

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, LICENCIATURA  
DE ADMINISTRACIÓN DE ACTIVIDADES Y EMPRESAS  
TURÍSTICAS**

**EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL  
TURISMO DE BIENESTAR EN EL DISTRITO DE CACHÍ, EN  
LA PROVINCIA DE CARTAGO, COSTA RICA, 2018**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN  
DE ACTIVIDADES Y EMPRESAS TURÍSTICAS**

**SUSTENTANTE: DIANA GRANADOS SOLANO**

**TUTOR: Msc. MARCO VINICIO CHÉVEZ**

**SEDE ARANJUEZ**

**DICIEMBRE, 2018**

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente, le agradezco a Dios quien es el que me ayudado toda la vida por poder lograr todo lo que he necesitado, me ha brindado paz, y sabiduría para poder alcanzar hasta el momento todo lo que me he propuesto.

Seguidamente le agradezco a mis amistades y compañeros de Universidad, que me han brindado su tiempo, sú apoyo, sus conocimientos para poder llevar a cabo esta tesis.

Finalmente, les agradezco a los profesores de la Universidad quienes me aportaron sus conocimientos los cuales han sido de suma importancia para poder culminar mis estudios, y poder ser profesional en mi carrera.

## **DEDICATORIA**

A mi madre Patricia Solano, quien a lo largo de mi vida me ayudado por ser la persona que soy actualmente, ha sido lo más importante que tengo en mi vida, la que ha estado en buenas y malas, además sacó de su tiempo para ayudarme, aconsejarme para nunca darme por vencida, y luchar siempre para poder alcanzar todo lo que me he propuesto, además que siempre ha estado al lado mío a lo largo de mi carrera universitaria.

## Tabla de contenido

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS .....	1
Carta de aprobación del tutor .....	3
.....	3
AGRADECIMIENTOS.....	4
DEDICATORIA.....	5
RESUMEN EJECUTIVO .....	15
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....	17
Planteamiento del Problema de investigación.....	17
Objetivo General .....	19
Objetivos Específicos .....	19
Justificación de la investigación.....	20
Antecedentes de la investigación.....	22
Proyecciones de la investigación.....	27
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL.....	29
Turismo.....	29
Tipos de Turismo.....	29
Formas de Turismo.....	31
2.1 Turismo de bienestar .....	32
• Turismo Cultural: .....	39

• Ecoturismo:.....	39
• Turismo deportivo: .....	40
• Turismo Espiritual: .....	40
• Turismo de Voluntariado:.....	40
• Turismo de Aventura: .....	41
• Turismo Gastronómico:.....	41
• Agroturismo:.....	41
• Turismo Médico: .....	42
Planta turística del turismo de bienestar .....	42
2.2 El turismo en Costa Rica .....	44
2.2.1 Retos del turismo de bienestar en Costa Rica .....	52
Principales destinos de bienestar en Costa Rica.....	55
Turismo en la provincia de Cartago y en el cantón de Paraíso .....	56
Indicadores de Desarrollo Social de la provincia de Cartago.....	57
2.4 Medición del impacto socioeconómico en el turismo .....	60
2.5 Estudio de Mercado.....	64
Competitividad en el mercado turístico.....	66
2.5 Planeación del mercado turístico.....	67
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....	70
Enfoque de la investigación.....	70

Método de la Investigación. ....	71
Muestra de la investigación. ....	72
Población.....	72
Muestra.....	73
Fuentes de información. ....	77
Fuentes primarias.....	77
Fuentes secundarias.....	77
Instrumentos utilizados en la investigación.....	80
Cuestionario.....	80
Entrevista.....	81
Proceso para la Recolección de Datos.....	82
Método de Análisis de la Investigación.....	84
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	85
Caracterización de la demanda turística presente en el distrito de Cachí.....	85
Descripción de la oferta de turismo de bienestar presente en el distrito de Cachí .....	97
Evolución socioeconómica del turismo de bienestar en Costa Rica y su impacto en el distrito de Cachí .....	109
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	115
Conclusiones.....	115
Recomendaciones .....	118

Para los centros turísticos de Cachí: .....	118
Para el Instituto Costarricense de Turismo.....	118
Bibliografía.....	129

## TABLAS

Tabla 1. Formas de turismo y servicios ofrecidos.....	23
Tabla 2.....	35
Tabla 3.....	36
Tabla 4. Principales países latinoamericanos en el mercado del Spa, 2013.....	37
Tabla 5- Visitas Internacionales a Costa Rica por puertos de entrada .....	49
Tabla 6. Visitas Internacionales a Costa Rica por puertos de entrada.....	50
Tabla 7. Estimación del porcentaje de turistas que realizaron las siguientes actividades turísticas para el período en los años 2015 al 2017.....	53
<b>Tabla 8. Muestra de la población en estudio, 2018.....</b>	<b>73</b>
Tabla 9. Género de los turistas encuestados.....	85
Tabla 10. Edad de los turistas encuestados. ....	86
Tabla 11 . Nacionalidad de los turistas encuestados. ....	87
Tabla 12 Cantidad de turistas que se hospedan en la zona de Cachí. <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
Tabla 13 . Medios por los que los turistas encuestados obtuvieron información turística de la zona de Cachí. .... <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
Tabla 14. Género de los empresarios de turismo encuestados.....	98
Tabla 15. Edad de los empresarios de turismo encuestados. <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
Tabla 16 . Cargo que ocupan los empresarios de turismo encuestados. <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	

Tabla 17. Tipo de actividad de turismo de bienestar que realizan los clientes de los empresarios encuestados. .... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 18. Tipo de actividad de turismo de bienestar que realizan los clientes de los empresarios encuestados. .... 100

Tabla 19 . Mercado meta al que los empresarios de turismo dirigen sus esfuerzos en mercadeo. .... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 21 . Costo promedio de actividades que ofrecen los empresarios de turismo a sus clientes..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 22. Mercado meta al que los empresarios de turismo dirigen el turismo recreativo que ofrece la empresa..... 103

Tabla 26. Aporte de la empresa de los empresarios de turismo encuestados al gobierno local del distrito de Cachí..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 27. Opinión de los empresarios de turismo sobre la creación de un plan integral entre empresas para el desarrollo del turismo de bienestar en la zona. **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 28. Opinión de los empresarios de turismo sobre elementos importantes de aportar para el desarrollo del plan integral. .... 107

## ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Tipos de turismo que complementan el de bienestar, 2013 .....	38
Ilustración 2. División territorial de la provincia de Cartago, Costa Rica. ....	57
Ilustración 3. Distribución de categorías de atractivos turísticos en el Valle de Oroquí durante el 2000 al 2012 .....	60

## GRÁFICOS

Gráfico 1. Ocupación de los turistas encuestados. ....	88
Gráfico 2 Cantidad de personas que viajan con los turistas encuestados. ....	88
Gráfico 3 . Cantidad de turistas que se hospeda en la zona de Cachí.....	89
Gráfico 4. Hoteles en donde se alojan los turistas hospedados en la zona de Cachí.....	90
Gráfico 5. Turistas que conocen qué es el turismo de bienestar. ....	90
Gráfico 6. Conceptualización de los turistas sobre el concepto de turismo de bienestar.	91
Gráfico 7 . Actividades que practican los turistas en la zona de Cachí.....	92
Gráfico 8 . Conocimiento de establecimientos turísticos por parte de los turistas encuestados.....	93
Gráfico 9. Frecuencia con que los turistas encuestados visitan la zona de Cachí para practicar las actividades. ....	94
Gráfico 10. Medios por los que los turistas encuestados obtuvieron información turística de la zona de Cachí.....	95
Gráfico 11. Motivo principal por el cual los turistas encuestados escogieron la zona de Cachí como atractivo turístico.....	96
Gráfico 12. Gasto promedio que realizaron los turistas encuestados.....	97
Gráfico 13. Tipo de actividad de turismo de bienestar que realizan los clientes de los empresarios encuestados. ....	99
Gráfico 14. Tipo de actividad de turismo de bienestar que realizan los clientes de los empresarios encuestados. ....	100
Gráfico 15. Mercado meta al que los empresarios de turismo dirigen sus esfuerzos en mercadeo. ....	101

Gráfico 16. Frecuencia con que empresarios encuestados ofrecen a sus huéspedes las actividades de turismo de bienestar.....102

Gráfico 17. Costo promedio de actividades que ofrecen los empresarios de turismo a sus clientes.....103

Gráfico 18. Mercado meta al que los empresarios de turismo dirigen el turismo recreativo que ofrece la empresa. ....104

Gráfico 19 . Empresarios de turismo que contratan bienes y servicios de proveedores locales.....104

Gráfico 20 . Servicios que los empresarios de turismo encuestados contratan externamente. ....105

Gráfico 21. Número de empleados que labora en la empresa de los empresarios de turismo encuestados. ....106

Gráfico 22. Aporte de la empresa de los empresarios de turismo encuestados al gobierno local del distrito de Cachí.....106

Gráfico 23. Opinión de los empresarios de turismo sobre la creación de un plan integral entre empresas para el desarrollo del turismo de bienestar en la zona.....107

Gráfico 24. Opinión de los empresarios de turismo sobre elementos importantes de aportar para el desarrollo del plan integral.....108

Figura 1 Formas de Turismo ..... 31

ANEXO 1 .....	120
ANEXO 2 .....	123
ANEXO 3 .....	126

## RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, las actividades cotidianas de las personas y el entorno económico del país, están generando muchas enfermedades de las más comunes como el estrés y ansiedad. Muchos expertos aconsejan que para poder solventar esto, se debe de hacer lapsos de descanso. El turismo de bienestar se caracteriza por mejorar la calidad de vida enfocándose de una manera integral de mente, cuerpo y espíritu. En el caso de Costa Rica, Mauricio Ventura quien fue Ministro de Turismo en el periodo 2015-2018 menciona que, la estrategia “WELLNESS PURA VIDA” tiene como objetivo implementar éste a un nicho de mercado que busque la meditación, practicar yoga, tratamientos con aguas termales, y a su vez, consumir productos orgánicos.

En la siguiente investigación, se caracteriza la demanda turística, en la zona de Cachí. Esto es porque se conoce que quienes practican este tipo de turismo, son personas que, entre medio de la naturaleza, desarrollan actividades de relajación para llevar un estilo de vida más saludable. El distrito de Cachí ha mostrado en la última década un crecimiento en el desarrollo del turismo, se ha podido visualizar un gran número de empresarios que están invirtiendo en establecimientos orientados al mismo, esto ha provocado un impacto en sector comercial generando empleos.

A través de la observación y por medio de entrevista con una evaluación basada en el análisis documental, se evidenció la incidencia del turismo de bienestar y cómo su desarrollo influye positiva o negativamente en los aspectos socioeconómicos del distrito de Cachí. Se aplicaron cinco entrevistas a las principales entidades encargadas de promover el Turismo de Bienestar además se aplicó otro tipo de entrevista acompañado de un cuestionario a diecisiete empleados de pequeñas y medianas empresas turísticas que se encontrarán en el distrito de Paraíso. Dicha evaluación servirá como guía para el posterior establecimiento de negocios y medidas que permitan el mejoramiento del desarrollo socioeconómico del Distrito.

Por su parte, El Instituto Costarricense de Turismo (ICT), indica que Costa Rica se ubica como un país emergente, no está desarrollado por completo en turismo de bienestar; más bien se queda corto con otros países líderes en este campo. Se brindan servicios, pero poca capacitación en terapias y servicios alternativos; además de la mejora en la gestión del producto actual con profesionalización, también hay falta de normativa-regulación con respeto de los servicios brindados.

Una de las principales conclusiones de esta investigación fue que la demanda turística que presenta el distrito de Cachí, se caracteriza, principalmente por la presencia de turistas nacionales, en su mayoría acompañados por otras personas con el propósito de realizar diversas actividades, en las cuales se destaca la visita de lugares antiguos, las recreaciones al aire libre, el senderismo y el descanso. Muchos de los turistas no tienen conocimiento de lo que es el turismo de bienestar, aunque las principales actividades que realizan son asociadas a este tipo de turismo. La mayoría de los turistas visita Cachí para aprovechar sus actividades turísticas, no así para hospedarse, lo cual puede asociarse a que una proporción considerable vive a distancias relativamente cortas, o a que visualizan el distrito como un lugar de paso. Una gran parte de los turistas visita la zona debido a recomendaciones de amigos o menciones realizadas en redes sociales, y encuentran beneficios en la cercanía con sus domicilios y la expectativa de conocer nuevos destinos, y la inversión promedio que realiza durante su visita ronda es superior a (58), dólares.

Finalmente, la evolución socioeconómica del turismo de bienestar en Costa Rica ha tenido un claro avance en los últimos años, pero aún es necesario llevar a cabo más y mejores acciones para cumplir las expectativas y aprovechar los recursos del país. Su impacto en el distrito de Cachí, ha sido positivo, tanto para los dueños de centros turísticos como para productores de la zona. El ICT ha sido determinante en el desarrollo del turismo de bienestar en el país, pero aún debe establecer de forma clara objetivos e indicadores que permitan cuantificar el efecto de las estrategias de desarrollo empleadas. Costa Rica requiere mejorar sus características competitivas en torno al turismo de bienestar para lograr un impacto socioeconómico de mayor trascendencia en zonas como Cachí.

Es recomendable que el ICT y otras instituciones y organizaciones encargadas de brindar servicios de educación en torno al turismo apoyen a los empresarios de centros turísticos de bienestar con soluciones claras de desarrollo de actividades, permitan –aumentar la gama de opciones que los turistas tienen en torno al turismo de bienestar.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### **Planteamiento del Problema de investigación**

Actualmente las actividades cotidianas de las personas y la situación económica del país, hace que se genere muchas enfermedades, entre las más comunes está el estrés, muchos expertos aconsejan que para poder solventar éste, se debe de hacer lapsos de descanso y eso conlleva a que las personas quieran tomar vacaciones viajando, los expertos, a la vez, recomiendan que estos deben de generar relajación, tanto de cuerpo y de mente, por ejemplo, realizando actividades como: yoga, masajes en spas, actividades ligeras donde se consiga la relajación y, a la vez, no provocar tensión a la hora de planear el viaje, ya que el estrés es un obstáculo para el bienestar y la vitalidad de las personas.

Global Wellness Institute menciona en su página web, que en los años antes de Cristo las personas ya realizaban este tipo de turismo, entre ellos, la medicina tradicional de la India que llevaba una unificación de cuerpo, mente y espíritu, también se utilizó la medicina China, y la hidroterapia. En el año 2014, el Instituto Global de Salud (GWI) realiza investigaciones y llega a la conclusión de que la industria de bienestar es un mercado que genera \$3.4 billones de dólares, lo que viene siendo más grande que la industria Farmacéutica de todo el mundo.

Según el Global Wellness Institute citando al Instituto Global de Salud (GTW) hacen referencia a los diez sectores que abarcan el mercado universal de bienestar, entre ellas está el Turismo de Bienestar que aportó cuatrocientos noventa y cuatro mil millones de dólares, en el 2014, entre esos sectores también se menciona la alimentación Saludable, Fitness mente y cuerpo, Medicina Alternativa, la Industria del Spa, Mineral Springs, y bienestar en el trabajo.

En el caso de Costa Rica, Mauricio Ventura quien fue Ministro de Turismo en el periodo 2015-2018 indica que la estrategia “WELLNESS PURA VIDA” tiene como objetivo implementar esté a un nicho de mercado que busque la meditación, practicar yoga, tratamientos con aguas termales, y a su vez, consumir productos orgánicos. Este perfil de turista se busca porque se estima que su gasto promedio supera el 130% que un turista que realice otro tipo de actividad. (Mora, 2017)

Ahora bien, según el Instituto Costarricense de Turismo el Decreto Ejecutivo N°25226, el reglamento de Empresas y Actividades Turísticas, que tiene como propósito simplificar los actuales requisitos para optar por la Declaratoria Turística, a su vez, este decreto incluirá el concepto de Turismo de Bienestar quien lo define como *“todas aquellas actividades que por su naturaleza, tienen como finalidad ofrecer una experiencia vivencial para lograr, para mantener o reforzar el bienestar personal de quien lo realiza; de manera que favorezca el equilibrio saludable en los aspectos mental, físico y emocional, mediante el uso de terapias con agua, el aprovechamiento de los espacios naturales y los diferentes elementos disponibles en un medio determinado”*

Melissa Tencio encargada de turismo de Bienestar en el I.C.T indica que la mayoría de las zonas de Costa Rica tiene potencial para realizar este modelo de turismo, así mismo, tiene dentro de sus objetivos, brindar capacitación y herramientas necesarias para formar profesionales en el sector. Con la finalidad de que Costa Rica pueda competir a nivel internacional y, por ende, fomentar el turismo y la entrada de divisas al país. El presente trabajo se enfocó el distrito de Cachí, ubicado en el cantón de Paraíso, perteneciente a la Provincia de Cartago. (Mora, 2017)

El distrito de Cachí ha mostrado en la última década un crecimiento en el desarrollo del turismo, se ha podido visualizar un gran número de empresarios que están invirtiendo en establecimientos orientados al mismo, esto ha provocado un impacto en sector comercial generando empleos. Los empresarios han visualizado la gran oportunidad que se les presenta al explotar la naturaleza que tiene el lugar, desarrollando nuevas actividades las cuales tienen que ver con el turismo de Bienestar. Al ser un enfoque reciente, no existen estadísticas específicas que puedan mostrar impactos en generación de ingresos, aporte al gobierno local, generación de empleos y la cantidad de negocios relacionados. Gómez (2013). Esto da lugar al siguiente problema: ¿Cuál ha sido el impacto socio-económico que ha alcanzado el distrito de Cachí de la provincia de Cartago producto del Turismo de Bienestar?

### **Objetivo General**

- Evaluar el impacto socioeconómico del turismo de bienestar en el distrito de Cachí, en el cantón de Paraíso, Cartago, 2018

### **Objetivos Específicos**

- Caracterizar la demanda turística que presenta el distrito de Cachí.
- Describir la oferta de turismo de bienestar presente en el cantón de Paraíso
- Analizar la evolución socioeconómica del turismo de bienestar en Costa Rica y su impacto en el distrito de Cachí.

### **Justificación de la investigación**

El turismo es una serie de actividades que conlleva a las personas por conocer o disfrutar de zonas donde no se vive permanentemente, estas actividades económicas y culturales son una de las más importantes que puede tener un país, ya que generan empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre, existiendo, además un intercambio de cultura.

Según la Organización Mundial de Turismo, (2014) esta actividad ha cobrado una gran importancia para las economías de los países, inclusive se puede comparar con la entrada de divisas por medio del petróleo, productos alimentarios o automóviles, esta actividad se está convirtiendo en la principal fuente de ingreso de países desarrollados. Esta organización es de gran apoyo a nivel mundial, para que los países puedan lograr sus marcas de manera sostenible.

Costa Rica le ha dado una maximización a los recursos naturales con que cuenta el país, por ejemplo: la gran diversidad de fauna, flora, sus aguas termales, el clima, ríos, mares, parques nacionales, entre otros. Para lograr un ingreso de divisas que para el año 2017 alcanzó un total de 3 864,1 millones de dólares estadounidenses, así lo reportó el (ICT, 2018) situación que ha generado para los comerciantes y habitantes de la zonas un mayor desarrollo ya que lugares que estaban inadesapercibido pasaran a tener un influencia importante de visitantes.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el 2017 el 27 % de los turistas internacionales mostró que su principal motivo de viaje fue los tratamientos de salud, las visitas a amigos y parientes, y las razones religiosas. En el caso de Costa Rica, los visitantes para ese mismo año entre los motivos de viaje indicaron que fue: las aguas termales, Bienestar que incluye (algas, sales, spa volcánicos, masaje terapéutico), Caminatas por senderos, las cuales son actividades propias del turismo de Bienestar.

Una de las zonas de Costa Rica aptas para realizar este tipo de Turismo es la zona de Cachí, que se localiza en el cantón de Paraíso, en la provincia de Cartago, esto se debe a la geografía del lugar que está rodeada de imponentes montañas, ríos, aguas termales, senderos, cerca de lugares históricos como lo es la Iglesia y Museo de Orosí, ruinas de Ujarrás, entre otras.

La base de la economía del lugar depende en gran medida del turismo y ante la escasa existencia de estudios que evalúen la incidencia real del sector en la región, se dificulta su planeación y prospección.

La preocupación creciente por el bienestar abre nuevas posibilidades a sitios turísticos no tradicionales que, además buscan la preservación y sostenibilidad de su entorno. Por otro lado, debido al crecimiento del turismo enfocado en el bienestar a nivel mundial y dado que la región cuenta con gran riqueza ambiental y ecológica, son necesarias herramientas que permitan evidenciar la factibilidad del crecimiento del sector por medio del fortalecimiento del segmento de bienestar.

El distrito de Cachí dado a su riqueza geográfica que puede ser explotada para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, sin afectar su sostenibilidad a futuro; sin embargo, ante la ausencia de estudios que permitan evidenciar la influencia que posee el desarrollo del sector turístico en el desarrollo socioeconómico de la región, se dificulta la formulación de objetivos, estrategias, planes y programas que logren alta efectividad y eficacia, haciéndose poco factible la determinación del camino por seguir, para un óptimo desarrollo turístico que proporcione progreso económico y social para el distrito

### **Antecedentes de la investigación**

De acuerdo con Brida, Pereyra, Such Devesa, & Zapata Aguirre, (2008), El turismo a nivel mundial se ha convertido en un sector significativo debido a su contribución en el crecimiento económico, se ubica como: la segunda industria más grande del mundo con un aporte del 10% al Producto Interno Bruto mundial, ha sido el objeto de estudio en países como España, Francia, Italia, Reino Unido y Estados Unidos. Estos países se encuentran entre las naciones con mayor participación en el turismo mundial tomando en consideración, tanto la llegada de turistas internacionales como los ingresos por turismo.

Según Vargas (2016), por sus características geográficas Centro América, integrado por Guatemala, Honduras, Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá, presenta importantes atractivos turísticos naturales y culturales. Sin embargo, por el aspecto de inseguridad hace que no se pueda explotar al máximo estas atracciones. Con excepción de Costa Rica, estos países presentaron una situación de inestabilidad económica y política, llevando a un crecimiento turístico lento. No es hasta en los años noventas fue cuando empezó el sector a presentar gran relevancia en la región centroamericana.

En el año 2007, en América Latina el país que recibió mayor cantidad de visitantes fue Costa Rica, esto se debe a que es considerado como el pionero del ecoturismo. La razón por la cual es llamado de esa manera es debido a la promoción de la frase ‘Costa Rica sin ingredientes artificiales’ a nivel mundial, la cual ofrece a sus turistas experiencia de interactuar con la naturaleza y las comunidades locales. Fue el único país a nivel centroamericano que promociona una imagen turística, esa es una de las razones por la cual en ese año tuvo tan elevada afluencia turística. (Ulate, 2006)

Las razones que han impulsado el crecimiento del turismo en Costa Rica son: el alto crecimiento de la actividad turística, el aumento de la apreciación de los ambientes propios del país, la variedad de la oferta, el mayor conocimiento de los consumidores acerca de los destinos, la saturación de los destinos tradicionales y la búsqueda de un turismo más activo e individualizado. Sin embargo, no se puede, considerar el turismo como una única fuente de ingreso para las comunidades, debido a que éste es de carácter vulnerable; si no como un complemento de las actividades económicas. (Morera, 2006)

El Instituto Costarricense de Turismo (2012), manifiesta que se está desarrollando un nuevo modelo turístico donde se basa en las experiencias de los consumidores, así como cambios en los valores de la demanda. Actualmente, el turista busca participar en el diseño de sus vacaciones, incluyendo en estas actividades no convencionales, buscando prácticas orientadas por incrementar la espontaneidad, incluyendo elementos de naturaleza y cultura. En el siguiente cuadro, se muestra cómo los oferentes brindan diferentes formas de realizar turismo para así poder ser atractivo para este nicho de población (Morera, 2006)

**Tabla 1. Formas de turismo y servicios ofrecidos.**

Formas de turismo	Productos y servicios de turismo
Ecoturismo	Observación de la naturaleza
De aventura	Caminatas de montaña, cabalgatas, Kayaking, rutas a caballo, en bicicleta. Etcétera
Cultural	Visita a lugares tradicionales, presentaciones culturales, leyendas, folclore, artesanías, restos arqueológicos.
Etnoturismo	Intercambio con comunidades indígenas
Agroturismo	Estancias o visitas a fincas agrícolas, participación en actividades del campo
Educativo y activo	Cursos y talleres sobre medicina natural, artesanías, cocina, idiomas, etcétera, basados en el conocimiento local
De salud	Baños termales, aromaterapia, masajes, medicina tradicional, alimentación saludable y orgánica.
De meditación	Prácticas de yoga y meditación en la naturaleza, relajación etcétera
Científico	Estudio e investigación de la biodiversidad o de aspectos históricos y arqueológicos

Fuente: Guereña, A. (Marzo de 2006). Auge del turismo rural comunitario en Costa Rica. *Ambientico* (150), 14-18

El Global Wellness Institute (2018), menciona que desde años antes de Cristo se realizan prácticas para el bienestar, por ejemplo: la tradición de Ayurveda, que se refiere a un sistema holístico que se esfuerza por crear armonía entre cuerpo mente y espíritu, estos se adaptan a las necesidades de nutrición, ejercicio, interacción social y de higiene, con el fin de mantener un equilibrio y así evitar la enfermedad, a la vez, incluye el yoga y la meditación. Por otra parte, también, se menciona que es practicada la medicina tradicional China, utilizando la acupuntura, la medicina herbaria, el Tai chi, basándose en el cultivo de la armonía de las personas para lograr la salud y el bienestar. Se refiere, además al antiguo griego Hipócrates quien es el primer médico que argumentó que las enfermedades son producto de la dieta, estilo de vida y factores ambientales.

En el año 1948, la Organización Mundial de la Salud, incluye dentro de la definición de salud, el bienestar de carácter espiritual y un estilo de vida acorde con las costumbres. Este concepto convierte a las personas capaces de hacer realidad sus aspiraciones, satisfacer sus necesidades para adaptarse al medio ambiente, a su vez, coloca el bienestar como un estado que no se limita a la salud meramente física. Por lo tanto según el programa de transformación productiva (2015) el turismo de bienestar se encuentra dentro del subsector del turismo de salud, dándose en el primero dos subdivisiones, las cuales son: la "ludicocreativo", éste se enfoca en tratamientos como: sauna, jacuzzi, piscina de color, masajes, deportes, termalismo/talasoterapia, entre otros. La otra subdivisión se refiere al "holístico" sentirse bien con el cuerpo, mente o espíritu cuyos tratamientos son: shiatsu, yoga, meditación, Tai chi, Qi gong, tradiciones indígenas, retiros espirituales, entre otros. (Programa de Transformación Productiva con oferta en turismo, 2015)

Una de las principales diferencias que existe entre el turismo de salud y el turismo de bienestar, según la firma Mackinsey (2009), es que primero se caracteriza por un enfoque orientado al concepto curativo y preventivo, en el cual se resalta la salud exclusivamente física, mientras que el turismo de bienestar se caracteriza por mejorar la calidad de vida enfocándose de una manera integral de mente, cuerpo y espíritu.

El primer aspecto que se diferencia el turismo de Bienestar de otros tipos de turismo, es la talasoterapia, considerada como medicina alternativa, se trata de la exposición repetida al aire y la inmersión en agua de mar cálida, barro, arcilla y algas ricas en proteínas, éstas ayudan a

rehabilitar el equilibrio químico del cuerpo. Lo que se interpreta como: aprovechar de los elementos marinos para mejorar la salud y el aspecto físico de las personas. Se ha evidenciado que esta medicina ayuda al sistema circulatorio, ginecológico, respiratorio, y sistema esquelético. Según (San Pedro y Nieto, 2008)

El segundo de los aspectos diferenciadores del Turismo de bienestar es el Termalismo considerado por la Organización de Balnearios de América del Norte (2015), como: el uso de aguas termales, lodo y barros, para tratamientos preventivos y curativos con la absorción en aguas de manantial, donde la base principal es el balneario. Las aguas mineromedicinales actúan de forma preventiva para tratamientos como: reumatología, problemas respiratorios, problemas en el aparato urinario, problemas en el aparato digestivo, flebología, dermatología, problemas cardioarteriales y problemas de crecimiento. Desde hace más de veinte años, los balnearios termales han combinado la relajación y masajes con actividades de ocio, recreación, y prevención esto debido a la cultura del mono producto. (Puente, 2015)

El último aspecto diferenciador son los spas o centros de bienestar, estos son especializados en promover por medio de expertos la relajación de cuerpo, mente y espíritu de las personas, en un adecuado ambiente acto para poder obtenerlo. Estos negocios, según la Asociación Internacional de Spa (2014), están dedicados al bienestar a través de una gama de servicios, de profesionales por medio de métodos no tradicionales de relajación, estos no pueden incluir procedimientos invasivos ni tampoco medicamentos con compuestos químicos. (Puente, 2015)

El Plan de Desarrollo Turístico de Unidad Valle Central-Sector Cartago (ICT, 2005) indica que la provincia se beneficia de la actividad turística sobre todo por sus atractivos naturales, su riqueza ambiental, a raíz de esto se puede ofrecer innumerables actividades turísticas caracterizadas del sector de bienestar. Siendo la tercera provincia de Costa Rica más atractivas, se destaca por sus parques nacionales, concretamente por el Volcán Irazú, Turrialba; además del Parque Nacional Tapantí-Macizo de la Muerte.

El Valle de Orosi es la región que más desarrolla la actividad turística de la provincia, cuenta con varios productos turísticos que son visitados por público nacional e internacional, así lo afirma el plan de desarrollo turístico de la Unidad Valle Central- Sector Cartago (ICT, 2005), En este Cantón se encuentran importantes atractivos turísticos de los que se destacan: Mirador Ujarrás, Mirador Sanchirí, Monumento de Orosi, Museo de Orosi, Ruinas de Ujarrás, Charrara, Laguna de Doña Ana, Aguas termales en Orosi, Río Reventazón, vistas panorámicas al Valle de Orosi, Represa de Cachí, Parque Nacional Tapantí, Reserva Purisíl, Reserva Forestal de Río Macho, y el embalse de Cachí (Turismo, 2012).

Las principales actividades que se pueden realizar en el distrito de Cachí son: caminatas cortas, observación de aves, paseos en bote, se puede contemplar el paisaje, fotografía. Estas han estimulado a la apertura de establecimientos gastronómicos, hoteles, ofreciendo a sus visitantes nacionales e internacionales un turismo recreativo. Aprovechando, a la vez, la cercanía de todos los atractivos turísticos mencionados en el párrafo anterior. (ICT, 2012)

### **Proyecciones de la investigación**

La situación económica de los países alrededor del mundo se está viendo debilitada por múltiples factores, esto provoca que las personas tengan diferentes trabajos, con jornadas laborales interminables, desencadenando muchas enfermedades, entre ellas el estrés, lo que lleva a una mala alimentación y a un envejecimiento temprano. A consecuencia de esto, muchos países han apostado a cambiar las tendencias de turismo, incluyendo en éstas el bienestar integral de los turistas, realizando diversas actividades para ayudar a que los estos se encuentren relajados en medio de la naturaleza.

Por lo mencionado anteriormente, el primer objetivo de la investigación, es caracterizar la demanda turística, en la zona de Cachí específicamente. Esto es porque se conoce que quienes practican este tipo de turismo, son personas que entre medio de la naturaleza, desarrollan actividades de relajación para llevar un estilo de vida más saludable. La zona de Cachí, es apta para que sus visitantes realicen este tipo de turismo, ya que es caracterizada por estar rodeada de montañas, cataratas, ríos y demás, donde permite que los turistas puedan estar en contacto con la naturaleza, fortaleciendo su salud al mismo tiempo.

Al contar esta zona con una riqueza de flora y fauna, lleva a que muchos empresarios quieran aprovechar este potencial e invertir en construir varios establecimientos turísticos entre ellos: balnearios termales, hoteles, hostales, restaurantes, spas, fincas agropecuarias. Estos propietarios, también, se han innovado y acoplado a las nuevas tendencias de turismo que ofrece Costa Rica por medio del I.C.T, como lo son el turismo de Bienestar, rural comunitario y de aventura. Por este motivo, el segundo objetivo de este estudio es: describir la oferta de turismo de bienestar que se presenta en el cantón de Paraíso, visualizando entre ellas cuál es el aprovechamiento que le hacen a la naturaleza presente en la zona y el tipo de turismo que realizan dentro de sus instalaciones.

Según Global Wellness Institute, el Turismo de Bienestar aportó quinientos sesenta y tres billones de dólares al Producto Interno Bruto a nivel mundial en el 2015, lo que hace que llame la atención a Costa Rica para así lanzar la estrategia "WELLNESS PURA VIDA", que hace

posicionar al país como un destino de bienestar. El Instituto Costarricense de Turismo, lleva a cabo esto, visualizando qué zonas del país tienen potencial para realizar actividades, propias de este tipo de turismo, y de esa manera ayudando a capacitar profesionales propietarios de empresas turísticas. Una de las zonas potenciales de Costa Rica para practicar este tipo de turismo con actividades como: yoga, termalismo, aprovechar las zonas antiguas del lugar, senderismo y demás, es la zona de Cachi, esto produce que se genere más empleo y ayude a la economía, tanto de la zona como del país. Por ese motivo, el tercer objetivo de esta investigación es analizar la evolución económica del turismo de Bienestar en Costa Rica.

Estos tres objetivos de la presente investigación buscan un análisis del impacto socioeconómico del segmento del turismo dedicado al bienestar en el distrito de Cachí, cantón de Paraíso, provincia de Cartago, 2018. Se realizará con el fin de dar una mayor comprensión de las posibilidades de crecimiento y mejora del sector, en beneficio de la región. A través de una evaluación basada en el análisis documental, la observación y por medio de entrevistas se busca evidenciar la incidencia del turismo de bienestar y cómo su desarrollo influye positiva o negativamente en los aspectos socioeconómicos del Distrito. Dicha evaluación servirá como guía para el posterior establecimiento de negocios y medidas que permitan el mejoramiento del desarrollo socioeconómico del Distrito.

## CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

La importancia que tiene este apartado es aclarar y ofrecer al lector una guía que incluye conceptos y procedimientos que sustentan la investigación. Estos están relacionados en el turismo nacional, la planeación estratégica y su correspondiente lineamiento, junto con diversos aspectos vinculados con el turismo de bienestar.

### **Turismo**

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) (1995), este término se entiende por:

*“Las actividades que efectúan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno usual por un período de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros.”*

De acuerdo con Renato Quesada (2010), el turismo se define como:

*“El traslado temporal de una persona por diversos motivos ya sea cultura, diversión, placer o comercio y que no vayan a trabajar o fijar su residencia en el destino. Puesto que el carácter de esta actividad es viajar de regreso a su origen, es decir implica un ir y venir”.*

### **Tipos de Turismo**

Esta actividad se puede clasificar, según tipos y el motivo del viaje de los turistas. Se determinan, según las actividades y particularidades de los consumidores. Por lo tanto, Quesada (2012), indica que se puedan dividir de la siguiente manera:

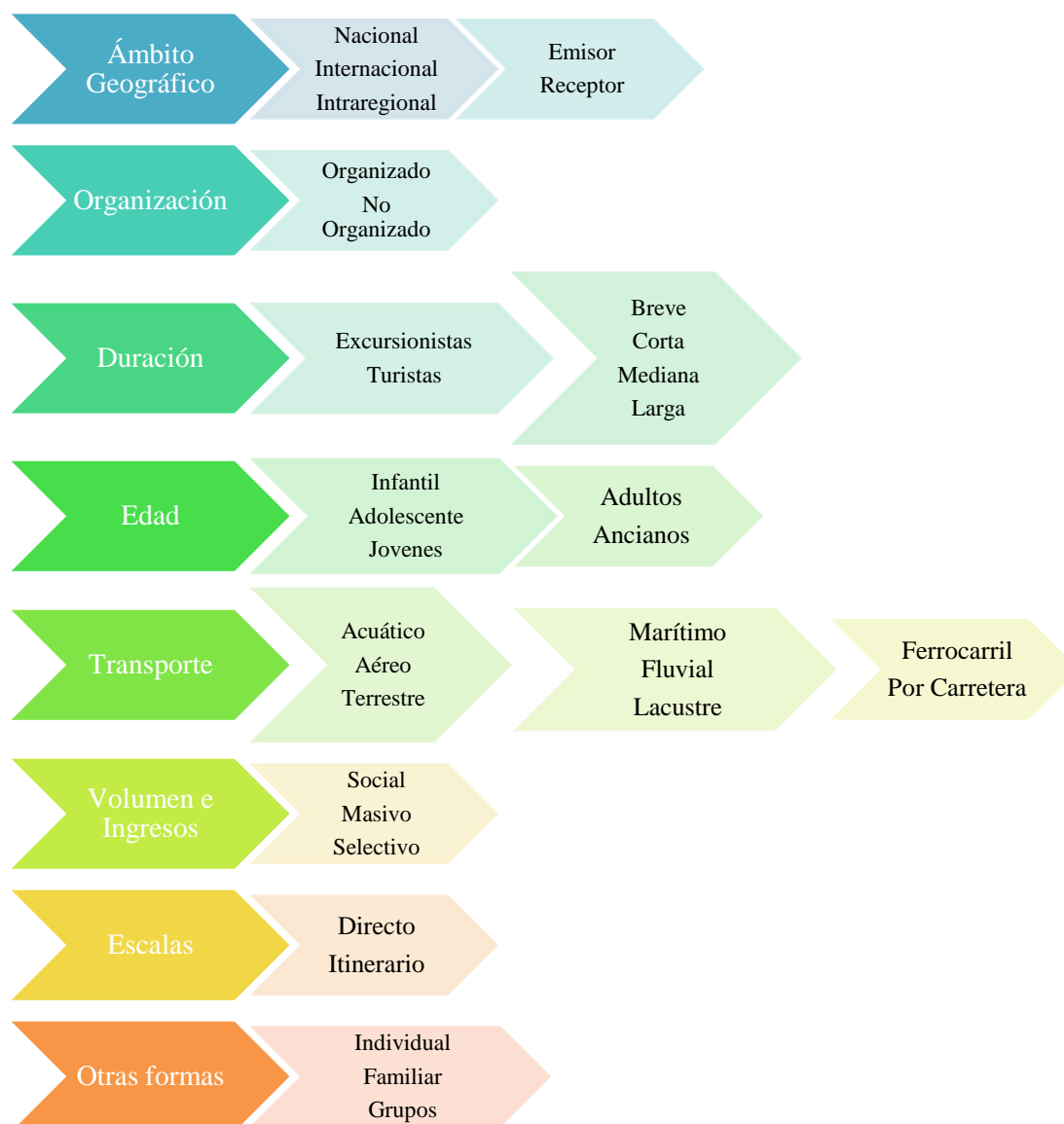
- **Turismo Deportivo:** Los turistas viajan motivados para realizar eventos deportivos internacionales, disfrutar o practicar alguna actividad del deporte y para hacer competencias. La gama deportiva es enorme muchas son practicadas, principalmente en grupos, parejas o individualmente. También, existen hoteles que van dirigidos a esta temática, muchos cuentan con club e instalaciones exclusivas.

- **Turismo de Placer:** Esta modalidad es caracterizada por múltiples intereses, pero su finalidad es disfrutar a plenitud. Este tipo de turismo es masivo, la gran mayoría de visitantes realiza actividades como: compras, visitas a parques, bailes, atracciones, caminar etc. Hay destinos muy reconocidos por esta tipología, como Cancún o Las Vegas.
- **Turismo de Salud:** Lo realizan turistas que van en búsqueda de facilidades de descanso y recuperación. También, aquellos que desean recibir un tratamiento quirúrgico que mejore sus enfermedades. Dentro de esta modalidad entre el turismo de bienestar, en este se puede disfrutar de balnearios, spas, gimnasios y de técnicas naturales curativas.
- **Turismo de Congresos y Convenciones:** Consiste en los viajes que se hacen para asistir a reuniones por trabajo o congresos educativos, religiosos o ideológicos, a su vez el viajero realiza actividades turísticas en la región que visita. Típicamente, duran entre 2 a 5 días y se efectúan en países donde tienen las condiciones e instalaciones adecuadas para recibir una gran cantidad de personas.
- **Turismo Naturalista:** Es el que practican las personas que viajan para apreciar la naturaleza y paisajes escénicos, con el fin de disfrutar los recursos naturales. Este puede subdividirse en turismo de naturaleza suave, fuerte y ecoturismo.
- **Otros tipos de turismo:** En esta categoría entran todas aquellas actividades de riesgo o de aventura, el agroturismo y el turismo rural. Este se hace con motivaciones diversas, según la cultura y expectativas del viajero. (Quesada, 2007).

## Formas de Turismo

El esquema propuesto por Instituto Costarricense de Turismo (ICT), presenta las características habituales de los viajes y de quienes los realizan. Estos se visualizan en la siguiente figura

**Figura 1 . Formas de Turismo**



Fuente: Elementos del Turismo, Quesada, (2007)

## 2.1 Turismo de bienestar

El Global Wellness Institute establece que el turismo de bienestar se da cuando las personas buscan destinos para relajarse, evitar el estrés, obesidad, ansiedad, entre otras enfermedades. Este tipo de turismo consiste en viajar para mejorar la salud y establecer hábitos de vida sanos.

Avila (2014), considera que el turismo de bienestar está centrado en recuperar la salud, la estabilidad física y mental, también se acompaña de actividades lúdicas que distraen al ser humano y lo llevan a momentos placenteros. El autor menciona lo siguiente:

*“En una sociedad con ritmos, rutinas y hábitos de descanso, alimentación y ocio antinaturales, que son seguidas, casi sin distinción, por adultos y niños, apuesto por decir que, o paramos y aprendemos a cuidar de nuestra salud o vamos a tener una sociedad enferma, improductiva e inviable, porque no habrá dinero suficiente para pagar los costes que demandará. Y hablo en términos económicos, porque parece que este es el lenguaje que más comprendemos.”*

*“El turismo de bienestar no puede ser tomado solo como una tendencia de consumo. Si estamos viendo que la sociedad está buscando un servicio que le permita recuperarse, reencontrarse con la naturaleza y volver al bienestar, tendremos que tomarnos muy en serio la oferta de servicios integrales y de alta calidad que trabajen la recuperación, la prevención y la educación para el autocuidado de la Salud.” (Párr. 2-3).*

El turismo de bienestar es un nicho creado por la sociedad moderna que se ha centrado, por un lado, en la producción de productos para llevar una vida más sana. Esto conlleva a la reducción del estrés y tensión que con el tiempo ayuda a prevenir trastornos más severos. Las personas tratan en determinados lapsos de huir de situaciones que deterioren su salud, esto los lleva a interactuar en actividades que los lleve a la tranquilidad y la diversión, sobre todo a pensar más en sí mismos. De ahí, la importancia del turismo del bienestar (Avila 2014).

De acuerdo con Avila (2014), el turismo de bienestar debe contemplar los siguientes aspectos:

1. Servicio de cuidado, recuperación y mantenimiento de la salud prestado por profesionales debidamente formados y de alta calidad, que trabajan de manera integral e individualizada en la salud del visitante.
2. Componentes de diversión y educación sobre una vida de bienestar que involucre al turista un autocuidado en su salud. ¡Sabemos que a las personas les gusta aprender a cuidarse! es decir quieren información y formación.
3. Con una alimentación sana y bien equilibrada que lo favorezca en todo viaje. También, menús que respetan las intolerancias alimentarias, alergias o preferencias.
4. Debe practicarse en entornos naturales, que favorezcan la relajación y recuperación de todo visitante. Si la salud humana es un reflejo de la salud de la tierra, es óptimo que ese lugar aporte belleza, armonía, aire puro, espacios que inviten a disfrutar mientras se ejerciten y aprendan.
5. Incluir por supuesto en su diseño el concepto amplio de salud de la Organización Mundial de la Salud (OMS) “un estado de completo bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”, por tanto incluye recuperación, mantenimiento y promoción de la salud. (párr. 6-10)

El turismo de bienestar pretende brindar bienestar físico, mental y social en sentido amplio, de manera que se realizan actividades muy variadas, incluyendo el yoga o la meditación, masajes terapéuticos, caminatas, convivencia con pueblos cercanos, entre otros; éste no solo trata de dar asistencia médica a personas enfermas y hacer procedimientos quirúrgicos, si no, tratar a un visitante de manera integral para el beneficio de su salud. También, puede incluir otros aspectos relacionados como la alimentación, o charlas para cuidar de sí mismo.

Ávila (2014) indica, lo prioritario que las empresas deben mantener un enfoque en sus actividades basado en:

- El mercado al que se va a dirigir
- Los servicios que se deben ofrecer
- El perfil de los profesionales con los que se debe contar
- Las alternativas de organización jurídica.
- El plan de comunicación y mercadeo. (párr.12)

Es necesario evidenciar en el cuadro 2 los principales mercados de turismo de bienestar en América Latina y el Caribe durante el 2013. Sobresale, México en primer lugar teniendo el mayor gasto con \$ 10,465.3 millones y la cantidad de viajes con 12 millones. Costa Rica se encuentra en el sexto lugar con 0.7 millones de viajes y un gasto de \$956.4 millones. Lo que está ocurriendo dentro del turismo de bienestar, es decir, aquel dirigido a aquellas personas que buscan mantener o mejorar su bienestar físico o mental cuando realizan un viaje, está generando un movimiento en diferentes países de América Latina (GWI, 2014).

**Tabla 2.**

**Principales países latinoamericanos en el mercado de turismo de bienestar, 2013.**

<b>Países latinoamericanos</b>	<b>Cantidad de Viajes (Millones)</b>	<b>Gasto (US \$Millones)</b>
<b>México</b>	12.0	\$10,465.3
<b>Brasil</b>	5.9	\$2,547.1
<b>Argentina</b>	2.3	\$1,440.5
<b>República Dominicana</b>	1.0	\$1,128.7
<b>Chile</b>	3.0	\$1,028.8
<b>Costa Rica</b>	0.7	\$956.4
<b>Colombia</b>	1.1	\$795.9
<b>Jamaica</b>	0.6	\$716.9
<b>Venezuela</b>	1.3	\$650.0
<b>Puerto Rico</b>	0.8	\$638.8

Fuente: Global Wellness Institute, 2014.

Por otra parte, es necesario dar un repaso a las tendencias del sector de bienestar, donde Balbín (2017) señala:

*“En la Cumbre Mundial del Bienestar (Global Wellness Summit) celebrada en 2016 en Austria, expertos de más de 46 países identificaron las principales tendencias en el sector para 2017, y las publicaron en el documento 2017 Wellness Trends. Encabezando la lista de las próximas modas, figura la “sauna reinventada”, en referencia a la revolución que estos locales están sufriendo en el norte de Europa: ya no son solo lugares idóneos para liberar toxinas, sino también para disfrutar de experiencias creativas colectivas, música o cócteles”. (Párr. 9)*

De manera que el sauna y las experiencias colectivas se revelan como predominantes, lo que es lógico, teniendo en cuenta, por un lado, el sauna es una actividad milenaria de relajación, se indicó en el turismo de bienestar depende mucho de las experiencias sociales. Lo expuesto lo complementa el siguiente cuadro 3:

**Tabla 3.**

**Principales países latinoamericanos en el mercado de termas/ aguas minerales, 2013**

<b>Países latinoamericanos en el mercado de termas</b>	<b>Número de Establecimientos</b>	<b>Ingresos ( US\$ millones)</b>
<b>Brasil</b>	52	\$230
<b>México</b>	576	\$225
<b>Argentina</b>	75	\$102
<b>Costa Rica</b>	26	\$87
<b>Chile</b>	62	\$82
<b>Uruguay</b>	18	\$39.5
<b>Pero</b>	38	\$31.5
<b>Venezuela</b>	9	\$31.5
<b>Colombia</b>	25	\$16.3

Fuente: Global Wellness Institute, 2014.

Por lo que respecta de la industria de los spas, conocida como “aquellos establecimientos que promueven el bienestar a través de la provisión de servicios terapéuticos que buscan renovar el cuerpo, la mente y el espíritu. Como se puede evidenciar en el cuadro # 4 el informe del Global Wellness Institute ofrece datos importantes, ya que para el 2015 este mercado facturó a nivel mundial \$ 99.8 billones aproximadamente. El número de spas que existen en el mundo ha subido desde los 105.591 en 2013 a los 121.595 en 2015 que emplean a más de 2 millones de personas. Es decir, 16.000 spas más en el mundo y 230.000 nuevos empleados en el sector (GWI, 2015).

**Tabla 4. Principales países latinoamericanos en el mercado del Spa, 2013**

<b>Países latinoamericanos en el mercado del Spa</b>	<b>Cantidad de Spas</b>	<b>Ingresos por Spas (US\$ millones)</b>	<b>Empleos por Spas</b>
<b>México</b>	2,765	\$1,364.5	44,839
<b>Brasil</b>	1,325	\$623.0	17,350
<b>Argentina</b>	1,803	\$560.4	22,958
<b>Colombia</b>	527	\$311.0	8,293
<b>Costa Rica</b>	249	\$267.2	5,784
<b>Venezuela</b>	228	\$161.5	3,557
<b>Chile</b>	238	\$150.1	3,726
<b>Jamaica</b>	140	\$102.3	2,603
<b>Uruguay</b>	110	\$98.8	2,878
<b>República Dominicana</b>	190	\$96.1	3,010

Fuente: Global Wellness Institute, 2014

Según el Global Wellness Institute (2015), el turismo de bienestar se enfoca cada vez más por involucrar a los participantes, desde actos simples como clases de pintura, o de canto, el ir a conciertos y luego comentarlos, en fin, pueden considerarse actividades cotidianas que luego complementan los principales como el yoga o las caminatas. Al parecer lo que se busca es ofrecer gran variedad de actividades, para que los turistas tengan muchas oportunidades de escoger. Como se puede observar en la imagen # 1 el turismo de bienestar es complementado por: el

turismo cultural, gastronómico, de aventura, médico, agroturismo, ecoturismo, espiritual, deportivo y voluntariado. Todos estos forman parte del mercado de bienestar.

### Ilustración 1. Tipos de turismo que complementan el de bienestar, 2013



Fuente: Global Wellness Institute, 2013.

- **Turismo Cultural:** La European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS), (2018) lo define como: *"el movimiento de personas hacia las atracciones culturales fuera de su lugar de residencia habitual, con la intención de acumular nuevas informaciones y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales"*.

Un efecto positivo del turismo cultural sobre los recursos y productos es la contribución al mantenimiento, preservación y protección. En muchos casos, se rescatan y restauran recursos culturales de gran potencial, pero olvidados por no tener rentabilidad económica (André, Cortés, & López, 2003). También, Costa Rica ofrece maravillas culturales con declaratorias reconocidas mundialmente, entre ellas se encuentran: El boyero y la carreta Obra Maestra del Patrimonio Oral e Intangible de la Humanidad, los Asentamientos cacicales de las esferas de piedra del sur de Costa Rica, el Monumento Arqueológico Nacional de Guayabo. Existen otras manifestaciones y tradiciones culturales galardonadas nacionalmente como el baile del swing criollo, el calipso limonense, la tradición de la fabricación cerámica chorotega, la Fiesta de los diablitos borucas, el arte, las artesanías, la música, la gastronomía, entre otras, las cuales se comparten con los visitantes (Costa Rica Azul, 2017).

El representante de la Organización Mundial del Turismo Taleb Rafai, (2017) hizo énfasis en la importancia de diversificar el turismo, que no esté solo basado en playa y sol, sino que esté cargado de cultura, folclor, gastronomía, estilo de vida del tico común. Eso es lo que enriquece el turismo de bienestar:

*"Cuando uno dice diversificar el producto de sol y playa esto es la única otra alternativa lógica, porque aparte de lo ambiental y el ecoturismo, que ya es muy avanzado en Costa Rica, creo que concentrarse más en el sentido cultural e histórico, la cultura es la historia de la gente y el turismo cuenta historias"*.

- **Ecoturismo:** Esta se puede considerar una modalidad de turismo muy amplia, ya que se basa en la oferta de los atractivos naturales de flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía, etc., y las manifestaciones culturales locales, a través de micro, pequeñas y medianas empresas. (Rivero & Blanco, 2003). Costa Rica está demostrando que

la conservación y el crecimiento económico van de la mano. El potencial de crecimiento y beneficios para el medio ambiente del ecoturismo es un reto para los países en desarrollo. La inversión en el ecoturismo es una causa que vale la pena y proporciona desarrollo positivo para el medio ambiente y el país (Visit Costa Rica , 2013).

- **Turismo deportivo:** El concepto turismo deportivo hace referencia a los viajes que se realizan para ver o participar en un evento o actividad deportiva. El turismo deportivo es uno de los sectores con mayor crecimiento dentro de la industria mundial de los viajes, cada año se gasta más de \$250 a 375 millones (GWI, 2014). Esta modalidad brinda al ser humano una oportunidad para el bienestar el cual se experimenta de la práctica de actividad física y ésta estaría ligada a la mejora del estado de salud, el bienestar y la calidad de vida. Es importante representar el estado de bienestar donde la persona experimenta emoción positiva, entrega, sentido, relaciones positivas y logros con el objeto de creer que experimenta cierta satisfacción con su vida (Moreno, 2016).
- **Turismo Espiritual:** Es importante destacar que el Global Wellness Institute, (2014) menciona que este tipo de turismo general alrededor de \$ 37 a 47 billones de ingresos, parte de ese ingreso se refleja en la práctica del turismo de bienestar. Cuando se habla del turismo espiritual, se hace referencia a un sector de personas que busca en sus viajes aspectos de recreo, placer o culturales y conectar su mente y espíritu a través de la práctica de rituales con aspectos de carácter místico. El crecimiento de este tipo de turismo probablemente se debe a varios factores, entre ellos la tendencia de los viajeros por tener unas vacaciones con un sentido más espiritual y que contengan educación, bienestar, cultura y arte (SECTUR, 2009).
- **Turismo de Voluntariado:** Esta modalidad es más conocida, como la que se trabaja sobre el terreno ayudando al desarrollo sobre todo en comunidades locales con falta de servicios mínimos: sanidad, higiene, infraestructuras, transportes incluso comida y agua. Cada vez más los jóvenes tienen interés por el turismo de voluntariado. Quieren viajar teniendo un impacto en la comunidad, por lo que ya no buscan el tema de viajar en un todo incluido de siete días en destino de playa, sino en experimentar el voluntariado como parte de su bienestar (Pantaleón, 2018).

- **Turismo de Aventura:** Esta modalidad se entiende como: *“Los viajes que tienen con fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza”*. El turismo de aventura tiene como principal característica que permite al viajero desarrollar su condición física y mejorar su estado emocional en el momento de tener retos por la naturaleza y por sí mismo (UNID , 2014).
- **Turismo Gastronómico:** En la sociedad actual la comida se ha vuelto una parte enormemente importante en la cultura y en las vidas. El comer, ya no se percibe solo como una necesidad, sino como una experiencia lúdica y sumamente estimulante. Como consecuencia, la gastronomía se ha vuelto una nueva y poderosa motivación para viajar. Las experiencias gastronómicas enriquecen los viajes, ya que producen memorias placenteras y duraderas. Todo ello ha influido en que el turismo gastronómico se haya convertido en uno de los segmentos más dinámicos y con mayor crecimiento de la industria turística. (García, 2018).

La oferta gastronómica sostenible costarricense va desde lo tradicional hasta la innovación en restaurantes, sodas, mercados, ferias del agricultor y productos orgánicos por su variedad, por lo que se puede adecuar a cualquier presupuesto y nivel de exigencia, dependiendo de las preferencias. El turismo gastronómico sirve para la atracción de turistas y el de bienestar como el remedio perfecto para olvidarse de las rutinas en medio de la naturaleza, son la combinación perfecta (Summa, 2017).

- **Agroturismo:** El agroturismo se posiciona como un tipo de actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de la artesanía. (Rivero & Blanco, 2003).

- **Turismo Médico:** Este se puede definir como el proceso de viajar fuera del país de residencia con el fin de recibir asistencia médica. El turismo médico representa un fenómeno mundial, de billones de dólares que se prevea que crezca considerablemente en la década próxima; según datos del Global Wellness Institute (2014), este mercado está generando \$50 a 60 billones. Para el individuo interesado en servicios médicos, el costo es el factor clave para la decisión de recibir asistencia médica en el extranjero (Nguyen & Gaines, 2017 ).

De acuerdo con información del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), (2016) un total de 13.131 turistas visitó Costa Rica por motivos de salud y atención médica, esto representó el 0,4% del total de visitas recibidas para ese año. Para las empresas que desean hacer investigación de mercado, es fundamental para lograr un plan de inversión acorde con las necesidades y capacidades de la de los viajeros. Tomando en cuenta el crecimiento en el turismo médico costarricense y la imagen que ha logrado el país a nivel mundial en este tipo de servicios, es relevante que el sector esté informado sobre las tendencias mundiales y los requerimientos de los clientes usuales (Pacid Solutions , 2018).

### **Planta turística del turismo de bienestar**

Cada día están en evolución las necesidades de los turistas, y en la industria de la hospitalidad se adaptan para la satisfacción de los clientes. Los viajeros de hoy están centrados plenamente en la vida sana y esperan mantener su estilo de vida de bienestar cuando viajan. Esta modalidad no solo se centra en mantener un buen aspecto físico, sino el bienestar equilibrado, ésta, también, comprende belleza, dieta saludable, relajación, alivio del estrés y meditación. Este perfil del turista demanda tener más opciones de bienestar en su destino de viaje. A continuación, se enlistan las siguientes características exigidas por los viajeros (Fernández, 2018):

- Comida saludable
- Spa /masajes
- Experiencias en la naturaleza
- Propiedades eco-conscientes
- Gimnasios con cardio y pesas

- Programas de sueño saludable y meditación/ programación de la atención plena y yoga.

El enfoque en el diseño de bienestar se ha convertido en una extensión de diseño sostenible que muchas marcas de hospitalidad están adoptando. Cadenas hoteleras prestigiosas están patrocinando en sus alojamientos maneras sostenibles que crean un ambiente de bienestar al huésped. La marca “Element” es parte de Starwood Hotels & Resorts Worldwide, con el motivo de atraer a huéspedes eco-amigables a través de sus diseños con Certificado LEED. Entre otro ejemplo, se encuentra Inter Continental Hotels Group ha desarrollado la marca “Even” que se centra en el bienestar total de los huéspedes. Otros, como MGM Grand en Las Vegas, han instituido pisos de bienestar donde servicios, incluyen sistemas de purificación de aire y agua, materiales hipo alérgicos, superficies antibacterianas e iluminación innovadora para un sueño reparador están presentes en cada habitación. El bienestar es parte de la sostenibilidad, equilibrio y enriquecimiento del ser físico, mental, emocional, social y espiritual; de manera que es muy necesario acondicionar los alojamientos enfocados a esta modalidad (Fernández, 2018).

Algunas recomendaciones para las empresas hoteleras para llevar a cabo ambientes de bienestar se listan a continuación:

- En áreas públicas, opciones de comida saludable en área de mercado y artículos varios.
- Utilizar filtros HEPA del inglés “*High Efficiency Particulate Air*” pueden ser añadidos para restringir contaminantes aerotransportados.
- Expandir el centro de ejercicios con espacio de entrenamiento y equipos adicionales de gimnasia es otra opción.
- En los centros de deportes agregar espacios abiertos para el yoga, meditación y para centrarse en el núcleo y equilibrio.
- El personal del hotel necesita estar familiarizado con parques cercanos y áreas al aire libre donde a los huéspedes se les pueden ofrecer los medios para participar en caminatas, running, senderismo, ciclismo y otras actividades deportivas y de turismo.
- Sillas de trabajo ergonómicas se están convirtiendo en la norma para la mayoría de las marcas, y opciones más saludables en el mini bar, también, están ganando tracción.

- Es esencial incorporar una mezcla de iluminación natural, directa y ambiental para capturar todas las diferentes necesidades de los huéspedes.
- En los baños, agregar accesorios estilo spa, como duchas de lluvia para ayudar en la relajación de los huéspedes (Fernández, 2018).

## **2.2 El turismo en Costa Rica**

El turismo es una de las actividades productivas más importantes para Costa Rica, desde el año 1995 representa la primera fuente de divisas de su economía; contribuye con la generación de empleo a nivel nacional, eso le da un atractivo para el crecimiento del país y, por ende, para el bienestar de los costarricenses. La cultura de la sostenibilidad ha guiado el proceso de planificación de la actividad turística nacional en todos sus ámbitos. Por lo que, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), tiene como una de sus premisas la promoción de Costa Rica como un país de belleza natural y líder en el ecoturismo. Esto ha abarcado a los sitios declarados patrimonio, los cuales se encuentran integrados en las rutas turísticas que complementan esta actividad (Rondón, 2012).

La cantidad de atractivos naturales y culturales que Costa Rica posee, incentivan a los productores del turismo a complementarlos en cada producto existente, esto ha hecho que estas características vayan incorporadas en todo paquete turístico. Se ha creado una demanda hacia nuevos productos como el de bienestar y el ecoturismo, remplazando el típico sol y playa. Estos nuevos servicios que van de la mano con la naturaleza cuentan con un nicho de mercado interesado por conocer la cultura, alimentación sana y la relajación en un medio ambiente natural. Este país es motivo para la visita de turistas en busca de estos productos, tal es que las entidades gubernamentales se esfuerzan en la protección de la naturaleza como clave para el crecimiento del turismo a nivel nacional (Rondón, 2012).

Rondón (2012) indica que:

*“En la actualidad Costa Rica cuenta con aproximadamente un 25% de su territorio en algún régimen de protección, en donde más del 90% de este territorio está constituido como un área de conservación, siendo en total 11 áreas de conservación establecidas a lo largo y ancho del territorio y en donde se ubican los parques nacionales, principales centros de atracción de turistas nacionales e internacionales.”* (p. 29)

La actividad turística en Costa Rica se desarrolló sobre la base del turismo de la naturaleza, en donde se enfatiza la conservación del ambiente como patrimonio fundamental; éste ha sido más explotado que el patrimonio cultural. Convirtiéndose con los años en un complemento de la oferta turística. Esta misma ha creado un aumento en la industria hotelera la cual compite entre las mejores a nivel mundial por la calidad y sostenibilidad en sus procesos (Bermúdez, 2012).

Según el Instituto Costarricense de Turismo (ICT, 2017) este país se divide en siete regiones turísticas:

- **Guanacaste:** Con un área total de 10.140 km<sup>2</sup> y más de 700km de costa, la provincia de Guanacaste en el noroeste de Costa Rica, comprende la costa pacífica, así como su sabana y sus montañas hacia el interior, desde el límite con Nicaragua hasta la desembocadura del Río Bongo en el sur de la Península de Nicoya. Ofrece numerosas áreas protegidas en sitios terrestres, montañosos, costeros. Hay canopy para quienes les gusta el deporte de aventura y el deporte ecológico y para aquellas personas que son sedentarias hay caminatas; existen las cavernas de Barra Honda y playas (CATURGA, 2018).
- **Llanuras del Norte:** Esta región abarca un extenso territorio el cual recorre el paso entre el Parque Nacional del Volcán Poás, el Parque Nacional del Agua Juan Castro Blanco, hasta Zarcero. Por el norte surca la Cordillera Volcánica de Tilarán y por el sur, de la Cordillera Volcánica de Guanacaste hasta las faldas del volcán Tenorio, pasando entre éste y el macizo del volcán Miravalles. Comprende una diversidad de lagos, lagunas, volcanes, ríos y cataratas. La biodiversidad ofrece en distintas zonas de San Carlos y Sarapiquí, mientras el

volcán Arenal es una gema que alumbra imponente desde el Distrito de la Fortuna (ABC Viajes, 2018).

- **Caribe:** Esta región turística tiene una extensión de 9177.58 km<sup>2</sup> y 320 kilómetros de costa, comprende la costa caribeña costarricense que se extiende desde el río San Juan hasta el río Sixaola en la frontera con Panamá. La ciudad de Limón se ubica en el sector central de la unidad turística y constituye un centro de escala y distribución de turistas. Además, es posible disfrutar de espectaculares visitas y de todo el sabor de la cultura afrocaribeña. Los principales atractivos lo constituyen el desove de tortugas verdes en las playas del Parque Nacional de Tortuguero y el Refugio Nacional de Vida Silvestre Barra del Colorado, sitio privilegiado para la pesca deportiva del róbalo, el sábalo y otras especies. Lo anterior, se complementa con el sistema de canales fluviales que une el Puerto de Moín con Barra del Colorado, que constituye un atractivo singular y simultáneamente el único medio de transporte (Visit Costa Rica , 2018).
- **Puntarenas e Islas del Golfo de Nicoya:** Esta zona del Golfo posee un área de 2442 km<sup>2</sup> y 425 kilómetros de costa. También, se caracteriza por la discontinuidad espacial, ya que incluye un sector de la península de Nicoya y la ciudad de Puntarenas. La unión entre ambos litorales se efectúa por medio de transporte marítimo. Esta región se extiende desde Punta Conejo, al sur de Puerto Caldera hasta la desembocadura del Río Bongo. Puntarenas es una de las regiones turísticas más importantes de Costa Rica llamada la Perla del Pacífico. Sus costas las engalanan abundantes islas, ensenadas, playas y tesoros naturales de gran belleza, que la convierten en un destino turístico por excelencia. En ésta se encuentra el famoso Paseo de los Turistas, donde se puede disfrutar del platillo típico vigorón y tomar un rico Churchill. Su territorio ofrece gran variedad de atractivos fundamentados en el sol y la playa, los cuales se complementan con zonas protegidas, áreas insulares y continentales. Además, con un pequeño viaje en barco se puede llegar a las islas de San Lucas y Chira (Visit Costa Rica, 2018).

- **Valle Central:** En esta área se sitúa la capital, San José donde se concentra la mayoría de los servicios gubernamentales, sin embargo, las restantes ciudades cabeceras de las provincias: Alajuela, Heredia y Cartago cuentan con una serie de servicios comerciales y turísticos de buena calidad. El Valle Central como zona turística cuenta con dos áreas de extraordinaria belleza, que por sí solas, se constituyen en verdaderos destinos turísticos: Turrialba y el Valle de los Santos.

Es el acceso principal al país y ofrece la posibilidad de disfrutar de una variedad de atractivos turísticos culturales y naturales, entre los que sobresalen los mejores museos del país: Oro, Jade, Nacional, Arte Costarricense, Ciencias Naturales de la Salle, Insectos de la Universidad de Costa Rica, Arte y Diseño Contemporáneo y del Niño. También, es posible explotar maravillas naturales como el Parque Nacional Braulio Carrillo y los volcanes Poás e Irazú, en paseos de un día desde San José. Esta zona también permite realizar actividades diversas, combinando diferentes productos turísticos, relacionados con la cultura, con la aventura y la naturaleza (ICT, Visit Costa Rica , 2018).

- **Pacífico Medio:** Esta región va desde Puntarenas hasta la desembocadura del río Barú, en Dominical. Abarca importantes ciudades turísticas: Quepos y Jacó. Es un enorme lugar lleno de belleza escénica y de una alta variedad de opciones para disfrutar. También, se encuentra una maravilla turística del país como la Isla de Coco ubicada a 600 metros de la costa. Es una región con características climáticas húmedas y lluviosas, por ende, las playas y las colinas inmediatas a la costa presentan una mayor biodiversidad (ICT, 2018).

- **Pacífico Sur:** Incluye la Ciudad de San Isidro de El General, es la puerta de acceso a la zona sur del país. También, abarca las espectaculares playas para el avistamiento de ballenas, en total son 490 kilómetros de litoral hasta Punta Burica, repletos de acogedores pueblos y lugares de imponente belleza. Para quienes gustan de un poco de aventura, es obligatorio visitar la cumbre del Chirripó. En esta región el producto principal es el ecoturismo especialmente el que se realiza entre el Humedal Sierpe-Térraba; la Reserva Forestal Golfo Dulce, el Parque Nacional Marino Ballena, la Reserva Biológica del Isla del Caño y el Parque Nacional Corcovado. Asimismo, existe un amplio potencial en el desarrollo del turismo rural en asentamientos campesinos distribuidos a lo largo de la región. En esta zona se localizan dos áreas protegidas de gran importancia, una es el Parque Nacional de Corcovado, a la cual la Revista National Geographic lo define como el lugar biológicamente más rico del planeta y la Reserva de Biosfera declarada Patrimonio de la Humanidad y es parte del Parque Internacional de la Amistad (ICT, 2018).

El Instituto Costarricense de Turismo (ICT), mantiene un sistema de información que permite el monitoreo de varios indicadores del sector, de manera que se brinda más que cifras sobre la cantidad de llegadas internacionales o crecimiento turístico. Como se observan en la tabla # 3es solo uno de los indicadores y corresponde al nivel más general, el cual se obtiene de los datos que remite la Dirección General de Migración y Extranjería (DGME) y se refiere a la cantidad de llegadas que ha ingresado al país en un periodo determinado, por cualquiera de los puertos de entrada (aéreo, terrestre, marítimo y fluvial).

**Tabla 5. Visitas Internacionales a Costa Rica por puertos de entrada**

Puerto de entrada	Llegadas internacionales enero a diciembre,2015	Variación 2014-2015	
		Absoluta	Relativa
<b>Todos los puertos</b>	2 665 608	138 791	5,5%
<b>Vía aérea</b>	1 858 965	138 014	8,0%
<b>Aeropuerto internacional juan Santamaría</b>	1 430 625	90 234	6,7%
<b>Aeropuerto internacional Daniel Oduber Quirós</b>	426 336	47 851	12,6%
<b>Vía terrestre y fluvial</b>	798 446	2041	0,3%
<b>Vía marítima</b>	8197	1264	13,4%

Fuente: El Instituto Costarricense de Turismo (ICT), (2016)

Según el ICT durante el año 2015 la estimación de divisas fue de US\$ 2.882,4 millones; es decir, alrededor de US\$ 246 millones de dólares más que en el año 2014, lo que refuerza la importancia del turismo como actividad dinamizadora de la economía nacional.

**Tabla 6. Visitas Internacionales a Costa Rica por puertos de entrada**

Vía de ingreso	Octubre		Noviembre		Diciembre		Total IV trimestre	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Todos los puertos	143,213	158,075	189,823	220,904	253,299	288,067	586,335	668,046
Variación absoluta 2014-2015	15 862		31 081		34 768		81 711	
Variación relativa 2014- 2015	11,1%		16, 4%		13, 7%			
Vía aérea	89 766	101 756	131,655	158,025	182,842	211,225	404,263	471,306
Variación absoluta 2014-2015	11 990		26 370		28 683		67 043	
Variación relativa 2014-2015	13,14%		20,0%		15,7%			
AUS	7 829	7 87 570	02,671	1 118,767	135,940	149,282	316,440	355,619
Variación	9 741		16 096		13 342		39 179	

absoluta 2014-2015								
Variación relativa 2014-2015	12,5%		15,7%		9,8%			
AIDO	11 797	14 017	28,870	39,095	46,766	62,033	87,433	115,145
Variación absoluta 2014- 2015	2 220		10 225		15 267		27 712	
Variación relativa 2014- 2015	18,8%		35,4%		32,6%			

Fuente: El Instituto Costarricense de Turismo (ICT), (2016)

### **2.2.1 Retos del turismo de bienestar en Costa Rica**

Puente (2015) expresa, que el principal reto del turismo de bienestar es diferenciarse del turismo de salud, como un segmento independiente que puede mejorar la salud física y mental, pues para este autor, incluso existe confusión con ambos términos cuando los turistas potenciales buscan información en Internet. Cabe mencionar que la medicina tradicional es parte del turismo de bienestar, sin embargo, esta actividad es practicada sin tener un aval científico de su conveniencia y esto hace que desacredite su beneficio, sobre todo, la credibilidad de los establecimientos turísticos. Esta situación refleja que se requiere trabajar mucho más la articulación del turismo de bienestar y el tipo de ofertas que brinda a nivel mundial y local.

En gran cantidad de casos se carece de parte de las agencias de viajes, el Gobierno y las ofertas de las empresas, un paquete turístico que integre las especificaciones del turismo de bienestar. Además, falta darle prioridad a la participación de la comunidad, a su compromiso, lo que, por supuesto requiere ver beneficios para involucrarse, tanto en ingresos a diversos negocios, como en obras públicas, y mejores oportunidades de empleo (Puente, 2015).

Actualmente, Costa Rica promociona el turismo de bienestar como un tipo de turismo en crecimiento y con gran potencial en algunas zonas del país. Como se puede observar en el cuadro # 5 a través de los años esta modalidad es un 36.4% de motivación para visitar este país, no obstante, no sobrepasa el sol y playa, el ecoturismo ni el turismo de aventura.

**Tabla 7. Estimación del porcentaje de turistas que realizaron las siguientes actividades turísticas para el período en los años 2015 al 2017**

Grupos	Motivo Principal de la visita a Costa Rica		
	Total (Todos los Motivos)	Motivos Personales	Motivos Profesionales
Sol y Playa	72,5	79,2	30,6
Ecoturismo	65,1	71,3	20,4
Aventura	55,9	61,8	17,8
Bienestar	36,4	40,3	9,7
Cultura	30,3	32,1	18,0
Deportes	22,7	25,2	6,0

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo (ICT), (2017).

Fernández (2017) destaca, que en el caso de Costa Rica existe una estrecha relación entre el medio ambiente y el turismo de bienestar. De esta manera, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) desarrolla la estrategia “Wellness Pura Vida”, ésta busca asociar el concepto, a una serie de imágenes mentales relacionadas con el bienestar y que estén presentes en muchos turistas cada vez que escuchen el país de Costa Rica. Fernández prosigue:

*“La entidad informó que esta estrategia se alinea con la nueva identidad turística, “Costa Rica: My Choice, Naturally”, en aras de posicionar al país como un destino generador de experiencias auténticas de viaje, que mejora la calidad de vida.”*

*“El turismo de bienestar es un mercado que generó \$563.000 millones al cierre del 2016 a nivel mundial y se estima que estos turistas gastan en promedio 130% más que el turista promedio global, de acuerdo con los últimos datos del Global Wellness Tourism Economy”. (Párr. 3-4)*

El turista desea algo diferente a lo que está acostumbrado, sensaciones y formas de relacionarse y comunicarse. Al final lo que se quiere es que la publicidad refleje esto, en un mercado que como se ilustra en la cita anterior, es muy rentable y atraer cada vez más su atención. (Fernández, 2017).

También, el ex ministro de Turismo Mauricio Ventura (2017), mencionó lo siguiente:

*“El desarrollo de este nuevo producto forma parte de la estrategia para la diversificación y consolidación de la oferta turística, con el objetivo de incorporar aquellos productos con gran potencial como el turismo de bienestar, el cual del 2013 al 2015 tuvo un crecimiento del 10,6%, según el Global Wellness Tourism Economy”.*

*“El ICT procura posicionar más al país como una opción para el bienestar de los visitantes, ya que este turismo favorece, entre otras cosas, la cura preventiva contra el estrés laboral, considerado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como una epidemia global”.*

*“El turismo de bienestar en Costa Rica conlleva el consumo de servicios turísticos en armonía con el ambiente que involucre la realización de actividades al aire libre, degustar de una gastronomía autóctona, saludable y con una excelente presentación”.*

*“Incluye, además, el cuidado personal y las técnicas más novedosas de relajación, pero con sello tico, hacer deporte en un ambiente natural, convivir con los costarricenses y sumergirse en el entorno local entre otros componentes, que propicien el mejoramiento de la condición de vida del nacional y extranjero”.*

El Turismo de Bienestar tiene una estrategia básica, el diversificar, implica no poner los esfuerzos en una sola modalidad; de esta manera se evita impactos negativos en la economía y poder ser una región competitiva. Sin duda, este tipo de turismo busca educar a los turistas sobre el cuidado personal a través de hábitos saludables. Igualmente, como se ha indicado que es de vital importancia la convivencia con los pobladores de los pueblos vecinos de las regiones que ofrecen esta modalidad.

De acuerdo con Fernández (2017), la estrategia del ICT con respecto del Turismo de Bienestar es potenciar diversas zonas que se consideran de bajo desarrollo para aumentar el empleo y la actividad empresarial en esos lugares. Sin embargo, reconocen que para eso tienen que brindar herramientas de capacitación y la formación de una serie de profesionales especializados, que son tareas todavía pendientes.

### **Principales destinos de bienestar en Costa Rica**

La Fortuna de San Carlos ubicada en la provincia de Alajuela en Costa Rica es un paraíso natural, que ofrece a los turistas un paseo lleno de salud, paz, belleza y encanto. Actualmente el turismo termal ha ido ganando terreno en ese destino, llevándolo a convertirse en el primer destino de Centroamérica. Este alcance representa un crecimiento del destino en turismo bienestar, atrayendo a más visitantes que optan por servicios innovadores diseñados para combatir el estrés y la fatiga, en armonía con la riqueza natural y el ambiente que envuelve a la Zona Norte. (Solís, 2018)

Este destino fue sede del primer Congreso Internacional de Bienestar y Spa, una iniciativa que busca fortalecer el nicho del bienestar dentro de la oferta a nivel nacional e internacional. Bajo el lema “Vivir más y mejor, la naturaleza como guía”, esta zona reconocida por sus aguas y el barro termal del Volcán Arenal el cual contiene propiedades limpiadoras que posee capacidad de absorción más alta, lo que permite absorber más toxinas y contaminantes de la piel; idóneos como recurso terapéutico y estético. La Fortuna goza de spas de categoría internacional, con variada infraestructura, tratamientos, productos termales únicos en el mundo, con personal altamente calificados e inmersos en la naturaleza de sus paisajes en medio del Volcán Arenal y hace que los turistas vivan una experiencia del sentir, sino la renovación del cuerpo, alma y el espíritu (Solís, 2018).

De acuerdo con Edelman (2018), el crecimiento de los spas se vuelve cada vez más fuerte a nivel nacional. Hay una alta tendencia por la apertura de estéticas, clínicas y centros de spa, ya que abarca un segmento de turistas que buscan tratamientos de rejuvenecimiento, belleza, masajes y cuidado personal. Los hoteleros en la región del Pacífico Sur, de Costa Rica han incluido esta actividad a los paquetes de bienestar que promocionan, a su vez utilizan productos nacionales, a base de café y plantas medicinales de la zona. Además, que, en esta zona del país,

se practican, principalmente, las actividades como, el yoga, spa, contacto con la naturaleza, meditación, alimentación sana y ejercicios funcionales. La autora menciona que esta región cuenta con hoteles de lujo enfocados en el “Wellness”; que, por lo general, se encuentran alejados de las zonas urbanas.

Costa Rica tiene destinos donde el turismo de bienestar está muy bien posicionado, tomando en cuenta sus manantiales, cascadas, piscinas naturales y ríos abundantes, que contribuyeron al progreso de inversiones que se benefician de dichos recursos naturales. Esto ha mejorado el uso de aguas termales de diferentes temperaturas y contenido mineral que se encuentran en las Áreas Silvestres Protegidas, de las que se pueden mencionar: Parque Nacional Volcán Arenal, Parque Nacional Volcán Irazú, Parque Nacional Volcán Tenorio, Parque Nacional Rincón de la Vieja y el volcán Miravalles; así como en el Valle de Orosi, el distrito de Pittier en Coto Brus, Fortuna de Bagaces en Guanacaste, Venecia, Quesada y La Palmera en San Carlos (Magariños, Ares, & Mora, 2015).

### **Turismo en la provincia de Cartago y en el cantón de Paraíso**

Cartago es la tercera provincia del país, limita al este, principalmente, con la capital San José, y con el puerto del Caribe-Limón, cuenta con una superficie de 288 km<sup>2</sup> y fue la capital del país hasta 1823. Esta provincia fue la primera región de Costa Rica que colonizaron los españoles en 1563, por lo que cuenta con un atractivo turístico histórico significativo. Tiene un clima que es predominantemente frío durante todo el año, con temperaturas promedio de 22 grados centígrados, como resultado de una altitud promedio de 1,450 metros sobre el nivel del mar ( Instituto Costarricense de Turismo, 2012).

Como se puede observar en la imagen # 2 la provincia de Cartago se compone de siete cantones, para efectos de esta investigación, se estudiarán Cartago y Paraíso. El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) lanzó su proyecto “Wellness Pura Vida”, con el que se busca el fortalecimiento de la oferta saludable que ya existe en todo el país, pero desarrollando puntos o zonas con potencial adicional en este campo. Entre las zonas pilotos que el Instituto Costarricense de Turismo seleccionó para potenciar el turismo de bienestar son las siguientes: Orosi y Ujarrás estos distritos pertenecientes a dichos cantones mencionados anteriormente; así también, las actividades que se

promocionaran serán caminatas al aire libre, deportes, descanso, gastronomía, earthing, forest bathing , cultura, visita a lugares antiguos (Montero, 2017).

### **Ilustración 2. División territorial de la provincia de Cartago, Costa Rica.**



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2018

El cantón de Cartago cuenta con una diversidad de atractivos turísticos de carácter natural, histórico y religioso, entre los que destacan la Basílica de los Ángeles, los volcanes Irazú y Turrialba, la Reserva Tapantí y el Monumento Guayabo, entre otros lugares muy visitados por el turismo nacional e internacional. La provincia cuenta con ocho plantas hidroeléctricas que permiten el aprovechamiento de los recursos hídricos la región, esto es un generador económico muy importante. Las actividades productivas son diversas, destacando la actividad agrícola, industrial y el turismo debido al potencial con que cuenta la provincia. La actividad agrícola es la predominante, es conocida a nivel nacional por la producción de papa, café, hortalizas, caña de azúcar, macadamia, pejibaye, leche y plantas ornamentales, las cuales se producen para el mercado nacional e internacional ( Instituto Costarricense de Turismo, 2012).

### **Indicadores de Desarrollo Social de la provincia de Cartago**

El principal indicador que puede servir de parámetro general sobre las condiciones sociales de las poblaciones en un área determinada, es el denominado Índice de Desarrollo

Social, que muestra si la zona está en desventaja social o si, por el contrario, existen logros en el desarrollo social de la población. El Índice de desarrollo social promedio registrado para la provincia de Cartago para 1999 es de 63,6 %, porcentaje que supera el registrado en el resto de las provincias del país y que solamente es superado por Heredia con un 71,4% ( Instituto Costarricense de Turismo, 2012).

La cobertura de los servicios de salud es amplia, ésta es brindada por el Ministerio de Salud y por la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS), a través de los Equipos Básicos de Atención Integral en Salud (EBAIS), de los cuales hay 70 establecimientos distribuidos en diferentes cantones, además de cuatro clínicas ubicadas en Paraíso. De igual manera, existe la posibilidad de recurrir al Hospital Regional ubicado en Cartago o el Hospital Periférico de Turrialba, para recibir servicios más especializados. Como complemento a estos centros de atención, la provincia cuenta con puestos de la Cruz Roja aproximadamente y cinco estaciones de bomberos ( Instituto Costarricense de Turismo, 2012).

A esto se agrega, la existencia en la provincia de cuatro rellenos sanitarios y servicio de recolección de basura, problemas importantes de resolver a corto plazo, debido al impacto que estos pueden tener sobre la salud, el ambiente y la imagen del destino turístico. En Cartago, lo que representa mayor riesgo de contaminación de los acuíferos es la utilización de agroquímicos en la producción agrícola, principalmente, en los viveros ( Instituto Costarricense de Turismo, 2012).

Para el crecimiento turístico de una región el buen estado de las rutas de acceso a los atractivos es de suma importancia. La infraestructura vial de la provincia de Cartago cuenta con 457.61 km de rutas nacionales, de las cuales el 58,33% se encuentra en buen estado, seguidos por 39.5 % que se halla en regular. Las rutas nacionales de la provincia que están en mejor estado son las de El Guarco, Paraíso y Cartago. Se puede experimentar una cantidad importante de rutas en estado regular, para los cuales existen una serie de proyectos de conservación y mantenimiento vial de diferentes rutas de esta zona ( Instituto Costarricense de Turismo, 2012).

El segundo cantón de la provincia de Cartago es Paraíso, está conformado por los distritos de Paraíso, Santiago, Orosi y Cachí. Este tiene una extensión de 412 km<sup>2</sup> y cuenta con importantes atractivos turísticos. Las principales actividades productivas del cantón son las

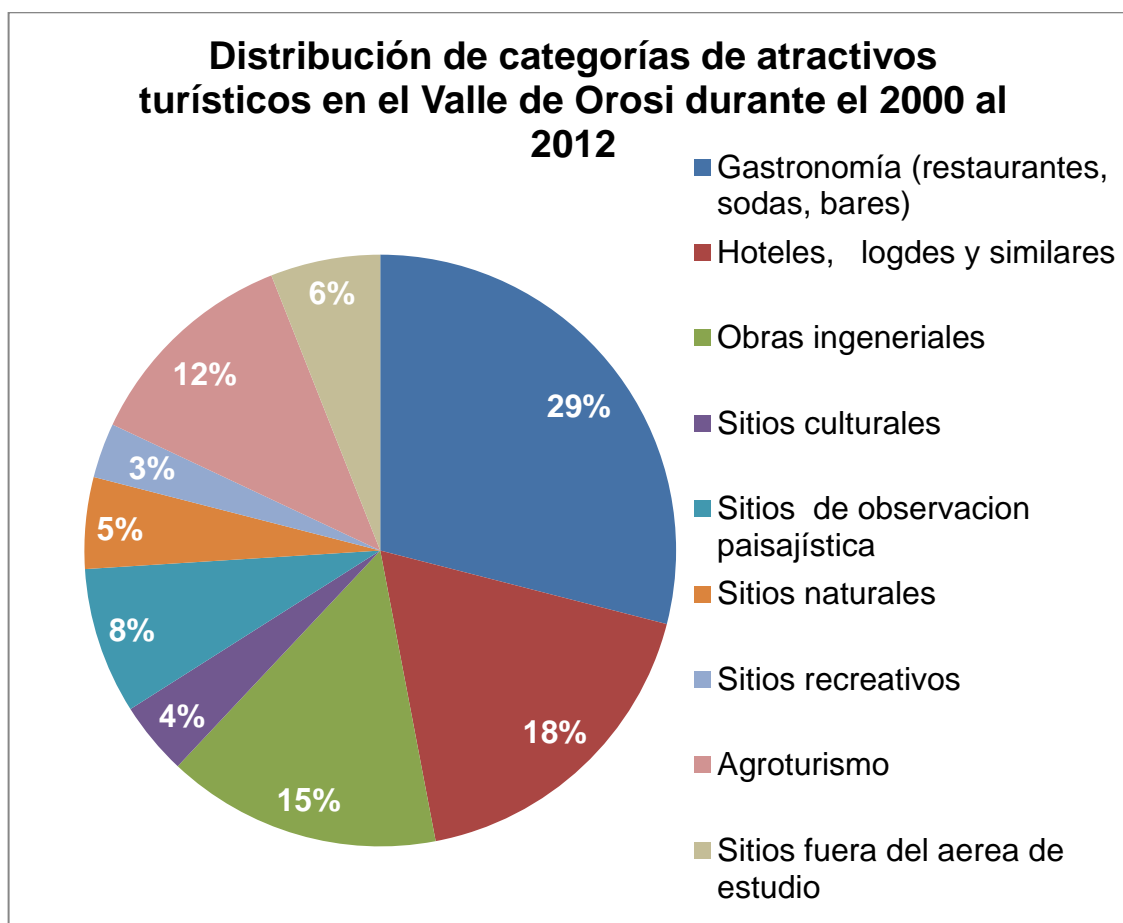
relacionadas con la producción de café, legumbres, hortalizas, tubérculos y el turismo. Paraíso es un cantón con gran belleza escénica, hacia el norte el Volcán Irazú, y hacia el sureste, la cordillera de Talamanca y su Cerro de la Muerte. Descendiendo se encuentra el Valle de Orosi y Embalse de Cachí, ambos en la cuenca del río Reventazón, que recoge las aguas de numerosos afluentes que bajan de las montañas.

El Valle de Orosi es muy visitado por su impresionante paisaje y sus sitios arqueológicos e históricos como el de las ruinas de Ujarrás y la vieja iglesia de Orosi. Por otra parte, la zona de Palomo, Purisíl y Tapantí, ofrece al visitante riquezas naturales y balnearios. En el otro sector, la gran represa del río Reventazón en Cachí y el Paradero Lacustre Charrara, la Laguna de Doña Ana en Paraíso centro, es otro sitio interesante por su leyenda y sus amplias zonas recreativas. Este pintoresco lugar está rodeado de frondosos bosques, extensas plantaciones de café, ríos, cascadas y de comunidades pequeñas, las cuales abarcan costumbres e historia.

En este cantón se encuentran importantes atractivos turísticos dentro de los que destacan: El mirador de Ujarrás, Mirador Sanchirí, Monumento de Orosi, Museo de Orosi Ruinas de Ujarrás, Paradero Lacustre Charrara, Laguna de Doña Ana, Aguas termales en Orosí, Río Reventazón, vistas panorámicas al Valle de Orosi, Represa de Cachí, Parque Nacional Tapantí, Reserva Purisíl y Reserva Forestal de Río Macho. Los viajeros interesados en explorar la verdadera cultura costarricense y la naturaleza, pueden disfrutar del ambiente relajado de esta ciudad ( Instituto Costarricense de Turismo, 2012).

En el periodo de 2000 al 2012 se generaron atractivos turísticos en la región del Valle de Orosi. Estos se pueden observar en la siguiente ilustración # 3. Cabe destacar la gastronomía es la más fuerte con 21 locales para los turistas, seguido de los alojamientos con una cantidad de 13 atractivos.

**Ilustración 3. Distribución de categorías de atractivos turísticos en el Valle de Orosi durante el 2000 al 2012**



Fuente: Cambios en el paisaje generados por el turismo y el cultivo de chayote, en el Valle de Orosi, (Gómez J. , 2013) .

#### **2.4 Medición del impacto socioeconómico en el turismo**

El impacto socioeconómico se efectúa cuando se producen cambios a nivel económico y social en una sociedad. En el caso económico, la dimensión, el grado de desarrollo y la diversificación de la economía determinan cuantitativa y cualitativamente la intensidad y la fuerza de la repercusión. Así el nivel de desarrollo económico del territorio va a establecer, tanto el nivel de inversión extranjera, como el de inversión local en el segmento turístico, así como la magnitud de los beneficios y costes que se derivan de la actividad turística (Calderón, 2007).

En la actividad turística, en el sentido económico su contribución al crecimiento del PIB, tiene un rol como dinamizador en el territorio, éste es de suma importancia en la renta, donde el gasto turístico es una contribución monetaria de primer orden inmediatamente “visible”. Asimismo, el turismo como tal “exportación invisible” puede significar una elección productiva más inteligente que las tradicionales materias primas por cuanto que no existen hasta el momento presente restricciones de acceso a los mercados. Es igualmente reconocida su capacidad de generación de empleo, e infraestructura. También, las transformaciones territoriales que el turismo puede provocar, derivadas de la dolarización de las actividades en determinados destinos lo que puede producir fracturas territoriales como la concentración poblacional, aglomeración espacial y concentración de servicios, equipamientos, infraestructuras y actividades económicas (Calderón, 2007).

De acuerdo con Calderón (2007), la intensidad del impacto se verá afectada por factores como el perfil del turista, la temporalidad de su estancia y el nivel de contacto entre los extranjeros y nativos. La influencia positiva de la actividad turística va relacionada con la calidad de vida de la población local, dado el incremento de las obras infraestructurales, de equipamientos y de servicios, adecuación del espacio físico a fines de uso turístico. Esto gracias al flujo turístico también van a ser compartidas por la población residente, todos aquellos cambios obtenidos.

En el caso sociológico, el contexto viene representado por el perfil cultural, antropológico y axiológico del área receptora y de sus habitantes. En este sentido, el impacto socio-antropológico, su intensidad y fuerza dependerán y mucho de la asimetrías derivadas de las diferencias culturales (religiosas, de actitudes, de valores, de creencias, de comportamientos, estilo de vida, etc.) existentes entre el flujo visitante y la comunidad receptora, y particularmente, de como vengán gestionadas dichas asimetrías, pudiendo darse situaciones de encuentro o de desencuentro (Calderón, 2007).

En la actualidad, el turismo es capaz de movilizar a cientos de millones de personas de cualquier lugar del mundo. Ya no se limita a ser considerado un factor de riqueza y un signo de crecimiento económico sin precedentes, sino que también se posiciona como un elemento crucial

para la mejora de la cultura, del conocimiento, de la comunicación, y del respeto entre ciudadanos de diferentes etnias y razas (Bermúdez, López, & Ramos, 2015).

De esta forma las variables a estudiar para identificación de impactos negativos en Nayarit serán: la congestión vehicular, el aumento en el precio de los bienes y servicios, la disminución del espacio público, pérdida de cultura, analfabetismo, discriminación, prostitución, cambios forzosos de residencia. A pesar de que toda la región y sus habitantes dependen del turismo en total, se evidencia que desde la aparición de la actividad turística la comunidad ha sufrido y se ha visto limitada a que si no puede ser parte del sector debe desplazarse en ocasiones, contra su voluntad a otros lugares del país con el fin de acogerse a nuevas oportunidades o simplemente a continuar realizando las actividades que ya conocen y dominan, siendo un ejemplo de ello los agricultores (Bermúdez, López, & Ramos, 2015).

El turismo como actividad o industria es especialmente difícil de medir porque no se hace de la manera tradicional que se estudian otros mercados. Típicamente, para medir el tamaño de un sector, se podría calcular los ingresos o la producción de todos de los negocios dentro de esta misma. No obstante, en el turismo hay un enfoque lateral de medición, porque depende del tamaño de las empresas que están suministrando los productos y servicios de interés. Esencialmente, en este rubro cualquier tipo de negocio podría ser parte, si éste vende bienes o servicios a un turista. Sin embargo, estas empresas también venden a locales residentes, y que ese gasto no debe contabilizarse como parte de la industria del turismo. Para solucionar este problema, se mira a los gastos del turista que realiza el viaje, independientemente de donde se hacen los consumos (GWI, 2014).

García (2007), afirma que las personas que llegan a destinos turísticos también consumen otro tipo de servicios, como lo pueden ser restaurantes, sitios de artesanías, entre otros, es decir, crean un foco que ayuda a generar empleos. A esto se unen como se ha indicado los empleos indirectos, que se crean cuando los negocios turísticos contratan servicios como la lavandería y transporte. Además del empleo directo generado por el turismo en los denominados sectores de alojamiento, conviene tratar de evaluar aquel empleo que se ha generado, creado como resultado de la producción conjunta requerida por los viajeros. Producción debida a los ingresos procedentes del gasto en turismo en otros diversos sectores no hoteleros, afectados directamente por la llegada de viajeros, pero que complementan el gasto general, diferente a los alojamientos.

El concepto de impacto tiene una larga tradición en el análisis mundial. Entendiéndose como el conjunto de efectos sobre la producción, la renta y el empleo que se derivan de una nueva demanda satisfecha de producción (González, 2010). Por otro lado, la construcción de un aeropuerto y el mantenimiento de su actividad diaria, crean una gran oportunidad para el crecimiento de las ciudades, incentivando su desarrollo y el empleo y contribuyendo a la mejora de las infraestructuras (Fernández, 2014).

Los beneficios económicos son una de las razones principales por las que los países están interesados en el turismo y en lo que rodea a éste. Actualmente, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) formado en 1991 entendió que no estaba siendo reconocida la contribución del sector a la economía y al empleo. Sus objetivos eran utilizar la evidencia empírica para promover el conocimiento de la contribución económica y así, ampliar los mercados en armonía con el medio ambiente, reduciendo las barreras al crecimiento. En el presente año, la contribución estimada del turismo se sitúa en un 9,8% del PIB mundial (WTTC, 2016). (pp.3.4)

Aunque García (2017), enfatiza el caso de los aeropuertos, su afirmación, en general, es aplicable a diferentes tipos de situaciones, las actividades turísticas provocan nuevas demandas en una región y por eso sus repercusiones tienden a ser más notorias que las de otras actividades en otras regiones. Por el otro lado, ayudar al conocimiento de la contribución económica del turismo ayuda a realizar una serie de acciones que beneficia a los diversos actores involucrados.

Es importante tomar en cuenta a los gobiernos locales, que se supone tiene que coordinar con las empresas turísticas, y usar los recursos que les llegan de esas actividades en obras para la ciudadanía, e incluso para mejorar en destino a nivel turístico. El impacto no se trata de analizar aisladamente la empresa turística, pues al final, por su componente regional y medioambiental, su desarrollo está íntimamente ligado a la coordinación con diversos actores sociales, al final el turismo se beneficia de los ciudadanos y otras actividades, y viceversa (García, 2017).

Como indica Porras (2006), esto implica enfatizar, de nuevo el impacto de los gobiernos locales, él menciona lo siguiente:

*“Se tiene que valorar la evolución del presupuesto destinado a una provincia por el turismo con el fin de conocer la importancia que tiene el sector en el mismo. Igualmente, entre otras consideraciones, cree conveniente conocer en qué medida el crecimiento de un municipio depende de la variación del nivel de renta disponible en los mercados emisores o evaluar la concentración territorial al objeto de medir la ocupación de suelo por parte de los alojamientos turísticos y cualquier otra clase de oferta turística”.*  
(párr.8)

## **2.5 Estudio de Mercado**

Uno de los factores que son fundamentales cuando se valora el impacto de una actividad, en este caso, la turística, es determinar el mercado. El estudio de mercado es el análisis y determinación de la oferta, demanda basada en sus, precios del proyecto, muchos costos de operación pueden proveerse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial.

Miranda (2008), expresa que el análisis de mercado tiene que usarse para entender la forma en que determinado producto o servicio se debe comercializar y distribuir. Expresa que la cantidad y calidad de los canales siempre afectan los precios o los tipos de servicios que se ofrecen, y esto tienen que considerarse en la relación entre la oferta y la demanda, teniendo en cuenta que un hotel, o en este caso, un conjunto de negocios turístico en una región brinda una serie de servicios que atraen a cierto número de turistas. Indica que cuando se agrega opciones nuevas, el precio se incrementa, y esto afecta el tamaño de mercado.

Para Miranda (2008) cuatro son los aspectos que deben investigarse:

- El consumidor, las demandas del mercado, actuales y proyectadas.
- Las competencias, las ofertas del mercado, actuales y proyectadas.
- Comercialización del producto o servicio generado por el proyecto.

- Los proveedores, la disponibilidad y precio de los insumos, actuales y proyectados.” (p.3)

Cuando se analiza al consumidor o cliente es necesario tomar en cuenta, tanto los que son actuales como los potenciales, donde es necesario conocer qué los motiva, los gustos, las preferencias, lo que los motivó y en última instancia los lleva a realizar un acto de compra, lo que ayudará a completar un perfil que ayude a elaborar una estrategia de mercadeo. Como expresa Nazareno (2008):

*“El estudio del análisis de la demanda cuantifica el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto, la demanda se asocia a distintos niveles de precios y condiciones de venta, entre otros factores, y se proyecta en el tiempo, diferenciando claramente la demanda deseada de la esperada de la competencia es fundamental por varias razones, por ejemplo, la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ella.” (p.20)*

Nazareno (2006), habla de que deben conocerse las estrategias que tiene la competencia, buscando aprovechar las ventajas, para prevenir las desventajas por medio del aprendizaje. En fin, se considera que es una fuente viable de información, donde se pueden estimar las posibilidades de captación del mercado de otras empresas y los costos que llevará.

Como indica Miranda (2008):

*“La determinación de la oferta suele ser compleja, por cuanto no siempre es posible visualizar todas las alternativas de sustitución del producto del proyecto o la potencialidad real de la ampliación de la oferta, al desconocer la capacidad instalada ociosa de la competencia. “*

En este sentido, como indica Miranda (2008), la comercialización en cualquier aspecto de la empresa es uno de los aspectos que más cuesta precisar, sobre todo por las reacciones y variaciones que puede tener una demanda, ya sea de usuarios finales o de intermediarios, en un período corto o mediano.

### **Competitividad en el mercado turístico**

Como indica Kotler (2008) el análisis de la competencia tiene que tomar en cuenta “...sus estrategias, objetivos, fortalezas y debilidades” (p.346). Es competencia de una empresa cualquiera de los participantes en el mercado que comercialice o venda productos, bienes o servicios cuyo fin sea satisfacer necesidades idénticas a las que satisfacen los productos de aquella empresa. Deben asimismo incluirse, aquellos productos o servicios no idénticos, que puedan reemplazar o eliminar a los de la empresa son considerados, sin duda, productos competidores y, por lo tanto, sus representantes, fabricantes, o ambos son empresas o profesionales competidores.

Como sugieren Bateman y Snell (2009), se trata de competir por un mismo cliente y tratar de ganar más, lo que implica reaccionar y anticipar acciones. En este caso, se habla de competencia no en el sentido de una empresa en específico, sino de un conjunto de negocio turísticos de una región, que tiene una oferta que compite con la de otras zonas. Es importante, porque la competitividad de una zona turística define la capacidad para tener niveles de ocupación aceptables o no. Y esto tiene repercusiones en los empleos directos e indirectos que genera, así como en los impuestos que paga al gobierno local. Igual cuando aumenta la actividad turística aumenta la voluntad de los empresarios de participar en nuevos emprendimientos (obras comunales, senderos en la zona, entre otros).

El primer paso es identificar a los competidores la forma como realizan sus negocios, sus tácticas como la reducción de precios y la introducción de nuevos productos, lo que indica que también la empresa, o sector de negocio, tiene que reaccionar con medidas parecidas, más una oferta que sea adecuada efectiva para conservar o aumentar las cuotas de mercado que desea. Lo que caracteriza todas estas estrategias, es que como se ha indicado en varias ocasiones, el análisis del mercado y las medidas por tomar para mantener la competitividad tiene que partir de una coordinación con los gobiernos locales y otras organizaciones de la sociedad. Cuando todos los actores involucrados actúan a la vez se crea una sinergia, que empieza por elaborar planes que sean coherentes y factibles (Bateman y Snell, 2009).

## 2.5 Planeación del mercado turístico

Se entiende por planeación:

*“Llejos de ser una ciencia, o poseer un corpus de principios teóricos, sigue siendo una disciplina, no cuenta en la actualidad con algún teórico especial, ni siquiera con técnicas exclusivamente suyas. Sin embargo, puede decirse que la planeación es la previsión y esto implica cierto grado de incertidumbre.”. (Cutaadministration, 2011), (p.1)*

No obstante, existe una necesidad imperiosa de la planeación (en nuestras vidas, en nuestras sociedades). Se percibe que contribuye a controlar el futuro para que no tome desprevenidos a los individuos y la sociedad en general. Muchos de los males son atribuidos a una falta de planeación adecuada ya sea por el uso de los recursos o de los medios. Incluso a veces se pretende aplicarla retrospectivamente, para demostrar que de haber hecho esto o lo otro, se estaríamos ahora mejor.

Esto lleva a la definición de planeación, según Ackoff, citado por Sánchez y Morales, (2009):

*“Planeación es el diseño de un futuro deseado y de los medios efectivos de realizarlo. Es un instrumento que usan los sagaces, pero no sólo los sagaces; cuando lo aplican hombres menores y superficiales, se convierte en un ritual irrelevante que produce tranquilidad a corto plazo, más no el futuro ambicionado.” (p.3)*

La planeación tiene como características que:

- a) Es un proceso.
- b) Debe de aplicarse a un objeto; es decir, no existe en el vacío.
- c) Tienen un propósito específico, es decir, busca cumplir con algún objetivo o meta.
- d) Requiere de información relativa a ese objeto, sus características, y de los rumbos que se quieren seguir en el transcurso del tiempo.
- e) Incluye la sucesión de decisiones respecto del objeto que se aplica.

Las decisiones deben ser aceptadas, ejecutadas y evaluadas. La ejecución de las decisiones conlleva una serie de acciones, que, si no suceden o son repudiadas, convierten a la planeación en un buen deseo. Esto es fundamental, un sistema, cualesquiera cosas objeto de planeación, posee su propia dinámica. Los cambios que se inducen, producto de las acciones de la planeación, deben ser aceptados por el sistema, no repudiados o ignorados. De lo contrario el plan se convierte en un documento para conferencias, pero no para ser ejecutado.

Como resumen indican Sánchez y Morales (2009):

*“La planeación, para existir, debe aplicarse a un objeto, cuyas características necesitamos definir para modificarlas. Tanto la planeación como el objeto al que se aplica deben ser procesos, transcurrir en el tiempo con rumbos y propósitos susceptibles de ser reformados. Lo que no puede cambiarse, no puede planearse. Las acciones necesarias deben ser aceptadas por el sistema que se va a planear; de otra manera la planeación es sólo un buen (o mal) deseo.” (p.4)*

Respecto de esto debe decirse que la planeación debe empezar con definir el mercado meta, es decir, los gustos e intereses de los turistas, así como la forma de atraerlos con un discurso y un mensaje adecuado. Asimismo, la estrategia competitiva busca posicionar a una empresa para maximizar el valor de las capacidades que la diferencian de los competidores. Por esta razón, es fundamental en la estrategia el análisis del competidor.

En este sentido, el Gobierno de Chile (2009), afirma que debe tomarse en cuenta a nivel local, es destino turístico competitivo, comprendiendo lo que condiciona el desarrollo de la actividad turística. El turista compra productos turísticos a un precio que incluye la visita de atractivos y el uso de servicios que generalmente están localizados en destinos. El turista percibe el territorio como un “todo”, por lo que cada uno de sus componentes (sus paisajes, costumbres, habitantes, etc.) constituye parte del sistema turístico durante el viaje. Así que, la imagen turística se construye con el conjunto de atractivos, servicios, infraestructura y otros elementos tangibles que el turista conoce durante el viaje, pero tanto o más importantes son los aspectos derivados de la experiencia del viaje. (p.10)

El servicio turístico es, por lo tanto un todo, aunque un turista acude a un hotel y valora el trato, realmente quiere una experiencia global, que parte de muchos elementos, desde otros de servicios fuera de la estancia, la naturaleza, el trato de las personas de la comunidad, la percepción de seguridad, entre otros. Promover el turismo de bienestar implica tomar que una persona que reciba técnicas de meditación, o se relaje en un salón, si cuando tiene un ambiente que percibe negativo, sentirá que su salud está afectada.

### **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

#### **Enfoque de la investigación**

El objetivo de esta investigación es evaluar el impacto socioeconómico del turismo de Bienestar en el cuarto distrito del cantón de Paraíso, Cachí, en la Provincia de Cartago en Costa Rica durante el año 2018; para ello, se trabajará un enfoque cualitativo, en el cual se realizará un estudio de campo sobre investigaciones previas, libros, empresas que ofrecen servicios de turismo de bienestar, turistas en la zona y además, se tendrá la opinión de expertos.

Según Hernández, Fernández & Baptista, afirma que el enfoque cualitativo es una manera de utilizar la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Por ello, en esta investigación se utilizará el enfoque cualitativo, debido a que se harán interrogantes a expertos del turismo de bienestar en Costa Rica, ya que aportan a la investigación información veraz. Además, se ejecutará una medición de sus interpretaciones y subsiguiente un análisis de los resultados obtenidos.

Hernández, Fernández & Baptista explica que el típico estudio cualitativo, es en el que el investigador entrevista a los implicados de la investigación, analizando los datos que se obtiene por medio de éstas, derivando conclusiones. El estudio se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados ni completamente predeterminados. No practica una medición numérica, por ende, el resultado no es estadístico. Consecuentemente, los datos obtenidos reflejan las perspectivas y puntos de vista de los participantes, sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos (Hernández, 2014).

### **Método de la Investigación.**

El desarrollo de este proceso aporta estudios de expertos, libros, sitios webs, bibliografías históricas acerca del turismo de bienestar, lo que va a generar diferentes panoramas del tema de investigación, dado que se hará una evaluación del impacto socio económico que causa esta tipología de turismo en la provincia de Cartago, específicamente en el área de Paraíso, Cachí, en el año 2018. Estos datos recolectados concluyen satisfactoriamente el tema en su totalidad.

Para lograr los objetivos, tanto general y específicos de este trabajo, se crea tres diferentes cuestionarios con preguntas cerradas y semi abiertas, los cuales van dirigidos a propietarios de diferentes empresas, turistas relacionadas con el turismo de bienestar del cantón de Paraíso, además uno de ellos va dirigido a diferentes instituciones que se encargan de promocionar esta nueva modalidad de turismo que se realiza en Costa Rica.

El estudio es de tipo descriptivo, es una investigación inicial y preparatoria que se realiza para recoger datos y precisar la naturaleza; sirve para describir diversas pautas de comportamientos sociales de comunidades, tales como: origen racial, opiniones, políticas, rango de edad, preferencias, entre otras (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Para efectos de la tesis, se va a describir el perfil del turista que practica esta tendencia de turismo.

De esta forma, resulta necesario expresar que los estudios descriptivos se basan en la panorámica de una situación o un fenómeno por medio del estudio de este mismo en un momento determinado de tiempo y espacio. Esta investigación, además posee el carácter de un estudio de campo, por cuanto busca determinar variables importantes que indiquen en el impacto de la actividad turística. Es decir, tiene que describir una serie de aspectos: de mercado y financieros.

## **Muestra de la investigación.**

### **Población**

Para efectos de este trabajo se tomará en cuenta cinco instituciones gubernamentales encargadas de patrocinar el turismo de bienestar, tanto en el cantón de Paraíso, como a nivel nacional, las cuales serán: funcionaria de la Municipalidad de Paraíso encargada del turismo de la zona, Presidente de la Cooperativa de turismo (COOPERRU) del cantón, presidenta de la Asociación Costarricense de Turismo de Bienestar Wellness, colaboradora en el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) encargada de promover el turismo de bienestar y Presidente de la Cámara Costarricense de Salud (PROMED).

Para recolectar más información que ayude al alcance de los objetivos se tomará en cuenta en su mayor totalidad las pequeñas y medianas empresas turísticas que se encuentran en la zona, se debe mencionar que no todas ellas practican esa tipología de turismo, entre ellas se destacan: Finca Quelitales, Hacienda Orosi, Hotel Río Perlas, Orosi al Natural Spa, entre otros, estas proporcionarán datos importantes para la conclusión de dicho trabajo.

De acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista al (2014) las poblaciones deben situarse claramente en torno a sus características de contenido, de lugar y en el tiempo. Como se ha dicho la tercera población de este estudio será los turistas que se encuentren hospedados y practicando turismo de bienestar en el Distrito, con el fin de medir el impacto socio económico de estos, posteriormente, se creará un perfil del turista, que se obtendrá con datos que analice: sexo, lugar de origen, oficio, conocimiento del tipo de turismo que estarán practicando, gasto promedio, cantidad de personas con las que suelen de viajar y la frecuencia que realizan dichas actividades.

### **Muestra.**

Hernández, Fernández & Baptista, (2014, pág. 173) definen muestra como: Subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de ésta, por lo explicado anteriormente en este trabajo se verá representado en la interacción con las personas que se elijan para que aporten datos que se puedan representar de manera tangible, tomando en cuenta que ésta es no probabilística.

La muestra no probabilística se refiere a un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación así lo afirma Hernández, Fernández & Baptista, (2014, pág. 176) en este trabajo se elegirá esta muestra debido a que depende directamente de los objetivos de estudio y la contribución que se realice en ésta.

En relación con lo anterior, se aplicaran cinco entrevistas a las principales entidades encargadas de promover el Turismo de Bienestar, además se aplicará otro tipo de entrevista acompañado de un cuestionario a diecisiete empleados de pequeños y medianas empresas turísticas que se encontrarán en el distrito de Paraíso, lo explicado anteriormente se verá reflejado en la siguiente tabla:

**Tabla 8. Muestra de la población en estudio, 2018**

<b>Numero de entrevista</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>¿Por qué?</b>
1	Instituto Costarricense de Turismo	Promociona el turismo de bienestar en diferentes zonas del país.
2	Asociación Costarricense de Turismo de Bienestar.	Posicionan el turismo de bienestar en Costa Rica y promueven a las empresas a practicar éste.
3.	Camara Costarricense de Salud.	Capacitan sin fines de lucro a empresas acerca del turismo de

		Bienestar.
4	Municipalidad de Paraíso.	Dominan la situación del turismo en todo el distrito de Paraíso.
5	Cooperru	Unen a las pequeñas y medianas empresas turísticas para mejorar el turismo de la zona.
6	Finca Agropecuaria Queveri	Ofrecen diferentes actividades entre ellas el senderismo.
7	La Casona del Cafetal	Cuenta con el primer restaurante a nivel nacional que aporta al cambio climático del planeta y ofrece relajación por medio del spa.
8	Hotel Chalet Orosi	Se encuentra cerca de lugares donde sus visitantes pueden realizar turismo de bienestar, los chalet están rodeados de abundante naturaleza.
9	Orosi Spa al Natural	Sus empleados están certificados por el más reciente congreso de turismo de bienestar que se realizó en el país, además todas las actividades realizadas en el lugar son de Turismo de Bienestar.
10	Hotel Río Perlas & Resort	Cuenta con instalaciones adecuadas para que el turista se pueda relajar y descansar teniendo un contacto directo con la naturaleza, además la propiedad está cruzada por senderos de montaña con aguas termales.

11	Hotel Quelitales	Realiza actividades de yoga y senderismo dentro de sus instalaciones.
12	Finca la Flor de Loto	Se encuentra rodeado de naturaleza, en las montañas de Cachí, cerca de sitios donde se puede practicar el Turismo de Bienestar.
13	Hotel Rinconcito Verde	Rodeado de naturaleza, y cerca de sitios donde se puede practicar senderismo.
14	Hotel Tapantí Media de Orosi	Hotel Boutique que ofrece a sus huéspedes fuera de sus instalaciones, actividades que tengan contacto directo con la naturaleza.
15	Hotel Piedras Albas	Cabañas dentro de la montaña de Cachí, donde sus visitantes se pueden relajar.
16	Monte Sky Mirador Ecológico	Reserva ecológica privada dedicada a la conservación de la naturaleza, al desarrollo humano y Ecoturismo, ofrecen, además retiros con actividades de relajación entre ellas el yoga.
17	Villas Valle Bello	Cabañas que tienen vistas de todo el Valle de Orosi, dentro de sus instalaciones se puede realizar observación de aves, y agroturismo.
18	Villas Cañaverl	Ofrece alojamiento en la zona de Cachí, donde se puede realizar

		actividades propias del Turismo de Bienestar.
19	Río Macho Lodge	No ofrece actividades para esta tipología de turismo dentro de sus instalaciones, pero lo promueve por medio de otras empresas.
20	Montaña Linda Guest House	Hostel, que tiene espacios para la práctica de yoga y además, ofrecen con poca frecuencia esta actividad.
21	Hacienda Orosi	Cuenta con Instalaciones de relajamiento con aguas termales.
22	Finca Sermide	Posee espacios donde sus huéspedes disfrutan de actividades de conocimiento de la Bioenergía, también se realiza la observación de aves y senderismo.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Cabe mencionar que para la recolección de datos de este trabajo se entrevistarán a cincuenta y un turistas de quienes algunos de ellos estarán hospedados en los hoteles mencionados en la tabla anterior, también se visitará lugares antiguos de la zona como: La Iglesia de Orosi, Ruinas de Ujarrás, Museo de Orosi, y el Parque Nacional Tapantí, esto con el fin de poder observar su comportamiento y percatarse de qué tan enterados están con esta tendencia de Turismo.

## **Fuentes de información.**

### **Fuentes primarias.**

Las fuentes primarias utilizadas para la realización de este trabajo serán libros, periódicos, documentos oficiales de las entidades públicas y en lo privado las tesis. Las fuentes primarias no siempre son tan precisas o confiables como una fuente secundaria ya que proveen una evidencia directa sobre la investigación de este estudio. Un ejemplo de fuente primaria son las entrevistas que se van a realizar para la recolección de los datos. Así lo expresa (Gómez M. , 2006).

Estas entrevistas son analizadas estratégicamente y plasmadas de una forma fácil de interpretar ya que, si bien es cierto, es una población específica las cuales realizan turismo de bienestar, no es un requisito para estas manejar el tema, por lo tanto se debe amoldar a un entendimiento práctico para poder obtener la información más precisa y veraz.

Una de las entrevistas toma en cuenta a un sector capacitado, debidamente colocado en entidades de Turismo de Bienestar en el país, para el beneficio, atención y ayuda de los turistas, ellos proporcionan datos para que las encuestas aún siendo éstas, arrojen un resultado diferente específico y profesional.

### **Fuentes secundarias**

De acuerdo con Gómez M. (2006, pag 28) explica que las fuentes secundarias son todos aquellos documentos donde no se figuran los artículos o libros completos, como lo son listados de editoriales y páginas de Internet, donde se puede encontrar algún resumen o información que pueda llegar hacer útil para la investigación, en este trabajo estas fuentes se ven reflejadas en documentos encontrados en la Web donde otras personas ya investigaron acerca del tema de este estudio, lo cual ayudarán a complementar la información.

## **Unidades de análisis**

Según Gómez (2006), una unidad de análisis se le denomina a cada uno de los integrantes de la población que fueron investigados para llevar a cabo el estudio, y el responsable de elegirlos será el investigador. Para efectos de este trabajo, estas unidades se derivan de los objetivos específicos, en los cuales determinarán palabras claves que serán utilizadas para realizar las interrogantes de los instrumentos utilizados. A continuación, se definen las unidades de análisis de la presente investigación:

### **Demanda turística:**

En esta investigación, la demanda turística los serán: los posibles consumidores de bienes y servicios turísticos, quienes buscan satisfacer las necesidades del viaje planeado, sean estos los turistas, visitantes, que su motivo de viaje será visitar el distrito de Paraíso para realizar prácticas caracterizadas de turismo de bienestar. Este grupo de personas tendrán diferentes características sociodemográficas, tendrán intereses y necesidades particulares, los cuales estarán dispuestos a aprovechar de las facilidades, atractivos, actividades, que ofrece el distrito.

### **Oferta turística:**

Con base con este estudio, la oferta turística serán: el conjunto de bienes y servicios, recursos e infraestructura, que se encuentren en el distrito de Paraíso, Costa Rica, previamente estructuradas, de forma que estén disponibles en el mercado para ser utilizados y consumidos por los turistas. La oferta turística se define como: la producción de servicios que se realicen en un lugar geográficamente determinado, los cuales no pueden ser transportados, lo que quiere decir que los turistas tendrán que trasladarse al sitio para poder hacer uso de estos . (SEGUITTUR)

### **Evolución Socioeconómica:**

El turismo es un sector importante para la evolución socioeconómica de un país, por medio del desarrollo y diversas actividades favorables que se realiza, implicando un auge económico, es un instrumento generador de divisas, de empleo, generando al mismo tiempo una balanza de pagos favorables, que ayuda a la economía local. Desde muchos años Costa Rica se ha visto beneficiado en el producto interno bruto por el sector de turismo lo que conlleva a que el país tenga que explotar sus recursos naturales e innovarse para el lanzamiento de nuevas

estrategias, las cuales tienen que ser atractivas para los visitantes, estos vengamos a gastar su dinero en el país. Con base con lo anterior en esta investigación por medio de expertos, que tengan experiencia en el sector, se reflejará qué tanto ha evolucionado social y económicamente el país con la estrategia de "WELNESS PURA VIDA"

## **Instrumentos utilizados en la investigación**

### **Cuestionario**

Como lo indica (Gómez M. , 2006) un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, lo cual va depender del enfoque que se haya escogido en la investigación, como se menciona anteriormente la orientación de este trabajo va ser cualitativa, al inicio de éste mismo incluye una presentación donde se explica la intención y se garantiza que lo expuesto por la persona a la cual se le presente el interrogatorio es con fines académicos, se respalda la confiabilidad, esto permite que se genere confianza entre el informante y expositor.

A este documento se le anexan tres cuestionarios diferentes los cuales van dirigidos a expertos, turistas, empresarios de pequeñas y medianas empresas turísticas del cantón de Paraíso, cuentan con un instructivo que va indicar cómo se debe de contestar, éste contiene alrededor de diecinueve preguntas, las cuales recopilan toda la información necesaria y trata de no ser tedioso para los informantes. Cabe mencionar que algunas de éstas serán abiertas, donde el encuestado pueda expandir en su respuesta y describa con meticulosidad sobre lo que se le está preguntando.

A la vez el cuestionario contará con preguntas cerradas, ya que no se desea que se extienda más de quince minutos al respondiente y al mismo tiempo no se vuelva molesto, debido a que la población de dicha investigación corresponde a personas que están realizando diferentes actividades. Según Gómez (2006) este tipo de preguntas son fáciles de codificar y preparar para su análisis, las mismas requieren un menor esfuerzo por parte de los investigadores. Para poder realizar un cuestionario con este tipo de preguntas, se debe de conocer las posibles alternativas de respuesta, y si no se llega a conceder, las preguntas contará con reglones para que el informante pueda escribir su respuesta.

## **Entrevista**

La finalidad de este instrumento es aportar datos eficientes a la investigación, para poder realizar éste el enfoque debe ser cualitativo. La entrevista debe llevar un orden específico que ayudará al entrevistador a tener un control del tema, una visión, tanto general como específica por tratar, así mismo, se asegura de no olvidar los objetivos del estudio. Cabe mencionar que el entrevistado debe estar capacitado para poder expresar de una manera clara dichas preguntas y tener una guía, esto le beneficiará a la hora de recibir las respuestas del entrevistado ya que deben ser largas y concisas.

Las encuestas se realizan a una población específica, en este caso, serán enfocadas a expertos en el Turismo de Bienestar, estos deberán pertenecer a entidades gubernamentales, es importante que expresen de manera clara cómo se posiciona el turismo de bienestar, tanto a nivel de la zona, y resto del país, para dicha investigación, deben relatar la experiencia que han tenido en el campo, además del servicio prestado a la población, que disfruta de este tipo de turismo. Al tener la seguridad de que las personas entrevistadas son expertas en el tema, da un avance y credibilidad al trabajo.

Según Gómez (2006) Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y abiertas. Para efectos de este trabajo, se utilizará la primera, ya que la persona que se va a entrevistar se basa en un cuestionario que tiene una guía de preguntas específicas y enfocadas en los objetivos. En este tipo de entrevista se manejan preguntas estructurales, que estarán enfocadas en interrogantes previamente visualizados, donde se limitarán específicamente a un tipo de categoría, que hace énfasis en el Turismo de Bienestar.

En la entrevista se usarán distintos medios para detallar la información, algunas de éstas serán: grabaciones de audio, que facilitarán la interacción con el entrevistado, además ayudarán a que no queden cabos sueltos mientras se está llevando a cabo la entrevista, a su vez, se complementará con apuntes de palabras claves. (Gomez M. , 2006) (Pag 70.)

## **Proceso para la Recolección de Datos**

De acuerdo con Hernández et al (2014, p.397) la recolección de datos para un enfoque cualitativo es de suma importancia ya que no es medir variables para llevar a cabo una estadística. Lo que se busca para este tipo de enfoque es obtener datos que se llegan a convertir en información, esto se lleva a cabo por medio de entrevistas, estos pertenecen a personas, comunidades, o situaciones, éstos mismos son recolectados con el fin de poder ser analizados y comprendidos, para así poder generar conocimiento, y la vez dar respuesta a la pregunta de investigación. El instrumento más importante para poder ejecutar este proceso es el investigador quien por medio de técnicas o métodos recoge los datos, observa, entrevista y revisa documentos importantes para llevar a cabo este proceso.

Con lo explicado anteriormente para recolectar información, para esta investigación, primeramente se realizará una observación de la zona, para así poder verificar que las empresas previamente investigadas se encuentren en el área ya limitada y además, indagar sobre el tipo de turismo que éstas ofrecen a sus clientes. Es trascendental realizar esta observación de campo porque así el investigador puede cuantificar y anotar toda la información de contacto que no se pudieron encontrar en las páginas webs.

Posteriormente, se le contactara telefónicamente a cada una de las empresas encontradas en la observación de campo, para así sacar una cita con éstas y poder aplicar el cuestionario ya realizado, cabe mencionar que dichas citaciones se realizara únicamente a trabajadores de alta jerarquía pertenecientes a estas empresas, esto es porque estas personas son las que tienen mayor conocimiento sobre lo que realiza, lo que no, y por qué de la empresa, esto lleva a tener mayor información para la recolección de los datos.

Luego se le contactará vía telefónica y por correo electrónico a la población de expertos, para poder sacar una cita con las personas de las entidades gubernamentales, esto se hará personalmente ya que se les aplicará una entrevista que estará acompañado de un cuestionario ya previamente elaborado, esto es primordial realizarlo de esta manera ya que estos expertos, por su experiencia tienen mucho conocimiento acerca del Turismo de Bienestar, además saben de cómo se practica, promociona, capacita esta tipología de turismo, tanto a nivel nacional, internacional y la zona que se limitó en esta investigación.

Finalmente, para poder culminar este proceso, cuando se le realice la visita de las pequeñas y medianas empresas localizadas en el distrito de Paraíso en la Provincia de Cartago, Costa Rica, se le preguntará a un colaborador de dichos negocios si se les puede aplicar un cuestionario a sus clientes. También se visitará lugares turísticos de la zona donde se practique el Turismo de Bienestar en todo el Distrito para poder recolectar toda la muestra sugerida.

Para poder llevar este proceso de manera profesional y adecuada, se tomará en cuenta las recomendaciones escritas por Hernández, Fernández, & Baptista,(2014) entre las principales serán: se debe de lograr que los informantes narren sobre su experiencia en el campo sin que el investigador emita ningún tipo de crítica al mismo, antes de aplicar algún instrumento de la investigación se deberá haber informado anteriormente y portar diferentes fuentes de datos, además se tratará de lograr empatía con los participantes para poder generar confianza.

### **Método de Análisis de la Investigación**

Hernández et al (2014) explica que el análisis y la recolección de datos en un enfoque cualitativo se realiza de manera simultánea en donde el investigador podrá adaptarlo de acuerdo con las circunstancias y la naturaleza que tenga el estudio. El análisis consiste en recibir datos no estructurados para que el investigador pueda darle el ordenamiento adecuado, estos se basan en las observaciones del investigador y las narraciones de los participantes, ya sea que realicen de manera visual, auditiva o escrita.

El propósito central de un análisis de enfoque cualitativo es: examinar los datos, organizarlos en unidades y categorías, especificar las experiencias de los participantes, hallar los temas presentes en éstos con el propósito de interpretarlos, además se debe de enlazar, también los resultados con el conocimiento adquirido, para así poder tener una teoría que se fundamente en los datos que previamente fueron recolectados. (Hernández, 2014)

Para poder llevar a cabo el análisis de los datos de esta investigación, se tomará en cuenta lo explicado anteriormente y se basa en el enfoque cualitativo. Se establecerán categorías de análisis enfocándose en las respuestas de las personas entrevistadas, las cuales se justifican por el conocimiento del tema de investigación, luego se realizará una reseña de los criterios expuestos. Todo lo anterior es con el fin de poder ser clasificado en cada categoría.

Al mismo tiempo, se realizará un registro de información acerca de las definiciones respectivas al estudio del tema de investigación, éste proporcionará un análisis de comparación de las opiniones de los entrevistados, la misma se apoyará en la información que se obtuvo de las fuentes secundarias de dicha investigación.

Finalmente, se desarrolla el análisis de la investigación, fundamentándose en las entrevistas realizadas. El investigador deberá de ir estructurando la investigación con base en la información que se va recopilando. Por el tipo de enfoque que lleva esta investigación se debe brindar una adecuada recolección de datos, para así poder llegar a obtener de la manera más correcta la conclusión de la investigación.

## CAPÍTULO IV: ANALISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se realiza el análisis de los resultados arrojados de la técnica de recolección de datos aplicada a la muestra de turistas, empresarios y expertos en el tema de turismo de bienestar. La exposición de los resultados se realiza a través de tablas, gráficos y texto que facilita la descripción de la demanda y oferta de turismo de bienestar en la zona de Cachí, así como el análisis de la evolución socioeconómica del turismo de bienestar en Costa Rica y su impacto en el Distrito bajo estudio. Permitiendo con esto adquirir mayor conocimiento de la situación para la comprensión de la situación del problema, y así emitir las respectivas conclusiones y recomendaciones.

### Caracterización de la demanda turística presente en el distrito de Cachí

Se presentan los resultados de las características de la demanda turística en la zona de Cachí. Esta descripción se realiza a partir de los resultados de las encuestas aplicadas a 51 turistas, nacionales y foráneos, abordados en diferentes zonas, tales como Iglesia de Orosi, Hacienda Orosi, Orosi Spa al Natural, Museo de Orosi, Hostel Montaña Linda Guest House, Parque Nacional Tapantí, Finca Quelitales, Ruinas de Ujarrás, Mirador de Orosi. Importante señalar que ninguna de las personas encuestadas vivía o trabajaba en la zona, Se inicia el análisis con los resultados obtenidos sobre el género de los turistas encuestados, los cuales se presentan a continuación:

**Tabla 9. Género de los turistas encuestados.**

Género	Número de turistas	%
Masculino	31	60,8%
Femenino	20	39,2%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

Como se aprecia en la información anterior, la mayoría de los turistas encuestados corresponde al género masculino, y representa el 60,8 % de la muestra encuestada, mientras que el 39,2 % fueron mujeres. Esto permite apreciar que para el estudio se consideró la opinión de ambos géneros para caracterizar la demanda de turismo de bienestar en la zona.

**Tabla 10. Edad de los turistas encuestados.**

<b>Edad (años)</b>	<b>Número de turistas</b>	<b>%</b>
20 - 29	13	25,5%
30 - 39	14	27,5%
40 - 49	14	27,5%
≥ 50	10	19,6%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente: Elaboración propia de la investigadora.**

Los datos presentados en la Tabla 10, muestran que el 27,5 % de los encuestados tiene un rango de edad comprendido entre 30 y 39 años. Una misma proporción de 27,5% de los turistas consultados, presentó una edad comprendida entre 40 y 49 años. Los extremos de la distribución de las edades de los turistas encuestados, los representan las personas de entre 20 y 29 años (25,5 %) y 50 años o más (19,6 %). Con estos resultados, se evidencia que el total de la muestra encuestada forma parte de un grupo poblacional mayor de edad, lo cual les da independencia para tomar decisiones respecto de sus destinos turísticos.

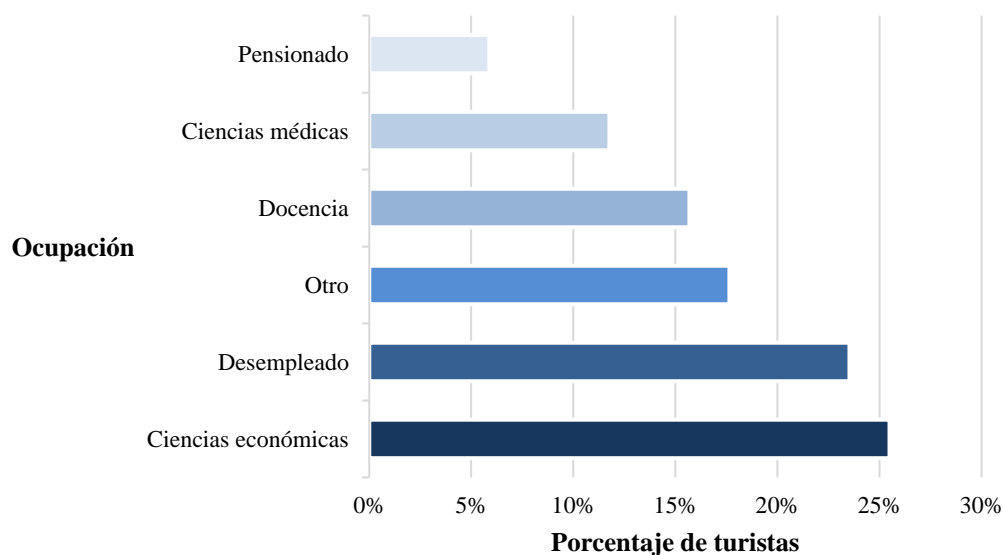
**Tabla 11 . Nacionalidad de los turistas encuestados.**

<b>Nacionalidad</b>	<b>Número de turistas</b>	<b>%</b>
Costarricense	31	60,8%
Estadounidense	7	13,7%
Europeo	6	11,8%
Nicaragüense	2	3,9%
Mexicano	1	2,0%
Puertorriqueño	1	2,0%
Argentino	1	2,0%
Asiático	1	2,0%
Peruano	1	2,0%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

La información mostrada en la Tabla 11, evidencia que la nacionalidad de la mayor parte de los turistas encuestados corresponde a costarricenses, con el 60,8 % de las personas consultadas. Con ello, se observa una importante participación nacional en el turismo de la zona de Cachí, sin dejar de lado al turista extranjero que representó el 39,2 % de los encuestados, mostrando mayor presencia de las personas con procedencia estadounidense y europea.

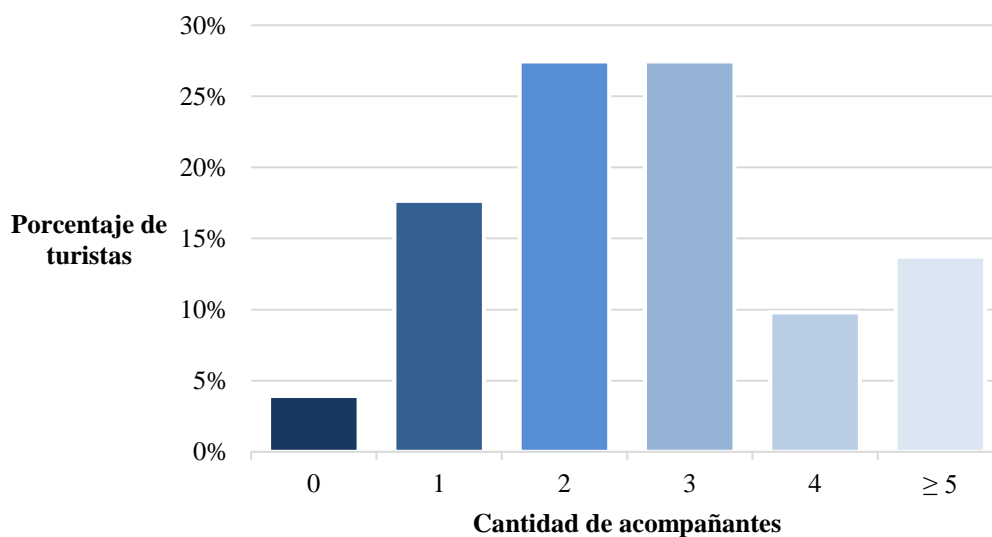
**Gráfico 1. Ocupación de los turistas encuestados.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

La información presentada en el Gráfico 1 muestra que el área de trabajo de la mayoría de los turistas encuestados corresponde a Ciencias Económicas, indicándolo así el 25,5% de los registrados. A su vez, se resalta que una proporción similar de turistas se encuentra sin empleo; así lo señaló el 23,5 % de las personas consultadas.

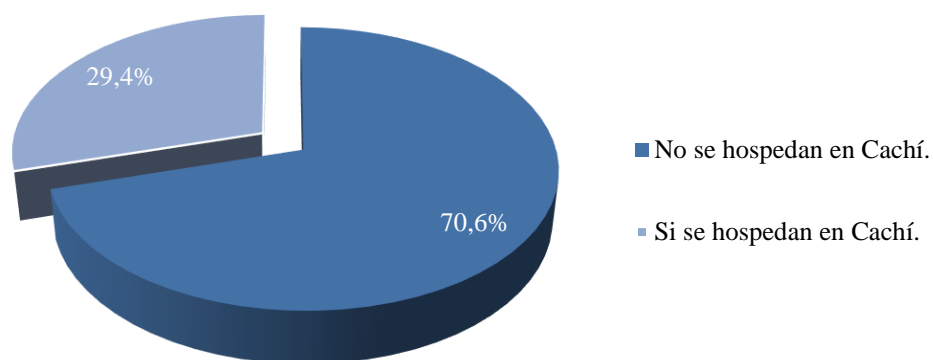
**Gráfico 2. Cantidad de personas que viajaba con los turistas encuestados.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

Como se aprecia en el Gráfico 2, muy pocos turistas realizaron su viaje sin acompañantes, ya que solo el 3,9 % indicó que visitaba la zona de esta forma. El 55 % de los turistas participantes de la encuesta, realizó su visita en la zona acompañados por 2 ó 3 personas más.

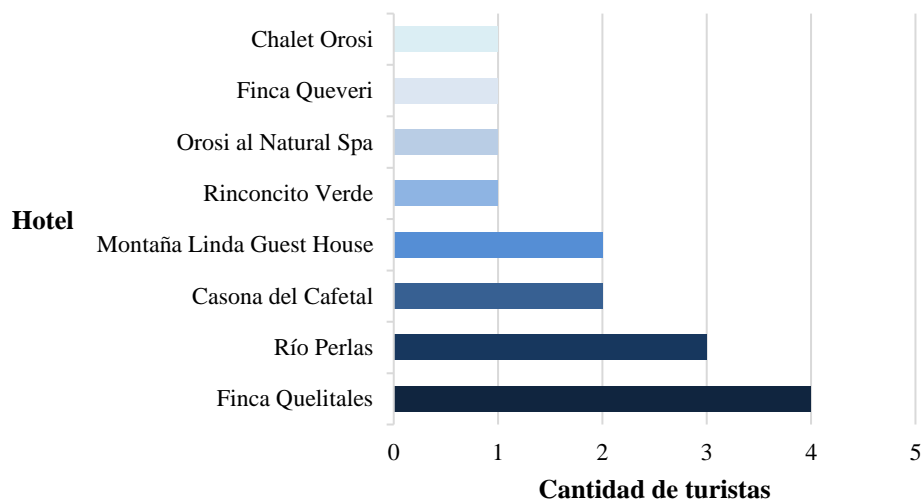
**Gráfico 3 . Cantidad de turistas que se hospeda en la zona de Cachí.**



**Fuente: Elaboración propia de la investigadora.**

A pesar de que los 51 turistas consultados fueron abordados en sitios turísticos de la zona de Cachí, solamente el 29,4 % señaló que se hospedaba en dicho distrito. Esto sugiere que la mayoría de los turistas podría considerar el Distrito de Cachí como una zona cuyas principales actividades turísticas pueden ser abarcadas en solamente 1 día, o lo contemplan como un lugar de paso para luego visitar otros sectores. Otra razón, podría asociarse a la cercanía de Cachí al lugar de residencia de los turistas; considerando que la mayoría se trata de costarricenses como se evidenció en la Tabla 11 del presente capítulo.

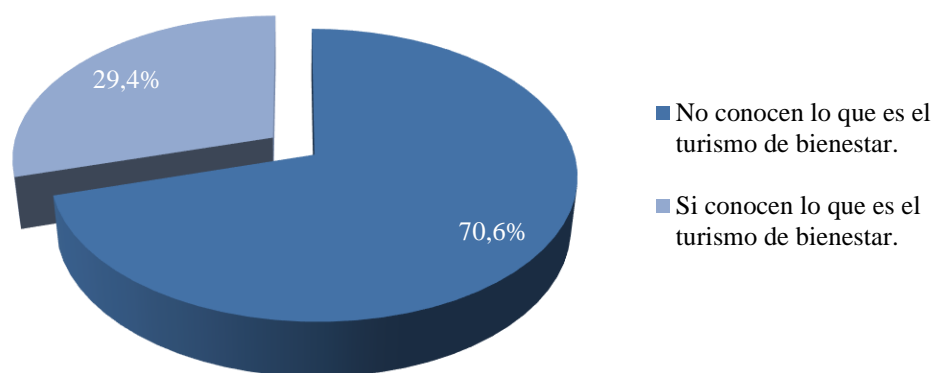
**Gráfico 4. Hoteles en donde se alojan los turistas hospedados en la zona de Cachí.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

De los 15 turistas que se hospedaban en el distrito de Cachí, la mayoría lo hacía en la Finca Quelitales, lo cual constituye 4 de estos turistas (el 26,7 %) que decidieron alojarse en la zona.

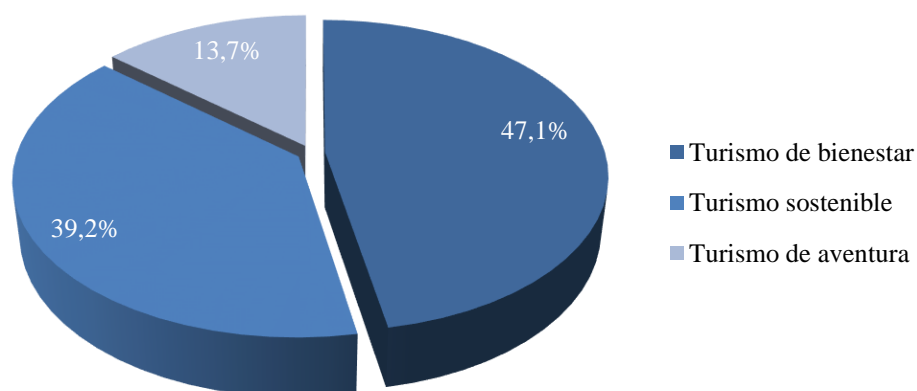
**Gráfico 5. Turistas que conocen qué es el turismo de bienestar.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

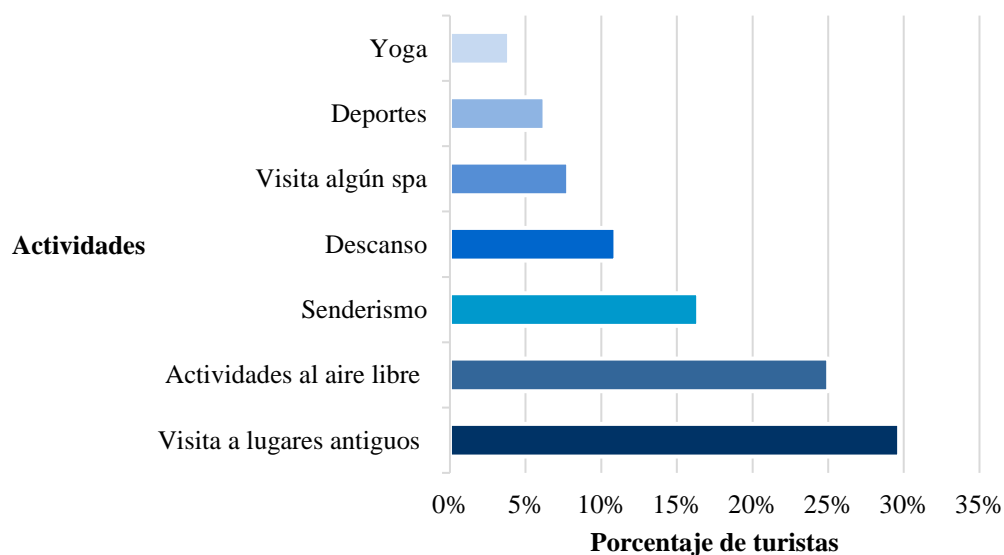
El Gráfico 5, evidencia que un 70,6 % de los turistas encuestados no conoce lo que es el turismo de bienestar. Estos resultados se complementan con los datos recabados sobre la conceptualización de los turistas respecto de turismo de bienestar, lo cual se describe a continuación:

**Gráfico 6. Conceptualización de los turistas sobre el concepto de turismo de bienestar.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

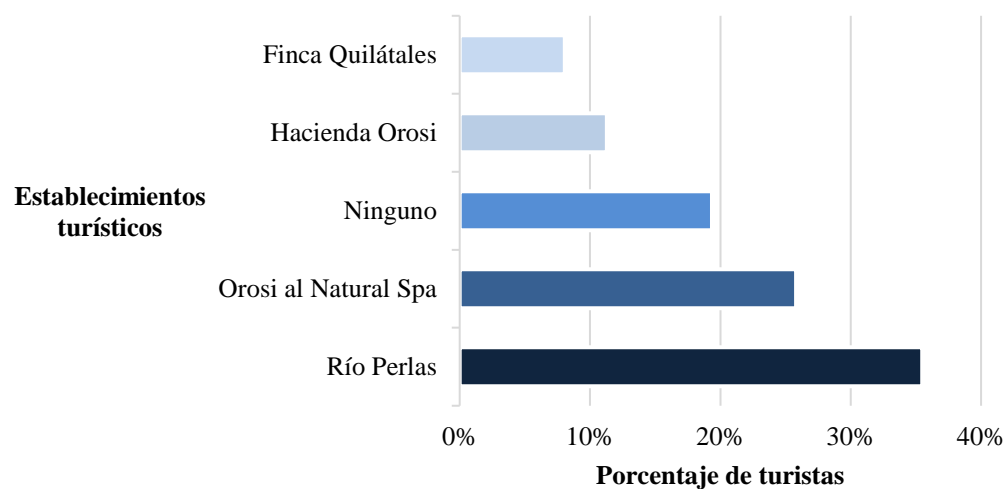
En concordancia con los resultados del Gráfico 5, en donde se evidenció que el 70,6 % de los turistas encuestados afirmó que no conocían lo que es el turismo de bienestar, el Gráfico 6 muestra que el 52,9 % no conceptualizó correctamente el turismo de bienestar, ya que lo asoció con definiciones de turismo sostenible y turismo de aventura. Solo el 47,1 % relacionó correctamente el concepto de turismo de bienestar.

**Gráfico 7 . Actividades que practican los turistas en la zona de Cachí.**

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

Los resultados presentados en el Gráfico 7, muestran cómo las actividades que involucran nuevas experiencias en la zona de Cachí son las preferidas por los turistas encuestados. Esto se afirma ya que el 71,1 % indicó que durante su visita actividades de este tipo, tales como el senderismo (16,4 %), las actividades al aire libre (25 %) y la visita a lugares antiguos (29,7 %), siendo esta última recreación la más practicada por las personas consultadas.

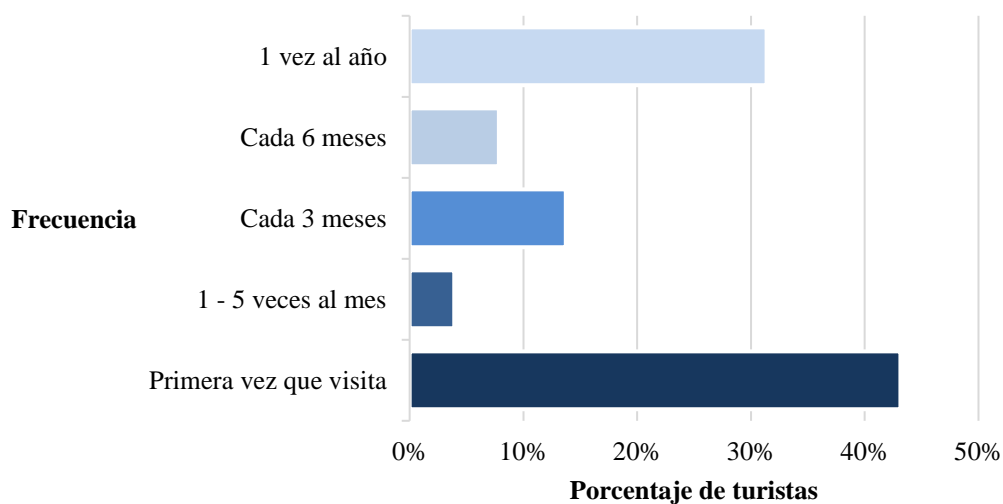
**Gráfico 8 . Conocimiento de establecimientos turísticos por parte de los turistas encuestados.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

De los resultados mostrados en el Gráfico 8, cabe resaltar los valores extremos ya que el 35,5% de las personas consultadas conoce el centro turístico Río Perlas, mientras que solamente el 8,1 % conoce Finca Quilatales. Es importante señalar que el 19,4 % de las personas encuestadas no conoce ninguno de los centros turísticos señalados en el cuestionario.

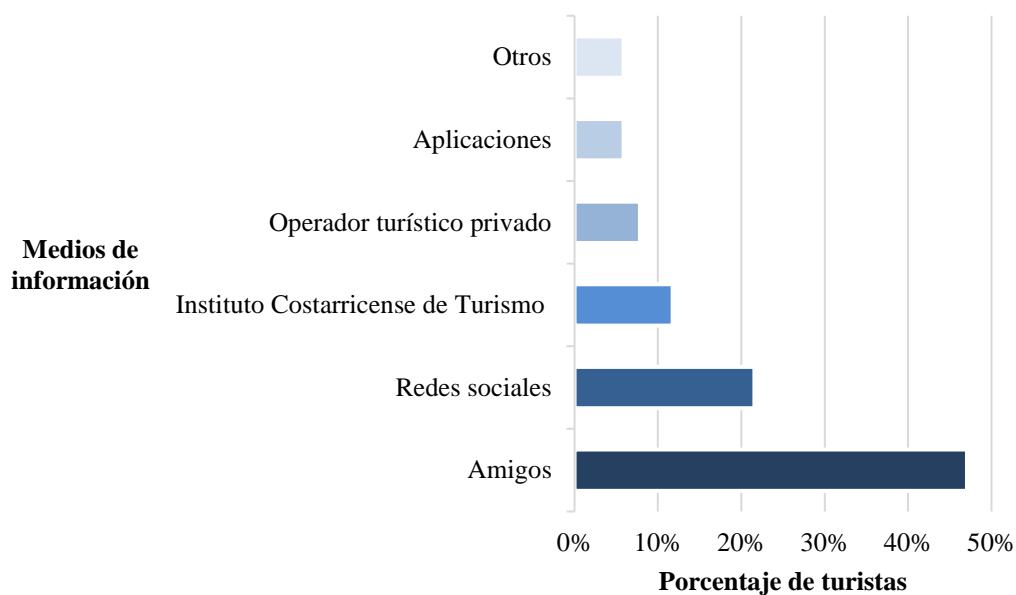
**Gráfico 9. Frecuencia con que los turistas encuestados visitan la zona de Cachí para practicar las actividades.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

Como se aprecia en la tabla y gráfico anteriores, una parte considerable de los turistas encuestados no había visitado Cachí previamente, por lo que se trataba de su primera vez en la zona; dicha condición se vio presente en el 43,1 % de la muestra. A su vez una cantidad baja de turistas señaló haber visitado el distrito de Cachí 2 o más veces al año, ya que solo el 25,4 % de los encuestados indicó que realiza actividades turísticas en la zona con esa frecuencia.

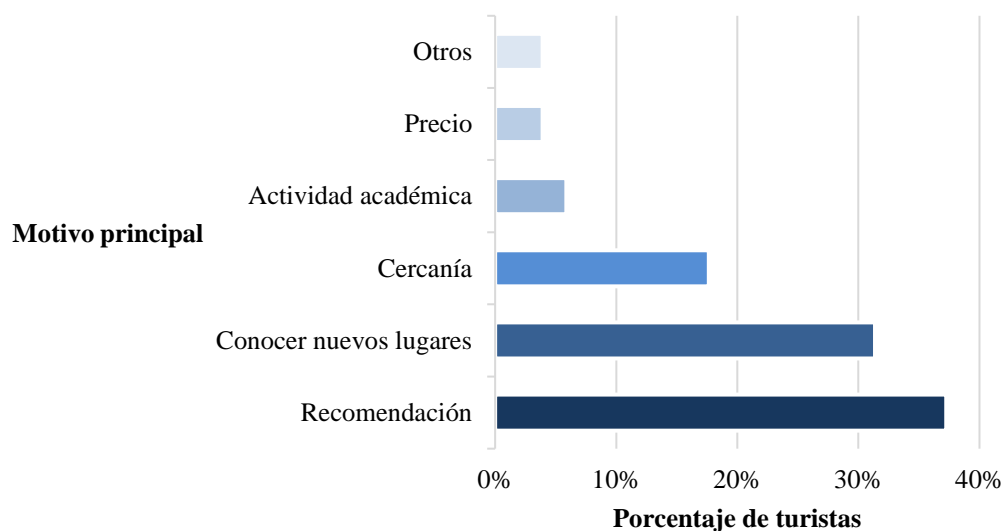
**Gráfico 10. Medios por los que los turistas encuestados obtuvieron información turística de la zona de Cachí.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

Como se observa en el Gráfico 10, el 47,1 % de los turistas consultados obtuvo información de Cachí debido a sus amistades. Además, se pudo observar que la segunda fuente de información turística más empleada por los visitantes corresponde a las redes sociales, registrándolo un 21,6 % de los consultados.

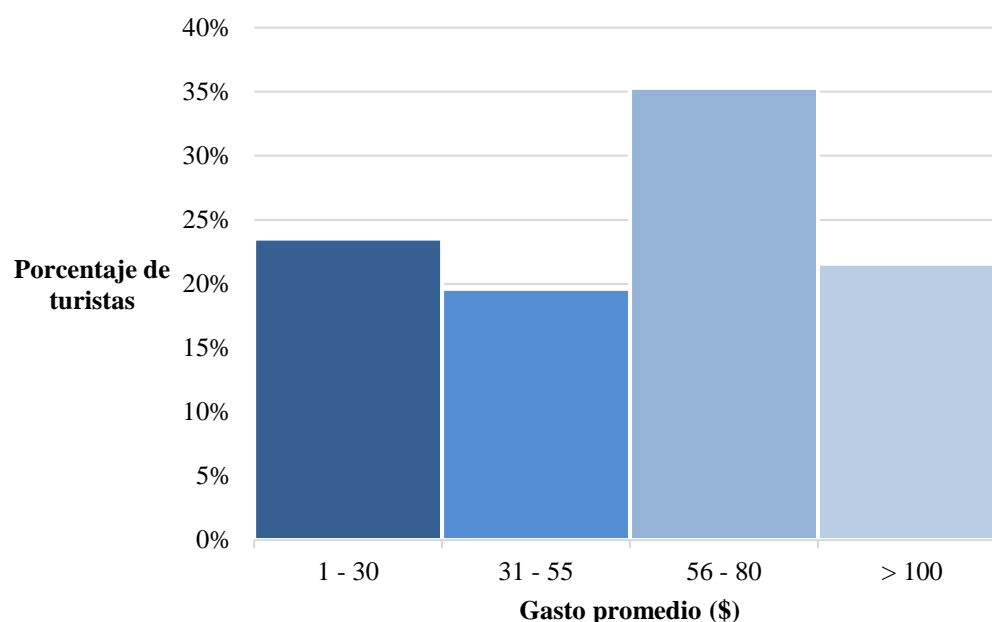
**Gráfico 11. Motivo principal por el cual los turistas encuestados escogieron la zona de Cachi como atractivo turístico.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

El Gráfico 11 muestra que el 37,7 % de los turistas encuestados elige Cachí como destino turístico debido a recomendaciones de sus amistades. Otros de los principales motivos corresponden a la cercanía con su casa o lugar de residencia (37,4 %) y al gusto por conocer nuevos lugares (17,6 %).

**Gráfico 12. Gasto promedio que realizaron los turistas encuestados.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

El Gráfico 12 evidencia que el 35,3 % de los turistas encuestados estimó que el gasto promedio realizado durante su visita al distrito de Cachí estuvo comprendido entre \$ 56 y \$ 80, y solo el 21,6 % afirmó haber gastado más de \$100 durante su actividad turística en la zona. La menor frecuencia porcentual de turistas (19,6 %) indicó que su gasto promedio estuvo comprendido entre \$ 31 y \$ 55.

### **Descripción de la oferta de turismo de bienestar presente en el distrito de Cachí**

A continuación, se detalla la oferta de turismo presente en el distrito de Cachí, para lo cual se obtuvo información de 17 empresarios, propietarios o administradores, de los siguientes centros: Finca Sermide, Finca Quelitales, Casona Del Cafetal, Río Perlas, Finca Queverí, Chalet Orosi, La Flor De Loto, Rinconcito Verde, Hacienda Orosi, Orosi Spa Al Natural, Montaña Linda Guest House, Piedras Albas, Villas Valle Bello, Río Macho Lodge, Villas Cañaverl, Monte Sky, Tapantí Media.

**Tabla 12. Género de los empresarios de turismo encuestados.**

<b>Género</b>	<b>Número de empresarios</b>	<b>%</b>
Masculino	10	58,8%
Femenino	7	41,2%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

La tabla 12 muestra que la proporción de empresarios consultados se distribuye de forma similar según el género, ya que el 58,8 % de los encuestados fueron personas de sexo masculino, mientras que el 41,2 % del sexo femenino. Esto muestra que los complejos turísticos que se ubican en el distrito de Cachí se encuentran liderados por personas de ambos géneros.

**Tabla 13. Edad de los empresarios de turismo encuestados.**

<b>Edad (años)</b>	<b>Número de empresarios</b>	<b>%</b>
20 - 29	2	11,8%
30 - 39	5	29,4%
40 - 49	6	35,3%
≥ 50	4	23,5%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

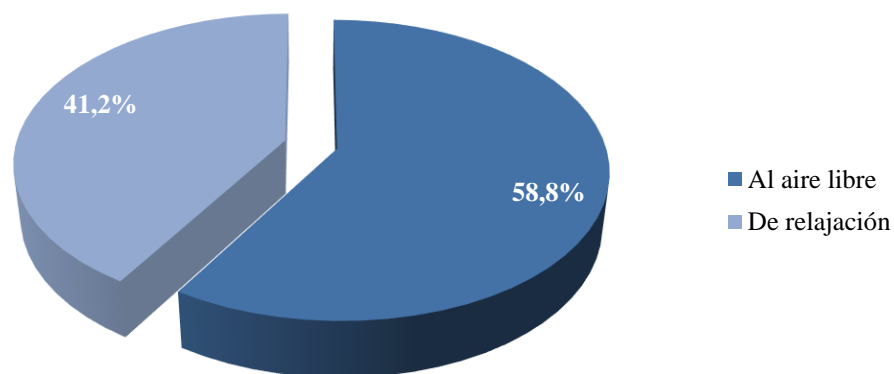
Mediante la Tabla 13 se evidencia que la edad predominante de los empresarios se encuentra comprendida entre 40 y 49 años, mostrándolo así el 35,3 % de la muestra. También se aprecia que la menor proporción de encuestados la registra el grupo etario de 20 a 29 años, ya que solo el 11,8 % presentó dicho rango de edad. Además, al analizar la frecuencia porcentual acumulada, se observa que el 58,8 % de los encuestados presenta una edad de 40 años o más.

**Tabla 14 . Cargo que ocupan los empresarios de turismo encuestados.**

Cargo	Número de empresarios	%
Propietario	12	70,6%
Administrador	5	29,4%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

Los empresarios de turismo consultados pueden ser catalogados de 2 formas: propietarios, que corresponden a los dueños del centro turístico y representan el 70,6 % de la muestra; y administradores, los cuales son contratados como responsables de la gestión empresarial del centro turístico representan el 29,4 % de los encuestados

**Gráfico 13. Tipo de actividad de turismo de bienestar que realizan los clientes de los empresarios encuestados.**

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

Según el criterio de los empresarios de turismo consultados, existen 2 tipos de actividades principales de turismo de bienestar que realizan los clientes que los visitan: al aire libre y relajación. No evidenciaron una amplia diferencia de criterios, ya que el 58,8 % señaló que sus

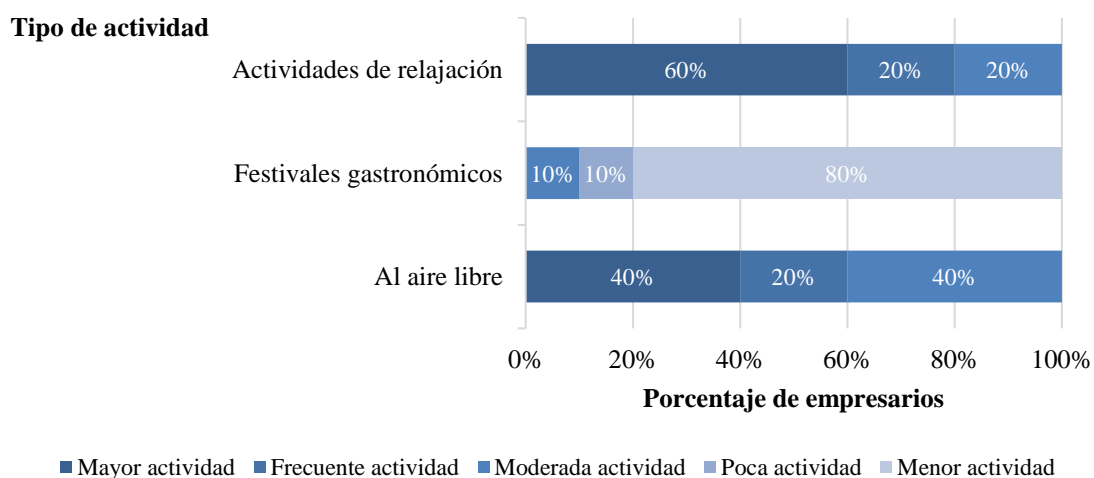
clientes realizan actividades al aire libre, mientras que el 41,2 % indicó que se enfocan en actividades de relajación.

**Tabla 15. Tipo de actividad de turismo de bienestar que realizan los clientes de los empresarios encuestados.**

Frecuencia	Tipo de actividad		
	Al aire libre	Festivales gastronómicos	Actividades de relajación
Mayor actividad	40%	0%	60%
Frecuente actividad	20%	0%	20%
Moderada actividad	40%	10%	20%
Poca actividad	0%	10%	0%
Menor actividad	0%	80%	0%

Fuente: Elaboración propia de la investigadora.

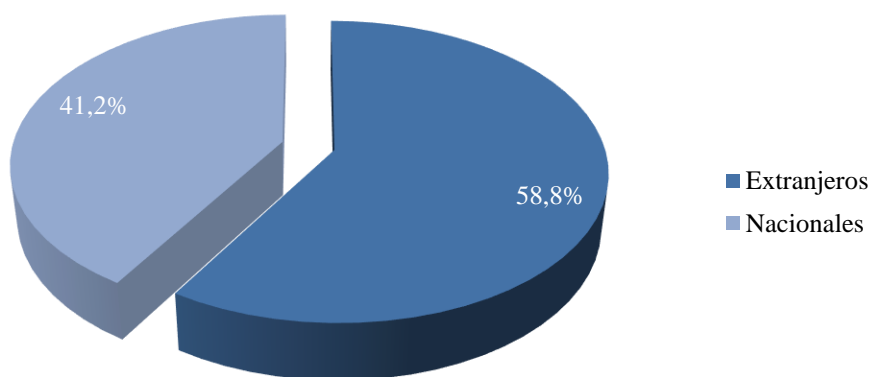
**Gráfico 14. Tipo de actividad de turismo de bienestar que realizan los clientes de los empresarios encuestados.**



Fuente: Elaboración propia de la investigadora.

Los resultados plasmados en la Tabla 15 y el Gráfico 14 complementan la información presentada en el Gráfico 13. Al consultar sobre la frecuencia de otra posible actividad de turismo de bienestar en la zona como los festivales gastronómicos, los empresarios de turismo la identificaron como una práctica muy poco frecuente, y así lo hizo saber el 80 % de los consultados. Por ende, las actividades aire libre y de relajación se mantienen como las preferidas por los turistas en el distrito de Cachí, según la experiencia de los empresarios.

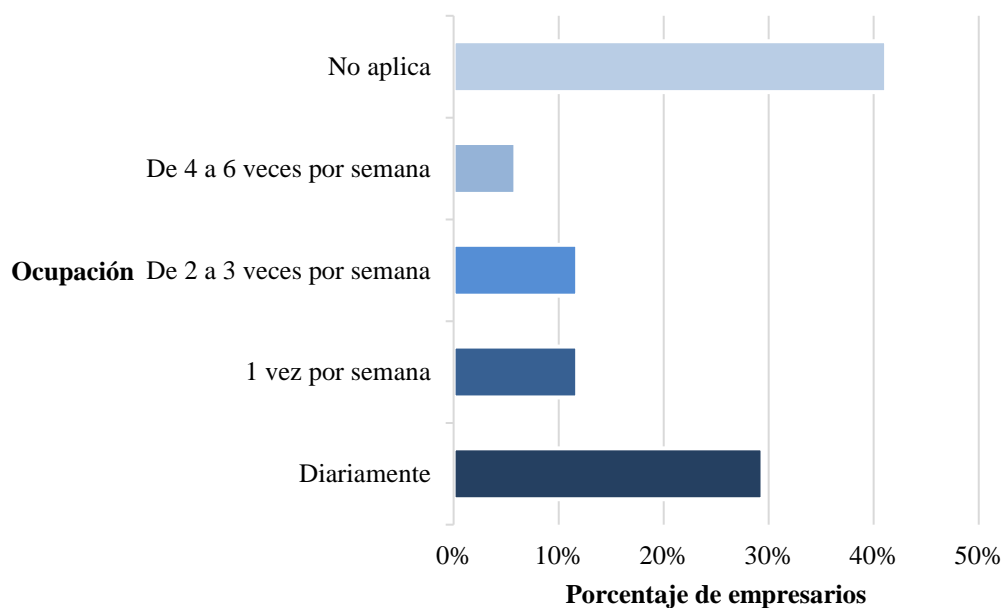
**Gráfico 15. Mercado meta al que los empresarios de turismo dirigen sus esfuerzos en mercadeo.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

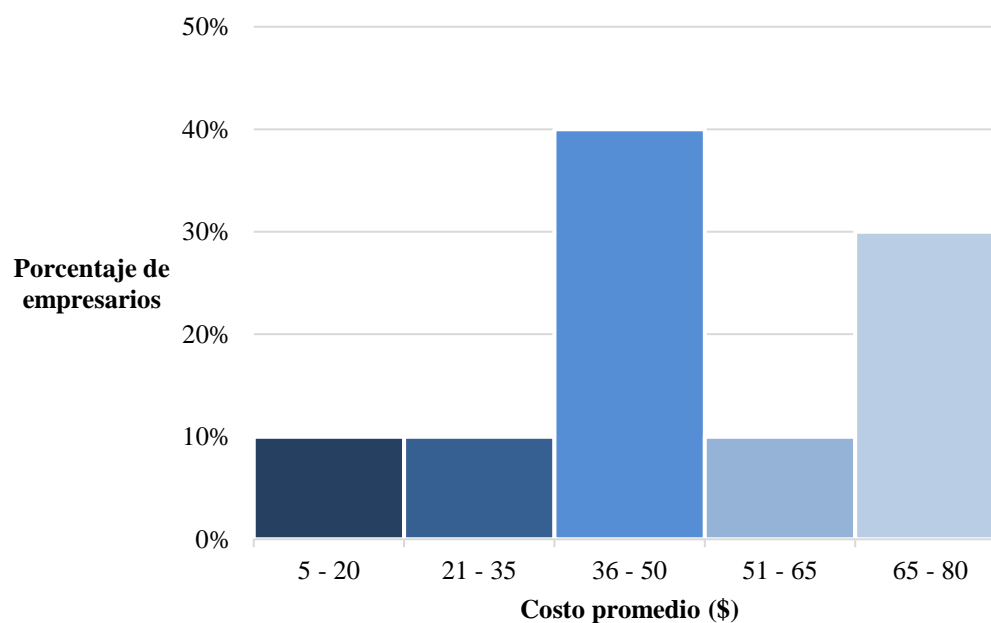
En cuanto al mercado al que apuntan los esfuerzos de marketing de los empresarios, el Gráfico 15 mostrado indica una inclinación hacia la atracción de turistas extranjeros en lugar de los nacionales. Esto debido a que el 58,8 % de los propietarios y administradores de centros turísticos consultados señalaron que su mercado meta se trata de turistas que visitan Costa Rica desde diferentes países, y el 41,2 % manifestó que se enfocan en atraer a los costarricenses a sus centros turísticos.

**Gráfico 16. Frecuencia con que empresarios encuestados ofrecen a sus huéspedes las actividades de turismo de bienestar.**



Al consultar a los empresarios sobre las actividades de turismo de bienestar que ofrecen en sus establecimientos, solamente 10 afirmaron tener a disposición de sus clientes este tipo de actividades, lo cual corresponde al 58,8 % de la muestra. Del total solo el 29,4 % señaló ofrecer de forma diaria este tipo de servicios de recreación.

**Gráfico 17. Costo promedio de actividades que ofrecen los empresarios de turismo a sus clientes.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

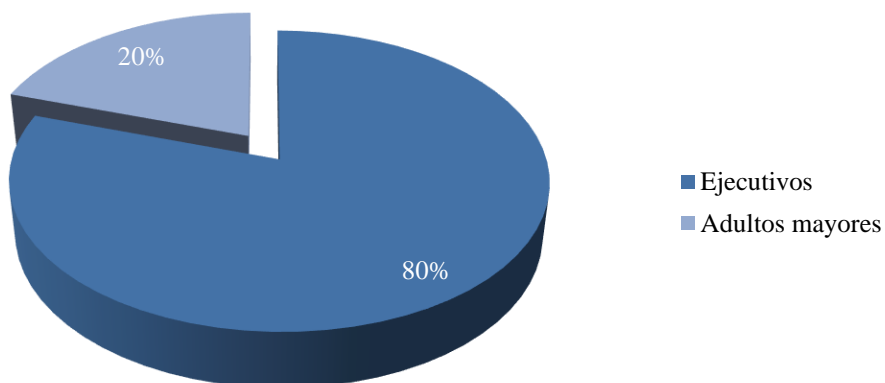
Ya identificados los 10 empresarios que ofrecen en sus centros turísticos actividades de turismo de bienestar, se procedió a consultar sobre el costo promedio de dichas recreaciones. El 40 % indicó que ronda entre \$36 y \$50 en promedio mientras que el 30 % entre \$65 y \$80.

**Tabla 16. Mercado meta al que los empresarios de turismo dirigen el turismo recreativo que ofrece la empresa.**

<b>Mercado meta</b>	<b>Número de empresarios</b>	<b>%</b>
Ejecutivos	8	80,0%
Adultos mayores	2	20,0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

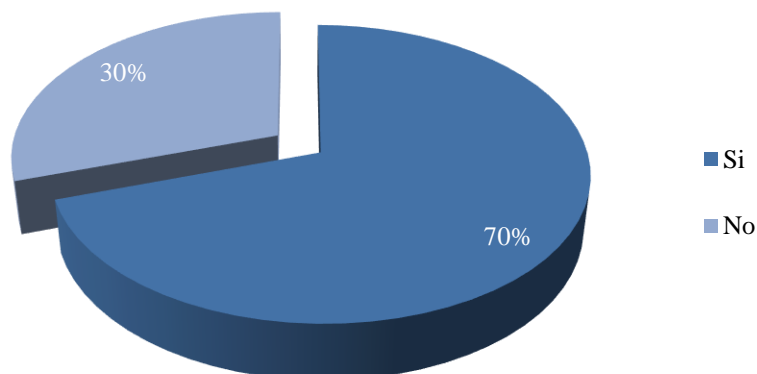
**Gráfico 18. Mercado meta al que los empresarios de turismo dirigen el turismo recreativo que ofrece la empresa.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

De acuerdo con las actividades que brindan los centros turísticos de los empresarios encuestados, se identificó con base en sus respuestas que el 80 % dirige el turismo recreativo a ejecutivos o empresarios que visitan la zona, mientras que solamente un 20 % establece como mercado meta de sus actividades turísticas recreativas a los adultos mayores.

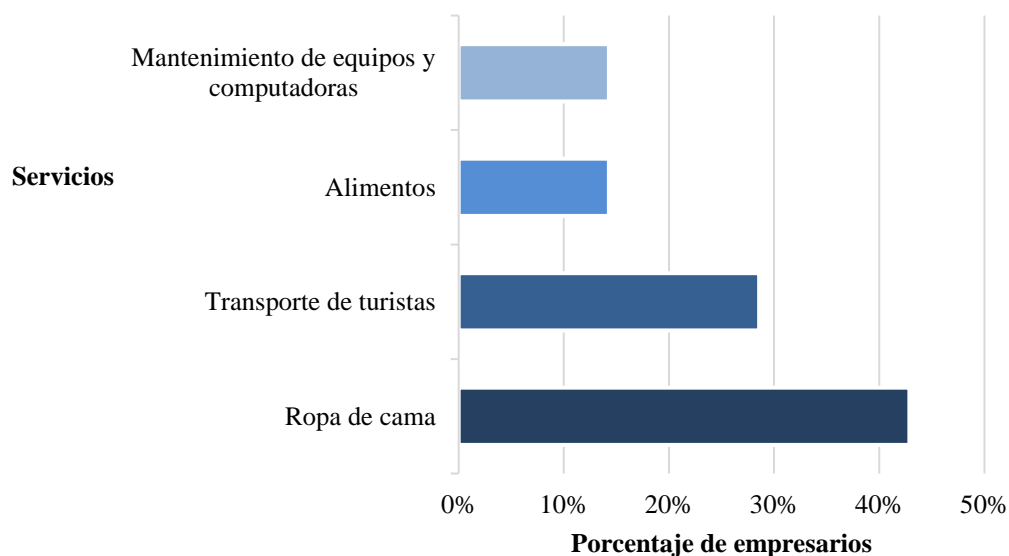
**Gráfico 19 . Empresarios de turismo que contratan bienes y servicios de proveedores locales.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

Continuando con la descripción de los 10 establecimientos turísticos que ofrecen actividades de turismo de bienestar a sus huéspedes, se procedió a identificar cuáles empresarios de turismo habilitan la contratación de bienes y servicios para su empresa. Se determinó que 7 de estos centros realizan este tipo de procesos, mientras que los 3 restantes emplean únicamente recurso interno.

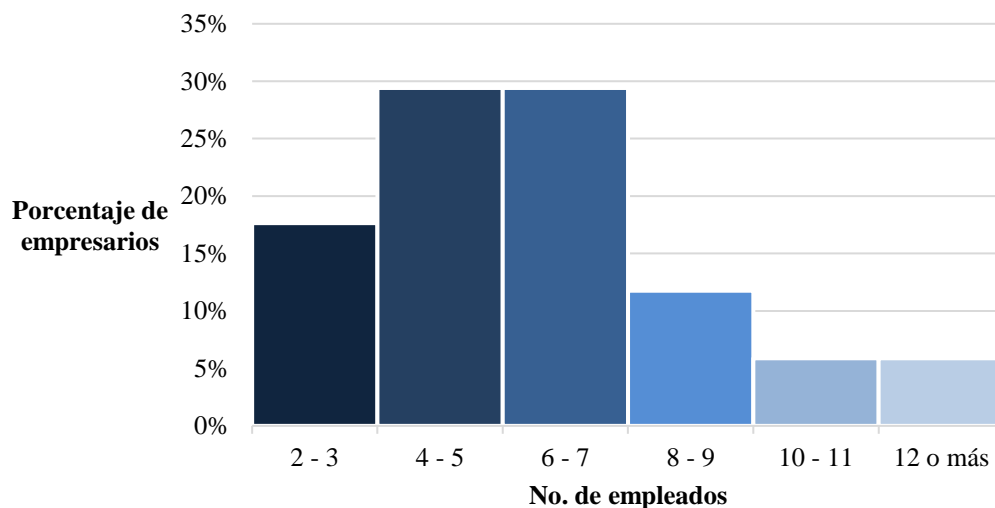
**Gráfico 20 . Servicios que los empresarios de turismo encuestados contratan externamente.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

Como se puede apreciar en la tabla y gráfico anterior, los principales bienes y servicios contratados externamente por los empresarios de turismo, corresponden a labores relacionadas con la ropa de cama y transporte de turista; estos servicios lo requieren 5 de los 7 empresarios que aseguraron contratar proveedores externos.

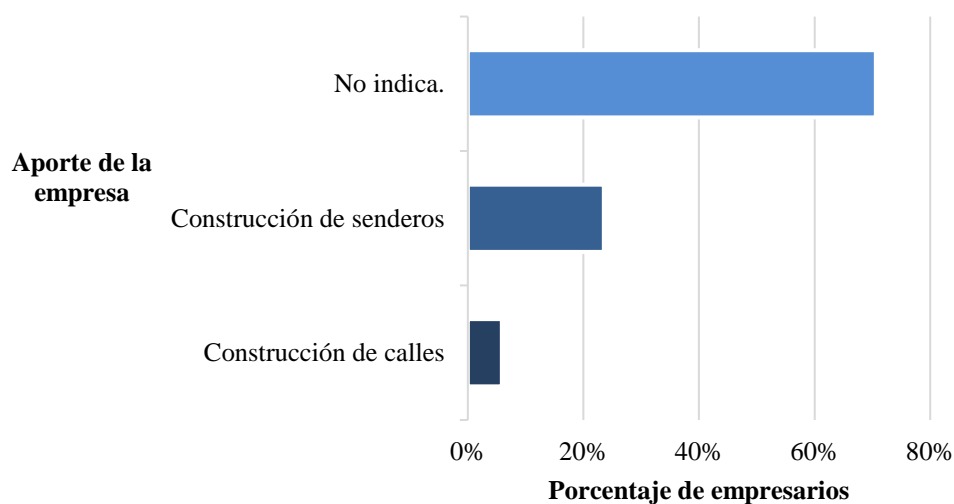
**Gráfico 21. Número de empleados que laboran en la empresa de los empresarios de turismo encuestados.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

Retomando la totalidad de la muestra de empresarios, se presentan los resultados obtenidos sobre la totalidad de empleados que laboran para el centro de turismo. Se aprecia que la mayoría son pequeñas empresas, ya que el 88,2 % cuenta con 9 empleados o menos.

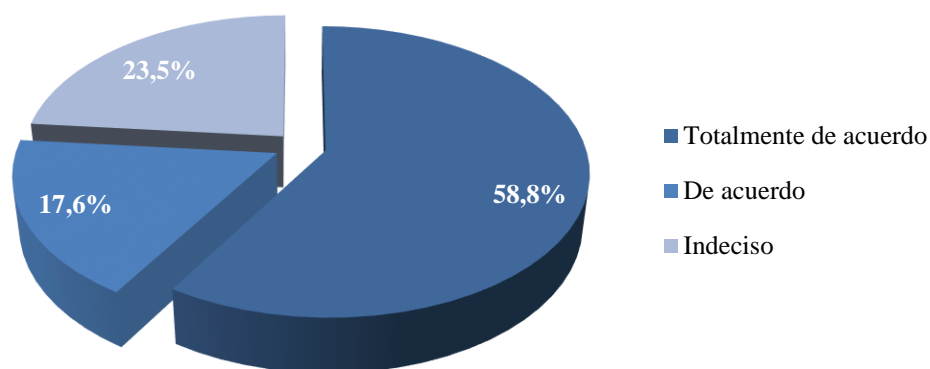
**Gráfico 22. Aporte de la empresa de los empresarios de turismo encuestados al gobierno local del distrito de Cachí.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

Al consultar a los empresarios sobre los beneficios sociales que trajo el desarrollo de sus centros turísticos, así como los aportes que han hecho al gobierno local del distrito de Cachí, el 23,5 % señaló que su principal contribución ha sido la construcción de senderos, mientras que uno de los empresarios afirmó haber construido calles con su progreso. El 70,6 % de los consultados indicó no haber dado algún aporte material o relacionado con obras, pero expresaron su contribución al progreso de la comunidad, a través de acciones como brindar clases de inglés, hacer voluntariado, sugerir la compra en comercios locales, contratar personal de la zona, entre otros.

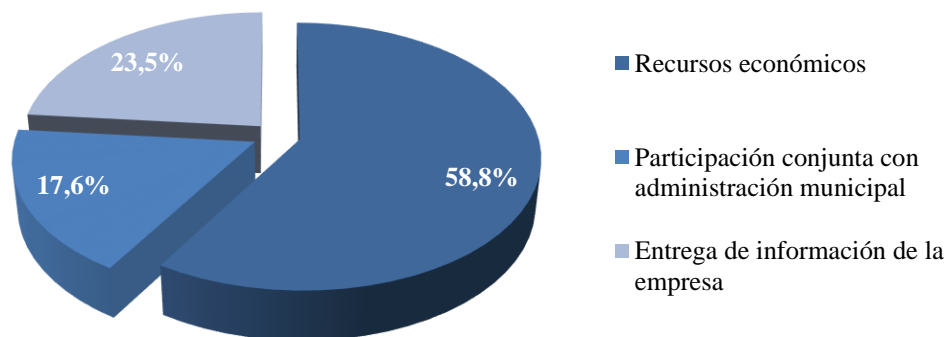
**Gráfico 23. Opinión de los empresarios de turismo sobre la creación de un plan integral entre empresas para el desarrollo del turismo de bienestar en la zona.**



**Fuente:** Elaboración propia de la investigadora.

Como se muestra en la tabla y el gráfico anteriores, una parte considerable de los empresarios consultados estarían dispuestos a cooperar entre empresas para crear un plan integral para el desarrollo del turismo de bienestar en la zona. Así lo afirmó el 76,4 % de los empresarios consultados, y solo el 23,5 % restante señaló estar indeciso al respecto.

**Gráfico 24. Opinión de los empresarios de turismo sobre elementos importantes de aportar para el desarrollo del plan integral.**



**Fuente: Elaboración propia de la investigadora.**

Dentro de los principales recursos que los empresarios de turismo consideran necesarios para llevar a cabo un plan integral inter empresarial, que promueva el desarrollo del turismo de bienestar en la zona, predomina el requerimiento de recursos económicos, señalándolo así el 58,8% de los consultados. Los participantes restantes consideran que debe existir una participación conjunta y activa con la administración municipal de la zona. También, opinan que es importante que cada centro turístico realice la entrega de información relevante que beneficie el conocimiento de la actividad turística en la zona, de forma tal que se produzca una retroalimentación continua por parte de las empresas turísticas.

### **Evolución socioeconómica del turismo de bienestar en Costa Rica y su impacto en el Distrito de Cachí**

Se realizó una consulta a funcionarios de distintas instituciones, con el fin de obtener su punto de vista de experto en cuanto a la evolución socioeconómica del turismo de bienestar en Costa Rica y su impacto en el distrito de Cachí. Para tal efecto, se recolectaron datos de los siguientes entes:

- **Asociación Costarricense de Turismo de Bienestar, Wellness Costa Rica:** organización sin fines de lucro que ofrece servicios y experiencias de turismo diseñadas desde criterios de sostenibilidad y en armonía con la naturaleza, a través de acciones de promoción a nivel nacional e internacional, representando a sus afiliados. La información fue proporcionada por la señora Laura Barrantes Pequeño, presidenta de la Asociación, quien lleva más de 1 año ejerciendo su puesto. Dentro de los aspectos más importantes que se obtuvieron de esta entrevista, se resalta el punto de vista de un organismo privado especializado en el turismo de bienestar. Sobresale su postura positiva hacia el desarrollo que ha tenido este tipo de turismo en el país y el apoyo recibido por parte del ICT. A pesar de ello, realizó una crítica fuerte hacia los gobiernos locales que, según señala la experta entrevistada, no realizan un aporte significativo al desarrollo del turismo.
- **Cooperru Paraíso:** cooperativa en proceso de reestructuración. Participa en forma activa con la Municipalidad para la organización de las actividades turísticas del cantón de Paraíso, dentro de las cuales se encuentran reuniones con empresarios hoteleros de la zona, acciones para innovación del turismo distrital, capacitaciones para empresas, representación ante el ICT para promover el turismo del cantón, entre otras. Se contó con la participación del señor Róger Fernández, presidente de la Cooperativa, con más de 4 años de desempeño en su puesto. Los principales aportes brindados por el señor Fernández en la entrevista, corresponden a su explicación sobre el cambio que se ha llevado a cabo en la zona de Cachí respecto de su actividad turística, el cual consiste en la salida del concepto de turismo rural y su sustitución por turismo de bienestar, lo cual, señaló, ha sido liderado por el ICT y ha traído beneficios económicos a la zona, tanto para los empresarios del turismo como de otros tipos de negocio.

- **Cámara Costarricense de Salud - PROMED:** entidad que promueve esfuerzos en Costa Rica sobre el tema de internacionalización de servicios de salud y turismo médico. Para recabar la información por parte de este ente, se entrevistó al señor Maxximo Manzi, quien lleva trabajando para la Cámara por más de 4 años como Director Ejecutivo. El criterio mostrado por el experto consultado, consiste principalmente en que Costa Rica cuenta con gran potencial para explotar el turismo de bienestar, pero las acciones llevadas a cabo hasta el momento han sido escasas en comparación con otros competidores del istmo y otras regiones. Además, detalló la ausencia de regulaciones que potencialicen el turismo de bienestar, tales como políticas por seguir a nivel país.
- **Municipalidad de Paraíso:** en la representación de la Municipalidad de Paraíso, se contó con el criterio de la señora Mercedes Calderón, Administradora en la Municipalidad, con más de 4 años de ejercer su cargo. Se mostró enfática en que los gobiernos locales no aportan ningún apoyo al desarrollo turístico de las respectivas localidades. A su vez, detalló la situación competitiva del turismo de bienestar de Cachí respecto de otras zonas del país, señalando el auge que ha tenido éste con el paso de los años, pero de igual forma requiere de mayor desarrollo para ser considerado semejante a zonas como San Carlos.
- **Instituto Costarricense de Turismo:** se contó con el criterio de la Encargada de Turismo de Bienestar en la Institución, la señora Melissa Tencio, con más de 4 años de ejercer su puesto. Al ser la representante directa del ICT respecto del turismo de bienestar, su aporte fue muy valioso respecto con las acciones puntuales que ha realizado el ICT para contribuir con esta modalidad de turismo.

En cuanto a la evolución de la actividad de turismo de bienestar en Costa Rica durante los últimos 10 años, los expertos entrevistados señalaron que ha existido un claro avance en esta materia, específicamente, en cuanto a la oferta y demanda de este tipo de actividad turística alrededor de todo el país, pero aún es necesario llevar a cabo más y mejores acciones para alcanzar mejores posiciones. Según el criterio recabado, la modalidad de Turismo de Bienestar en Costa Rica cuenta con solo 5 años aproximadamente de estar constituida o denominada de tal

forma, pero las personas se han acoplado muy bien y han dado buenas respuestas a la iniciativa, lo cual es un indicador claro del avance logrado a la fecha y de una evolución paulatina, pero correcta. Esta evolución se debe en parte al cambio de concepto realizado por el ICT; lo que ahora se conoce como turismo de bienestar era antes el turismo rural, y se trata de una modificación que ha evolucionado muy bien para el turismo de la zona de Cachí. Por lo tanto, la mayoría de los expertos consultados considera que el turismo de bienestar es una tendencia mundial y Costa Rica no se ha quedado atrás, con un crecimiento, tanto en la oferta como en la demanda.

Solamente la posición de la Cámara Costarricense de Salud fue un poco más reservada, aseverando que Costa Rica aún necesita trabajar mucho para cumplir expectativas que no han sido alcanzadas en materia de turismo de bienestar. Señala que la evolución existe, también el potencial, pero todavía hay mucho por hacer al respecto para alcanzar una posición deseada, en relación con la competencia.

Sobre la contribución del ICT al desarrollo del turismo de bienestar en Costa Rica, la representante consultada de dicha Institución indicó que desde el 2012 existe un decreto ejecutivo que permite al ICT potencializar acciones respecto de este nicho de mercado, y que en 2016 el Instituto generó una estrategia denominada Wellness Pura Vida, la cual busca posicionar al país como un destino de bienestar, diferenciado, que ofrece experiencias únicas, las cuales mejoran la calidad de vida de los habitantes y de quienes visitan las distintas zonas del país. Como punto inicial, manifestó la representante del ICT que se han realizado reuniones de sensibilización, apoyo a congresos, capacitaciones y se está en proceso de contratación para asesorías en este segmento.

Este aporte ha sido de gran importancia para el distrito de Cachí, ya que es una zona donde actualmente se practica el turismo de bienestar, y su evolución ha sido paulatina pero constante, y con las acciones impulsadas para este campo se espera que las mejoras en el Distrito sean más significativas.

Estas iniciativas son reconocidas por lo demás expertos consultados, aseverando que el apoyo del ICT ha sido eficiente, aportando estrategias de mercadeo para promocionar el país como un destino de bienestar. Solamente los representantes de la Municipalidad de Paraíso y de

la Cámara Costarricense de Salud, señalan que aún falta mucho por hacer y que el aporte del ICT en esta materia no ha sido suficiente.

La situación competitiva del turismo de bienestar en Costa Rica en relación con otros países es caracterizada con moderación por parte de los expertos consultados. Señalan que a Costa Rica le falta mucho para poder competir a nivel internacional con este tipo de turismo. Hay sectores en donde el turismo de bienestar es muy costoso, como por ejemplo, la zona de San Carlos; esto provoca que los turistas prefieran visitar nuevos atractivos más económicos, es ahí donde entra Cachí con su potencial; pero reconocen que hace falta que los empresarios se apoyen entre sí, y empiecen a ejercer acciones de mercadeo eficaces para darse a conocer.

También, señalan que Costa Rica tiene muchas ventajas que se ven opacadas por el costo de adquirir los productos y servicios turísticos. Explican que el país está posicionado en el mercado de turismo de bienestar, la marca país es positiva y ha ayudado mucho en el turismo, tiene relativa estabilidad económica y política comparada con los países vecinos. Pero Costa Rica es un destino caro y existe mucha competencia a nivel internacional, como por ejemplo, México, entonces, esto se vuelve una debilidad para el país y es ahí donde Costa Rica tiene que superar esos destinos a través de las experiencias que pueda entregar a los turistas.

El ICT, por su parte, indica que Costa Rica se ubica como un país emergente, no está desarrollado por completo en turismo de bienestar; más bien se queda corto con otros países líderes en este campo. Se brindan servicios, pero poca capacitación en terapias y servicios alternativos; además de la mejora en la gestión del producto actual con profesionalización, también hay falta de normativa-regulación con respecto de los servicios brindados, tales como spa, termalismo, entre otros. La funcionaria consultada asegura que, a nivel latinoamericano y del caribe, en el 2015 Costa Rica estuvo posicionada en sexto lugar en la lista de mercados de turismo de bienestar, reportando 800.000 viajes al país relacionados con este tipo de actividad turística.

En el caso del distrito de Cachí, en los últimos años se ha visto un aumento del turismo de bienestar, el cual se ha visto influenciado por el área de descanso y recreación; se cataloga que la principal competencia de la zona de Cachí corresponde al cantón de San Carlos. Sin embargo, el distrito cuenta con múltiples atractivos enfocados en el campo del turismo de bienestar, tales

como caminatas en medio del bosque, aguas termales, spas, áreas para yoga, jardines, miradores, entre otros. A su vez, se destaca como una fortaleza y oportunidad competitiva para Cachí, el costo que representa para los turistas visitar la zona, en comparación con lugares como La Fortuna de San Carlos en donde el costo de las actividades turísticas es mayor.

En cuanto al impacto del turismo de bienestar en las actividades económicas y sociales de las diversas zonas de Costa Rica, la representación del ICT consultada señala que La Fortuna de San Carlos es uno de los lugares que más ha trabajado en este tema, mediante sus aguas termales mineromedicinales; sin embargo, este impacto aún no se conoce a detalle. Otros lugares como Nosara, Santa Teresa, también han sido reconocidos por actividades de turismo de bienestar.

El señor Roger Fernández de Cooperru Paraíso y la señora Mercedes Calderón de la Municipalidad de Paraíso, concuerdan con el ICT respecto a la incertidumbre o ausencia de indicadores de crecimiento del sector, que puedan describir el impacto del turismo de bienestar en las actividades económicas y sociales de las diversas zonas del país. Señalan que no hay ninguna normativa al respecto, por lo que todavía no es posible hacer mediciones objetivas, dado que se requiere de insumos como reglamentos y recomendaciones que permita evolucionar a un concepto de cumplimiento de objetivos en materia de turismo de bienestar.

A pesar de ello, aseveran que el beneficio económico y social si se ha percibido en la zona de Cachí, beneficiando tanto a los empresarios del turismo como a los productores locales. Los turistas quieren ir al distrito a conocer sus atractivos, y la cantidad de turistas nacionales ha aumentado respecto a otros años.

La representante de la Asociación Costarricense de Turismo de Bienestar señaló que el aporte de los gobiernos locales es nulo, con un claro desconocimiento de lo que es turismo de bienestar, en algunos casos. El representante de la Cámara Costarricense de Salud mencionó que existen municipalidades que han mostrado iniciativas para aprovechar este tipo de turismo pero que usualmente sus intenciones no pasan de ser una idea, no se muestran acciones concretas. Esto lo evidencia también la encargada de turismo de bienestar del ICT consultada, señalando que al realizar reuniones de sensibilización (6 zonas visitadas), solo en una se contó con la participación de gobiernos locales, debido a que el turismo en general no es algo en lo que ellos se han involucrado de forma concreta.

Sobre la entidad responsable de capacitar a las personas encargadas de realizar Turismo de Bienestar, los expertos señalaron que instituciones como el ICT y el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) se encargan de brindar soluciones educativas y asesorías al respecto. Otros entes como la Asociación Costarricense de Turismo de Bienestar se han acercado a zonas potenciales para que los empresarios se capaciten en el tema, pero la participación es escasa. En este año, hubo un congreso en el que se incluyó al turismo de bienestar en el cantón de San Carlos, y hubo una buena aceptación participación por parte de los empresarios, varios de ellos de la zona de Cachí.

Por varios años, la zona de Cachí ha mostrado potencial para realizar turismo de bienestar. En términos de experiencia y criterio, los expertos consideran que desde hace 4 o 6 años Cachí ha sido un punto importante para el turismo de bienestar, esto se refleja en la publicación realizada por el ICT en 2017, en la cual cataloga a Cachí como una de las zonas potenciales de turismo de bienestar para Costa Rica en las que se puede practicar actividades de turismo de bienestar como visita a sectores con aguas termales, spas, visita de lugares antiguos, caminatas en medio del bosque, yoga, miradores, diversos deportes y gastronomía.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

A partir de los principales hallazgos y su análisis, se concluye que el presente proyecto alcanza el objetivo general de la investigación, ya que evaluó el impacto socioeconómico del turismo de bienestar en el distrito de Cachí, en el cantón de Paraíso, Cartago, 2018. A su vez, se cumplieron todos los objetivos específicos planteados en la investigación, para lo cual se presentan sus respectivas conclusiones:

La demanda turística que presenta el distrito de Cachí, se caracteriza, principalmente por la presencia de turistas nacionales, en su mayoría acompañados por otras personas con el propósito de realizar turismo de bienestar.

Dentro de las principales actividades de turismo de bienestar que realizan las personas que visitan el distrito de Cachí, se destaca la visita de lugares antiguos, las recreaciones al aire libre, el senderismo y el descanso. A pesar de que muchos de los turistas no tienen conocimiento de lo que es el turismo de bienestar, las principales actividades que realizan en la zona de Cachí son asociadas a este tipo de turismo.

La mayoría de los turistas visita Cachí para aprovechar sus actividades turísticas, no así para hospedarse, lo cual puede asociarse a que una proporción considerable vive a distancias relativamente cortas, entre otros. Actualmente, no se están realizando esfuerzos específicos para lograr que los turistas visualicen al distrito de Cachí como un destino turístico para visitar por varios días, por lo que la zona es percibida por la mayoría de sus visitantes como un lugar de paso o un destino turístico de visita rápida.

Una gran parte de los turistas visita la zona debido a recomendaciones de amigos o menciones realizadas en redes sociales y encuentran beneficios en la cercanía con sus domicilios y la expectativa de conocer nuevos destinos. Sin embargo, las visitas que realizan son esporádicas; una proporción considerable de turistas visitan la zona de Cachí únicamente 2 veces al año o menos, lo cual señala que es necesario mejorar estrategias en el Distrito para aumentar la frecuencia con que los turistas lo eligen como destino turístico.

La mayoría de los turistas encuestados estima que la inversión promedio que realiza durante su visita en el distrito de Cachí es superior a \$58. Esto caracteriza a la zona como un destino turístico económico, lo cual puede ser aprovechado como estrategia de mercadeo para atraer mayor cantidad de turistas, especialmente del ámbito nacional.

La oferta de turismo de bienestar presente en el cantón de Paraíso está conformada por actividades al aire libre y de relajación, las cuales son las principales recreaciones que realizan los turistas en la zona. Dentro de dichos subgrupos pueden identificarse diversos atractivos en la oferta de turismo de bienestar en la zona de Cachí; respecto de las actividades al aire libre, se ofrecen diversas actividades deportivas, senderismo, recreación en aguas termales, visita de lugares antiguos, caminatas en medio del bosque y la visita a miradores; sobre las actividades de relajación, en la zona se destaca el yoga, la visita a spas y el descanso en centros turísticos.

Los empresarios de turismo de la zona de Cachí llevan a cabo acciones de mercadeo en proporciones similares en cuanto a metas, tanto para atraer turistas nacionales como extranjeros, enfocándose prioritariamente en ejecutivos y empresarios que visitan la zona.

No todos los centros turísticos de Cachí cuentan con la capacidad de ofrecer a sus clientes actividades de turismo de bienestar. Los complejos turísticos que contempla este tipo de recreaciones dentro de su gama de servicios, las ofrecen a un precio promedio superior a \$48.

Se detectó que una parte considerable de los empresarios consultados estarían dispuestos a cooperar entre empresas para crear un plan integral que mejore la oferta de turismo de bienestar en la zona. De los principales elementos que consideran necesarios para lograr concretar una sistematización que propicie el desarrollo del turismo de bienestar en la zona, se destacan los recursos económicos, la cooperación con la administración municipal de forma en que se apoyen mutuamente, así como la entrega de información relevante que permita medir la evolución y tendencia del turismo en la zona.

La evolución socioeconómica del turismo de bienestar en Costa Rica ha tenido un claro avance en los últimos años, pero aún es necesario llevar a cabo más y mejores acciones para cumplir las expectativas y aprovechar los recursos del país. Su impacto en el distrito de Cachí, ha sido positivo, tanto para los dueños de centros turísticos como para productores de la zona. El ICT ha sido determinante en el desarrollo del turismo de bienestar en el país, pero aún debe

establecer de forma clara objetivos e indicadores que permitan cuantificar el efecto de las estrategias de desarrollo empleadas. Costa Rica requiere mejorar sus características competitivas en torno al turismo de bienestar para lograr un impacto socioeconómico de mayor trascendencia en zonas como Cachí.

## **Recomendaciones**

### **Para los centros turísticos de Cachí:**

1. validar ideas de negocio asociadas a turismo de bienestar mediante su prueba en el mercado, para, finalmente, obtener una idea de negocio rentable a partir de la cual puedan aprovechar la variedad de recursos disponibles en la zona para tal fin,
2. crear estrategias asociadas a turismo de bienestar que propicien la visita de turistas por más de 1 día en la zona, como por ejemplo, el desarrollo de actividades gastronómicas nocturnas y al aire libre,
3. crear estrategias innovadoras en el campo de turismo de bienestar que aumenten la frecuencia anual con que los turistas visitan la zona, como el desarrollo trimestral de ferias o actividades recreativas que convoquen a diversos grupos de clientes meta.

### **Para el Instituto Costarricense de Turismo**

1. Desarrollar normativas y/o regulaciones, que permitan cuantificar el impacto socioeconómico del turismo de bienestar del país., con el fin de contar con información fidedigna para el desarrollo y mejora de emprendimientos en el país en materia de turismo de bienestar.
2. El ICT y otras instituciones como el Instituto Nacional de Aprendizaje, encargadas de brindar servicios de educación en torno al turismo, deben de apoyar a los empresarios de centros turísticos de bienestar con soluciones de formación y asesoría que les permitan aumentar la gama de actividades que ofrecen a los turistas en torno al turismo de bienestar.
3. Valorar diferentes métodos de posicionamiento en el mercado internacional, tales como la medición y mejoramiento continuo de los resultados en comparación con otros países líderes en turismo de bienestar como México y Brasil, con el fin de cerrar brechas entre países que están a la vanguardia en el desarrollo de turismo de bienestar, aprovechando la variedad de atractivos de diversas zonas del país, incluyendo el distrito de Cachí.

**A las universidades e investigadores.**

1. Replicar la metodología utilizada en esta investigación, para llevar a cabo la evaluación del turismo de bienestar en otras zonas del país, de forma tal que se habilite la comparación de características de la oferta y la demanda, ya así surjan nuevas ideas que favorezcan a las partes involucradas en la actividad turística de bienestar.

## ANEXO 1



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS (U.I.A.)  
ESCUELA DE TURISMO  
ADMINISTRACIÓN DE ACTIVIDADES Y EMPRESAS TURISTICAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS**

El siguiente cuestionario servirá para realizar una “Evaluación del Impacto Socioeconómico del Turismo de Bienestar en el distrito de Cachí, en la provincia de Cartago, Costa Rica en el 2018”. Como requisito para optar el grado de Licenciatura con énfasis Administración de Actividades y Empresas turísticas en la Universidad Internacional de las Américas, La totalidad de la información brindada es de carácter anónima y será utilizada únicamente para fines de esta investigación. Gracias por su colaboración y el tiempo brindado.

**Instrucciones: Favor de marcar con una equis (X) dentro del paréntesis la opción que considere oportuna**

Información General

1. Sexo: a. ( ) Masculino b. ( ) Femenino

2. Edad: a. ( ) 20-29 b. ( ) 30-39 c. ( ) 40-49 d. ( ) 50

O más (indique cuántos) \_\_\_\_\_

3. Nacionalidad

a. ( ) Costarricense b. ( ) Norteamericano c. ( ) Europeo d. ( ) Asiático

e. ( ) otro (por favor especifique) \_\_\_\_\_

4. ¿Cuál es su oficio?

a. ( ) Desempleado b. ( ) Ciencias médicas c. ( ) Docencia d. ( ) Ciencias Económicas e. (

) otro (por favor especifique) \_\_\_\_\_

5. ¿Cuántas personas viajan con usted?

a.  Solo b.  1 c.  2 d.  3 f.  4 g.  5 o más. \_\_\_\_\_

6. ¿Se está hospedando usted en la zona de Cachí?

a.  Si b.  No

Si usted se ha hospedado indique por favor ¿Cuántos días?

a.  1-2 días b.  2-4 días c.  4-6 días d.  7 o más días

7. ¿En qué hotel se encuentra hospedado? \_\_\_\_\_

8. ¿Conoce usted qué es Turismo de Bienestar?

a.  si b.  no

9. De la siguiente lista de conceptos ¿Cuál cree usted que define el turismo de Bienestar

- a.  Es una modalidad de turismo que aprovecha todos los recursos que ofrecen las condiciones geográficas de un determinado país, provincia, o región para la práctica de diversos deportes y aventuras entre ellas: Mountain bike, Canopy, rafting, buceo
- b.  Este tipo de turismo ayuda a conservar los recursos naturales con su objetivo principal la integridad del medio ambiente, la expansión económica y justicia social evitando así el daño al medio ambiente la cultura y la economía, a la vez, garantiza una experiencia positiva a los turistas cuidando el medio ambiente.
- c.  Está basado en el descanso como forma de ocio y entretenimiento, que se acompaña de terapias y tratamientos enfocados a mejorar la salud física, mental y emocional con el fin de obtener todos los beneficios proporcionados por actividades como actividades al aire libre, deportes, descanso, gastronomía, cultura, visita a lugares antiguos.

10. De acuerdo con la siguiente lista ¿Qué actividades practica usted en la zona?

Puede marcar varias opciones

- a.  Actividades al aire libre
- b.  Yoga
- c.  Visita algún spa
- d.  Deportes
- e.  Senderismo
- f.  Visita a lugares antiguos
- g.  Descanso

11. De la siguiente lista de establecimientos turísticos ¿Cuáles conoce usted o ha escuchado alguien mencionar? Puede marcar varias opciones

- a.  Río Perlas b.  Orosi al Natural Spa c.  Finca Quelitales d.  Hacienda Orosi  
e.  Ninguno f. otro por favor especifique \_\_\_\_\_

12. ¿Con qué frecuencia visita usted la zona para practicar estas actividades?

- a.  Primera vez que lo visito b.  1-5 veces al mes c.  cada 3 meses  
d.  2 veces al año e.  una vez al año

13. ¿Por cuáles medios obtuvo usted información acerca de este tipo de turismo en la zona de Cachí?

- a.  Redes sociales b.  Instituto Costarricense de Turismo c.  Aplicaciones para hacer reservaciones d.  Amigos  
e.  Operador Turístico Privado  
f.  otro por favor especifique \_\_\_\_\_

14. ¿Cuál fue el motivo principal que lo llevó a usted a escoger la zona de Cachí como atractivo turístico?

- a.  Precio b.  Cercanía c.  Recomendación d.  Por conocer nuevos lugares  
e.  otro por favor especifique la razón \_\_\_\_\_

15. ¿Visitaría usted de nuevo-la zona para realizar estas actividades?

- a.  si b.  no

Si su escogencia es la opción b, indique por favor qué factores hicieron falta en lugar para mejorar su experiencia con este tipo de turismo.

---

16. ¿Cuál es su gasto promedio en dólares estadounidenses cuando visita la zona?

- a.  \$1-\$30 b.  \$31- \$55 c.  \$56-\$80 d.  más de \$100 \_\_\_\_\_

17. En caso de que su gasto haya sido en colones indique por favor ¿en cuál de los siguientes rangos se encuentra?

- a.  ₡600- ₡18.000 b.  ₡18.600- ₡33.000 c.  ₡33.600- ₡48.000 d.  más de ₡60.000  
\_\_\_\_\_

## ANEXO 2



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS (UIA)  
ESCUELA DE TURISMO  
ADMINISTRACIÓN DE ACTIVIDADES Y EMPRESAS TURISTICAS**

**Encuesta a Empresarios de Turismo**

El siguiente cuestionario servirá para realizar una “Evaluación del Impacto Socioeconómico del Turismo de Bienestar en el distrito de Cachí, en la provincia de Cartago, Costa Rica en el 2018”. Como requisito para optar por el grado de Licenciatura con Énfasis Administración de Actividades y Empresas Turísticas en la Universidad Internacional de las Américas, La totalidad de la información brindada es de carácter anónima y será utilizada únicamente para fines de esta investigación. Gracias por su colaboración y el tiempo brindado.

**Instrucciones: Favor de marcar con una equis X dentro del paréntesis la opción que considere correcta**

Información General:

1. Sexo:  
a. ( ) Masculino b. ( ) Femenino
2. Edad:  
a. ( ) 20-29 b. ( ) 30-39 c. ( ) 40-49 d. ( ) 50 o más: \_\_\_\_\_
3. ¿Cuál es el cargo que ocupa usted en la empresa?  
a. ( ) Propietario b. Gerente General ( ) c. ( ) Administrador
4. ¿Cuántos años tiene usted de laborar en la empresa?  
a. ( ) Menos de 1 b. ( ) 1 a 2 c. ( ) 3 a 4 d. ( ) Más de 4.

5. ¿Qué tipo de actividades relacionadas con el turismo de bienestar realizan los turistas que los visitan?

- a. ( ) Al aire libre    b. ( ) Festivales gastronómicos  
 c. ( ) Actividades de relajación    d. ( ) Ninguno  
 e. ( ) Otros: Menciónelos: \_\_\_\_\_

6. Si su escogencia es la opción e, indique por favor ¿Cuál es la razón porque los turistas no realizan ninguna de las actividades señaladas?

7. De las actividades descritas, indique por favor ¿Cuáles son las actividades que más desarrollan los turistas y cuáles menos? Considerando la importancia de éstas en su empresa?

1. Mayor actividad, 2. De frecuente actividad 3. Moderada actividad,  
 4. De poca actividad 5. Menor actividad  
 a. ( ) Al aire libre  
 b. ( ) Festivales gastronómicos  
 c. ( ) Actividades de relajación  
 d. ( ) Ninguno  
 e. ( ) Otros: Menciónelos: \_\_\_\_\_

8. ¿Con qué frecuencia ofrece a sus huéspedes las actividades mencionadas?

- a. ( ) Diariamente    b. ( ) Una vez por semana    c. ( ) De dos a tres veces por semana  
 d. ( ) De cuatro a seis veces por semana.

9. ¿Cuál es el mercado meta al que se dirige sus esfuerzos en mercadeo?

- a. ( ) Extranjeros    b. ( ) Nacionales

10. ¿Cuál es el costo en promedio de las actividades ofrecidas al turista?

- a. ( ) \$5-\$20    b. ( ) \$21-\$35    c. ( ) \$36-\$50    d. ( ) \$51- \$65  
 e. ( ) 65-80

11. ¿Cuál es el número de empleados que laboran en la empresa? \_\_\_\_\_

12. ¿Cuál es el mercado meta al que se dirige el turismo recreativo que ofrece la empresa? Puede marcar varias opciones del público meta.

- a. ( ) Deportistas    b. ( ) Adultos mayores    c. ( ) Ejecutivos  
 d. ( ) Personas con discapacidades físicas

13. ¿Posee la empresa proveedores de bienes y servicios locales (Cachí)?

Sí\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

14. Indique ¿Qué tipo de servicios contrata externamente? Puede marcar varias opciones
- a.  Alimentos
  - b.  Mantelería
  - c.  Mobiliario
  - d.  Transporte de turistas.
  - e.  Mantenimiento de equipos y computadoras
  - f.  Cubertería
  - g.  Ropa de cama.
  - h.  Lavandería.
  - i.  Equipo y sustancias para limpieza.
  - j.  Otro explique por favor: \_\_\_\_\_
15. ¿Recibe su empresa de algún tipo de apoyo, subsidio, asesoría por parte del gobierno local?
- a.  Económico      b.  Publicidad      c.  Capacitación
  - d. Otro  favor indicar ¿cuál es el tipo de apoyo que recibe?  
\_\_\_\_\_
16. ¿Cuál es el aporte que ha brindado la empresa en la que usted labora al gobierno local o a los habitantes de la comunidad?
- a.  Construcción de Calles.
  - b.  Construcción de Senderos
  - c.  Construcción Salón Comunal
  - d.  Construcción o mantenimiento de parques o zonas de juegos para niños
  - e.  Ningún aporte
  - f.  Otros: favor mencionar ¿Cuál ha sido el aporte que ha brindado la empresa? \_\_\_\_\_
17. ¿Cómo valora la creación de un plan integral entre empresas para el desarrollo del turismo de bienestar en la zona?
- a.  Totalmente de acuerdo    b.  De acuerdo    c.  Indeciso
  - d.  En desacuerdo                  f.  Totalmente en desacuerdo
18. ¿Qué elementos considera importante aportar para el desarrollo del plan integral?
- a.  Con recursos económicos    b.  Con empleados
  - c.  Participando con la administración municipal
  - d.  Brindando datos de la empresa
  - e.  Otros: Favor mencione. ¿Qué otro componente considera usted necesario aportar? \_\_\_\_\_

## ANEXO 3



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS (UIA)  
 ESCUELA DE TURISMO  
 ADMINISTRACIÓN DE ACTIVIDADES Y EMPRESAS TURISTICAS**

**Encuesta Dirigida Expertos**

El siguiente cuestionario servirá para realizar una “Evaluación del Impacto Socioeconómico del Turismo de Bienestar en el distrito de Cachí, en la provincia de Cartago, Costa Rica en el 2018”. Como requisito para optar por el grado de Licenciatura con Énfasis Administración de Actividades y Empresas Turísticas en la Universidad Internacional de las Américas, La totalidad de la información brindada es de carácter anónima y será utilizada únicamente para fines de esta investigación. Gracias por su colaboración y el tiempo brindado.

**Instrucciones: Favor de marcar con una equis X dentro del paréntesis la opción que considere correcta**

Información General:

1. Sexo:

a. ( ) Masculino b. ( ) Femenino

1. Edad:

a. ( ) 20-29 b. ( ) 30-39 c. ( ) 40-49 d. ( ) 50 o más: \_\_\_\_\_

2. ¿Cuál es el cargo que ocupa usted en la empresa?

a. ( ) Propietario b. Gerente General ( ) c. ( ) Administrador

3. ¿Cuántos años tiene usted de laborar en la empresa?

a. ( ) Menos de 1 b. ( ) 1 a 2 c. ( ) 3 a 4 d. ( ) Más de 4.

4. ¿Considera usted que ha evolucionado la actividad del turismo de bienestar en Costa Rica durante los últimos diez años?

---

---

---

5. ¿Cómo han contribuido las políticas del ICT al desarrollo del Turismo de Bienestar?

---

6. ¿Cuál es la situación competitiva del turismo de bienestar en la zona de Cachí en relación con el resto del país?

---

---

---

7. ¿Cómo ha sido el Impacto del Turismo de Bienestar en las actividades económicas y sociales de las diversas zonas del país?

---

---

8. ¿Cómo han contribuido los gobiernos locales al Turismo de Bienestar?

---

---

9. ¿Cuál entidad es la responsable de capacitar a las personas encargadas de realizar Turismo de Bienestar y cómo cree que realiza su labor?

---

---

10. ¿Desde hace cuánto tiempo se ha identificado a la zona de Cachí con potencial para realizar turismo de Bienestar?

a.  Menos de 1 año   b.  2 a 4 años   c.  4 a 6 años

b. d.  Más de 6 años Favor indique cuantos \_\_\_\_\_

11. ¿Actualmente, qué tipo de actividades de turismo de bienestar se realizan en la zona de Cachí?

---

---

### Bibliografía

- Instituto Costarricense de Turismo. (2012). *Plan de Desarrollo Turístico de la unidad de Planeamiento Valle Central - Sector Cartago*. Obtenido de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/plan-nacional-y-plan-es-generales/planes-generales-por-unidad-de-planeamiento/valle-central/sector-cartago/115-pgut-sector-cartago/file.html>
- ABC Viajes. (2018). Obtenido de Costa Rica, llanuras del Norte: [https://www.abcviajes.com/turismo/costa\\_rica\\_llanuras\\_del\\_norte.php](https://www.abcviajes.com/turismo/costa_rica_llanuras_del_norte.php)
- André, M., Cortés, I., & López, J. (2003). *TURISMO CULTURAL: CUANDO EL RECURSO CULTURAL SUPERA AL DESTINO TURÍSTICO. EL CASO DE FIGUERES*. Obtenido de <http://www.esade.edu/cedit2003/pdfs/cortesisabel.pdf>
- Bermúdez, I., López, M., & Ramos, K. (2015). *ANÁLISIS DE IMPACTOS GENERADOS POR EL TURISMO DE BIENESTAR A NIVEL SOCIO-CULTURAL. CASO: RIVIERA NAYARIT, MÉXICO*. Obtenido de <https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/611/Berm%C3%BAdezC%C3%A1rdenasIvonneEstefanny.pdf?sequence=2>
- Calderón, J. (2007). *Distrito turístico rural un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta*. Obtenido de Impactos del Turismo: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2007/fjcv/impactos%20del%20turismo.htm>
- CATURGA. (2018). *Camara de Turismo de Guanacaste*. Obtenido de <https://caturgua.com/es/>

Costa Rica Azul. ( 20 de Octubre de 2017). *Costa Rica Azul* . Obtenido de COSTA RICA: UN DESTINO IDEAL DE TURISMO CULTURAL: <https://costaricaazul.com/costa-rica-destino-ideal-turismo-cultural/>

Fernández, G. G. (2018). *Como diseñar hoteles para turismo de bienestar*. Obtenido de Health and Wellness news: [https://www.news.hwgroup.com.ar/p\\_665/como-disenar-hoteles-para-turismo-de-bienestar-.html](https://www.news.hwgroup.com.ar/p_665/como-disenar-hoteles-para-turismo-de-bienestar-.html)

García, R. (Julio de 2018). *Aprende de turismo*. Obtenido de Claves del Turismo Gastronomico: <https://www.aprendedeturismo.org/claves-del-turismo-gastronomico/>

Gómez, J. (2013). *Cambios en el paisaje generados por el turismo y el cultivo de chayote, en el Valle de Orosi* . San José.

Gómez, M. (2006). Recuperado el 2018, de <file:///C:/Users/Diana/Downloads/Introducci%C3%B3n%20a%20la%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20Cient%C3%ADfica%20Autor%20Prof.%20Marcelo%20G%C3%B3mez.pdf>

Gómez, M. (2006). *Introduccion a la metodologia*. Recuperado el 30 de Octubre de 2018, de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Introducci%C3%B3n%20a%20la%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20Cient%C3%ADfica%20Autor%20Prof.%20Marcelo%20G%C3%B3mez.pdf>

Gómez, S. ((2013). *Cambios en el paisaje generados por el turismo y el cultivo del chayote en el Valle de Orosi, Cartago, Costa Rica*. Obtenido de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/16453>

GWI. (2014). *Global Wellness Summit*. Obtenido de [https://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/gwi/GWI\\_2014\\_Global\\_Wellness\\_Tourism\\_Economy\\_Report\\_Final.pdf](https://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/gwi/GWI_2014_Global_Wellness_Tourism_Economy_Report_Final.pdf)

Hernández, F. &. (2014). *Metodologia de la investigacion*. Recuperado el 30 de octubre de 2018, de [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20ta%20Edici%C3%B3n.pdf)

ICT. (2012). *Plan de Desarrollo Turístico de Unidad valle central- sector Cartago*. Obtenido de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/plan-nacional-y-planes-generales/planes-generales-por-unidad-de-planeamiento/valle-central/sector-cartago/115-pgut-sector-cartago/file.html>

ICT. (2018). *Instituto Costarricense de Turismo*. Obtenido de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-econ%C3%B3micas/costa-rica/960-divisas-por-concepto-de-turismo/file.html>

ICT. (2018). *Visit Costa Rica*. Obtenido de Valle Central : [https://www.abcviajes.com/turismo/costa\\_rica\\_conocer\\_el\\_valle\\_central.php](https://www.abcviajes.com/turismo/costa_rica_conocer_el_valle_central.php)

Institute, G. W. (2018). *Global Wellness Institute*. Obtenido de <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/>

Magariños, A., Ares, J., & Mora, L. (2015). *Plan Director para desarrollo producto turístico de BIENESTAR Y SALUD con aguas termales en la Región Huetar Norte*. San José .

Obtenido de <https://adezn.org/attachments/article/210/Capitulo%209%20-%20Proyectos.pdf>

McKinsey. (mayo de 2013). *Disruptive technologies*. Obtenido de [https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Disruptive%20technologies/MGI\\_Disruptive\\_technologies\\_Full\\_report\\_May2013.ashx](https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Disruptive%20technologies/MGI_Disruptive_technologies_Full_report_May2013.ashx)

Montero, J. (1 de Julio de 2017). Seis zonas piloto serán la pieza clave en estrategia de turismo de bienestar de Costa Rica. *El Financiero*, págs. <https://www.elfinancierocr.com/negocios/seis-zonas-piloto-seran-la-pieza-clave-en-estrategia-de-turismo-de-bienestar-de-costarica/KORNCRC4JRBE7JFL7PU4KEIVYI/story/>.

Mora, E. F. (09 de Junio de 2017). ICT quiere fortalecer el turismo de bienestar en Costa Rica con nueva estrategia. *EL FINANCIERO*.

Mora, E. F. (09 de Junio de 2017). *ICT quiere fortalecer el turismo de bienestar en Costa Rica con nueva estrategia*.

Moreno, J. R. (2016). *La motivación del turismo deportivo en espacios naturales*. Obtenido de <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/2698/1/TD%20Rodr%C3%ADguez%20Moreno,%20Jes%C3%BA.pdf>

Morera, C. (2006). *concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica*. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.ambientico.una.ac.cr/pdfs/ambientico/150.pd>

- Nguyen, & Gaines, J. ( Junio de 2017 ). *Medical Tourism*. Obtenido de <https://wwwnc.cdc.gov/travel/yellowbook/2018/the-pre-travel-consultation/medical-tourism>
- Nieto, E. M. (2008). *El Modelo de Creencias de Salud: Revisión Teórica*. Obtenido de [http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/9599/El\\_modelo\\_de\\_creencias.pdf?sequence=2](http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/9599/El_modelo_de_creencias.pdf?sequence=2)
- Pacid Solutions . (Enero de 2018). *Tendencias del turismo médico* . Obtenido de <https://www.procomer.com/es/alertas-comerciales/tendencias-del-turismo-medico-para-2018>
- Pantaleón, I. (7 de Agosto de 2018). *Forbes*. Obtenido de Turismo de voluntariado, la nueva tendencia entre los viajeros: <https://www.forbes.com.mx/turismo-de-voluntariado-la-nueva-tendencia-entre-los-viajeros/>
- Programa de Transformación Productiva con oferta en turismo. (Noviembre de 2015). *Programa de Transformación Productiva con oferta en turismo*. Obtenido de <https://www.ptp.com.co/documentos/Resumen%20Ejecutivo%20190413.pdf>
- Puente, M. d. (Diciembre de 2015). *TURISMO DE BIENESTAR: LIMITACIÓN CONCEPTUAL Y POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL*. Obtenido de [file:///C:/Users/Diana/Downloads/Turismodebienestar\\_limitacinconceptualyposicionamientointernacional.pdf](file:///C:/Users/Diana/Downloads/Turismodebienestar_limitacinconceptualyposicionamientointernacional.pdf)
- Quesada, R. (2007). Tipos del Turismo . En R. Quesada, *Elementos del Turismo* . San José: EUNED.

Rivero, H., & Blanco, M. (Junio de 2003). *EL AGROTURISMO, UNA ALTERNATIVA PARA REVALORIZAR LA AGROINDUSTRIA RURAL COMO MECANISMO DE DESARROLLO LOCAL*. Obtenido de

[http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-](http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20(Hernando%20Riveros).pdf)

[%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20\(Hernando%20Riveros\).pdf](http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Agroturismo%20-%20Una%20alternativa%20para%20revalorizar%20la%20Agroindustria%20Rural%20(Hernando%20Riveros).pdf)

SECTUR. (2009). *Dimensionamiento del turismo espiritual en México*. Obtenido de Secretaria de turismo del Gobierno federal:

<http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoeedita/TurEspiritual1.pdf>

SEGUITTUR. (s.f.). *SEGUITTUR TURISMO E INNOVACION*. Obtenido de

<https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>

Solís, M. (30 de septiembre de 2018). *Viajes*. Obtenido de La Fortuna fortalece su objetivo de ser el primer destino termal de Centroamérica:

<https://www.revistaviajesdigital.com/secciones/wellness/779-la-fortuna-de-san-carlos-fortalece-su-objetivo-de-ser-el-primer-destino-termal-de-centroamerica-con-esencia-wellness-pura-vida>

SOTO, J. I. (01 de JULIO de 2017). *EL FINANCIERO*. Obtenido de

<https://www.elfinancierocr.com/negocios/seis-zonas-piloto-seran-la-pieza-clave-en-estrategia-de-turismo-de-bienestar-de-costarica/KORNCRC4JRBE7JFL7PU4KEIVYI/story/>

Summa, R. (29 de Agosto de 2017). *Revista Summa*. Obtenido de COSTA RICA ATRAE TURISTAS A TRAVÉS DE GASTRONOMÍA Y BIENESTAR:  
<http://revistasumma.com/costa-rica-atrae-turistas-traves-gastronomia-bienestar/>

Turismo, O. M. (2014). *OMT*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

Ulate, G. V. (2006). *La actividad turística en América Central: Desarrollo y características*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/152/15233432001.pdf>

UNID . (2014). *Turismo de Aventura* . Obtenido de <http://intranet.promperu.gob.pe/IMPP/2010/TurismoReceptivo/Demanda%20Actual/Perfil%20de%20Segmentos/Perfil%20del%20Turista%20de%20Aventura/Publicacion%20Perfil%20del%20Turista%20de%20Aventura.pdf>

Visit Costa Rica . (2013). *Ecoturismo en costa Rica* . Obtenido de <https://www.govisitcostarica.co.cr/travelInfo/ecotourism.asp>

Visit Costa Rica . (2018). *Visit Costa Rica Caribe*. Obtenido de <https://www.visitcostarica.com/es/costa-rica/where-to-go/caribbean>