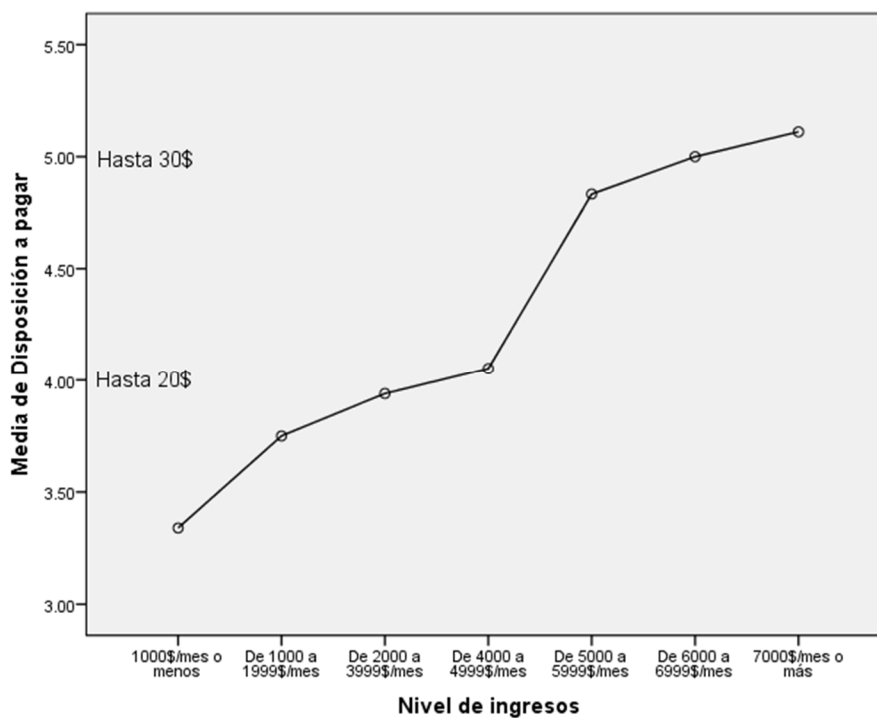
De 2000 a 3999\$/mes	33	3.9394	1.08799	.18939	3.5536	4.3252	1.00	6.00
De 4000 a 4999\$/mes	19	4.0526	1.47097	.33746	3.3436	4.7616	1.00	6.00
De 5000 a 5999\$/mes	12	4.8333	.57735	.16667	4.4665	5.2002	4.00	6.00
De 6000 a 6999\$/mes	9	5.0000	1.00000	.33333	4.2313	5.7687	3.00	6.00
7000\$/mes o más	9	5.1111	1.05409	.35136	4.3009	5.9214	3.00	6.00

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Se observa una correspondencia entre el aumento de las medias de ambas variables, como expone el gráfico de tendencia de las medias:

Figura 34.

Variación en la disposición a pagar media por nivel de ingresos



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

La relación entre ambas variables es directa. **A mayor nivel de ingresos, mayor es la disposición a pagar por el uso y disfrute de las áreas protegidas.** La tendencia es continua, si bien existe un salto exponencial en la media asociada a la disposición a pagar de aquellos niveles de ingresos situados en los 5000\$ mensuales.

c) Origen del turista

Por último, resulta interesante explicar la variable dependiente a partir de la variable nominal *origen del encuestado*. Esta variable dependiente se presenta conceptualizada de dos diferentes modos tras una doble recodificación de la misma: en primer lugar una división por continente de procedencia, y en segundo lugar en variable categórica definida por el carácter nacional o extranjero de la actividad turística. La siguiente tabla de contingencia (Tabla 35) presenta los datos relativos a la explicación de la variable referente al turismo nacional y extranjero:

Tabla 35.

Casos en diferentes disposiciones a pagar según tipo de turismo

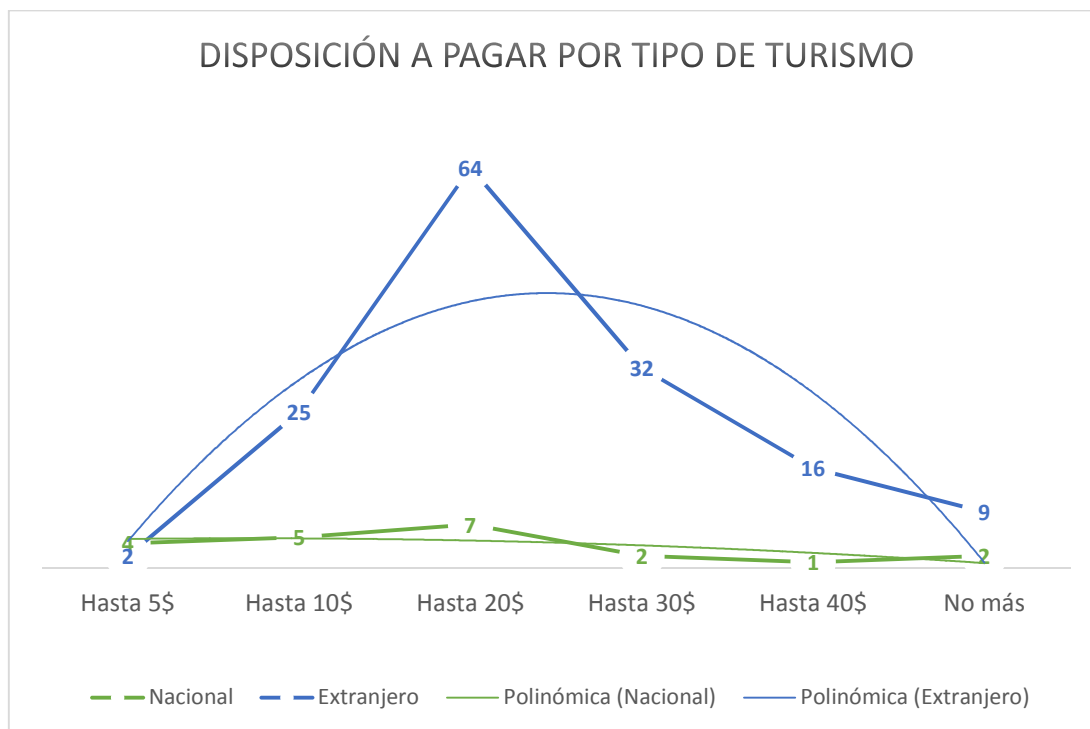
	Pago Máximo						NS/NC	Total
	Hasta 5\$	Hasta 10\$	Hasta 20\$	Hasta 30\$	Hasta 40\$	No más		
Nacional	4	5	7	2	1	2	1	22
Extranjero	2	25	64	32	16	9	2	150
	6	30	71	34	17	11	3	172

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Existe una mayor concentración de casos, tanto en el turismo nacional como el extranjero, en la categoría de 20\$.

Figura 35.

Disposición a pagar por tipos de turismo



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

La distribución por categorías en la variable *disposición a pagar* expone la concentración citada. Ha sido agregada una línea de tendencia polinómica de orden 2 a ambas categorías de origen, la cual confirma una mayor concentración entre los 20 y 30\$. Por continente, la distribución es la siguiente (Tabla 36 y Figura 37):

Tabla 36.

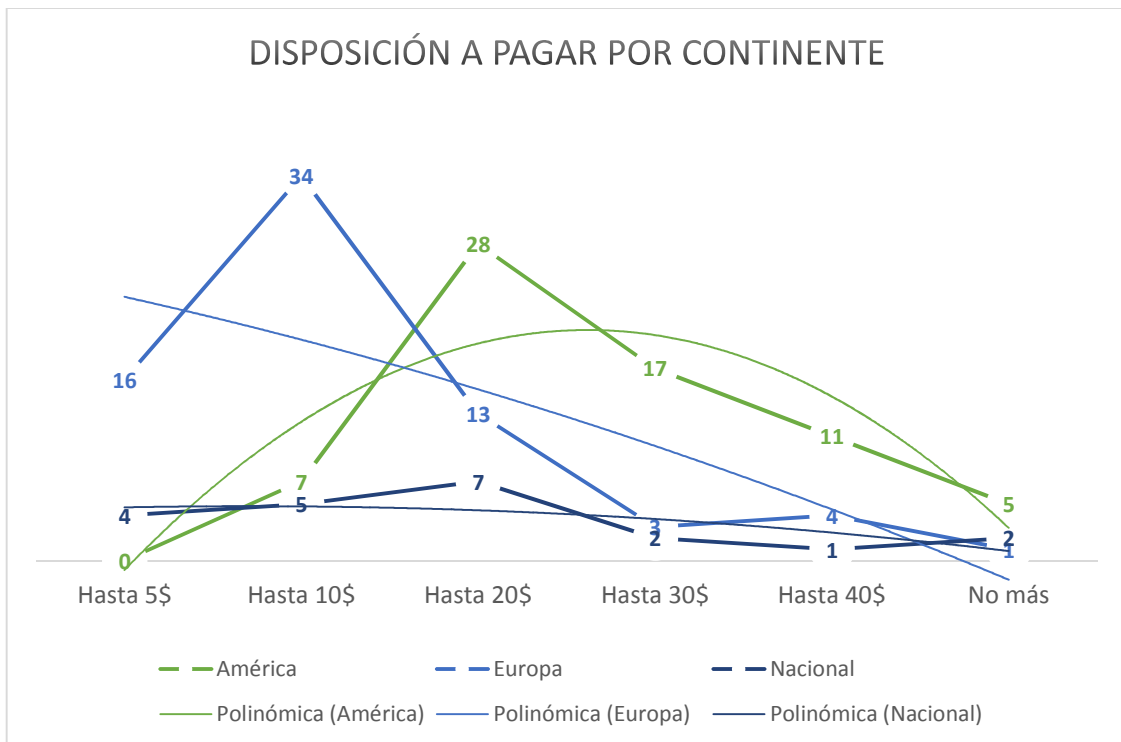
Distribución en la disposición a pagar por continente de origen

	Pago Máximo							Total
	Hasta 5\$	Hasta 10\$	Hasta 20\$	Hasta 30\$	Hasta 40\$	No más	NS/NC	
América	0	7	28	17	11	5	1	69
Europa	2	16	34	13	3	4	1	73
Asia	0	0	1	1	2	0	0	4
Otros	0	2	1	1	0	0	0	4
Nacional	4	5	7	2	1	2	1	22
Total	6	30	71	34	17	11	3	172

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Figura 36.

Disposición a pagar por continente de origen



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

En el gráfico se muestran los casos constituyentes de las tres categorías más significativas: turismo europeo, turismo americano (descartando el nacional) y turismo nacional. Se observa una mayor concentración relativa en categorías **mayores de disposición a pagar** (entre los 20\$ y 30\$) para el **turismo residente en América** (no nacional). En lo relativo al turismo europeo y el turismo nacional, la concentración relativa de casos se establece en mayor medida en cuantías menores (entre los 10\$ y 20\$).

b. OE5: *Determinar si existe una diferente propensión a pagar cuando sistemas de certificación de sostenibilidad turística se consolidan en las políticas del destino.*

c. OE6: *Definir, de ser el caso, en qué medida existe una (mayor) propensión a pagar por parte del potencial turista en el caso del destino eco-certificado.*

Los dos últimos objetivos se estiman en función de las respuestas conseguidas en la tercera y última de las secciones planteadas en el cuestionario (véanse *Anexos I y II*, preguntas 21 a 23).

Para ello y en primer lugar, serán desarrollados una serie de descriptivos relacionados con las tres variables que constituyen el centro de atención de los objetivos anteriores. Estas variables son las variables categóricas *relevancia de la certificación de destino sostenible para la decisión del destino turístico*, *pagaría más por destinos certificados* y la variable de escala *disposición a pagar*. Las frecuencias de cada una de las categorías a las que se ha asignado respuesta son las siguientes:

En el primero de los casos, *relevancia de la certificación del destino sostenible para la decisión del destino turístico*, los datos obtenidos son los siguientes:

Tabla 37.

Relevancia de la certificación del destino sostenible en la decisión del turista

	Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido
Si	100	58.1	58.1
No	72	41.9	41.9
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Una mayoría del **58.1%** de los encuestados expone que el hecho de que Costa Rica se encuentre certificada como destino turístico sostenible **ha resultado o resultaría relevante** en su proceso de decisión. Algo menos de la mitad de los encuestados, sin embargo, no han tenido en cuenta este aspecto a la hora de escoger el destino. En todo caso son estos resultados favorables para el sistema de certificación en un destino cuya principal actividad turística se encuentra íntimamente relacionada con el eco-turismo.

Por otro lado, el encuestado ha sido cuestionado acerca de su disposición o no a pagar más por el uso y disfrute de áreas protegidas en un destino como Costa Rica, siendo garantizado el uso de estas tarifas en la conservación del patrimonio natural. En este caso, los datos obtenidos son los siguientes:

Tabla 38.

Porcentajes relativos a la disposición o no a pagar más por entrada en áreas naturales protegidas del destino certificado

	Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido
Si	153	89.0	89.0
Válidos No	19	11.0	11.0
Total	172	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

En este último caso las diferencias parecen ser mayores. Una amplia mayoría del 89% afirma pagaría más por el uso y disfrute de estas áreas protegidas en destinos certificados bajo el contexto citado. El sesgo de esta cuestión se centra en el concepto asociado a *más*, ya que el nivel de conocimiento de las tarifas de entrada es variable. Sin embargo, la siguiente cuestión ofrece datos más concretos al respecto.

Esta última pregunta asociada al sistema de certificaciones de sostenibilidad turística asocia esta mayor disposición a pagar con categorías concretas en el nivel de pago. Las categorías, en dólares, estiman los siguientes resultados:

Tabla 39.

Distribución relativa de los diferentes niveles asociados a la disposición a pagar

	Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido
Hasta 5\$	6	3.5	3.5
Hasta 10\$	30	17.4	17.4
Hasta 20\$	71	41.3	41.3
Hasta 30\$	34	19.8	19.8
Hasta 40\$	17	9.9	9.9
No más	11	6.4	6.4
NS/NC	3	1.7	1.7
Total	172	100.0	100.0

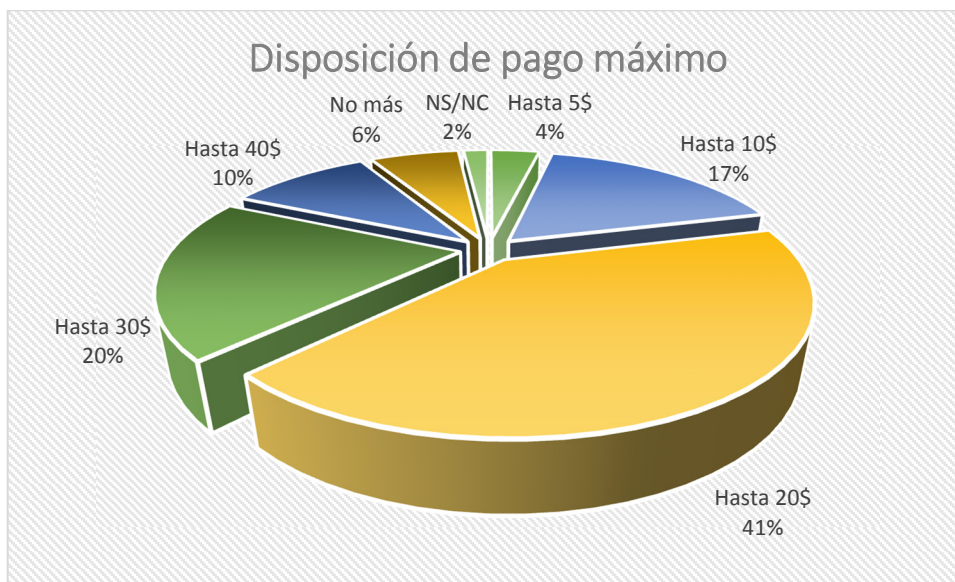
Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Hasta un **41.3%**, casi la mitad de la muestra obtenida, afirma que estaría dispuesto a pagar **hasta 20\$** por la entrada en áreas protegidas de la región certificada teniendo en cuenta el contexto de la cuestión anterior. Centrándonos en la región del Caribe costarricense, la tarifa máxima de entrada a un Parque Nacional es la del *Parque Nacional Chirripó*, compartido por las provincias de Limón, San José y Cartago. Asimismo, hasta un **29.8%**, casi un tercio de la muestra, estaría dispuesto a pagar más de esos 18\$ establecidos como

máxima tarifa en Costa Rica e, incluso, más de esos 20\$, llegando a asumir específicamente tarifas de 30 y 40\$.

Figura 37.

Distribución gráfica de los diferentes niveles en la disposición a pagar



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Una vez expuestas las referencias anteriores y de especial interés para el estudio, este punto hará referencia a la certificación como herramienta de sostenibilidad turística en la región Caribe de Costa Rica. En el diseño metodológico se propone la elaboración de una **regresión logística** que implique a la variable *disposición a pagar* con alguna de las variables relevantes de análisis. Para ello y por necesidades intrínsecas de la tipología analítica, la variable dependiente o explicada en base a otras independientes ha de ser categórica.

El **objetivo final** planteado con la regresión logística es el de explicar y pronosticar la pertenencia o adscripción de los potenciales turistas que visiten la región a cada una de estas dos categorías. Se ha valorado para ello en primer lugar la inclusión de una serie de variables que puedan resultar explicativas para, eventualmente, incorporarlas al modelo final en un intento de explicar el máximo porcentaje posible. Además, será incluido el factor *Status* obtenido en el análisis factorial previamente desarrollado.

La variable dependiente a introducir será *pagaría más*. En este sentido y tras haber incorporado ciertas variables al modelo, estos han sido los resultados:

Tabla 40.

Modelo 1. Variable dependiente: Pagaría más. Variable independiente: Status

Observado		Pronosticado			
		Pagaría Más		Porcentaje correcto	
		Si	No		
Paso 1	Pagaría Más	Si	140	3	97.9
		No	15	4	21.1
Porcentaje global					88.9

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

En el modelo 1 (Tabla 40), la variable independiente introducida es la de *Status* (Sig.=0.000). El **Status parece ser altamente explicativo** y potencialmente muy buen pronosticador de aquellos turistas que se mostrarían dispuestos a pagar más en el contexto del destino certificado. En la muestra ofrecida, el factor Status **ha clasificado correctamente 140 casos, el 97.9% de aquellos que sí pagarían más. El porcentaje global explicativo del modelo es alto, del 88.9%**. Asimismo, la variable status ha clasificado correctamente 4 de 19 casos de la categoría *no pagaría más que el máximo actual*, un nivel explicativo que, si bien bajo (21.1%), ayuda en el aumento de la capacidad predictiva global.

Disociando el factor, es la variable ingresos (Sig.=0.004) aquella que parece tener capacidad predictiva. Concretamente (Tabla 41), *ingresos* ha clasificado correctamente a 153 casos de aquellos turistas que estarían dispuestos a pagar más, un 100%. Sin embargo, la variable *ingresos* es incapaz de pronosticar aquellos casos que no estarían dispuestos a pagar más en el contexto dado. La capacidad global explicativa, en todo caso, es alta (89%).

Tabla 41

Modelo 2. Variable dependiente: Pagaría más. Variable independiente: Ingresos

		Observado	Pronosticado		Porcentaje correcto
			Pagaría Más		
			Si	No	
Paso 1	Pagaría Más	Si	153	0	100.0
		No	19	0	.0
Porcentaje global					89.0

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

Otras variables definitorias como son *estado civil* o *número de hijos* no parecen ser significativas a la hora de pronosticar la pertenencia, si bien el *nivel educativo* es asimismo altamente explicativo para una de las categorías, al igual que el nivel de ingresos. Otros modelos combinatorios, asimismo, son significativos en menor medida, siendo status (y nivel de ingresos en menor medida) el elemento con mejor y mayor capacidad predictiva del comportamiento y pertenencia de los potenciales turistas de la región.

IV. CONCLUSIONES FINALES

El Caribe costarricense se encuentra íntimamente asociado a un contexto diferenciado y específico dentro del destino Costa Rica, esencialmente natural y altamente representativo de la actividad eco-turística. Su profundidad natural y el exotismo inherente a su privilegiada localización geográfica como destino turístico le proporcionan una importante ventaja competitiva en el mercado tanto nacional como internacional. Este es el contexto pero, ¿cuál es la situación real del destino? Calidad y sostenibilidad, dos conceptos con amplia viabilidad para su interrelación, surgen como elementos cuya planificación y gestión ha de implicar la actividad, correcta y adecuada, de todos los actores asociados a la dinámica socioeconómica de la región. Esta situación objetiva del sistema de gestión en el destino activa eventualmente los procesos de valoración del potencial turista que, en base a las señales recibidas desde el propio destino, elabora y determina su proceso de decisión. Para que un destino no decrezca en niveles de competitividad, la certificación como señal del destino al mercado de atracción ha de ajustarse, ceñirse a sus criterios y en su aplicación a efectos de calidad ya que, en caso de una disociación parcial de ambos aspectos, las expectativas como propulsoras de los procesos de decisión no serán cubiertas *a posteriori* y, eventualmente, los niveles de satisfacción del turista experimentarán una significativa declinación, con una consecuente baja probabilidad de repetición y bajo alcance. Abordamos en este punto los aspectos determinantes:

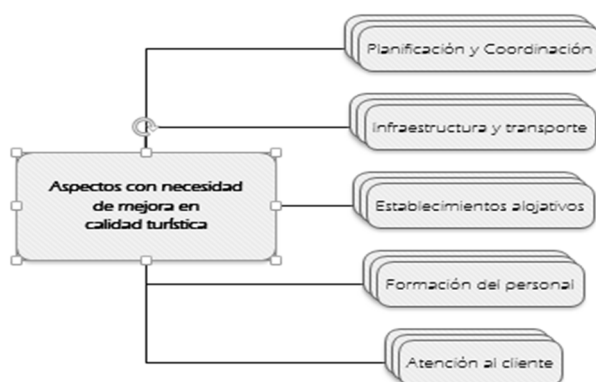
A. CALIDAD

Desde el ámbito y la perspectiva de la oferta, el Caribe costarricense como destino turístico posee unos niveles de calidad turística intermedios y, en todo caso, menores a los exigidos para el desarrollo de una dinámica turística altamente competitiva y sostenible. En resultados derivados del análisis cualitativo del fenómeno turístico los participantes, todos ellos profesionales constituyentes de alguno de los ámbitos implicados en la actividad turística de la región, proyectan con sus respuestas unos resultados que asumen una media en los **niveles de calidad** de 2.71 sobre 5, es decir, un **54.2% sobre la puntuación máxima** posible. Hasta un 40% de los participantes considera asimismo que este nivel de calidad es, en práctica, incluso menor, y hasta un 80% considera que en ningún caso es mayor. En un ámbito más específico de la cuestión, son múltiples los aspectos recurrentes en el discurso acerca de la calidad desde la perspectiva de la información propia del destino

y, en concreto, uno de ellos exige una parcial centralización de los esfuerzos de acción: la **mejora en el sistema de planificación e integración de todos los actores en las políticas turísticas** de la región, aspecto que hasta un **80%** de los participantes considera prioritario. Si bien estos son datos de carácter informativo extraídos de la propia aplicación metodológica cualitativa, en múltiples conversaciones informales dentro del ámbito y hasta el momento, este es un aspecto central en las exposiciones orales de la problemática turística en la región.

Figura 38.

Aspectos con necesidad de mejora en calidad turística en la región Caribe de Costa Rica



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario *Delphi*.

El Caribe costarricense, asimismo, posee una oficina del ICT en Limón, si bien su personal es reducido y la autonomía de sus acciones parece tener limitaciones funcionales. Como parte de unas reflexiones externas a la investigación técnica, y constituyentes de una observación participante *informal*, la centralización de la capacidad de gestión del **ICT** parece podría llegar a ser una limitación a las potencialidades de la región en su planificación turística. Una **mayor autonomía** podría asumir en mayor medida el contexto regional e incorporar así sus peculiaridades a la planificación, en este caso menos centralizada. El ICT regional ha de constituirse, de tal modo y sustentado en la necesaria actividad central, como el impulsor en la búsqueda de soluciones derivadas de la problemática planteada y coordinador de la acción conjunta. Es de hecho considerado el

Sector Público, en toda su amplitud, como aquel sector que presenta una mayor dificultad para integrarse en las políticas conjuntas, con hasta un **60%** de consenso.

Sin embargo y como se encuentra expuesto en la ilustración anterior otras problemáticas, ya en menor medida, se asocian a **servicios e instalaciones** (principalmente en lo relativo a carencias en establecimientos alojativos y servicio de transporte) **y formación del personal**. Como ejemplo representativo, sólo un hotel de todos los de la región posee más de 3 estrellas. Son aspectos sobre los que, efectivamente, podría valorarse la implementación de programas de mejora para aumentar la calidad del destino. Estos serán aspectos referidos en una posterior sección relativa a propuestas de mejora.

En lo relativo a la percepción de calidad desde la perspectiva de la demanda, el turista valora **muy positivamente la paisajística y el contexto natural** de la región, si bien estima como **negativos** de modo muy recurrente tanto la **falta de limpieza como la inseguridad percibida**. El **nivel de satisfacción** general del turista con la región Caribe como destino turístico es, en todo caso y obviando los sesgos del *cara a cara*, **alto**.

B. SOSTENIBILIDAD

Costa Rica es un destino turístico altamente representativo en el ámbito de la conservación natural, la sostenibilidad y, en definitiva, del fenómeno del Eco-Turismo. Más de 2 millones de turistas anuales, un alto porcentaje de los cuales se encuentra motivado por sus áreas de conservación natural, certifican al país como uno de los destinos ecológicos más importantes del Mundo. Esto es así por un motivo principal: las áreas naturales del país, como uno de los elementos que sustentan las economías públicas y privadas del mismo, han sido identificadas como una ventaja competitiva no sólo en el ámbito turístico y, por ello, la legislación⁹ desarrollada a lo largo de las últimas décadas se ha determinado en base a rigurosos criterios ambientales orientados a la protección de la tierra, el paisaje y la gran biodiversidad. Del mismo modo se han venido desarrollando MBPAs¹⁰ (Manuales de Buenas Prácticas Ambientales). Todas estas acciones plantean una reducción en los

⁹ Enlace web al *Compendio de Legislación Ambiental de Costa Rica*, elaborado en colaboración con el USAID. Año 2010.

¹⁰ Enlace web a Manual de Buenas Prácticas Ambientales en Costa Rica. Tribunal Ambiental Administrativo. Año, 2010.

impactos negativos en los ámbitos ambiental, económico y social, así como un mejor posicionamiento del destino eco-turístico en los mercados nacional e internacional (Fig. 26). Por otro lado e igualmente en paralelo, la CST de Costa Rica se constituye como una de las certificaciones referencia en el ámbito de la sostenibilidad turística mundial. Derivado de esta, existe asimismo un reglamento¹¹ específico bastante riguroso para la adopción privada de su sistema y, en consecuencia, se han identificado mejoras en calidad y sostenibilidad derivadas de tal instrumento. La CST, como certificación del destino turístico, promueve un mejor conocimiento del mercado tanto desde la oferta como desde la demanda y, en consecuencia, un mayor equilibrio en el mercado y la reducción de la asimetría informativa inherente a él.

Sin embargo, y como punto de inflexión en este discurso, no siempre la teoría se compromete en sintonía con la práctica y, en este caso, el Caribe costarricense podría parecer representativo de tal afirmación. El consenso obtenido en los resultados proyectados por la investigación cualitativa dirigida hacia aspectos de sostenibilidad turística en la región ha de ser, cuanto menos, objeto de reflexión. Las respuestas obtenidas por los participantes y profesionales del ámbito turístico en Limón exponen un nivel relativamente bajo en la **adecuación de las políticas de sostenibilidad** anteriormente mencionadas en la región Caribe, siendo este de 2.0 en una escala de 5.0, es decir, un **40% de la puntuación máxima** posible. Teniendo la CST como rigurosa catalizadora de las políticas de sostenibilidad turística en el país, un síntoma de esta supuesta problemática puede ser observado en la tabla de concesiones de la **CST** a empresas turísticas en la región Caribe. Son exclusivamente 9 las empresas turísticas a las que les ha sido otorgada esta certificación, es decir, **sólo un 4%** del total de 222 otorgadas en el país. En el lado contrario y como ejemplo comparativo, la provincia pacífica de Puntarenas y área más turística del país posee el 26.57% de estas.

Y, ¿por qué esta referencia a la certificación sostenible del destino? Dada la baja adecuación percibida desde la oferta en lo tocante a la adaptación y control de políticas de sostenibilidad turística en la región y cuestionados los expertos implicados, en consecuencia, acerca de las posibles líneas a priorizar como elemento resolutivo a esta problemática, el **fortalecimiento de los programas de certificación (CST, BAE) sindica a un amplio 60%** de estos. Efectivamente existe no sólo fe en estos programas de certificación para la mejora de la calidad y competitividad, sino también bases reales para la voluntad en su adopción. Para que esto se realice de modo eficiente como medio a través del cual proceder a un aumento observable de la calidad y competitividad turística, todos los

¹¹ Enlace web al Reglamento para el otorgamiento del Certificado de Sostenibilidad Turística. Decreto Ejecutivo nº 36012-MINAET-MEIC-TUR del 7 de Abril de 2010.

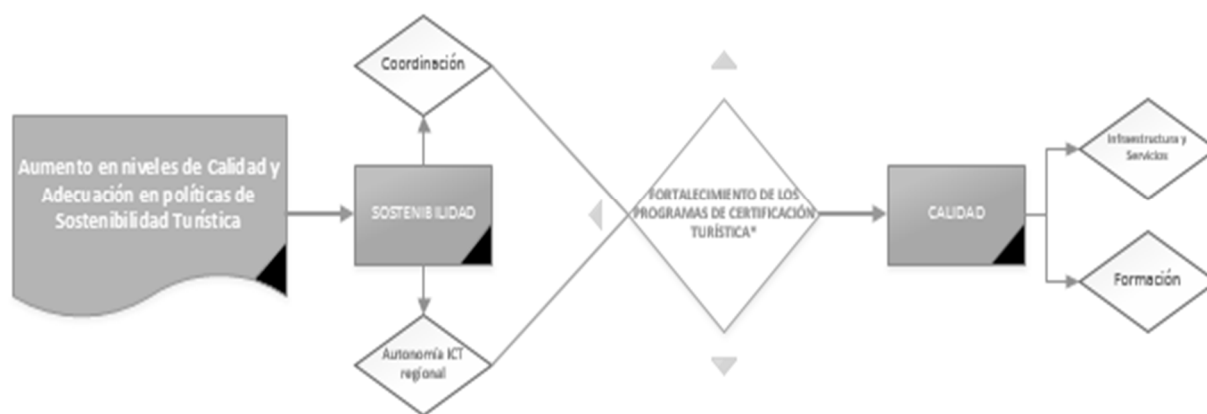
actores han de implicarse en comunión, adecuada y eficientemente. Pero volvamos en este punto un paso atrás: **¿es posible esta coordinación?** Según un **50%** de los expertos participantes implicados en la investigación cualitativa, definitivamente **no**. Un 17% complementario opina que *quizá*, en base a determinadas condiciones del contexto. Y, ¿quién responde ante esta problemática percibida? Igualmente expuesto con anterioridad, hasta **un 60%** opina que el amplio **Sector Público** presenta una mayor dificultad para su eficiente integración en estos objetivos.

Conocemos en este punto, de tal modo, la perspectiva global de parte representativa de la posición de oferta del destino: en un destino con altas implicaciones eco-turísticas como el Caribe costarricense, el nivel de calidad de los servicios turísticos es intermedio-bajo, pudiendo ser la posible causa más significativa (entre otras y obviando un importante elemento como son sus comparativamente bajos niveles de desarrollo socioeconómico) la falta de coordinación y eficiencia planificadora entre los actores implicados y, principalmente, en lo relativo a las responsabilidades del Sector Público como catalizador de la acción de gestión. Asimismo y por motivos similares, la rigurosa legislación basada en criterios de sostenibilidad del país no encuentra en la región Caribe, provincia de Limón, los niveles adecuados y necesarios de calidad, incentivación e implicación en el sector privado.

Por toda esta problemática expuesta, el fortalecimiento de los programas de certificación sostenible recurre en el discurso extraído de la aplicación metodológica cualitativa como potencial elemento correctivo de la misma. Y en este sentido surge una nueva cuestión planteada: ¿cuál es el posible escenario más beneficioso para la mitigación de tales problemáticas?, es decir, ¿cómo fortalecer ese sistema en la región? Los resultados exponen que una imagen distintiva para el Caribe costarricense, para la provincia de Limón, es el escenario considerado más atractivo en el abordaje de estas problemáticas. En concreto, una mayoría de este total (60%) considera que podría ser productiva la **integración de la imagen diferenciada del Caribe Costa Rica en las políticas de sostenibilidad turística derivadas del CST pero contextualizadas en la distintiva circunstancialidad de la región**, lo que nos lleva, de nuevo, a la reflexión acerca de los potenciales **beneficios de una mayor autonomía** y disposición de recursos de la oficina del ICT en la provincia de Limón.

Figura 39.

Aumento en los niveles de calidad turística derivado del fortalecimiento de las políticas de sostenibilidad certificada



Fuente: Elaboración propia

Pero, ¿y desde la perspectiva de los mercados emisores? En el ámbito de la demanda, todo lo anteriormente expuesto tiene anclajes y procesos asociativos altamente interesantes, y en ello se ha basado parte del diseño metodológico cuantitativo.

El análisis de las certificaciones de sostenibilidad turística desde la perspectiva de la demanda y el propio turista nacional e internacional parte de dos ideas: el turista asociado a la tipología *eco-turismo* la usa como referencia para la elección de su destino y, asimismo, la disposición a pagar por el uso y disfrute de áreas naturales protegidas aumenta en destinos certificados cuando estos beneficios son usados para su propia conservación.

Así, los datos han proyectado una serie de información relevante: el turista, en un porcentaje relativamente alto, considera **relevante el hecho de que un eco-destino se encuentre certificado para asumir su decisión (58.1%)**. La gran mayoría (**89%**) **estaría dispuesto a pagar más por la entrada a áreas protegidas en estos destinos**, estableciéndose una **mayor concentración relativa de casos que estarían dispuestos a pagar hasta 20\$ (41.3%) y hasta más (71%)**. Esta última categoría supone un pago mayor al ya establecido actualmente en la región. Concretamente, el **turista americano** (excluyendo el turista nacional) es el que en mayor medida se encuentra dispuesto a un mayor pago por el uso y disfrute de áreas protegidas en la región, por encima del turista

europeo y nacional. La motivación del viaje, en todo caso, no parece ser una variable tan relevante en esta relación.

Por último, nivel de ingresos y nivel de estudios son dos variables que poseen una relación directa sobre las variaciones en la disposición a pagar, siendo el **Status** un factor altamente explicativo y principal predictor de la tendencia del turista en este ámbito, con capacidad para pronosticar, en gran medida, la disposición o no a pagar del turista en base a sus características socioeconómicas.

I. PROPUESTAS

Ante todo lo expuesto y complementariamente, es necesario establecer unas líneas genéricas de acción en diferentes ámbitos que orienten el abordaje del fenómeno turístico y su problemática en la región del Caribe de Costa Rica y, así, sirvan para la elaboración de un programa de acción necesariamente más detallado. Algunas líneas serán propuestas para abordajes posteriores del fenómeno:

- a. Estructura turística regional*
- b. Calidad y sostenibilidad turística*
- c. Producto turístico*
- d. Formación*
- e. Marketing*

L1. ESTRUCTURA TURÍSTICA REGIONAL	L2. CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA	L3. PRODUCTO TURÍSTICO
Definir una estructura de coordinación Universidad-Comisión Turismo-ICT	Desarrollo de un profundo diagnóstico de la infraestructura turística	Refuerzo genérico del producto naturaleza
Proveer a la Universidad de recursos orientados a la investigación turística	Diseño de un programa de incentivos a la empresa privada para su asunción del sistema de certificación turística	Diversificación funcional del producto turístico en la región a partir del estudio de la demanda
Desarrollo de una Comisión Turística que implique los ámbitos académico, empresarial, social y ejecutivo	Diversificación de la CST como <i>Caribe Sostenible</i> , orientada a un riguroso control en criterios de sostenibilidad para el aumento de la calidad turística	Valoración del producto Gastronomía-Cultura para el cantón central de Limón y los cantones de Matina, Guácimo y Siquirres. Diseño de una ruta temática en el ámbito
Aumento de las competencias regionales y recursos del ICT en Limón	Aumentar el número de establecimientos con declaratoria turística en la región	Refuerzo del producto naturaleza y deporte en el cantón de Pococí
Desarrollo de una Comisión Inter-cantonal en el ámbito de la planificación turística	Aumentar el número de empresas con Certificación de Sostenibilidad Turística	Refuerzo del producto Naturaleza en el cantón de Talamanca. Diseño del producto deportivo, con énfasis en el Surf como disciplina turística.
	Diversificar la oferta del servicio de transporte a la región, promoviendo mayores niveles de competitividad	
	Establecimiento de auditorías anuales para la valoración de los servicios hoteleros	
	Regulación de un porcentaje mínimo de empleo local en la empresa turística	
	Estudios de capacidad de carga en las principales áreas de influencia turística y comunidades indígenas	

L4. FORMACIÓN	L5. MARKETING
Diversificación de la oferta formativa en turismo sostenible en las diferentes sedes universitarias de la región	Orientación de la marca <i>Caribe Sostenible</i> hacia, principalmente, un mercado objetivo de alto Status y poder adquisitivo.
Diseño de formaciones específicas en el campo del Turismo, en todos sus posibles ámbitos	Definición de tipologías de mercado objetivo
Cursos específicos de atención al cliente	Diseño de campañas específicas para los diferentes productos y diferentes mercados
Establecimiento de alianzas estratégicas entre Universidades nacionales e internacionales en programas de Turismo	

V. PROPUESTAS PARA EL SEGUIMIENTO DE FUTURAS

LÍNEAS DE ESTUDIO APLICADO

El presente estudio pretende un **acercamiento preliminar** del fenómeno turístico en la región Caribe de Costa Rica, en un proyecto que permitirá que el **análisis sea ampliado y profundizado en un futuro próximo**. Por su **carácter preliminar**, una parte de los fundamentos en él desarrollados han de ser abordados en adelante en mayor profundidad y desde diferentes perspectivas. Se pretende con este documento ofrecer una perspectiva más o menos general del fenómeno y la dinámica turística en la región de Limón como parcialmente representativa de destinos ecoturísticos y abrir, con ello, nuevas posibilidades de estudio que colaboren en la mitigación de la problemática, orientando y planificando el Turismo no como fin *per se* sino como instrumento a través del cual abordar una parte de los problemas socioeconómicos. Este estudio ofrece la posibilidad de abordar otros acercamientos tales como:

- Interrelación de los niveles en la disposición a pagar con proyecciones de demanda en eco-destinos.
- Estudio del efecto económico derivado del diseño de sistemas de incentivos sobre la oferta y la calidad en destinos ecológicos certificados.
- Estimación cuantitativa de las interrelaciones entre expectativas, calidad percibida y niveles de satisfacción en eco-destinos certificados.

En este sentido, por su enorme potencial turístico y su bajo desarrollo socioeconómico, la sostenibilidad como instrumento de crecimiento se plantea como la gran directriz del plan turístico para la región. Desde este necesario abordaje y dado el contexto aquí expuesto, la provincia de Limón posee múltiples y grandes posibilidades para el desarrollo en la próxima década, siempre y cuando la organización estructural de la oferta, común, integrada e impulsada por el Sector Público, sea la adecuada y atienda a las necesidades de la población local.

VI. BIBLIOGRAFÍA

Acquatella, J. (2001). *Aplicación de instrumentos económicos en la gestión ambiental de América Latina y el Caribe: desafíos y factores condicionantes*. Comisión económica para América Latina y el Caribe y PNUMA, Santiago de Chile.

Agencia Europea de Medio Ambiente (1998). *Informe Dobris*, III Conferencia de Ministros europeos de Medio Ambiente, Sofía.

Akerlof, G. (1970). The market for lemons: Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 89: 488-500.

Asero, V., Patti, S. (2009). Asymmetric information, tourist satisfaction and quality in Tourism. *Annals of the University of Petrosani, Economics*, 9, 5-16.

Baggio, R., Baggio, J. (2011). *Experiencing information asymmetries in Tourism*. Paper session presented at the meeting 4th Advances in Tourism marketing Conference (ATMC), Maribor.

Bengochea, A., Magadán, M., Rivas, J. (2006). *Actividad turística y Medio Ambiente*. Oviedo: Septem Ediciones.

Blackman, A., Naranjo, M. A., Robalino, J., Alpízar, F., Rivera, J. (2012). Does Eco-Certification Pay? Costa Rica's Blue Flag Program. *Environment for Development*, 12-13, Washington DC.

Blanco Cordero, M. (2004). *Gestión Ambiental: camino al desarrollo sostenible*. San José: EUNED.

- Blanco, E., Rey-Maqueira, J., Lozano, J. (2009). Economic incentives for tourism firms to undertake voluntary environmental management. *Tourism Management*, 30, 112-122.
- Buckley, R. (2012). Sustainable Tourism: Research and reality. *Annals of Tourism research*, 39, 528-546.
- Dietz, S., Neumayer, E. (2007) Weak and strong sustainability in the SEEA: concepts and measurement. *Ecological Economics*, 61 (4). pp. 617-626
- Eagles, P., McCool, S., Haynes, C. (2003). *Turismo sostenible en áreas protegidas: directrices de planificación y gestión*. Madrid: OMT.
- García Saura, P. et al. (2009). *Cooperación España-Costa Rica para el Desarrollo Local*. Murcia: UCAM Publicaciones.
- Gobierno de España (2008). *Plan de contratación Pública Verde*, Orden PRE/116/2008 (21 de Enero 2008), Madrid.
- Ley Nº 7788 de Biodiversidad (1998, 30 de Abril). *La Gaceta*, 101, 27 de Mayo 1998. Recuperado de <http://www.mag.go.cr/>.
- McConnel, K. E. (1997). Income and the demand for environmental quality. *Environment and Development Economics*, 2, 383-399.
- Meissner, N. (2013). The incentives of private companies to invest in protected area certificates: How coalitions can improve ecosystem sustainability. *Ecological Economics*, 95, 148-158.

Organización de las Naciones Unidas (1992). *Cumbre de la Tierra: Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo*, Rio de Janeiro.

Organización de las Naciones Unidas (1987). *Informe Brundtland: Nuestro Futuro Común*, Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

Piore, M. (1975). *Notes for a theory of labour market stratification*. Lexington: D.C. Heath Co.

Pratt, L. (2002). *Logros y retos del Turismo Costarricense*. Costa Rica: CLACDS-INCAE.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (1998). *Encadenamientos globales de producción: consumidores del Norte, productores del Sur y sostenibilidad*. Elaborado por INCAE, Alajuela.

Rivas García, J., Magadán Díaz, M. (2007). Los indicadores de sostenibilidad en Turismo. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente (RESTMA)*, 6, 41-56.

Rivera, J. (2004). *Corporate environmental management and the tourism industry in Costa Rica*. Environmental and Social Sustainability Initiative. The George Washington University.

Shores, J. (1992). *The Challenge of Ecotourism: A call for higher standards*. Paper presented at the Fourth World Congress on Parks and Protected Areas, Caracas, 10-21 Febrero.

Spence, M., (2002). La señalización y la estructura informativa de los mercados. *Revista Asturiana de Economía*, 25, 49-91.

Stabler, M., Papatheodorou, A., Sinclair, T. (2010). *The economics of Tourism*. New York: Routledge.

Tribe, J. (1999). *Economía del ocio y el Turismo*. Madrid: Editorial Síntesis.

Waligo, V., Clarke, J. y Hawkings, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, 36, 342-353.

World Tourism Organization (2003d). *Recommendations to Governments for supporting and/or establishing national certification systems for sustainable tourism*. Madrid: OMT.

World Tourism Organization (2002). *The World Ecotourism Summit*. Madrid: Programa OMT y ONU para el Medio Ambiente.

World Tourism Organization (2014). *UNWTO Tourism Highlights. 2014 Edition*. Madrid: OMT.

World Tourism Organization (2002). *Voluntary initiatives for sustainable Tourism*. Madrid: OMT.

VII. ENLACES DE INTERÉS

- Web Oficial de Turismo de Costa Rica: <http://www.visitcostarica.com>
- Web Oficial del Sistema Nacional de Áreas de Conservación de Costa Rica (SINAC): <http://www.sinac.go.cr>
- Web Oficial del Programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST) de Costa Rica: <http://www.turismo-sostenible.co.cr/en>
- Web Oficial del Programa Bandera Azul Ecológica en Costa Rica (BAE): <http://banderaazulecologica.org/>
- Web Oficial del Ministerio de Ambiente y Energía de Costa Rica (MINAE): <http://www.minae.go.cr/>
- Web Oficial de la Junta de Administración Portuaria y Desarrollo Económico de la Vertiente Atlántica (JAPDEVA): <http://www.japdeva.go.cr/>
- Web Oficial del Observatorio para el Turismo Sostenible del Caribe (OBTUR Caribe): <http://obturcaribe.ucr.ac.cr/>

ANEXOS

ANEXO I. MODELO DE ENCUESTA (INGLÉS)

SECTION 1. PROFILE

In this section you can specify your profile characteristics in an absolutely anonymous way. After that, we will elaborate a typology of the tourist's profiles in the region.

1. Gender

Female
Male

2. Age: _____ years old

3. Which is your civil status?

Single
Married
Divorced/Separated
Widow/er
DK/NA

4. How many children do you have?

0
1
2
3 or more

5. Which is your residence country?

• _____

6. Which is your maximum completed educational level?

No studies
Primary education
Secondary education
University studies (Graduate, Licentiate)
University Postgraduate (Master, Doctorate)
DK/NA

7. Could you please specify, approximately, which is your income level?

*With this question we will, in a **totally anonymous way**, determinate series of socioeconomic profiles in the field of tourism in the region.*

Less than 1000\$/month
Between 1000 and 1999\$/month

Between 2000 and 3999\$/ month
Between 4000 and 4999\$/ month
Between 5000 and 5999\$/ month
Between 6000 and 7999\$/ month
Between 8000 and 9999\$/ month
10000\$/ month or more
DK/NA

8. Which group related to labour occupation are you working in?

Directors and businessmen
Technician
Military/Government
Employees from the services sector
Workers
Domestic work
Farmers and land workers
Student
Retired and/or pensioner
Unemployed
DK/NA

SECTION 2. YOUR TRIP

9. Which is the main motivation of your travel to the province of Limón?

Business/Organizational meeting
Volunteer work/Study
Visiting friends/relatives
Visiting natural protected areas/Ecotourism (*en caso de ser esta, especificar sólo si puede*)

- Fauna and Flora (Natural Parks)
- Geology (volcanoes, etc.)
- Beaches

Health treatment
Shopping
Sport event
Sport practicing
Cultural visiting (museums, art galleries, etc.)
Visiting indigenous communities
Others: _____

10. Where did you get the information that made you choose Limón as a destination for your holidays from?

Internet
Friends/Relatives
Travel Agency

Media (TV, etc.)
Specialized Publications (Travel Magazines, etc.)
DK/NA

11. How long, approximately, did it take to you to get from your country to Costa Rica and Limón?

*(Se le pide al encuestado una aproximación al **tiempo, en horas**, en transporte del país de origen a Costa Rica y a la provincia de Limón, sumando las horas de los diferentes transportes)*

- _____ h. to Costa Rica / _____ h. to Limón

12. How much, approximately, did it cost to you to get from your country to Costa Rica and Limón?

*(Se le pide al encuestado una aproximación al **coste, en dólares**, en transporte del país de origen a Costa Rica y a la provincia de Limón, sumando los costes de los diferentes transportes)*

- _____ \$ to Costa Rica / _____ \$ to Limón

13. How long will you stay for in Costa Rica for?

1 to 2 day/s
2 to 4 days
5 to 7 days
8 to 14 days
More than 2 weeks

14. How long will you stay for in the province of Limón?

1 to 2 day/s
2 to 4 days
5 to 7 days
8 to 14 days
More than 2 weeks

15. Which is your personal DAILY expenses' forecast (approximately and regarding all of the items related, including leisure) for this trip in the province of Limón?

Less than 30\$/person
From 30 to 49\$/person
From 50 to 99\$/person
From 100 to 199\$/person
200\$/person or more
DK/NA

- a. How much, approximately, did or will it cost each of these items while visiting the province of Limón?

Item	\$
Transport <i>(from your country to the province of Limón)</i>	
Entrance fees <i>(to the protected areas in the province)</i>	
Food and drinks	
Accommodation <i>(in the province of Limón)</i>	
Souvenirs	

16. Which is, in your opinion, the main place (in case there is) visited or to visit in this trip to the province of Limón?

North Caribbean
 South Caribbean
 Limon Center
 DK/NA

17. So far, what did you like the most from the province of Limón? *(Pregunta abierta al encuestado, apuntar la categoría aproximada)*

Natural areas
 Beaches
 People and Culture
 Gastronomy
 Climate
 Other (specify): _____
 DK/NA

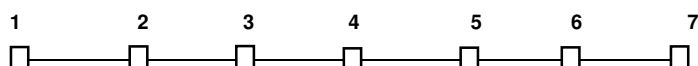
18. So far, what did you like the least from the province of Limón? *(Pregunta abierta al encuestado, apuntar la categoría aproximada)*

Reduced touristic services
 Cleanliness
 Insecurity
 Climate
 Other (specify): _____
 DK/NA

19. Which other areas have you visited or will you visit in this trip throughout Costa Rica?

- _____
- _____
- _____
- _____

20. So far, which is your satisfaction level with your experience in the province of Limón? (1 = not satisfied at all; 7 = absolutely satisfied)



SECTION 3. PREFERENCES

(Información para el turista): As you have perceived, conservation and preservation of natural areas is the main attractive of the province of Limon. For this to happen, eco-labels and certifications for touristic destinations guarantee such destinations have a high ecological value and natural preserved and protected areas, as well as responsible praxis on Nature.

21. Regarding your preferences while choosing a destination for your holidays, would it be (or has it been) relevant on your decision whether it has been **CERTIFIED with an eco-label and, consequently, officially guaranteed to be a high ecological-value region with responsible sustainable practices?**

- Yes
- No

Apunte importante para comentar al encuestado: "None of the next assumptions will be relevant for the price's imposition at the Natural Parks in the region. The only motivation of these questions is to determine the value which the tourist associates to sustainability and natural protection as an ecological praxis for a certain touristic destination.

22. Would you pay more as an entrance fee in the different natural areas or parks of the region if this money is used for helping to guarantee a certificated natural and originally conserved environment?

- Yes
- No

23. Regarding the previous given case, which would be the **MAXIMUM** amount you would pay for an entrance fee to these protected areas in the province?

- Up to 5\$
- Up to 10\$
- Up to 20\$
- Up to 35\$
- Up to 40\$
- DK/NA

Thank you very much for collaborating in this research regarding the touristic field in the Caribbean region of Costa Rica. We wish you to enjoy your holidays in the country, and we are looking forward to seeing you soon again.

ANEXO II. MODELO DE ENCUESTA (ESPAÑOL)

SECCIÓN 1. PERFIL

En esta sección puede especificar sus características de un modo absolutamente anónimo. Después, elaboraremos una tipología de perfiles del turista en la región.

24. Género

Mujer
Hombre

25. Edad: _____ años

26. ¿Cuál es su estado civil?

Soltero/a
Casado/a
Divorciado/a – Separado/a
Viudo/a
NS/NC

27. Número de hijos

0
1
2
3 o más

28. ¿Cuál es su país de residencia?

• _____

29. ¿Cuál es su nivel educativo máximo completado?

Sin estudios
Educación Primaria
Educación Secundaria
Estudios Universitarios (Graduado, Licenciado)
Posgraduado Universitario (Master, Doctorado)
NS/NC

30. ¿Podría por favor especificar, aproximadamente, cuál es su nivel de ingresos?

Con esta pregunta determinaremos, de un modo completamente anónimo, una serie de perfiles socioeconómicos en el ámbito del Turismo en la región.

Menos de 1000\$/mes
Entre 1000 y 1999\$/mes
Entre 2000 y 3999\$/mes

Entre 4000 y 4999\$/mes
Entre 5000 y 5999\$/mes
Entre 6000 y 7999\$/mes
Entre 8000 y 9999\$/mes
10000\$/mes o más
NS/NC

31. ¿En qué grupo ocupacional de los siguientes trabaja usted?

Directores y empresarios
Técnicos
Militar/Gobierno
Empleados del sector servicios
Obreros
Trabajo doméstico
Agricultores y ganaderos
Desempleado
Estudiante
Jubilado y/o pensionado
NS/NC

SECCIÓN 2. SU VIAJE

32. ¿Cuál es la principal motivación de su viaje a la provincia de Limón?

Negocios/Reunión de organización
Trabajo voluntario/Estudio
Visita a amigos/familiares
Visita a áreas naturales protegidas/Ecoturismo (*en caso de ser esta, especificar sólo si puede*)
Tratamiento de salud
Compras
Evento deportivo
Práctica deportiva
Visita cultural (museos, galerías de arte, etc.)
Visita a comunidades indígenas
Otros: _____

33. ¿De dónde obtuvo la información que le hizo escoger Limón como destino para sus actuales vacaciones?

Internet
Amigos/Familiares
Agencia de viajes
Medios de comunicación (TV, etc.)
Publicaciones especializadas (Revistas de Viaje, etc.)
NS/NC

34. ¿Cuánto tiempo, aproximadamente, le ha llevado llegar desde su país de residencia a Costa Rica y Limón?

*(Se le pide al encuestado una aproximación al **tiempo, en horas**, en transporte del país de origen a Costa Rica y a la provincia de Limón, sumando las horas de los diferentes transportes)*

- _____ h. a Costa Rica / _____ h. a Limón

35. ¿Cuánto, aproximadamente, le ha costado llegar desde su país de residencia a Costa Rica y Limón?

*(Se le pide al encuestado una aproximación al **coste, en dólares**, en transporte del país de origen a Costa Rica y a la provincia de Limón, sumando los costes de los diferentes transportes)*

- _____ \$ a Costa Rica/ _____ \$ a Limón

36. ¿Por cuánto tiempo estará en Costa Rica?

- 1 a 2 día/s
- 2 a 4 días
- 5 a 7 días
- 8 a 14 días
- Más de 2 semanas

37. ¿Por cuánto tiempo estará en la provincia de Limón?

- 1 a 2 día/s
- 2 a 4 días
- 5 a 7 días
- 8 a 14 días
- Más de 2 semanas

38. ¿Cuál es su estimación de gastos DIARIOS (aproximadamente, por persona y teniendo en cuenta todos los aspectos del viaje, incluyendo ocio) para esta visita a la provincia de Limón?

- Menos de 30\$/persona
- De 30 a 49\$/persona
- De 50 a 99\$/persona
- De 100 a 199\$/persona
- 200\$/persona o más
- NS/NC

- a. ¿Cuánto, aproximadamente, le costó o costará cada uno de los siguientes aspectos durante su visita a la provincia de Limón?

Aspecto	\$
Transporte <i>(desde su país a la provincia de Limón)</i>	
Entradas <i>(a las áreas protegidas de la provincia)</i>	
Comida y bebida	
Alojamiento <i>(en la provincia de Limón)</i>	
Souvenirs	

39. ¿Cuál es, en su opinión, el principal lugar (en caso de que exista) visitado o a visitar en este viaje por la provincia de Limón?

Caribe Norte
 Caribe Sur
 Limón Centro
 NS/NC

40. ¿Hasta el momento, qué es lo que **MÁS** le ha gustado de la provincia de Limón? *(Pregunta abierta al encuestado, apuntar la categoría aproximada)*

Áreas Naturales
 Playas
 Gente y Cultura
 Gastronomía
 Clima
 Otro (especificar): _____
 NS/NC

41. ¿Hasta el momento, qué es lo que **MENOS** le ha gustado de la provincia de Limón? *(Pregunta abierta al encuestado, apuntar la categoría aproximada)*

Servicios turísticos reducidos
 Limpieza
 Inseguridad
 Clima
 Otro (especificar): _____
 NS/NC

42. ¿Qué otras zonas ha visitado o visitará en este viaje por Costa Rica?

- _____
- _____
- _____
- _____

43. ¿Hasta el momento, cuál es su nivel de satisfacción con su experiencia en la provincia de Limón? (1 = nada satisfecho; 7 = absolutamente satisfecho)

1 2 3 4 5 6 7

— — — — — —

SECCIÓN 3. PREFERENCIAS

(Información para el turista): Como usted ha podido percibir, el principal atractivo de la provincia de Limón es la conservación y preservación de las diferentes áreas naturales protegidas. Para que esto sea así, las eco-etiquetas y certificaciones para destinos turísticos garantizan que tales destinos poseen un alto valor ecológico y áreas naturales preservadas y protegidas, así como unas prácticas responsables con la Naturaleza.

44. Teniendo en cuenta sus preferencias a la hora de escoger un destino para sus vacaciones, ¿sería (o ha sido) relevante en su decisión el hecho de que un destino esté o no **CERTIFICADO** con una eco-etiqueta y, consecuentemente, con garantía oficial de ser una región con alto valor ecológico y prácticas sostenibles responsables?

Si
No

Apunte importante para comentar al encuestado: “Ninguno de los supuestos a continuación expuestos será relevante para la imposición de precios en Parques Naturales. La única intención de tales cuestiones es la de determinar el valor que el turista asocia a la sostenibilidad y la protección natural como práctica ecológica para un destino turístico”.

45. ¿Pagaría usted más por una entrada a las diferentes áreas o Parques Naturales de la región si ese dinero es utilizado para ayudar a garantizar un entorno natural certificado y conservado?

Si
No

46. Teniendo en cuenta el caso anterior, ¿cuál sería la cantidad **MÁXIMA** que estaría dispuesto a pagar por la entrada a las diferentes áreas protegidas de la región?

Hasta 5\$
Hasta 10\$
Hasta 20\$

Hasta 35\$
Hasta 40\$
NS/NC

Muchas gracias por colaborar en este estudio relativo a la dinámica turística en la región del Caribe de Costa Rica. Deseamos que disfrute de sus vacaciones en el país y la provincial, y esperamos verlo pronto de nuevo.

ANEXO III. MODELO DE CUESTIONARIO DELPHI (PRIMERA RONDA)

Sostenibilidad y Demanda Turística en el Caribe de Costa Rica

Estimado/a Señor/a:

El presente cuestionario forma parte de una investigación asociada a las funciones del Observatorio de Turismo Sostenible del Caribe, Costa Rica, como parte de un proyecto compartido con el área de Turismo de la Universidade da Coruña (UDC), España, y en base a un diseño metodológico de Master Tesis en el ámbito de la economía turística y el Turismo Sostenible. El breve cuestionario que se le remite a continuación constituye, bajo la forma del método de investigación Delphi, la base del planteamiento relativo al estudio los servicios turísticos de la provincia de Limón y de la viabilidad y potenciales efectos derivados de la implementación y consolidación de políticas de sostenibilidad turística certificadas en la región Caribe de Costa Rica. Debido a su conocimiento y experiencia profesional dentro de alguna de las áreas significativas que implican a este estudio, sería de gran utilidad y ayuda su colaboración con la investigación y su respuesta a las preguntas que a continuación serán expuestas.

Su participación exigiría 5 minutos de su tiempo y será de gran valor para el estudio y, de contar con ella, garantizamos el total anonimato de sus respuestas. En este caso, responda por favor brevemente y en base a su propio criterio profesional. El proceso contará con una segunda ronda de preguntas, de misma temática y brevedad, para valorar estadísticamente el criterio de los diferentes expertos encuestados y la viabilidad de un potencial acercamiento consensual relevante para el estudio.

Muchas gracias por su colaboración.

David Blanco Seoane

*Obligatorio

1. Valore, del 1 al 5, la situación actual de la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en la provincia de Limón *

¿Qué nivel poseen actualmente, en su opinión, los servicios turísticos que se ofrecen al turista en la provincia?

1 2 3 4 5

Muy deficiente Sobresaliente

2. ¿Cuáles son los MEJORES Y PEORES aspectos de los servicios turísticos actualmente presentes en la región Caribe de Costa Rica? *

Especifique por favor cuáles son, a su consideración, los elementos más positivos y negativos en relación a los servicios turísticos de la provincia

3. ¿Cuáles considera son los servicios turísticos en la oferta de la provincia de Limón con mayor necesidad de ser cualitativamente mejorados?

Puede escoger más de un elemento de la lista

- Alojamiento
- Transporte
- Ocio Turístico
- Restauración
- Otros
- Ninguno

4. Valore, del 1 al 5, la situación actual de la demanda turística en la provincia de Limón *

¿En qué nivel considera usted que se sitúa el nivel de la demanda turística actual en la zona Caribe de Costa Rica, en relación a sus posibilidades reales de atracción?

1 2 3 4 5

Muy baja Muy alta

5. ¿En qué sentido podrían suponer las prácticas de sostenibilidad turística una ventaja competitiva para el Caribe costarricense? *

Exponga por qué, en su opinión, las políticas de sostenibilidad turística pueden ser una ventaja competitiva para la provincia de Limón

A vertical scale with a central bar and two small square boxes at the top and bottom, likely for marking the answer.

6. ¿Considera adecuada la evolución de las políticas de sostenibilidad turística en la región de Limón en los últimos 10 años? ¿Por qué? *

Determine si se han adaptado adecuadamente las políticas de sostenibilidad en el área del Caribe costarricense a las exigencias del mercado turístico internacional en los últimos 10 años

A vertical scale with a central bar and two small square boxes at the top and bottom, likely for marking the answer.

7. Valore, del 1 al 5, la adecuación de las políticas de sostenibilidad ACTUALES en la provincia de Limón a las exigencias y necesidades del mercado turístico internacional *

Determine en qué nivel tales políticas de sostenibilidad en la región son correctas

1 2 3 4 5

Muy poco adecuadas Muy adecuadas

8. ¿Cuál es, en su opinión, la zona o zonas que poseen una mayor capacidad de desarrollo socioeconómico, a través del Turismo, en la provincia de Limón? *

Especifique qué cantón o cantones son los que tienen mayor capacidad de desarrollo socioeconómico en base a la actividad turística

- Pococí
- Guácimo
- Siquirres
- Matina
- Limón
- Talamanca
- NS/NC



9. Brevemente, ¿qué consideración o acción concreta propondría para un incremento de la demanda turística sostenible en aquellos cantones de mayor potencial turístico?

En caso de poseerla especifique, por favor, la idea central propuesta

10. En relación a las políticas de sostenibilidad de la provincia de Limón como destino turístico, ¿cree que es viable, en un plazo de 5 a 10 años, la implicación en ellas de un alto porcentaje de todos los actores interesados? (Sociedad Civil, Empresas y Sector Público). ¿Por qué? *

Especifique justificadamente, por favor, si cree o no que en la consolidación de estas políticas de sostenibilidad sería posible atraer e implicar a un alto porcentaje de los actores en el plazo referido

10b. En caso de que la anterior respuesta haya sido NO, ¿cuál o cuáles considera son los actores que, en un alto porcentaje, no podrían ser implicados en la consolidación de estas políticas de sostenibilidad turística en la provincia?

Determine quiénes se implicarían difícilmente en estas políticas de sostenibilidad turística en la región (por baja conciencia, escasos intereses económicos o apatía)

- Sociedad Civil
- Empresas turísticas
- Administración Pública Competente

11. Una posible Certificación del Caribe costarricense como Destino Turístico Sostenible, ¿considera tendría algún efecto positivo sobre el proceso de decisión del potencial turista que se encuentra en búsqueda de destino para sus vacaciones? *

Especifique si cree que una Certificación eco-turística fomentaría un aumento de la demanda turística en la región

- Si
- No
- NS/NC

12. En el supuesto de garantizar al potencial turista que un destino, a través de su certificación como Destino Turístico Sostenible, ofrece un alto valor ecológico y unas prácticas comunes responsables, ¿considera que estaría este turista dispuesto a pagar una cantidad mayor por disfrutar de las atracciones turísticas naturales del destino? *

Determine si considera que una posible certificación del área del Caribe costarricense como Destino Turístico Sostenible determinaría una mayor disposición a pagar del potencial turista

- Si
- No
- NS/NC

ANEXO IV. MODELO DE CUESTIONARIO DELPHI (SEGUNDA RONDA)

Sostenibilidad y Demanda Turística para el Caribe de Costa Rica (Segunda y Última Ronda)

Esta es una segunda y última ronda del cuestionario Delphi que se les ha remitido en primera instancia. La pretensión de este último y muy breve cuestionario, de tan sólo 5 preguntas de elección directa, es la de proporcionar a los participantes los datos del primer cuestionario para, con ello, motivar la convergencia en el debate. Por favor, les agradeceríamos poder disponer de un minuto de su tiempo para rellenar este breve formulario.

Muchas gracias por su colaboración en la investigación para el Desarrollo Turístico Sostenible en la región Caribe de Costa Rica.

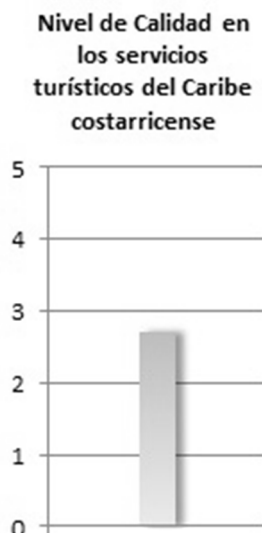
Observatorio de Turismo Sostenible del Caribe, UCR

David Blanco Seoane

*Obligatorio

1. En relación a la calidad de los servicios turísticos en la provincia de Limón, las respuestas de los expertos encuestados ha proyectado una valoración de calidad INTERMEDIA, con una media de 2.71 (en una escala entre 0 y 5). ¿Cree usted que esta puntuación de es representativa de la realidad turística de la provincia? *

- Si
- No, considero que el nivel de calidad es mayor
- No, considero que el nivel de calidad es menor



2. El aspecto más positivamente valorado en relación a la calidad de los servicios es el de la ATENCIÓN AL CLIENTE (43% de las respuestas). ¿Está usted de acuerdo con tal valoración? *

- Si, es probablemente el aspecto más positivo en la oferta turística de la región
- No, no es el aspecto más positivo en la oferta turística de la región

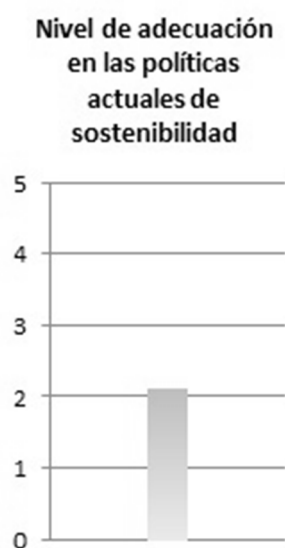
3. La valoración más negativa en relación a la calidad de los servicios se encuentra compartido entre los aspectos expuestos en el gráfico de abajo. ¿Cuál de tales aspectos debería de ser abordado con prioridad? *

- Mejorar infraestructura y transporte
- Mayor planificación entre todos los actores
- Mejorar la atención al cliente
- Mejorar la estructura alojativa turística
- Mejorar la formación del personal turístico



4. La valoración de los expertos encuestados entorno a la actual adecuación de las políticas de sostenibilidad en la región ha proyectado un nivel INTERMEDIO, con una media de 2.13 (en una escala entre 0 y 5). ¿Cree usted que esta puntuación es representativa de la realidad de la región? *

- Si
- No, considero que la adecuación de tales políticas es mayor
- No, considero que la adecuación de tales políticas es menor
- No lo sé



5. En cuanto a la valoración acerca de los posibles beneficios que una certificación de sostenibilidad turística distintiva para el Caribe costarricense pudiera ofrecer a la región, el 100% de los expertos encuestados opina que, efectivamente, esta podría determinar una serie de importantes beneficios. ¿Qué escenario le parece más beneficioso para el desarrollo socioeconómico de la región Caribe en un futuro a medio plazo? *

- El Caribe de Costa Rica posee una certificación de sostenibilidad propia ,independiente y distintiva
- Se desarrolla una subcategoría anclada a las políticas de la CST pero contextualizada en las necesidades específicas del Caribe de Costa Rica
- La influencia de la CST, genérica y única, se ve reforzada en la región
- No se prioriza la certificación y se otorga una mayor libertad a la empresa turística en su gestión de la sostenibilidad y la calidad

