

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS
CARRERA DE TURISMO CON ÉNFASIS EN HOTELERÍA Y
RESTAURANTES**

**TESIS
ESTUDIO DE MERCADEO PARA INCREMENTAR EL
TURISMO EN LA ISLA DE CHIRA**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN TURISMO CON ÉNFASIS EN HOTELERÍA Y
RESTAURANTES**

**SUSTENTANTE:
KAROL TATIANA DÍAZ MARTÍNEZ
TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN:
MBA LAURA HERNÁNDEZ PANIAGUA**

SEDE ARANJUEZ, SAN JOSÉ, SEPTIEMBRE DE 2025

Tabla de contenido

Dedicatoria.....	VII
Agradecimiento.....	VIII
Resumen	1
CAPÍTULO I PROBLEMA	2
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.2 Objetivos de la investigación	4
1.2.1 Objetivo general	4
1.2.2 Objetivos específicos	4
1.3 Justificación del problema	5
1.4 Antecedentes	6
1.5 Proyecciones	11
1.5.1. Caracterización del potencial turístico de la Isla de Chira.....	12
1.5.2. Identificación del perfil del visitante actual y potencial.....	12
1.5.3. Elaboración de una propuesta de promoción aplicable a nivel local e institucional	12
1.5.4. Apoyo a la toma de decisiones comunitarias e institucionales.....	12
1.5.5. Proyección hacia futuras investigaciones	13
1.7 Limitaciones	14
2.1 Marco histórico	16
2.1.1 Contexto Histórico del Turismo en Costa Rica	16
2.1.2. Historia y orígenes de la Isla de Chira	17
2.1.3. Transformaciones socioeconómicas recientes en la Isla de Chira	18
2.1.4. Aspectos demográficos (población).....	18
2.1.5. Aspectos físicos y geológicos	20
2.1.6. Cronología del desarrollo del distrito de Chira	20
2.2. Inventario turístico de la Isla de Chira	21
2.2.1. Inventario de atractivos turísticos	21
2.2.2 Inventario de la planta turística	23
2.2.3 Inventario de infraestructura.....	24
2.2.4 Inventario de superestructura	26
2.2 Marco conceptual.....	26
2.2.1. Mercado y comportamiento del consumidor	27

2.2.2. Entorno socioeconómico local.....	27
2.2.3. Mercadeo y promoción turística.....	28
2.2.4. Turismo sostenible.....	28
2.2.5. Turismo gastronómico como estrategia de diferenciación	29
2.2.6. Innovación turística y competitividad local.....	29
2.3. Marco referencial	29
2.3.1. Teoría de las variables del aprendizaje del consumidor.....	30
2.3.2. Teoría del marketing digital para el turismo sostenible	31
2.3.3. Teoría del turismo gastronómico como estrategia de diferenciación	32
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	34
3.1. Enfoque de la investigación	34
3.2. Diseño de la investigación	35
3.3 Fuentes de información.....	35
3.3.1 Fuentes primarias	36
3.3.2 Fuentes secundarias	36
3.4 Población y muestra	36
3.5 Unidades de análisis	37
3.6 Instrumentos de recolección de datos	37
3.7 Procedimiento	38
3.8 Categoría de análisis.....	39
3.9 Propuesta de mercadeo para Isla de Chira	41
3.9.1. Enfoque general de la estrategia	41
3.9.2. Objetivo de la estrategia.....	42
3.9.3. Públicos objetivo ampliados	42
3.9.4. Mensajes clave adaptados a todos los visitantes.....	43
3.9.5. Identidad comunicativa	43
3.9.6. Acciones estratégicas adaptadas para atraer a todos los públicos	43
3.9.7. Indicadores de evaluación	45
3.9.8. Consideraciones finales	45
3.10 FODA de Isla de Chira	46
1.7.1 Fortalezas	46
1.7.2 Debilidades.....	46
1.7.3 Oportunidades	47

1.7.4 Amenazas	47
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	48
4.1 Introducción al capítulo.....	49
4.1 Organización y tratamiento de la información	49
4.2 Resultados de la encuesta aplicada a 42 personas	50
4.2.1 Conocimiento previo del destino.....	50
4.2.2 Perfil de las personas participantes	50
4.2.3 Motivos de visita y actividades de interés	50
4.2.4 Percepción de la experiencia turística	51
4.2.5 Disposición a recomendar la isla	51
4.2.6 Redes sociales utilizadas para informarse	51
4.3 Análisis de las entrevistas en profundidad	52
4.3.1 Percepción del turismo actual	52
4.3.2 Elementos más valorados por los visitantes	52
4.3.3 Debilidades señaladas por los actores locales	53
4.3.4 Oportunidades identificadas.....	53
4.4 Discusión integrada de los resultados	53
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	54
5.1 Conclusiones	54
5.1.1 Conclusión 1. Sobre las características del visitante y su percepción del destino	55
5.1.2 Conclusión 2. Sobre la oferta turística local y las condiciones actuales del destino	55
5.1.3 Conclusión 3. Sobre la comunicación digital y la imagen del destino	55
5.1.4 Conclusión 4. Sobre la visión de los actores locales.....	56
5.1.5 Conclusión 5. Limitaciones de la investigación	56
5.1.6 Conclusión 6. Importancia y significado del estudio.....	56
5.1.7 Conclusión 7. Respuesta a la pregunta de investigación.....	57
5.2 Recomendaciones	57
5.2.1 Recomendación 1. Desarrollar una estrategia de promoción digital unificada.....	57
5.2.2 Recomendación 2. Fortalecer la coordinación entre actores locales e institucionales	57
5.2.3 Recomendación 3. Mejorar la infraestructura básica y la señalización turística	58
5.2.4 Recomendación 4. Implementar procesos de capacitación en atención al cliente, gastronomía local y servicios turísticos	58
5.2.5 Recomendación 5. Actualizar periódicamente la información del destino	58

5.2.6 Recomendación 6. Realizar estudios complementarios.....	58
Referencias.....	59
ANEXO.....	67
Anexo 1. Entrevistas	67
Anexo 2. Cuestionario en digital.	71
Anexo 3. Elementos del patrimonio turístico	73
Anexo 4. Análisis de las respuestas de la entrevista	80
Anexo 5. Estudio de Marketing Mix y Presupuesto para el Fortalecimiento Turístico de la Isla de Chira.....	89

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1 Porcentaje estimado de población por edades.....	19
--	----

Dedicatoria

A Dios, en primer lugar, por concederme la sabiduría, la paciencia y la fortaleza necesarias para avanzar con constancia y motivación en cada página de este trabajo. A mis padres, por su amor incondicional, sus sacrificios y por enseñarme a valorar la tierra que me vio nacer. Gracias por ser mi mayor inspiración y por impulsarme a seguir adelante.

A mis profesores, por cada enseñanza y corrección que me ayudaron a crecer en este proceso académico y personal. A mi querida isla de Chira y a su gente, quienes han sido la esencia y el motor de esta investigación. Este trabajo es también un homenaje a la historia, la cultura y al esfuerzo de cada persona que lucha cada día por el bienestar de la comunidad.

Agradecimiento

Agradezco, en primer lugar, a Dios, por brindarme la sabiduría, la fortaleza y la paciencia necesarias para superar cada desafío en este camino y culminar con éxito esta etapa tan importante de mi vida. A mis padres, quienes han sido mi pilar, por su amor incondicional, su ejemplo de esfuerzo y sacrificio y por enseñarme a amar con orgullo la tierra que me vio nacer.

A mis profesores y a mi tutora, por compartir sus conocimientos, su orientación y por cada corrección que me ayudó a crecer, tanto en el ámbito académico como personal. A la comunidad de la isla de Chira, mi hogar y mi mayor inspiración, gracias por abrirme sus puertas, por compartir sus historias, experiencias y sueños y por ser el corazón de este proyecto. Este trabajo es un reflejo del amor que siento por mi gente y constituye un pequeño aporte al desarrollo de la isla.

Finalmente, agradezco a cada persona que, de alguna forma, contribuyó a este proceso y dejó una huella en este logro que hoy celebro con gratitud y humildad.

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo desarrollar un estudio de mercado enfocado en potenciar el turismo en la isla de Chira, situada en Puntarenas, Costa Rica. Esta isla, reconocida por su riqueza natural, biodiversidad y tradición cultural, ha experimentado en las últimas décadas un proceso de transformación económica y social, impulsado en gran medida por proyectos de turismo rural comunitario, muchos de los cuales se lideran por mujeres.

El objetivo general de esta tesis es realizar un estudio de mercadeo que permita incrementar la visitación de turistas durante el tercer cuatrimestre del año 2025. Lo anterior tiene el fin de fortalecer la economía de la isla, promover el desarrollo sostenible y apoyar los emprendimientos comunitarios. Para alcanzar este propósito, se plantearon tres objetivos específicos: analizar el potencial turístico existente, desarrollar estrategias de promoción adecuadas y conocer el perfil y las necesidades de los turistas que visitan la isla.

Desde el punto de vista metodológico, se adoptó un enfoque mixto, ya que este permite una comprensión más profunda de las dinámicas sociales y económicas de la isla. Se utilizaron como instrumentos la entrevista en profundidad, la observación participante y la revisión bibliográfica. Estas herramientas permitieron recopilar datos directamente de los actores involucrados, entre ellos emprendedores locales, líderes comunales y prestadores de servicios turísticos, lo que enriqueció el análisis de la oferta turística y reveló múltiples oportunidades de mejora.

Entre los hallazgos más relevantes, se identificó que los emprendimientos existentes operan de manera aislada, sin un plan de promoción integral. Frecuentemente, la publicidad se realiza de forma empírica, sin conocimientos técnicos de mercadeo, lo que limita el alcance de los proyectos. Asimismo, se observó una falta de conexión efectiva entre la cámara de turismo local y las instituciones gubernamentales, como el Instituto Costarricense de Turismo, lo que genera un vacío en términos de planificación y apoyo estratégico.

CAPÍTULO I PROBLEMA

La isla de Chira está situada en el golfo de Nicoya, en la provincia de Puntarenas, Costa Rica y cuenta con una población aproximada de 1700 habitantes. Reconocida por su riqueza natural y cultural, la isla ha experimentado importantes transformaciones en las últimas décadas, especialmente en el ámbito del turismo rural comunitario.

A partir del año 2000, surgieron en la isla emprendimientos liderados por mujeres, enfocados en el turismo rural comunitario. Estos proyectos que se originan por la necesidad de diversificar la economía local y empoderar a las mujeres, pronto evidenciaron un firme compromiso con la sostenibilidad y la conservación del entorno natural.

Con el paso de los años, estos emprendimientos han evolucionado y se han expandido, integrando progresivamente a hombres en sus iniciativas. De este modo, el turismo en la isla de Chira ha dejado de ser una actividad liderada exclusivamente por mujeres para convertirse en un esfuerzo colectivo que involucra a toda la comunidad.

Este proyecto tiene como fin identificar los atractivos turísticos y el potencial con que cuenta la isla como destino, así como desarrollar una propuesta de promoción y publicidad basada en un estudio de mercado que impulse la afluencia de turistas a la isla. Lo anterior tiene el objetivo de proyectarla como un destino turístico innovador.

El turismo tiene efectos en la economía, la naturaleza y la población en general. Este estudio busca reconocer dicho impacto y presentar una propuesta de mercadeo que potencie la visitación de turistas a la isla, con el objetivo de generar un impacto más significativo, tanto en la afluencia de visitantes como en la economía local. El turismo constituye una actividad económica que afecta de forma directa e indirecta a numerosas personas involucradas en la prestación de servicios. Según Logos (2024):

El turismo no se trata solo de viajar de Madrid a París; es todo lo que ocurre alrededor de esa experiencia: los vuelos, hoteles, excursiones, restaurantes [...] todo esto forma parte del turismo. Además, todo lo que pasa alrededor puede afectar este mercado

turístico: cuánto dinero tiene los viajeros para gastar, qué destinos están de moda, qué tan fácil es llegar a ciertos lugares, e incluso temas como la economía y el medio ambiente (párr. 4).

Cabe enfatizar que el desarrollo turístico de la isla no solo representa una oportunidad para incrementar la visitación, sino también para lograr un desarrollo sostenible con la naturaleza y el entorno cultural. Este proyecto no solo aspira a reconocer y promover los atractivos turísticos de la isla de Chira, sino que también busca fomentar un modelo de turismo responsable e inclusivo que beneficie a toda la comunidad.

1.1 Planteamiento del problema

La Isla de Chira, ubicada en el Golfo de Nicoya y perteneciente a la provincia de Puntarenas, enfrenta un reto importante en el desarrollo de su actividad turística. Aunque existe una cámara de turismo inscrita en el Instituto Costarricense de Turismo, no se han definido con claridad las estrategias que orienten el crecimiento de la oferta local. Esto ha provocado que cada prestador de servicios trabaje por su cuenta, elaborando sus propias iniciativas de mercadeo sin una guía común. Como consecuencia, el turismo de la isla avanza de forma lenta y sin una dirección que fortalezca el enfoque de turismo rural comunitario, que constituye su principal valor.

Para que un visitante decida adquirir un servicio, normalmente parte de una necesidad o de un interés que lo motive. Sin embargo, esto no siempre surge de manera espontánea. Muchas veces es la misma oferta turística la que debe despertar esa necesidad mediante estrategias adecuadas. En el caso de Chira, lograr ese objetivo se vuelve complicado cuando no se conoce con exactitud qué busca, qué prefiere o qué siente el turista que llega a la isla.

Contar con un estudio de mercado permitiría identificar el perfil del visitante, conocer sus opiniones, entender qué aspectos valora y cuáles considera insuficientes durante su experiencia. Esta información es clave para mejorar la atención, reforzar la satisfacción del visitante y, a la vez, diseñar acciones que generen interés real por los productos y servicios locales.

La situación se vuelve más compleja si se toma en cuenta que gran parte de los emprendimientos turísticos de la isla son pequeños proyectos familiares, dirigidos por personas de la comunidad que, en muchos casos, no cuentan con estudios secundarios completos y deben asumir por sí mismas la promoción de sus negocios. La falta de capacitación, el uso de equipos inadecuados y las dificultades en la redacción o presentación del material promocional terminan afectando la imagen del destino.

Ante este panorama, surge la necesidad de analizar a profundidad cuáles son las carencias y prioridades de los prestadores de servicios turísticos en materia de estudio de mercado. Solo así será posible fortalecer la satisfacción de los visitantes, mejorar la calidad de la oferta y desarrollar estrategias que logren que el turista no solo identifique una necesidad, sino que sienta el deseo de adquirir y recomendar los servicios de la Isla de Chira.

Entonces conociendo esto ¿Qué necesidades específicas de estudio de mercado tienen los prestadores de servicios turísticos de la Isla de Chira para fortalecer la satisfacción de los visitantes y crear necesidades que les permitan adquirir los servicios?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de mercadeo en la Isla de Chira para aumentar el turismo en el tercer cuatrimestre del año 2025.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Describir el potencial turístico con el que cuenta la Isla de Chira.
2. Analizar el perfil del turista que visita la Isla de Chira para conocer cuáles son sus necesidades y preferencias durante la visita.

3. Desarrollar una estrategia de promoción y publicidad para dar a conocer el potencial turístico que tiene la Isla de Chira.

1.3 Justificación del problema

Este proyecto tiene como uno de sus objetivos identificar de manera detallada cada uno de los elementos que conforman la oferta turística de la isla. Esto incluye los servicios de alojamiento, restauración y actividades recreativas, así como los atractivos naturales y culturales de la región. Una vez identificados estos elementos, se procederá a desarrollar una propuesta integral de publicidad y promoción que no solo resalte las cualidades individuales de cada componente, sino que también potencie su visibilidad y atractivo de manera conjunta.

De esta forma, se busca atraer a un mayor número de turistas, fomentar el crecimiento económico local y mejorar la competitividad de la oferta turística en el mercado actual, beneficiando directamente a los prestadores de servicios turísticos de la isla.

La población beneficiaria de este proyecto está conformada por los emprendedores locales que ofrecen servicios turísticos. Asimismo, la iniciativa facilitará la creación de vínculos y colaboraciones con la Cámara de Turismo y la Municipalidad de Puntarenas, lo que permitirá fortalecer la red de apoyo y promoción del sector turístico en la región.

El desarrollo de este estudio de mercado tiene como finalidad subsanar un vacío significativo de información relacionado con el mercado turístico, el perfil del visitante y su comportamiento en la región. Mediante un análisis exhaustivo, se pretende obtener información relevante que permita comprender las preferencias, necesidades y patrones de conducta de los turistas. De igual manera, el estudio incorpora una propuesta estratégica de publicidad y promoción, diseñada específicamente para atraer y fidelizar a los visitantes.

Los resultados de esta propuesta podrán ser utilizados por diversas entidades gubernamentales, como la Cámara de Turismo y la Municipalidad de Puntarenas, las cuales actualmente se encuentran en proceso de elaboración del plan regulador de la isla.

Un aspecto de especial relevancia consiste en comprender de manera profunda el perfil del turista que visita la isla. El conocimiento de sus intereses, preferencias y comportamientos permitirá diseñar estrategias más efectivas que incentiven la adquisición de una mayor diversidad de servicios turísticos.

Finalmente, resulta fundamental identificar y analizar nuevas oportunidades que posibiliten la diversificación del perfil del visitante. Esto implica ampliar los rangos de edad, género y condición socioeconómica de los turistas, garantizando que la oferta turística sea atractiva y accesible para un público más amplio. Esta diversificación no solo contribuirá al incremento del número de visitantes, sino que también promoverá un desarrollo turístico más inclusivo y sostenible, fortaleciendo la economía local y el posicionamiento de la isla como un destino turístico competitivo.

1.4 Antecedentes

En los últimos años, el turismo rural comunitario ha adquirido relevancia como una alternativa sostenible para las comunidades costeras y rurales de Costa Rica. Diversos estudios evidencian que estos territorios, especialmente aquellos ubicados en zonas insulares, poseen un potencial significativo para el desarrollo de actividades turísticas basadas en la naturaleza, la cultura local y el aprovechamiento responsable de los recursos. En este contexto, la Isla de Chira se ha convertido en un caso de interés debido a su riqueza ambiental, su cultura vinculada a la pesca artesanal y su ubicación estratégica en el Golfo de Nicoya.

Uno de los aportes más relevantes para el diagnóstico turístico de la isla corresponde al estudio realizado por Alvarado Sánchez (2018). En dicha investigación, la autora analiza la realidad de Chira y de comunidades cercanas, describiendo elementos naturales como los manglares, los paisajes costeros y la biodiversidad local, así como prácticas socioculturales

asociadas a la pesca y a la organización comunitaria. Los resultados evidencian que la Isla de Chira reúne condiciones favorables para el desarrollo del turismo rural comunitario, siempre que exista una adecuada planificación y una participación activa de la población local. Este antecedente permite comprender la base turística actual de la isla y resalta la importancia de fortalecer sus estrategias de promoción.

La implementación de este modelo turístico ha sido posible gracias al trabajo conjunto entre la comunidad local y diversas organizaciones e instituciones, entre ellas Conservación Internacional, el Programa de Pequeñas Donaciones, el Plan Nacional de Desarrollo, MarViva, el Instituto Costarricense de Pesca y Acuicultura, la Universidad Estatal a Distancia, el Instituto Nacional de Aprendizaje, la Universidad Nacional, la Universidad de Costa Rica y el Instituto Costarricense de Turismo. Estas entidades han brindado apoyo técnico, financiero y formativo, facilitando el desarrollo de iniciativas turísticas en la isla.

Dichas colaboraciones han permitido la creación y consolidación de diversos emprendimientos turísticos, muchos de los cuales son liderados por mujeres y otros miembros activos de la comunidad, quienes han demostrado un alto compromiso con la conservación del entorno y el fortalecimiento de la identidad cultural local.

En el ámbito internacional, el turismo rural ha sido ampliamente estudiado como una estrategia para fortalecer las economías locales y promover el desarrollo sostenible. Un aporte relevante es el estudio de Cruz (2008), publicado en la revista *Región y Sociedad* e indexado en SciELO México, en el cual se analiza el turismo rural desde una perspectiva ecológica, cultural y económica. El autor sostiene que la identidad comunitaria y el uso responsable de los recursos naturales constituyen elementos fundamentales para la generación de experiencias turísticas auténticas y sostenibles.

Otro antecedente significativo proviene del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), cuyos informes recientes sobre la caracterización del visitante aportan información relacionada con los perfiles, intereses y comportamientos del turista que ingresa al país. Si bien estos estudios abarcan el territorio nacional, resultan pertinentes para comprender

tendencias actuales del mercado, como el creciente interés por el ecoturismo, las experiencias culturales y las actividades en zonas rurales (ICT, 2023). Estas tendencias son coherentes con la oferta potencial de la Isla de Chira y refuerzan la necesidad de profundizar en el conocimiento del perfil del visitante.

Asimismo, en años recientes se han desarrollado investigaciones sobre modelos de turismo comunitario en Costa Rica y América Latina. La revisión realizada por Ríos (2019) destaca que los proyectos gestionados por las comunidades tienden a generar beneficios económicos y sociales más equitativos, además de promover la conservación ambiental. Este tipo de evidencia respalda la posibilidad de que destinos como la Isla de Chira se posicionen a partir de su identidad local y de la participación comunitaria, elementos que deben ser incorporados en cualquier propuesta de promoción o estrategia de mercadeo.

Los emprendimientos turísticos de la isla ofrecen una amplia variedad de actividades, entre las que destacan los recorridos por manglares, las visitas a talleres artesanales, las experiencias gastronómicas basadas en productos locales y el intercambio directo con las familias de la comunidad. A través de estas iniciativas, la Isla de Chira ha logrado posicionarse como un destino atractivo para turistas que buscan experiencias auténticas, alejadas del turismo masivo y comprometidas con la conservación ambiental.

Además, resulta relevante el papel del campesinado y de las comunidades rurales como actores fundamentales en la gestión y oferta turística, aspecto particularmente significativo en el caso de la Isla de Chira, donde la visitación depende directamente de la participación local y del manejo responsable del entorno. Estos antecedentes respaldan la necesidad de realizar un estudio de mercado que permita identificar oportunidades para fortalecer la actividad turística y mejorar la proyección del destino.

Cabe destacar que, desde el año 2000, un grupo de mujeres emprendedoras ha impulsado el turismo rural comunitario en la Isla de Chira. Para que una actividad turística sea reconocida bajo esta modalidad, debe cumplir con el requisito de estar organizada formalmente como asociación u organización comunitaria. La Ley N.º 8724 (2009), conocida

como Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario, establece que este tipo de turismo se desarrolla mediante empresas de base familiar y comunitaria, organizadas conforme a la Ley de Asociaciones o la Ley de Asociaciones Cooperativas. Asimismo, la normativa señala que estas iniciativas deben promover la participación de las comunidades rurales en la planificación, gestión y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, con el objetivo de mejorar su calidad de vida.

En la Isla de Chira, la mayoría de los emprendimientos turísticos están liderados por mujeres que, en una sociedad tradicionalmente patriarcal, se encontraban históricamente relegadas al ámbito doméstico. No obstante, gracias al apoyo del Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU), estas mujeres han experimentado un proceso de empoderamiento que les ha permitido asumir roles protagónicos en el desarrollo económico y social de su comunidad.

Por otra parte, investigaciones relacionadas con el ordenamiento territorial en zonas costeras han señalado la importancia de planificar adecuadamente los espacios recreativos, los accesos, la infraestructura turística y la protección de los ecosistemas. A nivel local, el estudio desarrollado por Zumbado (2020) sobre el proceso de planificación en la Isla de Chira subraya la necesidad de equilibrar la actividad turística con el manejo responsable de los recursos naturales. Estos planteamientos permiten comprender las limitaciones actuales del destino, tales como el acceso, la distribución de servicios y el uso adecuado del territorio, factores que inciden directamente en el diseño de estrategias de promoción turística.

A nivel internacional, se ha resaltado la importancia de analizar el perfil del visitante como un elemento clave en la planificación turística. En este sentido, el estudio de Crespo Jareño (2019), desarrollado en España, profundiza en la identificación del turista ecológico a partir del análisis de características sociodemográficas, motivaciones, expectativas y actividades preferidas. Sus resultados evidencian que el conocimiento del comportamiento del visitante permite diseñar ofertas más adecuadas, mejorar la experiencia turística y fortalecer la competitividad de los destinos.

Este tipo de investigaciones resulta especialmente pertinente para los objetivos del presente estudio, ya que uno de ellos consiste en analizar el perfil del turista que visita la Isla de Chira, con el fin de identificar sus necesidades y preferencias. Asimismo, los aportes metodológicos de Crespo Jareño facilitan la elaboración de instrumentos de recolección de datos y el análisis del comportamiento turístico.

Las investigaciones realizadas indican que una parte significativa de los visitantes de la Isla de Chira proviene de grupos vinculados a intereses educativos, culturales y de sostenibilidad. En este segmento destacan las organizaciones no gubernamentales que desarrollan proyectos de conservación en la zona, las cuales facilitan la llegada de turistas interesados en conocer la isla desde una perspectiva ambiental.

También se ha identificado una presencia constante de turistas jóvenes, tanto nacionales como internacionales, que visitan la isla a través de programas universitarios para la realización de estudios de campo y actividades académicas. Estos visitantes suelen enfocarse en áreas como la conservación, el turismo rural comunitario y el análisis de especies marinas, así como en la observación de la flora y fauna local. Este tipo de turismo académico ha contribuido al reconocimiento de la isla como un espacio de aprendizaje y contacto directo con la naturaleza.

El auge del turismo de naturaleza posterior a la pandemia ha posicionado a Costa Rica como un destino altamente atractivo. Esta actividad se ha consolidado como un instrumento clave para la reactivación económica del país, especialmente en comunidades rurales y costeras. De acuerdo con Lilliana Martínez, emprendedora y miembro fundadora del turismo rural comunitario en la Isla de Chira, a través de la Asociación Ecoturística La Amistad, la pandemia fortaleció el turismo nacional, debido a la reducción de operaciones de agencias internacionales y la priorización del mercado local.

En este contexto, el turismo de naturaleza comprende actividades que promueven el contacto directo con el entorno natural y se vincula estrechamente con el turismo sostenible, modalidad que se ha desarrollado de manera progresiva en la Isla de Chira. Este enfoque ha

abierto nuevas oportunidades para un desarrollo más equilibrado, en el cual la población local participa activamente en acciones como la pesca responsable, la reforestación de manglares, la protección de los bosques y la conformación de grupos de bomberos forestales voluntarios.

En conjunto, estos antecedentes evidencian que la Isla de Chira posee un potencial turístico que aún no ha sido aprovechado plenamente. Asimismo, demuestran la existencia de información suficiente para sustentar un estudio de mercado orientado a fortalecer la actividad turística, considerando tanto los recursos naturales y culturales del territorio como las tendencias del visitante nacional e internacional. De esta manera, el presente proyecto se apoya en investigaciones recientes y confiables para proponer acciones de promoción que fortalezcan la visibilidad de la isla como un destino emergente en el Golfo de Nicoya.

Estos aportes contribuyen directamente al análisis del potencial turístico de la isla y al diseño de estrategias de promoción y publicidad, ya que la identificación precisa del perfil del visitante permite orientar los esfuerzos de mercadeo hacia segmentos con mayor afinidad con la oferta rural, cultural y natural del destino.

1.5 Proyecciones

Las proyecciones de este estudio se fundamentan en las limitaciones identificadas a lo largo del proceso de investigación. Estas condiciones delimitan el marco real en el que se desarrolla el análisis y permiten definir con claridad hasta dónde alcanza el estudio. De esta manera, se precisan tanto los aspectos abordados como aquellos que, por su naturaleza o alcance, quedan fuera del propósito central de la investigación.

En este sentido, se pretende no solo ofrecer una comprensión precisa de la problemática analizada, sino también anticipar posibles líneas de continuidad para futuras investigaciones. Dichas proyecciones se formulan considerando el contexto turístico actual, las características propias del destino y las necesidades detectadas durante el trabajo de campo.

1.5.1. Caracterización del potencial turístico de la Isla de Chira

Se espera contar con una caracterización clara y accesible del potencial turístico de la Isla de Chira. Esta proyección implica disponer de un inventario sistematizado de los recursos naturales, culturales, gastronómicos y comunitarios presentes en la isla, acompañado de una valoración de sus posibilidades de aprovechamiento turístico. Con esta información, tanto la comunidad como las instituciones podrán identificar aquellos atractivos que requieren fortalecimiento, protección o promoción prioritaria.

1.5.2. Identificación del perfil del visitante actual y potencial

Se proyecta obtener información precisa sobre el perfil del visitante actual y potencial de la isla. El estudio permitirá comprender quiénes visitan el destino, cuáles son sus intereses, expectativas, motivaciones y percepciones. Este conocimiento servirá como base para orientar futuras acciones de capacitación, la creación de experiencias turísticas y el diseño de servicios acordes con las preferencias del visitante, en concordancia con las necesidades identificadas en los resultados de la investigación.

1.5.3. Elaboración de una propuesta de promoción aplicable a nivel local e institucional

Se prevé generar una propuesta de promoción que pueda ser implementada por actores locales e instituciones vinculadas al sector turístico. Esta proyección se fundamenta en la identificación de debilidades en materia de difusión, tales como la promoción dispersa y la ausencia de materiales profesionales, y busca ofrecer una guía práctica para el posicionamiento del destino, el fortalecimiento de su presencia digital y la consolidación de su imagen como territorio de turismo rural comunitario sostenible.

1.5.4. Apoyo a la toma de decisiones comunitarias e institucionales

Se aspira a que los resultados del estudio sirvan como insumo para la toma de decisiones tanto a nivel comunitario como institucional. La información generada podrá ser utilizada por asociaciones locales, la Cámara de Turismo y entidades como el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y la Municipalidad de Puntarenas, con el fin de mejorar la coordinación interinstitucional, impulsar programas de capacitación, fortalecer la infraestructura básica y orientar las inversiones necesarias para un desarrollo turístico equilibrado.

1.5.5. Proyección hacia futuras investigaciones

Finalmente, se contempla que esta investigación contribuya a la apertura de nuevas oportunidades para estudios posteriores. Considerando las limitaciones identificadas en relación con la muestra, el tiempo disponible y la participación de actores clave, se proyecta que futuras investigaciones puedan profundizar en segmentos específicos del mercado, evaluar los impactos socioambientales o analizar con mayor detalle la demanda internacional, en concordancia con las recomendaciones derivadas del presente estudio.

1.6 Alcances

El presente trabajo se fundamenta en un estudio de mercado orientado a impulsar el desarrollo turístico de la isla de Chira, lo que promueve la visitación mediante la consideración de sus características como territorio insular, su patrimonio natural y cultural, así como las condiciones socioeconómicas de su población.

El estudio abarca el análisis de la oferta turística existente, la identificación de los recursos y atractivos con potencial de aprovechamiento, así como la caracterización del perfil de los visitantes actuales y potenciales, lo que permite desarrollar una propuesta orientada a aumentar la visitación turística mediante la identificación de las mejores estrategias. Lo anterior en concordancia con la realidad que experimentan las personas, especialmente los pequeños empresarios turísticos y otros actores que, de forma directa o indirecta, se benefician de estas acciones.

Asimismo, entre su alcance, el trabajo propone estrategias prácticas de promoción y publicidad orientadas a fortalecer la imagen de la isla de Chira como destino de turismo rural comunitario, resaltando su autenticidad y la participación activa de los habitantes, en especial de los emprendimientos liderados por mujeres.

El período previsto para la recolección y el análisis de los datos corresponde al tercer cuatrimestre del año 2025, estableciéndose esta etapa como eje temporal para proponer acciones inmediatas que puedan ser retomadas y mejoradas en el futuro por la comunidad, la Cámara de Turismo y las instituciones vinculadas.

El estudio se limita al ámbito geográfico de la isla de Chira, excluye comparaciones directas con otras islas o destinos del golfo de Nicoya y se centra en aportar insumos que sirvan de base para fortalecer la actividad turística local desde una perspectiva sostenible e inclusiva.

1.7 Limitaciones

El desarrollo de la presente investigación presentó diversas limitaciones que influyeron en el alcance del estudio y en la forma en que fue posible recopilar y analizar la información. Una de las principales estuvo relacionada con el tamaño de la muestra. Si bien se logró obtener información relevante, la participación de los encuestados fue inferior a la esperada, lo cual limita la posibilidad de generalizar plenamente los resultados a la totalidad de los visitantes que arriban a la Isla de Chira. No obstante, los datos recolectados permitieron identificar patrones significativos para comprender la dinámica turística del destino.

Otra limitación se vinculó con el tiempo disponible para la realización del trabajo de campo. La Isla de Chira presenta características geográficas que requieren desplazamientos específicos y coordinación previa con actores locales, lo que impidió abarcar la totalidad de las zonas y actividades turísticas presentes en el territorio. En consecuencia, fue necesario priorizar determinados espacios y fuentes de información que ofrecieran mayor pertinencia en relación con los objetivos planteados.

Asimismo, se presentaron dificultades para acceder a información actualizada por parte de algunas organizaciones e instituciones vinculadas al turismo local. En ciertos casos, los datos disponibles resultaban parciales o carecían de sistematización, lo que obligó a complementar la revisión documental con observaciones directas y con los aportes de informantes clave.

Finalmente, aunque la investigación proporciona un panorama útil sobre el potencial turístico de la isla, el perfil del visitante y las necesidades de promoción del destino, no profundiza en aspectos que requieren estudios especializados, tales como la capacidad de carga de los ecosistemas, los impactos ambientales asociados al desarrollo de nuevas actividades turísticas o la viabilidad financiera de proyectos específicos. Estos temas quedan fuera del alcance del presente trabajo y se proponen como líneas de investigación para estudios posteriores.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

2.1.1 Contexto Histórico del Turismo en Costa Rica

Desde mediados de la década de 1980, Costa Rica experimentó un cambio significativo en su modelo económico. La caída de los precios internacionales de productos tradicionales como el café y el banano, junto con la crisis de la deuda exterior en América Latina, evidenció la necesidad de diversificar la economía nacional. En este contexto, el turismo surgió como una alternativa estratégica para la generación de divisas, empleo y desarrollo territorial.

Como respuesta a esta coyuntura, el gobierno promulgó la Ley n.º 6990, Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico, el 5 de julio de 1985, con el propósito de promover la inversión privada, mejorar la infraestructura y fortalecer la competitividad del país como destino turístico. Esta legislación otorgó beneficios fiscales y aduaneros a las empresas del sector, lo que impulsó la expansión de proyectos turísticos, especialmente en zonas rurales y costeras.

De acuerdo con datos del Banco Central de Costa Rica (citado por el Instituto Costarricense de Turismo [ICT], 2024), los ingresos por concepto de turismo alcanzaron los \$5,434,000,000 USD al cierre de 2024, superando ampliamente los resultados de años anteriores. Además, en 2023 el sector registró un crecimiento del 16.9 %, comparable o incluso superior al de las exportaciones tradicionales.

Estos indicadores demuestran que, aunque durante los años 80 y 90 el café y el banano fueron los principales generadores de divisas, el turismo se ha consolidado como uno de los pilares económicos más dinámicos de Costa Rica, al contribuir a la diversificación productiva, la reactivación económica y la sostenibilidad ambiental.

Sin embargo, este crecimiento también ha generado desafíos, especialmente en materia de ordenamiento territorial. Muchas municipalidades carecen de planes reguladores cantonales, lo cual ocasiona desarticulación con los planes costeros y con las áreas silvestres protegidas. En algunos casos se permite incluso la planificación parcial a través de planes reguladores puntuales promovidos por desarrolladores privados, lo que genera conflictos de uso del suelo e impactos ambientales.

Estos escenarios refuerzan la necesidad de que a nivel local se elaboren instrumentos técnicos que orienten un desarrollo turístico ordenado y sostenible.

2.1.2. Historia y orígenes de la Isla de Chira

La Isla de Chira, ubicada en el Golfo de Nicoya, corresponde al distrito número 13 del cantón de Puntarenas. Es la isla más grande del Pacífico costarricense y la segunda en extensión a nivel nacional.

De acuerdo con la tradición chorotega, la isla recibe su nombre de la princesa Chira, a quien el sacerdote Nacome habría entregado el territorio como obsequio de bodas. Más allá del relato mítico, la evidencia arqueológica indica que Chira formó parte de un intenso sistema de intercambio regional durante el período precolombino, particularmente con el cacicazgo de Nicoya, situado aproximadamente a 11 kilómetros al oeste.

Documentos publicados en el Anuario de Estudios Centroamericanos señalan que, desde la época prehispánica, Chira ocupó una posición estratégica debido a la abundancia de recursos naturales y a sus vínculos comerciales. Entre los principales bienes de intercambio se encontraban la cerámica negra, la sal, las perlas, las conchas, el cacao, el algodón y los chiles, los cuales circulaban a través de rutas que se extendían hacia regiones como Quepo, Panamá y Nicaragua.

Durante el período colonial, el Golfo de Nicoya funcionó como una importante ruta de navegación y comercio, aunque la Isla de Chira no llegó a consolidarse como un centro

principal. Con la llegada de los conquistadores españoles Gil González Dávila y Andrés Niño, la población indígena fue desplazada o incorporada como mano de obra en otras regiones del territorio.

A lo largo del siglo XX, la isla experimentó un crecimiento poblacional lento pero constante, asociado principalmente a actividades como la pesca artesanal y la agricultura de subsistencia. En décadas recientes, el turismo rural comunitario ha surgido como una alternativa económica viable para la población local.

2.1.3. Transformaciones socioeconómicas recientes en la Isla de Chira

El papel de las mujeres ha sido determinante en las transformaciones socioeconómicas recientes de la isla. Diversas iniciativas de turismo rural comunitario han sido lideradas por grupos femeninos, entre ellos asociaciones de mujeres artesanas, cooperativas de pescadoras y proyectos orientados a la conservación ambiental.

Desde la segunda mitad del siglo XX, la comunidad ha enfrentado desafíos relacionados con el aislamiento geográfico, la limitada infraestructura y el acceso restringido a servicios básicos como educación, salud y transporte. Estas condiciones propiciaron el surgimiento de proyectos comunitarios y alianzas interinstitucionales orientadas al desarrollo de actividades sostenibles, tales como el ecoturismo, la agricultura orgánica, el manejo de manglares y la producción artesanal.

2.1.4. Aspectos demográficos (población)

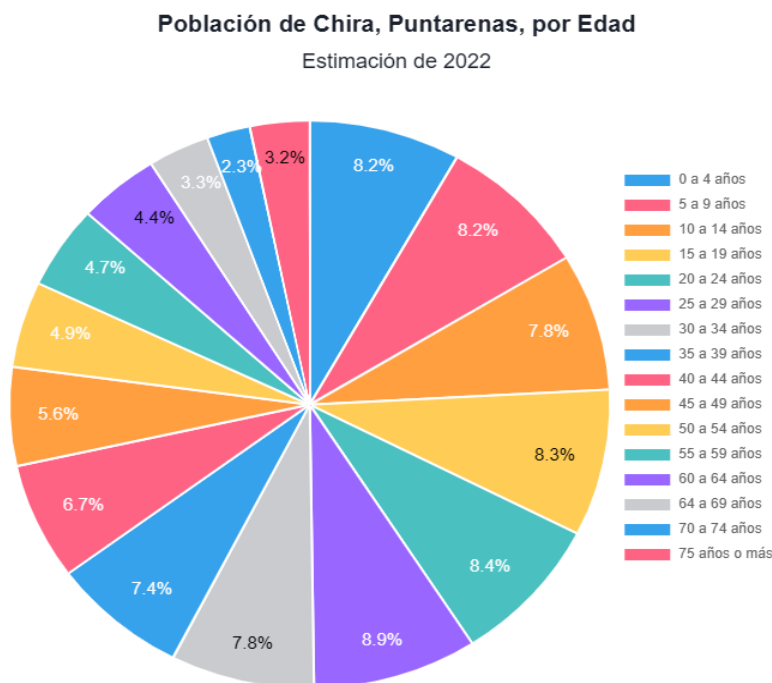
Históricamente, la Isla de Chira estuvo habitada por grupos de origen chorotega. En la actualidad, presenta un crecimiento poblacional relativamente estable. De acuerdo con registros históricos, la población pasó de aproximadamente 826 habitantes en 1970 a cerca de 1 600 personas en el año 2000, lo que evidencia un aumento gradual a lo largo de las últimas décadas.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), correspondientes al Censo Nacional de Población 2022, la isla cuenta con una población total de 1 819 habitantes, de los cuales 943 son hombres y 876 son mujeres. En cuanto a la estructura etaria, se registra una población de 481 personas entre los 0 y 14 años, 1 153 habitantes en el rango de 15 a 64 años y 185 personas adultas mayores de 65 años. Asimismo, la población extranjera representa aproximadamente el 0,3 % del total de habitantes.

La proyección del crecimiento poblacional futuro resulta compleja, debido a que el tamaño de la población es reducido y las variaciones demográficas dependen, en gran medida, de los flujos migratorios, más que de factores como la natalidad o la mortalidad.

En el marco del Plan Regulador, el análisis demográfico adquiere especial relevancia, ya que permite anticipar la demanda de servicios básicos, definir las necesidades de infraestructura, comprender la distribución espacial de la población y establecer criterios técnicos para una zonificación territorial adecuada.

Ilustración 1 Porcentaje estimado de población por edades



2.1.5. Aspectos físicos y geológicos

La Isla de Chira presenta una topografía característica en forma de herradura, compuesta por zonas planas tanto internas como externas. En el sector interno se localiza un humedal, mientras que las áreas externas corresponden principalmente a la costa oeste y sur de la isla. Estas zonas están separadas por una franja montañosa que conforma un anillo incompleto, el cual delimita ambas áreas geográficas.

Los principales asentamientos humanos, entre ellos Jícaro, San Antonio y Palito, se ubican en las zonas planas, las cuales resultan más aptas para la construcción y se encuentran próximas al litoral. Esta distribución espacial guarda relación directa con la actividad pesquera, que históricamente ha constituido la principal fuente de sustento de la población local.

2.1.6. Cronología del desarrollo del distrito de Chira

A continuación, se presentan algunos de los acontecimientos más relevantes en el proceso histórico y social del desarrollo del distrito de Chira:

1835: inicio de la ocupación espontánea del territorio, con presencia de actividades ganaderas.

1891–1892: registro de chozas en sectores como Montero, Curazao y otras áreas de la isla.

1926: fundación de la primera escuela en la comunidad de San Antonio.

1950: auge de la pesca artesanal como principal actividad económica.

1958: creación de la Escuela de Bocana.

1967: incorporación del primer motor de combustión interna (2 HP) para actividades productivas.

1975: creación de la Asociación de Desarrollo Integral.

1980: inicio del servicio de electrificación a cargo del Instituto Costarricense de Electricidad (ICE).

1985: implementación de vedas pesqueras y apertura de caminos de acceso interno.

1996: fundación del Liceo de Isla de Chira.

1998: creación oficial del distrito de Chira mediante el Decreto Ejecutivo N.º 27396-G.

2000: inauguración del sistema de acueducto.

2008: presentación de la propuesta del Plan Regulador.

2024: inicio de la construcción del muelle de la Isla de Chira en Playa Gavilanas.

2.2. Inventario turístico de la Isla de Chira

Esta sección presenta el inventario turístico elaborado con el fin de analizar el potencial de desarrollo de la Isla de Chira. Dicho inventario contempla los principales atractivos turísticos, la planta turística, la infraestructura y la superestructura del destino. El contenido de este apartado es de elaboración propia (2024) y constituye un insumo fundamental para la evaluación del desarrollo turístico de la isla.

2.2.1. Inventario de atractivos turísticos

- Altas Montañas
- Mirador Tanque del Agua

- Mirador Atardecer
- Morador el Toledo
- Mirador donde Jenrry Salas

Costas

- Cultivo de ostras
- Cultivo de mejillón

Playas

- Playa Montero
- Playa Piñuela
- Playa muerto
- Plaza de Futbol Palito
- Playa Lagartero
- Playa Lagarterito

Cayos (Isla rocosa)

- Isla Paloma (islote)

Lugares de observación de flora y fauna

- Zona de conservación marina Palito- Isla de Chira
- Centro de restauración de manglar Montero
- Manglares de Palito
- Zona de conservación marina Montero
- Manglares de playa muerto
- Manglares de San Antonio
- Esteros de San Antonio
- Esteros de Bocana
- Manglar de Bocana

Explotaciones agropecuarias

- Cultivo orgánico de cúrcuma, maní, Jamaica, jengibre (tours)

Deportes

- Plaza de deportes Montero
- Plaza de deportes Pochote.
- Plaza de deportes San Antonio
- Plaza de deportes de Jícaro
- Cancha sintética Alonso Martínez

2.2.2 Inventario de la planta turística

- Villas, Cabañas, Cabinas
- Hotel Isla de Chira (Pensión)
- Cabinas los helados / Piscinas
- Hospedaje Cabinas Magic Gulf
- Cabinas BYB
- Hospedaje Cabinas El Campo
- Hospedaje Cabinas Manglamar
- Casa de las mujeres Artesanas (elaboración de artesanía)

Posadas de turismo rural

- Hospedaje Posada Rural La Amistad

Restaurantes

- Restaurante Centro deportivo Alonso Martínez
- Bar y Restaurante El Camarón
- Bar y Restaurante Chira Fish
- Restaurante Posada Rural La Amistad

- Sodas

Bares

- Bar el Capiate
- Bar La Luchita

Muelles

- Gavilanas
- Puerto bocana
- Puerto Palito
- Puerto Coloradito

Miradores

- Mirador tanque del agua
- Mirador Atardecer
- Morador el Toledo
- Mirador donde Jenrry Salas

2.2.3 Inventario de infraestructura

Talleres mecánicos

- Wilbeth
- Anibal
- Yaco
- Neyfren

Señalización

- COSEVI

Servicios de transporte (taxi, autobús, etc.)

- Autobús colectivo Isla de Chira
- Transporte de bus para estudiantes del Liceo

Marítimos (mares)

- Ruta Costa de Pájaros- Isla Chira

- Ruta Isla de Chira- Puntarenas
- Taxi marítimo San Pablo Isla Chira (Changa)

Postales (Correos)

- Correos de Costa Rica

Telefonías

- KOLBI
- MOVISTAR

Internet

- CONTROL NET
- KOLBI
- TELECABLE
- Starlink

Recolección de basura

- Municipalidad de Puntarenas

Salud

- EBAIS San Antonio
- EBAIS Bocana

Alumbrado público

- ICE

Red eléctrica

- ICE

Acueducto

- AYA

2.2.4 Inventario de superestructura

Regionales

- Asociación de desarrollo integral de Isla de Chira
- Cámara de Turismo Isla de Chira
- Asociación de Pescadores Cuerderos de Puerto Palito
- Asociación de Pescadores Cuerderos de Montero
- Asociación de Pescadores Cuerderos de Bocana

Empresarial

- Bancomunal Isla de Chira

Instituciones públicas

- INCOP, MOPT, ICT y municipalidades apoyando proyectos como el nuevo embarcadero
- Colaboración universitaria con UCR, UENED, PVAMU en proyectos de ecoturismo

Internacional y ONG:

- Proyectos con Conservación Internacional y apoyo interinstitucional público-privado y reciclaje

2.2 Marco conceptual

El desarrollo turístico de la Isla de Chira requiere comprender una serie de conceptos clave que permiten interpretar la dinámica económica, social y cultural del territorio. Estos conceptos, lejos de funcionar como simples definiciones aisladas, se relacionan entre sí y fundamentan el análisis posterior del estudio de mercado. A continuación, se presenta un marco conceptual articulado que integra elementos de mercadeo, entorno socioeconómico, turismo sostenible y estrategias de diferenciación, todos vinculados con la realidad de la isla.

2.2.1. Mercado y comportamiento del consumidor

El turismo, como actividad económica, se inserta dentro de la lógica del mercado. Espinosa (2015) señala que el mercado funciona como un espacio —físico o virtual— en el que interactúan oferentes y demandantes mediante un proceso de intercambio orientado a la satisfacción de necesidades. En el caso de la Isla de Chira, dicho intercambio se manifiesta cuando los turistas buscan experiencias auténticas y la comunidad local ofrece servicios turísticos sustentados en sus recursos naturales y culturales.

Comprender el funcionamiento del mercado turístico implica analizar la forma en que las personas deciden qué destinos visitar. Desde la perspectiva del aprendizaje del consumidor, la toma de decisiones se encuentra influenciada por variables como la motivación, el conocimiento previo del destino, la confianza y los criterios de elección (Gardella et al., 2005). En un destino emergente como Chira, estos elementos resultan fundamentales para comprender por qué algunos turistas eligen la isla y otros no, así como para diseñar estrategias que incrementen su atractivo.

2.2.2. Entorno socioeconómico local

El análisis del mercado turístico debe considerar el contexto socioeconómico en el que se desarrolla la actividad. La Isla de Chira presenta un entorno históricamente vinculado a la pesca artesanal, actividad que ha enfrentado presiones ambientales y económicas que han afectado su sostenibilidad. Este escenario ha impulsado a la comunidad a buscar actividades complementarias, entre ellas el turismo. García y Castro (2012) sostienen que las comunidades costeras con riqueza natural y cultural poseen un alto potencial para consolidar alternativas económicas basadas en la conservación y la valorización del patrimonio local.

La diversificación productiva a través del turismo contribuye a reducir la dependencia de la pesca, generar empleo y fortalecer la cohesión comunitaria. Este enfoque resulta coherente con la tendencia nacional hacia el turismo rural comunitario, especialmente en islas y zonas costeras de la provincia de Puntarenas.

2.2.3. Mercadeo y promoción turística

Para que un destino emergente logre posicionarse de manera competitiva, no basta con contar con recursos atractivos; también es indispensable comunicar de forma eficaz su valor. El mercadeo, entendido como un conjunto de técnicas y procesos orientados a satisfacer necesidades mediante intercambios voluntarios (Concepto, 2013), cumple un papel esencial en este proceso. En el ámbito turístico, esta disciplina permite visibilizar experiencias, fortalecer la imagen del destino y establecer vínculos con audiencias específicas.

En este contexto, el marketing digital adquiere una relevancia particular. Masís (2025) destaca que las herramientas digitales permiten a los destinos sostenibles ampliar su alcance, posicionarse ante nuevos segmentos y competir en condiciones similares con territorios más desarrollados. En comunidades como Chira, donde los emprendimientos suelen disponer de recursos limitados, estrategias basadas en redes sociales, fotografía turística y contenidos audiovisuales facilitan una promoción accesible, auténtica y coherente con la identidad local.

2.2.4. Turismo sostenible

El turismo sostenible constituye uno de los pilares fundamentales de este estudio, considerando que la Isla de Chira alberga un ecosistema frágil y una identidad cultural claramente definida. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022) define el turismo sostenible como aquel que gestiona de manera equilibrada los impactos económicos, socioculturales y ambientales de la actividad turística. Esto implica promover prácticas que no solo generen ingresos, sino que también protejan el entorno natural, respeten las tradiciones locales y fortalezcan las capacidades comunitarias.

Desde esta perspectiva, la sostenibilidad resulta clave para asegurar que el desarrollo turístico de Chira no deteriore los recursos que constituyen su principal atractivo. Asimismo,

responde a las preferencias de un turista contemporáneo que valora experiencias auténticas, responsables y alineadas con principios éticos y ambientales (Hidalgo, 2024).

2.2.5. Turismo gastronómico como estrategia de diferenciación

La gastronomía se ha consolidado como un elemento diferenciador dentro del turismo contemporáneo. Enríquez (2024) señala que los destinos que integran productos locales, técnicas tradicionales y experiencias culinarias fortalecen su identidad y aumentan su atractivo turístico. En el caso de la Isla de Chira, la presencia de productos como ostras, mariscos frescos y recetas tradicionales convierte a la gastronomía en una herramienta estratégica para diversificar la oferta y posicionar la isla en el mercado.

Las experiencias gastronómicas no solo complementan las actividades de naturaleza y cultura del destino, sino que también generan un sentido de orgullo y pertenencia en la comunidad, elemento indispensable para la sostenibilidad del turismo rural comunitario.

2.2.6. Innovación turística y competitividad local

La innovación turística se define como la incorporación de mejoras o elementos nuevos que incrementan el valor de la experiencia y fortalecen la competitividad del destino (Arboleda et al., 2020). En una comunidad como Chira, innovar puede implicar desde el diseño de productos turísticos integrados —que combinen gastronomía, naturaleza y cultura— hasta la optimización de procesos de servicio, la incorporación de tecnologías o la creación de narrativas identitarias que conecten emocionalmente con los visitantes.

La innovación adquiere especial relevancia en contextos donde los recursos son limitados, ya que permite aprovechar el potencial existente y diferenciarse frente a otros destinos del Golfo de Nicoya.

2.3. Marco referencial

El marco referencial integra las teorías que sustentan la interpretación del comportamiento del turista, las dinámicas del mercado y las estrategias de promoción aplicables al contexto de la Isla de Chira. A diferencia del marco conceptual, este apartado no se limita a definir términos, sino que expone los aportes teóricos de distintos autores y explica su relación directa con el problema de investigación.

2.3.1. Teoría de las variables del aprendizaje del consumidor

La teoría del aprendizaje del consumidor surge a partir de los modelos del comportamiento del comprador desarrollados en la segunda mitad del siglo XX, particularmente desde los enfoques del marketing cognitivo. Autores como Nebrada (1991) y Gardella, Lupo y Aguayo (2005) sostienen que las decisiones de compra no son impulsivas, sino el resultado de un proceso en el que intervienen factores psicológicos, motivacionales y experienciales.

Nebrada (1991) explica que el consumidor construye un conjunto evocado, entendido como una lista mental de opciones que considera antes de tomar una decisión. Dicho conjunto depende del conocimiento previo que la persona posee sobre la marca o el destino, así como del nivel de confianza que este le genera. Gardella et al. (2005) complementan esta visión al afirmar que la motivación, los criterios de elección y la actitud hacia el producto influyen directamente en la probabilidad de compra.

Diversos autores coinciden en que estas variables actúan de manera sistémica: la motivación despierta el interés, la información construye la percepción y la experiencia refuerza la confianza. No obstante, también se reconoce la influencia de factores inhibidores externos, como el precio, la disponibilidad, el transporte o el tiempo (Gardella et al., 2005). Esta disyuntiva plantea una pregunta clave: ¿predominan las motivaciones internas o las restricciones externas en la decisión del consumidor?

En el caso de la Isla de Chira, esta teoría permite comprender por qué algunos turistas consideran la isla como opción y otros no:

- Si el destino no es conocido, no forma parte del conjunto evocado.
- Si la información disponible es limitada o desactualizada, la percepción del destino se debilita.
- Si existen barreras como dificultades de transporte, precios poco claros o ausencia de material visual profesional, estas actúan como inhibidores de la decisión.

Por lo tanto, la teoría justifica la necesidad de fortalecer la promoción digital, mejorar la calidad de la información disponible y generar confianza en un destino turístico emergente.

2.3.2. Teoría del marketing digital para el turismo sostenible

El marketing digital aplicado al turismo sostenible ha sido desarrollado por autores contemporáneos que analizan cómo la digitalización transforma la relación entre los destinos y los visitantes. Masis (2025) sostiene que las herramientas digitales permiten a los destinos emergentes competir en igualdad de condiciones con territorios más consolidados, al facilitar la visibilidad, la interacción y la segmentación de públicos.

Otras perspectivas amplían este enfoque al señalar que el marketing digital democratiza la promoción, al reducir costos y permitir que comunidades rurales tengan presencia en línea. Sin embargo, algunos autores advierten que la falta de profesionalización puede generar efectos negativos, como contenidos poco atractivos, mensajes inconsistentes o una imagen fragmentada del destino.

A pesar de estas disyuntivas, existe consenso en que la comunicación digital se ha convertido en un componente esencial para cualquier destino turístico. Fotografías de calidad, videos cortos, relatos audiovisuales y plataformas colaborativas influyen directamente en la motivación del visitante y en la construcción de su percepción.

Esta teoría se relaciona de manera directa con el presente estudio, ya que la Isla de Chira presenta debilidades en materia de promoción, una imagen poco articulada y escasez

de contenidos profesionales. En este sentido, Masis (2025) plantea que fortalecer las competencias digitales de los emprendedores locales resulta clave para acceder a nuevos segmentos, mejorar la percepción del destino y aumentar la visitación.

2.3.3. Teoría del turismo gastronómico como estrategia de diferenciación

El turismo gastronómico ha sido analizado como un fenómeno cultural y económico capaz de diferenciar destinos y generar valor agregado. Enríquez (2024), a través de un análisis netnográfico, identifica que la gastronomía constituye una de las principales vías para conectar emocionalmente al visitante con la identidad de un territorio. La autora señala que los turistas contemporáneos buscan experiencias auténticas que integren sabores, historias y tradiciones locales.

Algunos investigadores sostienen que la gastronomía funciona como un elemento diferenciador al transformar un recurso cotidiano —la alimentación— en un atractivo turístico. Otros, en cambio, advierten que, si la oferta no es auténtica o carece de una adecuada presentación, puede generar expectativas que el destino no logra cumplir.

En el contexto de la Isla de Chira, esta teoría guarda una relación directa con la propuesta de valor del destino. La isla cuenta con productos distintivos, como las ostras cultivadas por mujeres locales, pescados frescos y recetas tradicionales documentadas por instituciones como el Instituto Costarricense de Turismo (Cubillo, 2022). Integrar la gastronomía dentro de la oferta turística permite:

- Vincular el turismo con la identidad local.
- Desarrollar productos experienciales (talleres, degustaciones y giras culinarias).
- Incrementar la permanencia del visitante.
- Fortalecer la economía comunitaria.

En consecuencia, la teoría respalda la necesidad de potenciar la gastronomía como una estrategia de diferenciación que contribuya a mejorar la competitividad de la Isla de Chira dentro del mercado turístico nacional.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

El presente capítulo describe el enfoque y las decisiones metodológicas que guiaron la investigación, así como las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección y el análisis de los datos. Todos los procedimientos se ajustan a la naturaleza del estudio, cuyo objetivo es comprender cómo se percibe el turismo en la Isla de Chira y cuáles son las oportunidades existentes para fortalecerlo mediante estrategias de mercadeo.

3.1. Enfoque de la investigación

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, dado que este permite comprender la realidad a partir de las percepciones, experiencias y significados expresados por los actores involucrados. Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que el enfoque cualitativo se caracteriza por explorar los fenómenos desde una perspectiva profunda, flexible e interpretativa, lo cual resulta pertinente cuando se pretende comprender contextos sociales específicos.

En esta misma línea, Monje (2011, citado en Sánchez Molina, 2021) plantea que la investigación cualitativa busca interpretar la realidad desde la mirada de los propios participantes, privilegiando sus voces, experiencias y formas de entender el entorno. Este enfoque resultó especialmente adecuado para el caso de la Isla de Chira, donde el turismo rural comunitario se encuentra estrechamente vinculado con prácticas culturales, historias de vida y dinámicas sociales particulares.

El estudio se concentró en analizar percepciones y experiencias relacionadas con la actividad turística mediante entrevistas y revisión documental. Este abordaje permitió construir una visión integral del fenómeno sin recurrir a técnicas estadísticas complejas ni a procedimientos propios del enfoque cuantitativo, en coherencia con los objetivos planteados.

3.2. Diseño de la investigación

El diseño metodológico corresponde a un estudio descriptivo–exploratorio de tipo cualitativo. Este tipo de diseño resulta apropiado cuando se busca comprender fenómenos en desarrollo o poco estudiados (Flick, 2015), como es el caso del turismo en la Isla de Chira.

La investigación exploró las opiniones de actores clave vinculados al turismo comunitario y se apoyó en la revisión de documentos, investigaciones previas y material digital, lo que permitió contextualizar el estado actual del mercado turístico local.

El proceso metodológico incluyó las siguientes etapas:

- Identificación de actores relevantes del sector turístico en la isla.
- Realización de dos entrevistas en profundidad a personas con experiencia directa en el ámbito del turismo local.
- Aplicación de una encuesta digital de carácter exploratorio, con el fin de conocer percepciones generales de visitantes y personas interesadas en la Isla de Chira.
- Revisión sistemática de fuentes bibliográficas, informes técnicos, artículos académicos y material institucional.

Este diseño flexible permitió obtener una visión amplia del fenómeno estudiado, sin incorporar procedimientos que no fueron aplicados, tales como experimentación, grupos focales o análisis estadísticos avanzados, garantizando así coherencia entre el enfoque, el diseño y las técnicas utilizadas.

3.3 Fuentes de información

La investigación se nutrió de fuentes primarias y fuentes secundarias, que permitieron triangular la información desde distintos ángulos.

3.3.1 Fuentes primarias

Entre las fuentes primarias se incluyen:

Entrevistas en profundidad realizadas a dos actores clave:

- Lilliana Martínez González (turismo rural comunitario).
- Elías Gutiérrez Aragón (transporte turístico).

Estas entrevistas permitieron obtener información contextual, histórica y experiencial de la isla que sustenta la investigación.

Encuesta digital exploratoria, aplicada mediante formulario en línea. Su propósito fue recolectar percepciones generales sobre la isla, hábitos de visita y nivel de conocimiento del destino. La encuesta fue de carácter descriptivo y no probabilístico, dado que se distribuyó a conveniencia y no buscó representatividad estadística.

3.3.2 Fuentes secundarias

Dentro de las fuentes secundarias se incluyen investigaciones previas, artículos científicos, informes del ICT, documentos institucionales, material académico y estudios sobre turismo rural, marketing digital y turismo en la Isla de Chira. Estas fuentes aportaron contexto y permitieron contrastar los datos obtenidos en campo.

3.4 Población y muestra

En el contexto cualitativo, la población se define como el conjunto de personas o elementos relacionados con el fenómeno estudiado (Hernández et al., 2014). Debido a la naturaleza exploratoria del estudio, se trabajó con una muestra intencional, seleccionada por su relación directa con el turismo en la isla.

La muestra primaria incluyó:

Participante	Rol	Justificación
Informante 1	Presidenta de la Posada Rural La Amistad	Amplia trayectoria en turismo rural comunitario y conocimiento histórico de la actividad turística.
Informante 2	Transportista público acuático	Participa activamente en el traslado de turistas y conoce patrones de movilidad y tipo de visitante.

La encuesta en línea no se utilizó para cálculos estadísticos, sino únicamente como apoyo descriptivo.

3.5 Unidades de análisis

La unidad de análisis corresponde al mercado turístico de la Isla de Chira, entendido como el conjunto de experiencias, percepciones, servicios y dinámicas que conforman la actividad turística local. Este análisis permite evaluar elementos como oferta, oportunidades, promoción, participación comunitaria e imagen del destino.

3.6 Instrumentos de recolección de datos

Se utilizaron tres instrumentos principales:

- a) Entrevista en profundidad

La entrevista permitió explorar percepciones y conocimientos de los participantes sobre la situación turística actual. Según González-Vega (2022), este tipo de entrevista facilita captar la visión subjetiva de las personas y comprender fenómenos sociales desde su perspectiva.

b) Encuesta digital

La encuesta fue breve y exploratoria, enfocada en conocer hábitos, motivaciones y percepción general del destino. Medina (2023) señala que los cuestionarios son útiles cuando se requiere recopilar información estructurada, siempre que se reconozcan sus limitaciones.

c) Revisión bibliográfica

La revisión documental permitió contextualizar los hallazgos de las entrevistas y la encuesta mediante fuentes académicas e institucionales. Luna et al. (2014) destacan que la revisión bibliográfica fortalece la rigurosidad metodológica y permite contrastar información.

3.7 Procedimiento

El proceso metodológico se desarrolló en las siguientes etapas:

- Selección del tema y delimitación del problema.
- Revisión bibliográfica sobre turismo en la isla, turismo rural comunitario y estrategias de mercadeo.
- Diseño de los instrumentos (guía de entrevista y encuesta digital).
- Aplicación de dos entrevistas en profundidad a actores clave.
- Distribución de la encuesta digital mediante redes sociales y mensajería.
- Organización de la información recolectada.
- Análisis cualitativo mediante categorización temática.
- Formulación de conclusiones y recomendaciones.

La investigación se plantea en el enfoque cualitativo ya que se centra en método de investigación que se basa en la recolección y análisis de datos no estandarizados. Blasco y Pérez (2007), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes. (p 25).

3.8 Categoría de análisis

Tabla 1. Categoría de análisis

Objetivo específico	Categoría de análisis	Definición conceptual
1. Analizar la percepción del turismo y el mercado actual en la Isla de Chira.	Percepción del turismo en la Isla de Chira	Se refiere a la forma en que los actores locales y visitantes interpretan la actividad turística, sus beneficios, limitaciones y el significado que le asignan dentro del contexto comunitario. Hernández et al. (2014) señalan que la percepción es una construcción subjetiva que se forma a partir de experiencias, conocimientos previos y expectativas. En el caso de Chira, esta categoría permite comprender cómo se entiende el turismo y qué factores influyen en su valoración.
	Características del mercado turístico local	Esta categoría se entiende como el conjunto de dinámicas que conforman la oferta y demanda del destino, incluyendo necesidades, intereses, motivaciones y

		elementos que condicionan la elección del turista (Espinosa, 2015; Gardella et al., 2005). Conceptualmente, examina cómo se comportan los visitantes y cómo el mercado influye en la participación turística en Chira.
2. Identificar la oferta turística existente en la Isla de Chira y su relación con las percepciones de los actores locales.	Oferta turística comunitaria	Hace referencia al conjunto de servicios, experiencias y productos turísticos brindados por los emprendedores de la isla. La OMT (2022) plantea que la oferta turística se construye a partir de recursos naturales, culturales y sociales disponibles en un territorio. Desde esta perspectiva, la categoría permite analizar cómo la comunidad estructura su propuesta turística y qué elementos fortalecen o limitan su desarrollo.
	Experiencia del visitante	Entendida como la vivencia integral del turista al interactuar con el destino, incluyendo aspectos emocionales, culturales y sociales (Enríquez, 2024). Esta categoría permite comprender cómo la experiencia influye en la percepción del destino y en la decisión de recomendar o volver a visitar la isla.
3. Describir las oportunidades de mejora para fortalecer la promoción turística y la visibilidad de la Isla de Chira.	Promoción digital y comunicación turística	Se refiere al uso de herramientas y estrategias digitales para posicionar un destino, crear visibilidad y conectar con audiencias específicas. Masís (2025) destaca que la comunicación digital es clave para destinos emergentes, ya que facilita su presencia en el mercado y permite expresar su identidad.

		Esta categoría analiza el estado actual de la promoción digital en Chira y las posibilidades para su mejora.
	Oportunidades de fortalecimiento turístico	Son las posibilidades de crecimiento, innovación y desarrollo que surgen a partir del análisis de la realidad local (Arboleda et al., 2020). Incluye mejoras en oferta, gestión, imagen, articulación comunitaria y uso de herramientas de mercadeo. Conceptualmente, esta categoría permite identificar líneas de acción factibles para potenciar el turismo en la isla.

3.9 Propuesta de mercadeo para Isla de Chira

La presente estrategia se formula a partir de los hallazgos de la encuesta aplicada a 42 participantes y las entrevistas realizadas a representantes de emprendimientos locales. Los resultados muestran que, si bien el público joven es el grupo que más consulta información turística mediante redes sociales, la Isla de Chira también posee un potencial significativo para atraer a familias, grupos académicos, personas adultas mayores, turismo educativo, visitantes nacionales en búsqueda de descanso y viajeros internacionales interesados en naturaleza y cultura local.

Considerando esto, se plantea una estrategia inclusiva que permita ampliar el alcance promocional y diversificar los perfiles de visitantes, sin perder la esencia comunitaria y sostenible del destino.

3.9.1. Enfoque general de la estrategia

La estrategia busca posicionar la Isla de Chira como un destino accesible, auténtico y seguro para distintos tipos de visitantes. Para lograrlo, se priorizan mensajes claros, múltiples

canales de promoción y una comunicación adaptada a diferentes necesidades e intereses, sin caer en un enfoque comercial agresivo que contradiga la identidad comunitaria de la isla.

3.9.2. Objetivo de la estrategia

Desarrollar una estrategia de promoción y publicidad que dé a conocer el potencial turístico de la Isla de Chira a diversos segmentos de visitantes, mejorando su visibilidad y fortaleciendo la comunicación de su oferta comunitaria, cultural, natural y gastronómica.

3.9.3. Públicos objetivo ampliados

La estrategia contempla cuatro segmentos principales, basados en comportamientos detectados en la investigación y en el potencial real del destino:

a) Jóvenes de 18 a 35 años interesados en experiencias auténticas, naturaleza, caminatas, pesca artesanal, vida local y contenido visual atractivo.
(Segmento predominante en los datos de la encuesta.)

b) Familias costarricenses buscan tranquilidad, contacto con la naturaleza, recorridos cortos, seguridad y gastronomía local sencilla y fresca.

c) Personas adultas mayores valoran espacios tranquilos, actividades suaves, hospedaje cómodo, alimentación casera y contacto humano cercano.

d) Grupos académicos, organizaciones y turismo especializado incluye universidades, colegios, ONG, turismo de conservación y observadores de aves, aunque la isla ya recibe este tipo de visitas, por lo que potenciarlo es estratégico.

e) Viajeros internacionales interesados en cultura local, sostenibilidad, pesca artesanal, rutas alternativas y experiencias auténticas fuera del turismo masivo.

3.9.4. Mensajes clave adaptados a todos los visitantes

Para lograr una comunicación inclusiva, se diseñan mensajes amplios, emocionalmente positivos y fácilmente aplicables en distintos materiales:

- “Isla de Chira: naturaleza, tradición y comunidad.”
- “Un destino auténtico para jóvenes, familias y viajeros curiosos.”
- “Descubrí Chira: experiencias tranquilas, sabores locales y paisajes únicos.”
- “Vení a conocer un turismo diferente: sostenible, comunitario y accesible.”

3.9.5. Identidad comunicativa

Nombre oficial: Isla de Chira

Tono comunicativo: cercano, respetuoso, informativo y auténtico

Hashtag principal: #ViveChira

Valores a destacar: sostenibilidad, tradición, naturaleza, comunidad, tranquilidad

3.9.6. Acciones estratégicas adaptadas para atraer a todos los públicos

3.9.6.1 Redes sociales con contenido segmentado

- Crear perfiles en Facebook, Instagram y TikTok con publicaciones destinadas a diversos públicos:
- Para jóvenes: reels dinámicos de senderos, pesca, atardeceres, gastronomía.
- Para familias: recomendaciones prácticas, actividades seguras, hospedajes y alimentación local.
- Para adultos mayores: contenido sobre tranquilidad, caminatas suaves, espacios de descanso.
- Para grupos académicos y ONG: proyectos de conservación, actividades educativas, testimonios de docentes y estudiantes.
- Para turismo internacional: historias locales, artesanía, pesca artesanal, cultura y gastronomía tradicional.

3.9.6.2 Producción de contenido audiovisual accesible

- Generar videos breves y fotografías que representen actividades para cada tipo de visitante:
- Caminatas cortas y miradores.
- Gastronomía local (pescado, mariscos, tradiciones culinarias).
- Talleres comunitarios (artesanías, pesca artesanal, cultivo de ostras).
- Testimonios reales de familias, jóvenes y visitantes internacionales.
- Clips informativos sobre la conservación de manglares y la biodiversidad.

3.9.6.3 Información clara y accesible para todos

- Crear un folleto digital descargable mediante código QR, con:
- Cómo llegar a la Isla de Chira.
- Atractivos turísticos y actividades recomendadas para cada tipo de grupo.
- Información sobre hospedajes, alimentación y servicios disponibles.
- Recomendaciones de seguridad, horarios y contactos locales.
- Este material permitirá que jóvenes, familias, grupos académicos y turistas internacionales accedan fácilmente a la información necesaria antes de viajar.

3.9.6.4 Señalización en muelle y puntos clave

Instalar un panel informativo con:

- Mapa general
- Atractivos destacados
- Recomendaciones para visitantes
- Código QR para el folleto digital
- Contactos oficiales

Esto beneficia especialmente a familias y adultos mayores, que suelen requerir información clara y visible.

3.9.6.5 Alianzas estratégicas y participación comunitaria

- Promover colaboraciones con:
- Universidades y colegios para visitas académicas.
- ONG dedicadas a conservación y educación ambiental.
- ICT y Municipalidad de Puntarenas.
- Empresas de transporte.
- La estrategia considera a la comunidad como protagonista, promoviendo talleres de capacitación para mejorar la calidad del servicio y la atención a diferentes tipos de visitantes.

3.9.6.6 Actividades temáticas para ampliar el tipo de público

- Caminatas guiadas para adultos mayores.
- Talleres familiares de cocina tradicional.
- Experiencias de pesca artesanal para jóvenes y adultos.
- Salidas educativas para grupos académicos.
- Programas cortos para turismo internacional con enfoque comunitario.

3.9.7. Indicadores de evaluación

- Incremento en reservas y consultas mediante WhatsApp o redes sociales.
- Participación de diversos tipos de visitantes (jóvenes, familias, adultos mayores, académicos).
- Alcance y nivel de interacción de las publicaciones.
- Cantidad de descargas o accesos al material digital.
- Número de alianzas y actividades colaborativas implementadas.

3.9.8. Consideraciones finales

Esta estrategia plantea una promoción integral capaz de atraer a distintos segmentos de visitantes sin perder la identidad auténtica de la Isla de Chira. Al integrar diferentes tipos de públicos en una misma propuesta, se amplían las oportunidades de visitación y se fortalece la sostenibilidad del destino. Su implementación favorece la organización comunitaria, la

diversificación de ingresos y la visibilidad positiva de la isla como un destino responsable y accesible para todos.

3.10 FODA de Isla de Chira

1.7.1 Fortalezas

- Riqueza natural y paisajística como manglares, humedales, bosques secundarios, paisajes escénicos (según plan regulador y diagnóstico).
- Identidad cultural fuerte como las tradiciones pesqueras, artesanías, gastronomía de ostras y mariscos.
- Organización comunitaria por parte de asociaciones de mujeres, asociaciones de pescadores, cámara de turismo local.
- Proyectos de turismo rural comunitario, ecoturismos ya iniciados.
- Colaboración de instituciones privadas y públicas como apoyo de ONG's, Conservación Internacional, UCR, UNED, INCOP, MOPT, ICT.

1.7.2 Debilidades

- Aislamiento geográfico y acceso limitado para el transporte marítimo aún con limitaciones, y transporte terrestre ya que solo se cuenta con un bus para transporte público que limita a las personas a que el servicio se suspenda en cualquier momento sin aviso previo.
- Infraestructura básica insuficiente ya que no hay deficiente señalización, y el servicio al cliente no es el correcto, aparte de que muchas de las instalaciones no se encuentran en óptimas condiciones.
- La publicidad actual carece de estrategias, por lo tanto, se está perdiendo esa conexión con el público.
- La pesca, aunque sigue siendo una de las principales fuentes de empleo en la isla, representa una actividad vulnerable debido a la falta de conciencia ambiental en la comunidad y al uso de artes de pesca ilegales, lo que pone en riesgo la sostenibilidad del recurso.

- Los prestadores de servicios turísticos carecen de formación en aspectos fundamentales de la atención al cliente y en la gestión de servicios básicos, lo que afecta la calidad del servicio, pues no basta con ser cordial; también es necesario contar con conocimientos que permitan satisfacer las expectativas y necesidades de los visitantes.

1.7.3 Oportunidades

- Creciente demanda por turismo sostenible y experiencias auténticas ya que el perfil del visitante valora la conservación de los recursos naturales.
- Posicionamiento del turismo gastronómico y el uso de productos locales (ostras, mariscos) como diferenciador.
- Uso del marketing digital: redes sociales y fotografía para visibilizar la isla a nivel nacional e internacional.
- Nuevas inversiones como la construcción del muelle Gavilanas, mejoramiento de infraestructura básica.

1.7.4 Amenazas

- Impacto ambiental de prácticas no sostenibles como el uso de artes de pesca que dañan el ecosistema marino.
- Falta de respaldo institucional estable, tal es el caso del apoyo irregular de municipalidades o instituciones clave.
- Competencia de destinos cercanos como el caso de otras islas o zonas costeras del Golfo de Nicoya con mejor infraestructura.
- La isla enfrenta un problema de migración y reducción de población, dado que las nuevas generaciones optan por emigrar en busca de mejores oportunidades laborales y educativas. Esta disminución demográfica debilita la capacidad local para conservar saberes, mano de obra y continuidad en proyectos turísticos y productivos.
- Las condiciones marinas representan una amenaza recurrente: cambios abruptos en el estado del mar (paso de calma a mar picado e incluso condiciones intransitables) afectan la seguridad de las actividades pesqueras y turísticas, limitan la conectividad y aumentan la vulnerabilidad económica y operativa de la comunidad.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Introducción al capítulo

En este capítulo se presentan y analizan los resultados obtenidos a partir de los instrumentos aplicados en el estudio: la encuesta respondida por 42 personas y las entrevistas en profundidad realizadas a dos actores locales vinculados con la actividad turística de la Isla de Chira. El análisis se desarrolló conforme al enfoque cualitativo, el cual permite interpretar los datos considerando el contexto y las percepciones expresadas por los participantes, en concordancia con el diseño descriptivo–exploratorio definido en la metodología.

La interpretación de los resultados se fundamenta en la integración de los hallazgos empíricos con la literatura revisada previamente, particularmente en temas relacionados con el turismo rural comunitario, el comportamiento del visitante, la calidad de la experiencia turística y la promoción de destinos emergentes. De este modo, se busca sustentar científicamente los resultados obtenidos, sin perder de vista la realidad específica del territorio estudiado.

4.1 Organización y tratamiento de la información

El procesamiento de la información se desarrolló por etapas. En primer lugar, se revisaron las respuestas de la encuesta y se agruparon según temas comunes: conocimiento previo del destino, motivos de visita, percepción de la experiencia, intereses turísticos y uso de redes sociales para buscar información. Esta lectura permitió identificar tendencias generales entre las 42 personas participantes.

En cuanto a las entrevistas, se procedió con la transcripción y posteriormente se clasificaron los aportes de cada informante según las categorías analíticas definidas en el capítulo anterior: percepción del turismo, condiciones de la oferta, características del visitante, comunicación del destino y oportunidades de mejora. Este tipo de análisis temático es coherente con lo planteado por Hernández et al. (2014), quienes señalan que el enfoque cualitativo privilegia la comprensión de significados antes que la cuantificación.

4.2 Resultados de la encuesta aplicada a 42 personas

4.2.1 Conocimiento previo del destino

Una proporción importante de las personas encuestadas manifestó haber escuchado sobre la Isla de Chira antes de responder el cuestionario. La mayoría señaló que se enteró por medio de redes sociales, recomendaciones personales o actividades académicas. Esto evidencia que, aunque el destino no cuenta con una estrategia formal de promoción, posee cierta presencia en el imaginario colectivo, principalmente asociada a su entorno natural y a la vida comunitaria.

4.2.2 Perfil de las personas participantes

El grupo de edad predominante se ubicó entre los 18 y 35 años, lo cual coincide con los perfiles turísticos descritos por el ICT (2023), que identifican a este segmento como altamente interesado en actividades relacionadas con la naturaleza, la cultura local y experiencias sostenibles. Este dato resulta útil para comprender hacia qué tipo de público se orienta naturalmente la oferta turística del destino.

4.2.3 Motivos de visita y actividades de interés

Las personas encuestadas señalaron como principales intereses:

- La naturaleza y la observación de flora y fauna
- La gastronomía local
- El contacto con la comunidad
- Las actividades culturales
- Las visitas académicas o de investigación

Estas preferencias coinciden con lo señalado en la teoría sobre turismo rural comunitario, donde la experiencia auténtica y el contacto con el entorno natural se convierten en elementos que influyen de manera decisiva en la elección de un destino.

4.2.4 Percepción de la experiencia turística

Entre quienes ya han visitado la isla, la percepción general fue positiva. Las personas destacaron:

- La tranquilidad del entorno
- La riqueza natural
- La calidez de la comunidad
- La autenticidad del destino

Sin embargo, también identificaron aspectos que generan dificultades, tales como:

- Falta de señalización
- Transporte con horarios poco visibles o irregulares
- Limitaciones de infraestructura
- Escasez de información turística previa

Estos elementos dialogan con lo revisado en la literatura, donde se menciona que la ausencia de información clara afecta la capacidad del turista para planificar la visita y puede incidir negativamente en su percepción (Nebreda, 1991).

4.2.5 Disposición a recomendar la isla

La gran mayoría manifestó que sí recomendaría la Isla de Chira como destino turístico, principalmente por su naturaleza, tranquilidad y ambiente comunitario. Este aspecto es relevante, ya que la recomendación personal se ha reconocido como un factor determinante en la elección de destinos emergentes y rurales.

4.2.6 Redes sociales utilizadas para informarse

Las plataformas más utilizadas por las personas encuestadas son:

- Facebook

- Instagram
- TikTok
- YouTube

Esto confirma la importancia que tienen los contenidos digitales en la proyección de un destino. Tal como señala Masis (2025), la presencia constante y profesional en redes sociales contribuye a mejorar la visibilidad y la confianza hacia lugares poco conocidos.

4.3 Análisis de las entrevistas en profundidad

Las entrevistas realizadas a Lilliana Martínez y Elías Gutiérrez permitieron obtener una visión más cercana sobre cómo se vive el turismo desde la comunidad.

4.3.1 Percepción del turismo actual

Ambos entrevistados coincidieron en que el turismo en la isla se puede calificar entre 2 y 3 en una escala de 1 a 5. Reconocen que la isla posee condiciones naturales excepcionales, pero sostienen que aún existen limitaciones que impiden que la actividad se desarrolle de manera más organizada.

4.3.2 Elementos más valorados por los visitantes

Tanto Martínez como Gutiérrez mencionan que los turistas suelen valorar:

- La tranquilidad
- La naturaleza
- Los paisajes
- La convivencia con la comunidad

Estos aspectos coinciden con los resultados de la encuesta, lo que da solidez a la interpretación.

4.3.3 Debilidades señaladas por los actores locales

Los entrevistados también señalaron varios aspectos que requieren mejora:

- Horarios de transporte poco claros
- Falta de seguros y formalidad en algunos servicios
- Limitaciones por encontrarse en zona marítimo-terrestre
- Infraestructura insuficiente
- Ausencia de señalización
- Falta de una estrategia de promoción constante

Estas observaciones se corresponden con lo señalado en la teoría, donde se menciona que la falta de información y de estructura afecta el posicionamiento de un destino.

4.3.4 Oportunidades identificadas

Ambas personas entrevistadas señalaron que existen oportunidades claras para fortalecer la actividad turística, entre ellas:

- El creciente interés por el turismo sostenible
- La posibilidad de integrar la gastronomía local como atractivo
- El potencial del nuevo muelle para mejorar la accesibilidad
- La existencia de alianzas con universidades y organizaciones ambientales

Estas oportunidades coinciden con los planteamientos de Arboleda et al. (2020), quienes señalan que la innovación y la diversificación de la oferta permiten aumentar la competitividad de destinos rurales.

4.4 Discusión integrada de los resultados

La integración de los datos provenientes de la encuesta, las entrevistas y la literatura revisada permite identificar varios elementos clave:

1. La Isla de Chira posee un atractivo natural y cultural que es ampliamente valorado.
2. La percepción general del destino es positiva, tanto para visitantes como para actores locales.
3. Las debilidades más recurrentes están asociadas a infraestructura, señalización, transporte y comunicación del destino.
4. El público joven constituye un segmento con alto interés en visitar la isla.
5. La promoción digital se posiciona como una necesidad inmediata, dado el papel que las redes sociales tienen en la búsqueda de información turística.

Estos resultados permiten comprender con mayor claridad la situación actual del destino y constituyen la base para formular las conclusiones y recomendaciones planteadas en el capítulo siguiente.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El presente estudio permitió comprender la percepción turística de la Isla de Chira desde dos perspectivas complementarias: la de los visitantes potenciales y reales (a través de la encuesta aplicada a 42 personas) y la de actores locales vinculados directamente con la actividad turística (por medio de dos entrevistas en profundidad). Con base en el análisis realizado en el capítulo anterior, se presentan las siguientes conclusiones, organizadas de manera que atiendan los objetivos planteados, dialoguen con los estudios previos y discutan el significado del estudio, tal como recomiendan Hernández et al. (2014).

5.1.1 Conclusión 1. Sobre las características del visitante y su percepción del destino

Los resultados muestran que la mayoría de las personas encuestadas pertenece al rango de 18 a 35 años, segmento que tiende a preferir destinos naturales, sostenibles y vinculados con experiencias auténticas. Este perfil coincide con lo señalado por el ICT (2023) y estudios previos sobre turismo rural comunitario, lo cual confirma que la Isla de Chira posee un atractivo natural y cultural que se alinea con la demanda actual del mercado turístico. La percepción general del destino es positiva y se relaciona principalmente con la tranquilidad, el paisaje natural y la interacción con la comunidad.

5.1.2 Conclusión 2. Sobre la oferta turística local y las condiciones actuales del destino

El análisis permite concluir que, aunque la isla cuenta con un gran potencial turístico, la oferta actual presenta limitaciones que reducen la calidad de la experiencia. Entre los principales desafíos identificados se encuentran la falta de señalización, la poca disponibilidad de información previa, la irregularidad en los horarios del transporte y la infraestructura turística limitada. Estos hallazgos coinciden con la literatura revisada, especialmente con Nebreda (1991) y Gardella et al. (2005), quienes señalan que la ausencia de información clara afecta la decisión del visitante y la competitividad del destino.

5.1.3 Conclusión 3. Sobre la comunicación digital y la imagen del destino

Las 42 personas participantes indicaron que las redes sociales son el principal medio para buscar información turística. A pesar de ello, la Isla de Chira no cuenta con una estrategia de comunicación unificada ni con contenido actualizado y estructurado sobre su oferta turística. Este aspecto es clave, ya que la promoción digital influye directamente en la decisión de viaje, en especial en destinos emergentes. Lo encontrado coincide con lo planteado por Masis (2025) y la OMT (2022), que destacan la importancia de la presencia digital para el posicionamiento de comunidades rurales y destinos sostenibles.

5.1.4 Conclusión 4. Sobre la visión de los actores locales

Las entrevistas evidencian que las personas involucradas en la actividad turística perciben que el potencial de la isla es alto, pero subutilizado. Identifican una serie de necesidades urgentes para mejorar la operación turística, tales como el fortalecimiento de la formalización, la organización comunitaria, la capacitación en servicios turísticos y la articulación institucional. Estas apreciaciones coinciden con los estudios previos sobre gestión turística en comunidades rurales, que subrayan la importancia de la planificación y la coordinación para garantizar la sostenibilidad del turismo.

5.1.5 Conclusión 5. Limitaciones de la investigación

El estudio presentó algunas limitaciones, entre ellas la muestra reducida de entrevistas por motivos logísticos y la dependencia de un cuestionario digital, lo cual puede limitar la participación de personas sin acceso estable a internet. Además, la información reflejada corresponde a un momento específico del desarrollo turístico local, lo que recomienda una actualización futura conforme avance la construcción del nuevo muelle y otros proyectos comunitarios.

5.1.6 Conclusión 6. Importancia y significado del estudio

Esta investigación resulta significativa porque aporta evidencia actualizada sobre la percepción del turismo en la Isla de Chira, desde la visión de quienes visitan y de quienes

viven en la comunidad. Los resultados permiten comprender las necesidades del destino, identificar oportunidades y señalar aspectos clave para fortalecer su posicionamiento. Además, aporta insumos útiles para la toma de decisiones locales y para el desarrollo de estrategias que promuevan un turismo sostenible y responsable en la isla.

5.1.7 Conclusión 7. Respuesta a la pregunta de investigación

Tomando en cuenta los resultados obtenidos, se concluye que la percepción del turismo en la Isla de Chira es mayoritariamente positiva, tanto para los visitantes como para los actores locales, aunque está condicionada por limitaciones estructurales, de información y de promoción digital que deben ser atendidas para mejorar la experiencia turística y potenciar el desarrollo comunitario del destino.

5.2 Recomendaciones

A partir de las conclusiones anteriores, se presentan las siguientes recomendaciones, orientadas a mejorar la experiencia turística, fortalecer la oferta local y contribuir al desarrollo sostenible del destino. Estas recomendaciones apuntan a lo que debe realizarse posteriormente, tal como sugiere Hernández et al. (2014).

5.2.1 Recomendación 1. Desarrollar una estrategia de promoción digital unificada

Se recomienda crear perfiles oficiales del destino en redes sociales, con contenido actualizado, fotografías profesionales, información clara de servicios, horarios, rutas y contactos. Esto permitiría mejorar su visibilidad y responder a la forma en que las personas actualmente buscan información turística.

5.2.2 Recomendación 2. Fortalecer la coordinación entre actores locales e institucionales

Se sugiere consolidar un espacio de trabajo comunitario que incluya personas emprendedoras, líderes locales e instituciones como la Municipalidad y el ICT. Una coordinación más sólida favorecería la planificación turística, la formalización de servicios y la gestión de proyectos.

5.2.3 Recomendación 3. Mejorar la infraestructura básica y la señalización turística

Es necesario reforzar elementos como la señalización en caminos, puntos de interés y rutas principales. También es conveniente revisar y mejorar los accesos a servicios, especialmente en zonas de mayor tránsito turístico, para garantizar una experiencia más segura.

5.2.4 Recomendación 4. Implementar procesos de capacitación en atención al cliente, gastronomía local y servicios turísticos

Se recomienda ofrecer talleres y programas de formación para las personas emprendedoras de la isla, con el fin de fortalecer la calidad del servicio y la oferta gastronómica basada en productos locales, como ostión, pescado y preparaciones tradicionales.

5.2.5 Recomendación 5. Actualizar periódicamente la información del destino

La información turística debe revisarse con regularidad, especialmente en temas como transporte, recorridos disponibles, actividades, contactos y hospedaje. Esto evitará la confusión de las personas visitantes y mejorará la planificación del viaje.

5.2.6 Recomendación 6. Realizar estudios complementarios

Se recomienda llevar a cabo investigaciones futuras que incluyan otros grupos de interés, como guías locales, instituciones educativas y turistas extranjeros. Esto permitiría

obtener una visión más amplia del destino y evaluar la evolución de la percepción turística conforme avance la infraestructura y se implementen nuevas estrategias.

Referencias

Abarca Arrambide, R. A. (2023). *Competitividad y Desarrollo Sostenible en el Turismo Rural Comunitario de la Región Cusco - Año 2021*. Universidad Nacional San

- Antonio Abad del Cusco.
<https://revistas.unsaac.edu.pe/index.php/ACS/article/view/1297/1732>
- Alvarado Sánchez, M.; Miranda Álvarez, P. y Flores Abogabir, M. (2018). Planificación turística en comunidades rurales: caso de Isla de Chira, Corral de Piedra y San Juan en el Golfo y Península de Nicoya, Costa Rica. *Geografía y Ordenación del Territorio*, 10, 1-20. <https://doi.org/10.12957/geouerj.2018.35632>
- Arboleda Jaramillo, C. A.; Arias Arciniegas, C. M.; Pérez Sánchez, E. O. y Correa Janne, P. (2020). Innovación social como estrategia para fortalecer el turismo rural comunitario en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(1), 1-15. <https://doi.org/1315-9984>
- Arellano, E. H. (2024). *Análisis de datos en las investigaciones cualitativas: El reto frente al investigador*. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i17.3163>
- Arias González, L. (2021). *Diseño y metodología de la Investigación*. Enfoques Consulting EIRL. <https://doi.org/ISBN:978-612-48444-2-3>
- Barrantes, E. (2018). *La Isla de Chira es Mujer y Comunidad*. Seminario Universidad. https://semanariouniversidad.com/universitarias/la-isla-de-chira-es-mujer-y-comunidad/?utm_source=chatgpt.com
- Bogdan, S. J. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Universidad de Sonora. https://epaginapersonal.unam.mx/app/webroot/files/981/2015-01-26-233924_taylor-s-j-bogdan-r.pdf
- Castro, R. Q. (2017). *Elementos de turismo. Teoría, clasificación y actividad* (3.^a ed.). EUNED (Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica). <https://doi.org/9789968483810>
- Concepto.de. (2013). *Mercadeo*. Concepto. <https://concepto.de/mercadeo/>
- Creswell, J. W. (2015). *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Investigación Cualitativa, Mixta, Cuantitativa*. https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/510378/mod_resource/content/1/creswell.pdf
- Cubillo, L. E. (2022). *Sabías que desde hace 10 años un grupo de mujeres cultivan ostras en Puerto Palito, Isla de Chira*. Instituto Costarricense de Turismo.

- Cutanda-López, M. T. (2021). *Método mixto de investigación: pertinencia y dificultades en el estudio programas de Reenganche*. Caribeña de Ciencias Sociales.
<https://doi.org/10.51896/caribe/MGUI5478>
- Del Carmen González-Vega, A. B.; Sánchez, R. M.; López Salazar, A. y López Salazar, G. L. (2022). *La entrevista cualitativa como técnica de investigación en el estudio de las organizaciones*. <https://doi.org/10.36367/ntqr.14.2022.e571>
- Diccionario Usual del Poder Judicial. (s. f.). *Turismo*. <https://dictionariusual.poder-judicial.go.cr/index.php/diccionario/turismo>
- Economipedia. (s. f.). *Mercado: Definición, tipos, participantes y ejemplos*.
<https://economipedia.com/definicion/mercado>
- Espinosa, P. I. (2015). *Mercado* (E. UPTC., Ed.). [https://doi.org/ISBN 978-958-660-217-4](https://doi.org/ISBN%20978-958-660-217-4).
- Eumed.net. (s. f.). *Enfoque Cualitativo*. https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html
- Flick, U. (2015). *El diseño de la investigación cualitativa*. Morata. https://edmorata.es/wp-content/uploads/2020/06/Flick.Disen%CC%83oInvestigacionCualitativa.PR_.pdf
- García Rodríguez, J. L. y Zapata Hernández, V. M. (2001). Evolución futura de la población de la isla de El Hierro. *Revista de Historia Canaria*, 183, 139-173.
[https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/22471/08%20\(José-León%20García%20Rodríguez%20y%20otro\).pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/22471/08%20(José-León%20García%20Rodríguez%20y%20otro).pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- García, J. S. (2010). *El Marketing y su orientación social*. Dialnet.
<file:///C:/Users/karol/Downloads/Dialnet-ElMarketingYSuOrigenALaOrientacionSocial-6067049.pdf>
- García, M. J. y Castro, M. M. (2012). Interpretación ambiental de un sendero marino en Palito Isla de Chira, Puntarenas. *Biocenosis*, 5(1), 1-10.
<https://revistas.uned.ac.cr/index.php/biocenosis/article/view/585/485>
- Gardella, R. J.; Lupo, F. J. y Aguayo, E. (2005). *Estudios y Perspectivas en Turismo* (C. d. Turísticos, Ed.). <https://doi.org/0327-5841>
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

- Hidalgo, J. R. (2024). *Propuesta de diseño de oferta turística en el marco del turismo científico en el Refugio de Vida Silvestre Mixto Punta Río Claro, Bahía Drake Península de Osa, Costa Rica*. Universidad para la Cooperación Internacional. file:///C:/Users/karol/Downloads/84904437bda78106f16f7e2d088e7a10.pdf
- Instituto Costarricense de Turismo. (2007). *Unidad de planeamiento Puntarenas e Islas del Golfo. Plan de Uso del Suelo y Desarrollo Turístico, Macroproceso de Planeamiento y Desarrollo*. <https://www.ict.go.cr/es/root-documentos-no-apagar/plan-nacional-y-planos-generales/planes-generales-por-unidad-de-planeamiento/puntarenas-e-islas-del-golfo/174-plan-5/file.html>
- Instituto de Desarrollo Rural (Inder). (s. f.). *Caracterización de Paquera, Cóbano, Lepanto, Chira*. https://www.inder.go.cr/territorios_inder/region_pacifico_central/caracterizaciones/Caracterizacion-Paquera-Cobano-Lepanto-Chira.pdf
- Lacruhy Enríquez, C. C. (2024). *El escenario del turismo gastronómico de un destino internacional basado en modelo de Netnografía*. <https://doi.org/10.36367/ntqr.20.3.2024.e1062>
- Logos, A. (2024). *MEWS. ¿Qué es el mercado turístico y cuáles son sus características?* <https://www.mews.com/es/blog/mercado-turistico>
- López, P. L. (2004). *Población, muestra y muestreo*. Scielo <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- Luna, E. G.; Navas, D. F.; Mayor, G. A. y Buitrago, L. A. (2014). *Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización*. Universidad Nacional de Colombia. <http://www.scielo.org.co/pdf/dyna/v81n184/v81n184a21.pdf>
- Masis, M. R. (2025). *Estrategias de mercadeo digital para empresas de turismo sostenible y fomento de la participación del consumidor en Costa Rica*. Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología. file:///C:/Users/karol/Downloads/Documento%20Mariamalia%20Rodriguez-FINAL.pdf
- Medina, M. (2023). *Investigación, metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>

- Mendoza Gavilánez, J. L.; Alvarado-Samaniego, M. J.; Acosta-García, F. V. y Saltos-Navia, J. E. (2025). *La biología como clave para un turismo responsable, viajar y educar: un plan sustentable*. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.9.2.2025.e644>
- Mincomercio. (s. f.). *Política de Turismo Cultural*.
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-cultural-colombia-destino-turi/15-03-2022-politica-de-turismo-cultural-colombia-destino-turistico-cultural-creativo-y-sostenible-2021.pdf.aspx>
- Moya, P. (2015). *Mercado. Análisis del Mercado y Tipos de Segmentación*.
<https://www.studocu.com/pe/document/universidad-tecnologica-del-peru/herramientas-para-la-comunicacion-efectiva/capitulo-2/41483751>
- Municipalidad de Cañas. (s. f.). *Plan regulador*.
<https://www.municanas.go.cr/index.php/en/la-administracion/nuestro-canton/plan-regulador/javilla-paso-lajas-vergel>
- Nebrada, L. V. (1991). *Los modelos microanalíticos del comportamiento del comprador como herramientas para la estrategia comercial de la empresa*. Dialnet.
 file:///C:/Users/karol/Downloads/Dialnet-LosModelosMicroanaliticosDelComportamientoDelCompr-786052.pdf
- ONU Turismo. (2008). *Glosario de términos turísticos*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Pacheco-Urpí, O. (2016). *Programa Desarrollo integral de la zona rural del Golfo de Nicoya: Logros y experiencias*. <https://doi.org/10.15359/udre.6-1.13>
- Parra, C. A. (2022). *Geografía del turismo y el paisaje*. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Alicante. file:///C:/Users/karol/Downloads/Dialnet-GeografiaDelTurismoYElPaisaje-8605959%20(1).pdf
- Payne Iglesias, E. (2023). *La isla de Chira. Conquista y esclavización indígena en el golfo de Nicoya, (Costa Rica) (1522-1550)*.
- Pérez Gómez, H. A. (2022). *Diagnóstico del potencial turístico de la ciudad de Valledupar - Colombia, su relevancia y condiciones para utilizarlo como dinamizador de desarrollo económico sostenible postpandemia*.

- <https://ucipfg.com/biblioteca/files/original/4998039012b115b763dcfcc5ba15440a.pdf>
- Pérez-Castañeira, J. A.; Gómez-Figueroa, O.; Sangroni Laguardia, N.; Santa-Cruz, S. R.; Cruz-Blanco, C. y Santos-Pérez, O. (2021). *Estudio de modelos que abordan la gestión de destinos turísticos*. <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v42n3/1815-5936-rii-42-03-109.pdf>
- Picón, D. y Melian, Y. (2014). La unidad de análisis en la problemática de la enseñanza-aprendizaje. *Informes Científicos Técnicos - UNPA*, 6(3).
https://www.researchgate.net/publication/326949288_La_unidad_de_analisis_en_la_problematika_ensenanza-aprendizaje
- Presidencia de la República de Costa Rica. (2022). *Plan Regulador: La Herramienta que facilita el ordenamiento territorial y las perspectivas de desarrollo a los Gobiernos locales*. https://www.presidencia.go.cr/noticias/plan-regulador-la-herramienta-que-facilita-el-ordenamiento-territorial-y-las-perspectivas?utm_source=chatgpt.com
- ProDUS-UCR. (2008). *Plan Regulador Costero de Isla Chira*. Universidad de Costa Rica.
- Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible. (s. f.). *Desarrollo del Turismo Sostenible*. <http://en.unwto-ap.org/observatories-insto/>
- Rivera Mateos, M. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. [https://doi.org/ISBN 978-84-695-4429-7](https://doi.org/ISBN%20978-84-695-4429-7)
- Rivera, O. G. (2023). *Métodos mixtos de investigación. Imaginarios sociales, urbanos y del miedo y su aplicación en un caso de estudio*. Dialnet.
[file:///C:/Users/karol/Downloads/Dialnet-MetodosMixtosDeInvestigacion-8993667%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/karol/Downloads/Dialnet-MetodosMixtosDeInvestigacion-8993667%20(1).pdf)
- Rodríguez-Márquez, R. L. (2024). *Innovación en turismo ecológico y cultural: estrategias para el desarrollo sostenible*. Universidad del Zulia (LUZ).
<file:///C:/Users/karol/Downloads/Dialnet-InnovacionEnTurismoEcologicoYCultural-9948332.pdf>
- Romero, M. M.; León, R. R.; Hoces, W. B.; Carrasco, R. L.; Carranza, C. M. y Acobo, R. C. (2023). *Metodología de la Investigación*. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>

- Salazar, L. S. (2020). *Investigación Cualitativa: Una respuesta a las Investigaciones Sociales Educativas*. Dialnet. file:///C:/Users/karol/Downloads/Dialnet-InvestigacionCualitativa-7390995%20(2).pdf
- Sánchez Molina, A. A. y Murillo Garza, A. (2021). *Enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa*.
<https://doi.org/2594-2956>
- Sistema Nacional de Áreas de Conservación (Sinac). (2015). *Cuaderno Principios Básicos de Mercadeo. Principios básicos*.
<https://www.sinac.go.cr/ES/transprncia/Planificacin%20y%20Gestin%20BID/Capacitaciones%20del%20Proyecto/Cuaderno%20Principios%20B%C3%A1sicos%20de%20Mercadeo.pdf>
- Sordini, M. V. (2018). *La entrevista en profundidad en el ámbito de la gestión pública*.
<https://doi.org/E-ISSN:1659-2859>
- Universidad de Guadalajara. (s. f.). *Clasificación general de las fuentes de información*. Biblioteca Virtual del Sistema de Universidad Virtual.
<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/portal/clasificacion-general-de-las-fuentes-de-informacion>
- Universidad Experimental Simón Rodríguez. (2007). *Difusión de innovaciones*.
file:///C:/Users/karol/OneDrive/Escritorio/teoria-de-la-difusion-de-innovaciones.pdf
- Universidad para la Cooperación Internacional (UCI). (2024). *Propuesta de diseño de oferta turística en el marco del turismo científico en el Refugio de Vida Silvestre Mixto Punta Río Claro, Bahía Drake Península de Osa, Costa Rica*.
<https://omeka.uci.ac.cr/biblioteca/files/original/84904437bda78106f16f7e2d088e7a10.pdf>
- Universidad Veracruzana. (s. f.). *La encuesta y el cuestionario. Introducción a la investigación*.
- Vargas Cárdenas, T.; Thomé-Ortiz, H.; Ávalos-De la Cruz, D. y Gómez-Merino, F. (2020). Análisis de la implementación del modelo de turismo rural comunitario desde el enfoque de bienes de capital rural en tres regiones del sur de Perú. Dialnet.
<https://www.revista-asyd.org/index.php/asyd/article/view/1310/758>

- Vassi, R. B. (2004). *Desarrollo turístico e identidad cultural. La experiencia de la comunidad de Taquile, en Puno*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
file:///C:/Users/karol/Downloads/Desarrollo_turistico_e_identidad_cultural.pdf
- Verdugo, A. T. (2011). *Guía de fuentes de información iberoamericana para la investigación educativa*. <https://www.redalyc.org/pdf/2991/299123992008.pdf>
- Vivar Nebreda, L. (s. f.). *Los modelos microanalíticos del comportamiento del comprador como herramientas para la estrategia comercial de la empresa*.
https://kipdf.com/los-modelos-microanaliticos-del-comportamiento-del-comprador-como-herramientas-p_5ad672487f8b9abf3d8b4576.html
- Vizcaíno Zúñiga, P. I.; Maldonado Palacios, I. A. y Cedeño Cedeño, R. J. (s. f.).
Metodología de la investigación científica: guía práctica.
https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11620?utm_source=chatgpt.com

ANEXO

Anexo 1. Entrevistas

Entrevista a dos personas relacionadas con el turismo de Isla de Chira:

Lilliana Martínez González empresaria, miembro fundador de la Posada Rural La Amistad y pionera en el turismo rural de Isla de Chira como más de veinticinco años en el sector turístico.

Elías Gutiérrez Aragón empresario de Costa de Pájaros, quien tiene más de veinticinco años en el sector de transporte turístico, él cuenta con la ruta de transporte público de Isla de Chira a Costa de Pájaros por donde ingresa el mayor porcentaje de turistas que van a la Isla.

Saludos. Mi nombre es Karol Tatiana Díaz Martínez y actualmente soy estudiante de la carrera de Turismo con énfasis en Hoteles y Restaurantes en la Universidad Internacional de las Américas. Me encuentro desarrollando mi tesis para optar por el grado de Bachillerato, la cual tiene como finalidad “Estudio de mercadeo para aumentar el turismo en la Isla de Chira”

El propósito de esta entrevista es recabar información valiosa desde la perspectiva de profesionales del sector, que me permita enriquecer la investigación y los resultados de mi trabajo de investigación. La información que usted me proporcione será tratada con total confidencialidad y utilizada únicamente con fines académicos.

Entrevista a Lilliana Martínez González

1. En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la experiencia turística actual que ofrece la Isla de Chira?

Un tres porque falta buen transporte, falta de seguro, póliza, permisos de funcionamiento por ser zona marítimo terrestre este limita mucho ya que la municipalidad no da permisos para construcción y muchas cosas más.

2. ¿Qué aspectos considera que más valoran los turistas cuando visitan la Isla de Chira?

La conservación de los recursos naturales

3. ¿Cuáles son, desde su perspectiva, las principales debilidades del turismo en la isla?

Comunicación (el internet es de muy bajo nivel lo cual imposibilidad una buena conectividad), telefonía fija no llega a todos los lugares y una avería dura hasta 6 meses en llegar arreglarse, transporte marítimo (somo hay un horario de lancha de Puntarenas a Chira por 6 días a la semana y en temporada baja esto se disminuye), atención medica ya que solo se cuenta con atención en el EBAIS tres días a la semana.

4. ¿Ha participado en alguna actividad de promoción turística organizada por la comunidad o por alguna institución?

Si he participado, pero no precisamente por la comunidad si no por medio de organizaciones gubernamentales como el ICT, y ONG.

5 ¿Qué medios utiliza (o conoce que otros utilizan) para dar a conocer los servicios turísticos de la isla?

Redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok, el boca a boca

6. En su opinión, ¿qué estrategias podrían implementarse para atraer más turistas a la isla?

Reactivar las redes sociales, ferias de turismo, recreativas, encadenamiento con otras instituciones locales y externos. Alianzas con las otras islas, capacitación.

7. ¿Qué tan preparado considera que está el personal local para atender adecuadamente a los visitantes?

Medio, porque falta idioma inglés, poco conocimiento en cultura, historia (hasta de la misma isla) servicio al cliente

8. ¿Qué tipo de turista cree que más frecuenta la isla?

Nacional después de la pandemia, adultos. Turistas de investigación, Turistas jóvenes por estudio (universidades nacionales y extranjeras), Turistas por trabajo.

9. ¿Ha recibido algún tipo de formación en temas como atención al cliente, marketing turístico o redes sociales? ¿Le gustaría recibirla?

Si, para actualizarme ya que recibí formación hace mucho tiempo

10. ¿Qué mensaje le gustaría que conocieran los turistas antes de visitar la Isla de Chira?

Conciencia ambiental, conservación de los recursos, uso sostenible de los recursos, que aporten a la conservación.

Que recomendación podría mencionar para atraer más turistas en la isla.

Políticas gubernamentales (permisos, uso de tierras, concedan permisos para funcionar, más apoyo por parte del ICT).

Entrevista a Elías Gutiérrez Aragón

1. En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la experiencia turística actual que ofrece la Isla de Chira?

Un dos porque hay muy poca información de las actividades que ofrece la isla, donde los atractivos y los servicios como supermercados, restaurantes y demás.

2. ¿Qué aspectos considera que más valoran los turistas cuando visitan la Isla de Chira?

Conservación, la flora y fauna, porque creo que se ha reforestado mucho con los años.

3. ¿Cuáles son, desde su perspectiva, las principales debilidades del turismo en la isla?

Falta de información (rótulos con información en los principales puertos), redes sociales que estén más presente, poca participación por parte de la cámara de turismo.

4. ¿Ha participado en alguna actividad de promoción turística organizada por la comunidad o por alguna institución?

Si, en pasado (20 años) con el ICT

5. ¿Qué medios utiliza (o conoce que otros utilizan) para dar a conocer los servicios turísticos de la isla?

Redes sociales (tengo redes, pero con muy poca participación)

6. En su opinión, ¿qué estrategias podrían implementarse para atraer más turistas a la isla?

Enfocarme más en las redes sociales que él lo que vende mayormente en la actualidad. Preparar personas en temas de cultura historia, sostenibilidad, flora y fauna de la isla.

7. ¿Qué tan preparado considera que está el personal local para atender adecuadamente a los visitantes?

Poco, falta más conocimiento en los temas de servicio al cliente, relaciones humanas, idiomas (ingles), conocimiento en flora y fauna local, historia de la isla (cultura).

8. ¿Qué tipo de turista cree que más frecuenta la isla?

Caminantes, amantes de la naturaleza.

9. ¿Ha recibido algún tipo de formación en temas como atención al cliente, marketing turístico o redes sociales? ¿Le gustaría recibirla?

No, pero si me gustaría recibir más información para mejorar mis servicios

10. ¿Qué mensaje le gustaría que conocieran los turistas antes de visitar la Isla de Chira?

Que Chira está haciendo sus esfuerzos por la conservación, que visiten la isla, pero siempre con la mentalidad de querer conocer el lugar dejando una huella positiva y no negativa.

Anexo 2. Cuestionario en digital.

Cuestionario dirigido a personas que han visitado la Isla de Chira.

Mi nombre es Karol Tatiana Díaz Martínez y actualmente soy estudiante de la carrera de Turismo con énfasis en Hoteles y Restaurantes en la Universidad Internacional de las Américas. Me encuentro desarrollando mi tesis para optar por el grado de Bachillerato, la cual tiene como finalidad “Estudio de mercadeo para aumentar el turismo en la Isla de Chira” El propósito de este cuestionario es recabar información valiosa, que me permita enriquecer la investigación y los resultados de mi trabajo de investigación. La información que usted me proporcione será tratada con total confidencialidad y utilizada únicamente con fines académicos.

1. Nombre completo. Respuesta abierta
2. Edad. Respuesta abierta
3. Lugar de residencia. Respuesta abierta.
4. ¿Con qué frecuencia viaja dentro de Costa Rica?
 - 1 vez al año o menos

- 2-3 veces al año
- 4 o más veces al año

5. ¿Había escuchado hablar de la Isla de Chira?

- Sí
- No

6. ¿Cómo conoció la Isla de Chira?

- Redes sociales
- Familiares/amigos
- Agencias de viajes
- Publicidad en medios tradicionales (radio, TV, etc.)
- Otros

7. ¿Qué lo motivó a visitar la Isla de Chira? (puede marcar varias opciones)

- Naturaleza y biodiversidad
- Experiencias culturales y comunitarias
- Gastronomía local
- Descanso y tranquilidad
- Familia
- Otros

8. ¿Cuánto tiempo permaneció o planea permanecer en la Isla?

- Menos de un día
- Entre 1-2 días
- Entre 3-5 días
- Más de 5 días

9. ¿Cómo califica los siguientes aspectos durante su visita a la Isla de Chira? Usando la siguiente escala

Muy insatisfecho - Insatisfecho - Neutral - Satisfecho - Muy satisfecho

- Transporte marítimo
- Transporte terrestre
- Hospedaje

- Gastronomía local
 - Actividades y tours
 - Atención de la comunidad
 - Información previa
 - Servicio al cliente
10. ¿Qué considera que hace falta mejorar en la Isla de Chira para ofrecer una mejor experiencia turística? Respuesta abierta.
11. ¿Qué tipo de actividades le gustaría que se desarrollaran en la Isla?
- Tours ecológicos
 - Experiencias gastronómicas
 - Talleres culturales/artesanales
 - Deportes acuáticos
 - Otros
12. Recomendaría la Isla de Chira como destino turístico?
- Sí
 - No
 - Tal vez
13. ¿Qué redes sociales o plataformas utiliza para buscar información turística?
- Facebook
 - Instagram
 - TikTok
 - Google
14. En una palabra, o frase, ¿Cómo describiría su experiencia en la Isla de Chira? Respuesta abierta.

Anexo 3. Elementos del patrimonio turístico

Fuente: Renato Quesada (Elementos del turismo)

Clasificación	Categoría	Tipo	Subtipo
	1.1 Sitios naturales	1.1.1 Montañas	1.1.1.1 Altas Montañas

1. Atractivos turísticos		1.1.1.2 Sierras 1.1.1.3 Volcanes 1.1.1.4 Valles y Quebradas 1.1.1.5 Mesetas 1.1.1.6 Áreas nevadas 1.1.1.7 Glaciares
	1.1.2 Planicies	1.1.2.1 Llanuras 1.1.2.2 Desiertos 1.1.2.3 Salinas 1.1.2.4. Altiplanos
	1.1.3 Costas	1.1.3.1 Playas 1.1.3.2 Acantilados 1.1.3.3 Arrecifes 1.1.3.4 Cayos (Isla rocosa) 1.1.3.5 Barras 1.1.3.6 Islas 1.1.3.7 Fiordos 1.1.3.8 Canales 1.1.3.9 Penínsulas 1.1.3.10 Bahías y Caletas 1.1.3.11 Golfos
	1.1.4 Lagos, lagunas y esteros	
	1.1.5 Ríos	
	1.1.6 Caídas de agua	
	1.1.7 Grutas y cavernas	
	1.1.8 Lugares de observación de flora y fauna	
	1.1.9 Lugares de caza y pesca	
	1.1.10 Caminos pintorescos	
	1.1.11 Termas (aguas termales)	

		1.1.12 Parques nacionales y reservas de flora y fauna		
1.2 Museos y Manifestaciones Culturales	1.2.1 Museos			
	1.2.2 Obras de arte y técnica	1.2.2.1 Pintura 1.2.2.2 Escultura 1.2.2.3 Artes decorativas		
	1.2.3 Lugares históricos			
	1.2.4 Ruinas y lugares arqueológicos			
1.3 Folclor	1.3.1 Manifestaciones religiosas y creencias populares			
	1.3.2 Ferias y Mercados			
	1.3.3 Música y danza			
	1.3.4 Artesanía y artes	1.3.4.1 Alfarería		
		1.3.4.2 Tejidos e indumentaria		
		1.3.4.3 Metales		
1.3.4.4 Cueros y pieles				
1.3.4.5 Maderas				
	1.3.4.6 Piedras			
	1.3.4.7 Tejidos en paja			
	1.3.4.8 Instrumentos musicales			
	1.3.4.9 Máscaras			
	1.3.4.10 Objetos rituales			
	1.3.4.11 Pintura			
	1.3.4.12 Imaginería			
	1.3.4.13 Plumas			
	1.3.5 Comidas y bebidas típicas			

		1.3.6 Grupos étnicos	
		1.3.7 Arquitectura popular espontanea	1.3.7.1 Pueblos 1.3.7.2 Casas 1.3.7.3 Expresiones religiosas
	1.4 Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas	1.4.1 Explotaciones mineras	
		1.4.2 Explotaciones agropecuarias	
		1.4.3 Explotaciones industriales	
		1.4.4 Obras de arte y técnica	1.4.4.1 Pintura 1.4.4.2 Escultura 1.4.4.3 Artesanía 1.4.4.4 Diseño industrial 1.4.4.5 Arquitectura 1.4.4.6 Realizaciones urbanas 1.4.4.7 Obras de ingeniería
		1.4.5 Centros científicos y técnicos	1.4.5.1 Zoológicos y acuarios 1.4.5.2 Botánicos
		1.5 Acontecimientos programados	1.5.1 Artísticos
	1.5.2 Deportes		
	1.5.3 Otros		1.5.3.1 Fiestas religiosas 1.5.3.2 Concursos de belleza 1.5.3.3 Congresos y Convenciones 1.5.3.4 Corridas de toros

			<p>1.5.3.5 Ferias y exposiciones</p> <p>1.5.3.6 Juegos de azar</p> <p>1.5.3.7 Parques de recreación</p> <p>1.5.3.8 Gastronomía, Rodeos</p> <p>1.5.3.9 Vida nocturna</p> <p>1.5.3.10 Carnavales y otros</p>
Clasificación	Categoría	Tipo	Subtipo
2. Infraestructura	2.1 Transporte	2.1.1 Terrestre	<p>2.1.1.1 Talleres mecánicos</p> <p>2.1.1.2 Servicios sanitarios</p> <p>2.1.1.3 Señalización</p> <p>2.1.1.4 Servicios de transporte (taxi, autobús, etc.)</p> <p>2.1.1.5 Terminales de autobús</p> <p>2.1.1.6 Terminales ferroviarias.</p>
		2.1.2 Aéreo	<p>2.1.2.1 Servicios aéreos</p> <p>2.1.2.2 Terminales aéreas</p>
		2.1.3 Acuático	<p>2.1.3.1 Marítimos (mares)</p> <p>2.1.3.2 Fluviales (ríos)</p> <p>2.1.3.3 Lacustre (lagos)</p>
	2.2 Comunicaciones	<p>2.2.1 Postales (Correos)</p> <p>2.2.2 Telefax</p> <p>2.2.3 Telefonías</p> <p>2.2.4 Correos electrónicos</p>	

		2.2.5 Internet	
	2.3 Sanidad	2.3.1 Red de aguas	
		2.3.2 Red de desagües	2.3.2.1 Aguas negras 2.3.2.2 Pluvial o lluvias
		2.3.3 Recolección de basura	
		2.3.4 Salud	Hospitales (públicos y privados)
	2.4 Energía	2.4.1 Red eléctrica	2.4.1.1 Alumbrado público 2.4.1.2 Servicios domiciliarios
		2.4.2 Combustible	2.4.2.1 Gas y Gasolina
Clasificación	Categoría	Tipo	Subtipo
3. Planta turística	3.1 Equipamiento	3.1.1 Alojamiento	3.1.1.1 Hoteles 3.1.1.2 Apartotel 3.1.1.3 Albergues 3.1.1.4 Villas, Cabañas, Cabinas 3.1.1.5 Pensiones 3.1.1.6 Bóteles 3.1.1.7 Posadas de turismo rural 3.1.1.8 Hotel Boutique 3.1.1.9 Posadas de turismo rural comunitario
		3.1.2 Alimentación	3.1.2.1 Restaurantes 3.1.2.2 Cafeterías 3.1.2.3 Quioscos 3.1.2.4 Comedores típicos
		3.1.3 Esparcimiento	3.1.3.1 Night club

			<p>3.1.3.2 Discotecas</p> <p>3.1.3.3 Bares</p> <p>3.1.3.4 Casinos</p> <p>3.1.3.5 Cines y teatros</p> <p>3.1.3.6 Espectáculos públicos</p> <p>3.1.3.7 Clubes deportivos</p> <p>3.1.3.8 Parques temáticos</p>
		3.1.4 Otros Servicios	<p>3.1.4.1 Agencia de viajes</p> <p>3.1.4.2 Información</p> <p>3.1.4.3 Guías</p> <p>3.1.4.4 Comercio</p> <p>3.1.4.5 Cambio de dinero</p> <p>3.1.4.6 Centro de convención</p> <p>3.1.4.7 Transportes turísticos</p> <p>3.1.4.8 Primeros auxilios</p> <p>3.1.4.9 Guarderías</p> <p>3.1.4.10 Estacionamiento</p>
	3.2 Instalaciones	3.2.1 De agua y Playa	<p>3.2.1.1 Marinas</p> <p>3.2.1.2 Espigones</p> <p>3.2.1.3 Muelles</p> <p>3.2.1.4 Palapas, quinchos o ramadas</p> <p>3.2.1.5 Carpas o tiendas</p> <p>3.2.1.6 Sombrillas</p> <p>3.2.1.7 Reposeras</p> <p>3.2.1.8 Observación marina</p>
		3.2.2 De montañas	3.2.2.1 Miradores

			3.2.2.2 Circuitos de senderos 3.2.2.3 Refugios 3.2.2.4 Funiculares 3.2.2.5 Teleférico 3.2.2.6 Sky lif
		3.2.3 Generales	3.2.3.1 Piscinas 3.2.3.2 Vestuarios 3.2.3.3 Juegos infantiles 3.2.3.4 Golf 3.2.3.5 Tenis 3.2.3.6 Otros deportes 3.2.3.7 Pasarelas y puentes
Clasificación	Categoría	Tipo	Subtipo
4. Superestructura	4.1 Ámbito geográfico	4.1.1 Internacionales	
		4.1.2 Regionales	
		4.1.3 Nacionales	
		4.1.4 Provinciales	
	4.2 Participación	4.2.1 Directo	
		4.2.2 Indirecto	
	4.3 Actividades	4.3.1 Gubernamentales	
		4.3.2 Empresarial	
		4.3.3 Gremial	

Anexo 4. Análisis de las respuestas de la entrevista

En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría la experiencia turística actual que ofrece la Isla de Chira?

Las entrevistas realizadas a la señora Lilliana Martínez y al señor Elías Gutiérrez revelan una visión crítica y realista sobre la situación actual del turismo en la Isla de Chira. Ambos coinciden en que, aunque el destino tiene un gran potencial, aún existen limitaciones estructurales y organizativas que impiden alcanzar una experiencia turística óptima. Sus valoraciones, un tres y un dos respectivamente en una escala del uno al cinco, reflejan la necesidad de fortalecer aspectos fundamentales que impactan directamente en la satisfacción de los visitantes.

La señora Lilliana Martínez, empresaria pionera del turismo rural y fundadora de la Posada Rural La Amistad, destaca como principales desafíos la falta de transporte adecuado, la ausencia de seguros y pólizas, así como las restricciones administrativas derivadas de la condición de zona marítimo-terrestre.

Estas limitaciones afectan la capacidad de inversión y el desarrollo de infraestructura turística, generando obstáculos para quienes buscan brindar un servicio más profesional y seguro. Su perspectiva evidencia la urgencia de una mayor coordinación institucional que facilite la formalización y el crecimiento sostenible del turismo local.

Por su parte, el señor Elías Gutiérrez, empresario del transporte turístico y responsable de la ruta principal entre Costa de Pájaros e Isla de Chira, enfatiza la carencia de información turística estructurada y accesible. Señala que los visitantes muchas veces desconocen las actividades disponibles, los atractivos naturales o los servicios básicos de la isla. Esta falta de promoción y señalización limita la capacidad de atraer y retener turistas, afectando el flujo económico que podría beneficiar a toda la comunidad.

Ambas entrevistas dejan en evidencia que el turismo en la Isla de Chira enfrenta retos comunes vinculados con la infraestructura, la comunicación y la gestión institucional. Sin embargo, también resaltan el compromiso y la visión de los actores locales, quienes, pese a las dificultades, continúan apostando por un modelo de turismo rural sostenible y comunitario. La experiencia y trayectoria de ambos entrevistados resultan fundamentales

para orientar las estrategias futuras, enfocadas en mejorar la accesibilidad, la formalización y la difusión de los atractivos que hacen de la isla un destino único en el Golfo de Nicoya.

¿Qué aspectos considera que más valoran los turistas cuando visitan la Isla de Chira?

Las respuestas de ambos entrevistados coinciden plenamente en un punto esencial: los turistas que visitan la Isla de Chira valoran principalmente la conservación del entorno natural. Tanto Lilliana Martínez como Elías Gutiérrez destacan que la flora, la fauna y el paisaje natural son los principales atractivos que motivan la visita y generan una conexión emocional con el destino. Esta coincidencia refuerza la idea de que la biodiversidad y el equilibrio ambiental son el eje central de la experiencia turística en la isla.

Para la señora Lilliana Martínez, la conservación de los recursos naturales es el aspecto más apreciado por los visitantes, lo que refleja que el turismo en la isla se ha construido sobre un modelo de respeto al medio ambiente y de convivencia con la naturaleza. Su perspectiva se alinea con el concepto de turismo rural sostenible, donde la autenticidad del entorno y la armonía ecológica se convierten en los principales elementos diferenciadores frente a otros destinos más urbanizados o comerciales.

El señor Elías Gutiérrez complementa esta visión al señalar que los turistas valoran especialmente la flora y la fauna local, destacando el esfuerzo que la comunidad ha realizado en procesos de reforestación y recuperación ambiental. Su comentario evidencia una evolución positiva en el manejo de los recursos naturales, resultado del trabajo conjunto de los habitantes y organizaciones locales. Este esfuerzo ha permitido que los visitantes perciban la isla como un espacio vivo, en constante cuidado y renovación.

En conjunto, las respuestas de ambos entrevistados reflejan que la identidad turística de la Isla de Chira se sustenta en su riqueza natural. Este valor no solo constituye un atractivo visual, sino también un símbolo de compromiso ambiental y comunitario. La conservación se presenta así no solo como un pilar del turismo, sino también como un elemento de orgullo

para sus habitantes y de inspiración para los visitantes que buscan experiencias auténticas y sostenibles.

¿Cuáles son, desde su perspectiva, las principales debilidades del turismo en la isla?

Ambos entrevistados coinciden en que, aunque la Isla de Chira posee un gran potencial turístico, enfrenta una serie de limitaciones estructurales y organizativas que dificultan su desarrollo pleno. Estas debilidades no solo afectan la experiencia del visitante, sino también las oportunidades de crecimiento económico y de articulación comunitaria en torno al turismo sostenible.

La empresaria Lilliana Martínez González resalta problemáticas relacionadas principalmente con la infraestructura básica y los servicios públicos. Menciona que la baja calidad del servicio de internet y telefonía limita la comunicación y promoción del destino, generando dificultades tanto para los empresarios como para los turistas que buscan mantenerse conectados. Además, destaca las deficiencias en el transporte marítimo, señalando que los pocos horarios de lancha y la reducción en temporada baja restringen la llegada de visitantes. A esto se suma la limitada atención médica, que representa una desventaja importante en materia de seguridad y bienestar para el turista.

Por su parte, Elías Gutiérrez Aragón identifica como principales debilidades la falta de información turística visible y la escasa presencia de la isla en redes sociales y medios digitales. Según su perspectiva, la ausencia de señalización en los principales puertos y la poca difusión de actividades o servicios disponibles dificultan que los visitantes planifiquen su estadía y aprovechen al máximo las experiencias que el destino ofrece. También menciona la poca participación de la cámara de turismo, lo que evidencia una falta de coordinación institucional y de liderazgo colectivo para potenciar el sector.

En conjunto, las observaciones de ambos entrevistados evidencian que las debilidades del turismo en la Isla de Chira están más vinculadas a problemas de gestión, comunicación e infraestructura que a la falta de atractivos. La carencia de conectividad, transporte eficiente

e información accesible limita el crecimiento de un destino que posee un enorme potencial natural y cultural. Superar estos desafíos requerirá fortalecer la cooperación entre instituciones, empresas y comunidad local para consolidar una oferta turística más competitiva, organizada y sostenible.

¿Ha participado en alguna actividad de promoción turística organizada por la comunidad o por alguna institución?

Ambos entrevistados coinciden en haber participado en actividades de promoción turística, sin embargo, las respuestas reflejan una escasa articulación comunitaria en torno a estas iniciativas. Tanto Lilliana Martínez como Elías Gutiérrez mencionan que su participación ha estado más vinculada a organismos externos —como el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y organizaciones no gubernamentales— que a esfuerzos impulsados directamente por la comunidad local. Esto sugiere que las acciones de promoción del destino dependen en gran medida de entidades externas, lo cual limita la autonomía y la sostenibilidad del desarrollo turístico en la isla.

En el caso de Lilliana Martínez González, su respuesta destaca que ha participado activamente en procesos liderados por instituciones gubernamentales y ONG, lo que evidencia una presencia institucional positiva, pero también una falta de coordinación local. Esto puede interpretarse como una oportunidad desaprovechada para fortalecer la organización comunitaria y crear estrategias conjuntas que integren a los emprendedores turísticos de la isla.

Por su parte, Elías Gutiérrez Aragón menciona que su participación se dio hace más de veinte años, también con el ICT, lo que indica una discontinuidad en los esfuerzos de promoción a lo largo del tiempo. Su respuesta refleja que, aunque en el pasado hubo intentos por impulsar la visibilidad del destino, estas acciones no se han mantenido de forma constante ni se han renovado de acuerdo con las nuevas tendencias del turismo actual.

En conjunto, las respuestas de ambos empresarios revelan que la promoción turística de la Isla de Chira ha sido intermitente y dependiente de factores externos, lo que limita el posicionamiento del destino en el mercado nacional. Es necesario fomentar una mayor participación de la comunidad en la planificación y ejecución de estrategias promocionales, de modo que la propia población local se convierta en protagonista y portavoz del valor natural, cultural y humano que ofrece la isla.

¿Qué medios utiliza (o conoce que otros utilizan) para dar a conocer los servicios turísticos de la isla?

Ambos entrevistados coinciden en que las redes sociales son actualmente el medio más importante para promover los servicios turísticos de la Isla de Chira. Lilliana Martínez González menciona plataformas como Facebook, Instagram y TikTok, además del boca a boca, que continúa siendo una herramienta efectiva dentro de comunidades pequeñas, donde la recomendación personal mantiene gran influencia.

Por su parte, Elías Gutiérrez Aragón resalta también la relevancia de las redes sociales, pero agrega la necesidad de preparar a las personas locales en temas de cultura, historia, sostenibilidad y biodiversidad, con el fin de ofrecer un mensaje más auténtico y educativo. En conjunto, sus respuestas reflejan que la promoción digital y la capacitación comunitaria son elementos clave para fortalecer la imagen turística de la isla y alcanzar a un público más amplio.

En su opinión, ¿qué estrategias podrían implementarse para atraer más turistas a la isla?

Las respuestas de ambos entrevistados coinciden en la necesidad de fortalecer la promoción digital como una estrategia esencial para aumentar el flujo turístico hacia la Isla de Chira. Lilliana Martínez González propone la reactivación de redes sociales, la participación en ferias de turismo y actividades recreativas, así como la creación de alianzas estratégicas con instituciones locales y otras islas del Golfo. Además, enfatiza la importancia

de la capacitación, lo que evidencia una visión integral del desarrollo turístico basada en la cooperación y la formación.

Por su parte, Elías Gutiérrez Aragón también resalta la relevancia de las redes sociales, complementándola con la necesidad de preparar a los habitantes en temas de cultura, historia y sostenibilidad. Esta perspectiva apunta a un turismo con identidad local, donde los propios pobladores sean promotores de su territorio. En conjunto, ambas visiones coinciden en que la combinación entre promoción digital y fortalecimiento comunitario es clave para posicionar la Isla de Chira como un destino auténtico, sostenible y competitivo dentro del turismo nacional.

¿Qué tan preparado considera que está el personal local para atender adecuadamente a los visitantes?

Según la opinión de Lilliana Martínez González, el personal local posee un nivel medio de preparación, aunque existen aspectos que deben fortalecerse para ofrecer un servicio más completo. Entre los principales desafíos que señala se encuentran la falta de dominio del idioma inglés, el escaso conocimiento sobre la historia y cultura de la isla, y la necesidad de mejorar la atención al cliente. Su apreciación refleja que la formación turística aún se encuentra en desarrollo y que es indispensable invertir en capacitación para elevar la calidad del servicio ofrecido.

Por otro lado, Elías Gutiérrez Aragón considera que la preparación del personal es insuficiente, destacando la necesidad de reforzar los conocimientos en servicio al cliente, relaciones humanas y sostenibilidad, además del manejo de idiomas y la comprensión de la flora, fauna e historia local. Su planteamiento evidencia que la mejora de las habilidades técnicas y sociales del personal sería clave para generar experiencias más satisfactorias y profesionales para los visitantes.

En general, las opiniones expresadas muestran que la formación del recurso humano local es un aspecto pendiente dentro del desarrollo turístico de la Isla de Chira. La inversión

en programas educativos, talleres y alianzas con instituciones especializadas podría contribuir a que los habitantes se conviertan en verdaderos embajadores del destino, fortaleciendo la imagen de la isla como un lugar acogedor, preparado y comprometido con el turismo sostenible.

¿Qué tipo de turista cree que más frecuenta la isla?

De acuerdo con la perspectiva de Lilliana Martínez González, la Isla de Chira recibe principalmente turistas nacionales, especialmente adultos que buscan descanso y contacto con la naturaleza. También menciona la presencia de visitantes vinculados a investigaciones científicas y actividades académicas, así como grupos de jóvenes universitarios nacionales y extranjeros que llegan por motivos de estudio. Además, identifica a personas que viajan por razones laborales, lo que sugiere que el turismo en la isla no solo responde al ocio, sino también a fines educativos y profesionales.

Por su parte, Elías Gutiérrez Aragón describe un perfil de visitante más orientado hacia los amantes de la naturaleza y los caminantes, es decir, turistas que disfrutan de la tranquilidad, los paisajes y las actividades al aire libre. Su observación coincide con la vocación rural y ecológica del destino, donde el entorno natural constituye el principal atractivo para quienes buscan experiencias auténticas y sostenibles.

En conjunto, las respuestas reflejan que la isla es visitada por un público diverso, aunque con un interés común: el disfrute del ambiente natural y la vivencia de la ruralidad. La combinación de turistas nacionales, investigadores y jóvenes estudiantes posiciona a la Isla de Chira como un espacio ideal para el turismo educativo, científico y de naturaleza, ofreciendo oportunidades para consolidar un modelo turístico sostenible que aproveche sus recursos sin comprometer su identidad ni su entorno.

¿Ha recibido algún tipo de formación en temas como atención al cliente, marketing turístico o redes sociales? ¿Le gustaría recibirla?

En el caso de Lilliana Martínez González, su respuesta indica que sí ha tenido acceso a formación en temas relacionados con el turismo, aunque hace bastante tiempo. Destaca su interés en actualizar sus conocimientos, lo que refleja una actitud abierta hacia el aprendizaje y la mejora continua. Su disposición a capacitarse nuevamente demuestra la conciencia de que el sector turístico está en constante evolución y requiere mantenerse al día, especialmente en áreas como el marketing digital y la atención al cliente, esenciales para competir en el mercado actual.

Por otro lado, Elías Gutiérrez Aragón menciona no haber recibido formación formal en estos temas, pero expresa un claro deseo de capacitarse para fortalecer la calidad de sus servicios. Su respuesta evidencia la necesidad de ofrecer oportunidades de aprendizaje accesibles y adaptadas a los emprendedores locales, que muchas veces carecen de apoyo institucional para mejorar sus conocimientos en promoción turística y gestión empresarial.

De manera general, ambas respuestas ponen en evidencia la importancia de la capacitación continua para los actores turísticos de la Isla de Chira. El interés manifestado por ambos empresarios representa una oportunidad para impulsar programas de formación que integren el uso de tecnologías, redes sociales y estrategias de atención al cliente, contribuyendo así al fortalecimiento del turismo rural comunitario y a la profesionalización del destino.

¿Qué mensaje le gustaría que conocieran los turistas antes de visitar la Isla de Chira?

Las respuestas de ambos entrevistados reflejan una preocupación compartida por la conservación ambiental y el uso responsable de los recursos naturales de la isla. Lilliana Martínez González enfatiza la importancia de que los visitantes comprendan la necesidad de mantener una conciencia ambiental activa, promoviendo el uso sostenible de los recursos y aportando a su conservación. Además, plantea un aspecto relevante: la falta de apoyo institucional y las limitaciones legales y administrativas, que considera factores que deben mejorar para favorecer la actividad turística de manera formal y ordenada.

Por su parte, Elías Gutiérrez Aragón expresa un mensaje alineado con el de Lilliana, centrado en la responsabilidad del turista al visitar la isla. Destaca la necesidad de que los visitantes lleguen con una actitud de respeto hacia el entorno natural y social, buscando dejar una huella positiva en lugar de impactos negativos. Su visión refuerza la idea de un turismo consciente, donde la experiencia va más allá del ocio e integra valores de sostenibilidad y educación ambiental.

En conjunto, ambas perspectivas evidencian que los emprendedores locales de Chira buscan posicionar la isla como un destino responsable y sostenible, en el que el visitante participe activamente en la preservación del entorno y en el reconocimiento del esfuerzo comunitario por conservar sus recursos y tradiciones.

Anexo 5. Estudio de Marketing Mix y Presupuesto para el Fortalecimiento Turístico de la Isla de Chira

El presente apartado desarrolla la aplicación del marketing mix como herramienta estratégica para fortalecer el posicionamiento turístico de la Isla de Chira, a partir de un enfoque de turismo rural comunitario, sostenible e inclusivo. La propuesta se estructura en torno a las cuatro variables fundamentales del marketing mix: producto, precio, plaza y promoción, las cuales se analizan y desarrollan de manera coherente con la realidad socioeconómica y cultural de la isla.

El objetivo de este plan es estructurar una oferta turística clara, diferenciada y accesible, que permita diversificar los perfiles de visitantes, incrementar la visibilidad del destino y generar beneficios económicos y sociales para la comunidad local, sin comprometer la conservación de los recursos naturales ni la identidad cultural. Las estrategias y acciones planteadas responden a los resultados de la investigación y se alinean con prácticas reales del mercado turístico costarricense.

1. Producto

El producto turístico de la Isla de Chira se concibe como una experiencia integral de turismo rural comunitario, basada en la convivencia con la comunidad local, el aprovechamiento responsable de los recursos naturales y la puesta en valor de la cultura isleña. Este producto se materializa a través de tours y servicios específicos, diseñados para distintos perfiles de visitantes.

Productos turísticos propuestos

1.1 Tour de manglar y conservación ambiental

Recorrido guiado por los manglares de la isla, donde el visitante conoce la importancia ecológica de estos ecosistemas, participa en actividades de observación de flora y fauna como aves acuáticas migratorias y recibe información sobre proyectos comunitarios de restauración y pesca responsable en el área de pesca responsable. Este tour está dirigido a turistas nacionales, internacionales y grupos académicos interesados en sostenibilidad.

1.2 Experiencia de pesca artesanal comunitaria

La experiencia de pesca artesanal comunitaria constituye una actividad vivencial en la que el turista acompaña a pescadores locales durante faenas tradicionales, permitiéndole integrarse de manera directa a una práctica productiva que forma parte del patrimonio cultural y económico de la Isla de Chira. A través de esta actividad, el visitante conoce de primera mano las técnicas ancestrales de pesca, transmitidas de generación en generación, así como la relación histórica y simbólica que la comunidad mantiene con el mar como fuente de sustento y de identidad.

El tour se desarrolla en zonas de pesca responsable, bajo un enfoque de sostenibilidad ambiental, donde se emplea exclusivamente la técnica de pesca con cuerda de mano, evitando el uso de artes de pesca invasivas. Esta práctica garantiza la conservación de los recursos

marinos y promueve el respeto por los ciclos naturales, alineándose con los principios del turismo rural comunitario y la pesca responsable.

Durante la experiencia, el turista tiene la oportunidad de observar y, de manera controlada, participar en la captura de diversas especies representativas de la zona, tales como curvina reina, pargo rojo y pargo blanco, robalo, roncadador, lisa común, pámpano y jurel. Además de la actividad extractiva, el pescador guía brinda explicaciones sobre las temporadas de pesca, tallas mínimas, usos culinarios de cada especie y normas de conservación vigentes.

Esta experiencia no solo ofrece un atractivo recreativo, sino que también fomenta el intercambio cultural, la educación ambiental y la valorización del conocimiento local, al tiempo que genera ingresos directos para las familias pescadoras. De esta manera, el tour contribuye al fortalecimiento de la identidad comunitaria y a la diversificación de la oferta turística sostenible de la Isla de Chira.

1.3 Tour gastronómico y culinario local

El tour gastronómico y culinario local es una experiencia diseñada para resaltar la identidad cultural de la Isla de Chira a través de su gastronomía tradicional, basada en el uso de productos frescos y locales. La actividad se centra en la preparación y degustación de platillos típicos elaborados con pescados, mariscos y ostras, permitiendo al visitante conocer los saberes culinarios transmitidos de generación en generación.

En algunos casos, el turista puede participar activamente en la captura o recolección del producto, así como en talleres de cocina tradicional, donde aprende técnicas de preparación, conservación y presentación de los alimentos. Esta interacción directa fortalece el turismo gastronómico como un elemento diferenciador del destino y promueve una experiencia auténtica y participativa.

La experiencia se complementa con la visita a proyectos comunitarios de cultivo de ostras y mejillones, en los cuales el visitante observa el proceso productivo, participa en la recolección del molusco y degusta el producto de forma fresca, orgánica y natural, directamente en el lugar. De esta manera, el tour integra gastronomía, sostenibilidad y educación, aportando valor agregado a la oferta turística de la Isla de Chira y generando beneficios directos para la comunidad local.

1.4 Caminatas guiadas y miradores naturales

Las caminatas guiadas y visitas a miradores naturales consisten en recorridos de baja y media dificultad por senderos comunitarios de la Isla de Chira, diseñados para la observación del paisaje, la flora y la fauna característica del entorno. Este producto turístico está orientado principalmente a adultos mayores, familias y visitantes interesados en el turismo de bienestar y de naturaleza, ya que permite disfrutar del entorno de manera tranquila y segura.

La Isla de Chira cuenta con un bosque tropical seco secundario, ecosistema que alberga una importante diversidad vegetal. Durante el recorrido, el visitante puede observar especies arbóreas representativas como el roble sabana, cortés, guácimo, gallinazo, poróporó, papaturro, guanacaste, corteza negra y cortés amarillo. Esta última especie adquiere especial relevancia durante la época lluviosa, cuando florece de forma casi simultánea en distintos puntos de la isla, generando un espectáculo natural que tiñe el paisaje de tonalidades amarillas, ofreciendo una experiencia visual única.

Asimismo, las caminatas permiten la observación de aves propias del bosque tropical seco y de zonas costeras, entre las que destacan la urraca, toledo y diversas especies de gaviñanes, entre otras aves características de la región. A lo largo del recorrido, los guías comunitarios brindan información sobre la importancia ecológica del bosque, su adaptación al clima y su relación con las actividades tradicionales de la isla.

Este producto integra recreación, educación ambiental y contacto con la naturaleza, contribuyendo a la valorización del patrimonio natural de la Isla de Chira y al fortalecimiento de una oferta turística sostenible y accesible.

1.5 Actividades educativas y culturales

Las actividades educativas y culturales comprenden una serie de experiencias formativas orientadas al aprendizaje, la sensibilización ambiental y el intercambio cultural, desarrolladas a partir de proyectos comunitarios de la Isla de Chira. Estas incluyen visitas guiadas a iniciativas como el cultivo de ostras y mejillones, la siembra y restauración de manglar, la producción orgánica, así como talleres de artesanía local y charlas sobre la historia, tradiciones y cultura de la isla.

Este producto turístico está dirigido principalmente a grupos académicos, organizaciones no gubernamentales y turismo educativo, interesados en conocer modelos de desarrollo sostenible, economía local y conservación ambiental. A lo largo de las actividades, los visitantes reciben información teórica y práctica por parte de actores comunitarios, lo que favorece el aprendizaje significativo y el reconocimiento del conocimiento local.

Asimismo, estas actividades incorporan programas de voluntariado, mediante los cuales los participantes pueden colaborar activamente en acciones de conservación, como la siembra de árboles de manglar, fomentando la conciencia ambiental y la comprensión de la importancia de proteger los ecosistemas costeros. De esta manera, el producto combina educación, participación comunitaria y sostenibilidad, fortaleciendo el vínculo entre el visitante y la realidad socioambiental de la Isla de Chira.

2.2 Precio

La política de precios se fundamenta en la estrategia de precios diferenciados, la cual permite adaptar las tarifas según el tipo de visitante, la duración de la experiencia y el tamaño del grupo, garantizando accesibilidad y equidad.

Estrategia de precios diferenciados

- Precios por paquetes de un día: tarifas reducidas para grupos, estudiantes y turismo nacional.
- Paquetes de fin de semana: precios integrados que incluyen hospedaje, alimentación y actividades.
- Tarifas especiales: para adultos mayores, grupos académicos, ONG y turismo educativo.
- Precio premium moderado: aplicado al turismo internacional, manteniendo coherencia con el valor experiencial.

Esta estrategia reconoce los costos adicionales de acceso marítimo y evita precios excluyentes, fomentando la visitación recurrente y el turismo interno.

2.3 Plaza

La distribución del producto turístico de la Isla de Chira se realizará mediante un canal de distribución corto, que prioriza el contacto directo entre el visitante y los prestadores de servicios, complementado con alianzas estratégicas.

Tipo de canal de distribución propuesto

Canal corto y mixto, compuesto por:

- **Venta directa:**
 - Contacto vía WhatsApp
 - Redes sociales oficiales
 - Reservas directas con posadas y tours comunitarios
- **Canales aliados:**
 - Universidades y colegios (visitas académicas)
 - ONG y organizaciones de conservación

- Agencias de viajes locales, nacionales o internacionales interesadas en turismo rural comunitario

Este modelo permite que el producto esté disponible **antes de que el turista viaje**, reduce intermediarios, fortalece la autogestión comunitaria y asegura mayor control sobre la experiencia.

2.4 Promoción

Acción 1. Gestión integral de redes sociales y publicidad digital

Esta acción consiste en la gestión planificada y continua de las plataformas digitales Facebook, Instagram y TikTok, combinando la generación de contenido orgánico con el apoyo institucional de entidades como el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y organizaciones no gubernamentales vinculadas al desarrollo turístico de la Isla de Chira. La estrategia contempla la elaboración de publicaciones segmentadas según los distintos públicos meta, incluyendo jóvenes, familias, adultos mayores, grupos académicos y turismo internacional, mediante el uso de historias, reels y campañas informativas.

Asimismo, se incorpora como referencia la iniciativa “Vamos a Chira”, orientada a fortalecer la promoción a nivel nacional y a posicionar la isla como un destino de turismo rural comunitario. De manera complementaria, se implementará la colaboración con creadores de contenido e influencers, preferiblemente bajo esquemas de intercambio no monetario, quienes difundirán la experiencia turística de la Isla de Chira a través de sus plataformas digitales, ampliando el alcance y la visibilidad del destino de forma auténtica y estratégica.

Acción 2. Producción de contenido audiovisual comunitario

Esta acción contempla la producción sistemática de contenido audiovisual, incluyendo videos cortos, material fotográfico y testimonios reales, orientados a mostrar de

manera auténtica las experiencias turísticas, la gastronomía local y la vida cotidiana de la Isla de Chira. El objetivo es transmitir la identidad cultural del destino y generar cercanía con los distintos públicos meta.

El contenido será desarrollado por actores comunitarios previamente capacitados en fotografía, video y narrativa digital, lo que permite fortalecer las capacidades locales y garantizar la continuidad de la estrategia promocional. Asimismo, esta acción favorece la generación de material genuino y actualizado, alineado con las tendencias actuales de consumo de contenido digital y con los principios del turismo rural comunitario.

Acción 3. Uso de influencers y creadores de contenido

Invitación estratégica a influencers nacionales enfocados en turismo sostenible, naturaleza y cultura, para generar contenido auténtico y ampliar el alcance digital del destino.

Acción 4. Material informativo digital e impreso

Diseñar, producir y distribuir folletos digitales con código QR y material impreso básico en muelles, terminales y puntos estratégicos de acceso a la Isla de Chira, que brinden información clara y actualizada sobre cómo llegar, qué actividades realizar y dónde hospedarse, facilitando la orientación del visitante y apoyando la toma de decisiones antes y durante el viaje.

Acción 5. Alianzas estratégicas e institucionales

Establecer y fortalecer alianzas estratégicas e institucionales con universidades, municipalidades, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y organizaciones no gubernamentales vinculadas al turismo, la educación y la conservación ambiental, con el fin de desarrollar acciones de promoción conjunta del destino. Estas alianzas permitirán la organización de visitas académicas, giras educativas, ferias turísticas, eventos culturales y

ambientales, así como la participación de la Isla de Chira en espacios de difusión a nivel local y nacional.

Asimismo, se promoverá la divulgación del producto turístico de la Isla de Chira a través de plataformas oficiales, redes institucionales y canales de comunicación aliados, lo que contribuirá a ampliar el alcance del destino y a fortalecer su posicionamiento como un referente de turismo rural comunitario y sostenible. Esta acción facilita el acceso a nuevos mercados, genera mayor credibilidad institucional y favorece la consolidación de una red de apoyo que impulse el desarrollo turístico de la isla de manera articulada y sostenible.

3. Presupuesto estimado

Acción	Descripción detallada	Costo estimado (USD)
Capacitación comunitaria	Talleres en redes sociales, fotografía turística, atención al cliente y promoción digital	1.200
Producción de contenido	Equipo básico, sesiones fotográficas y grabación de videos comunitarios	800
Material digital e impreso	Diseño gráfico, impresión básica y códigos QR informativos	450
Promoción institucional e influencers	Apoyo logístico, visitas de creadores de contenido y alianzas promocionales	1.000
Total estimado		3.450

4. Conclusiones

El estudio de marketing mix demuestra que la Isla de Chira posee un alto potencial para consolidarse como un destino de turismo rural comunitario, siempre que se implementen estrategias coherentes y adaptadas a su realidad socioeconómica.

El desarrollo detallado del producto turístico permite estructurar una oferta clara, auténtica y diferenciada, capaz de responder a diversos perfiles de visitantes. La estrategia de precios diferenciados favorece la accesibilidad, la equidad y la sostenibilidad económica del destino.

Asimismo, la definición de un canal de distribución corto fortalece la autogestión comunitaria y garantiza que el producto esté disponible antes del viaje, elemento clave en la toma de decisiones del turista. En cuanto a la promoción, la combinación de redes sociales, contenido audiovisual, influencers y alianzas institucionales permite ampliar la visibilidad del destino sin perder su identidad.

Finalmente, el presupuesto propuesto resulta viable y realista, ya que prioriza la capacitación local y el apoyo institucional, asegurando la continuidad del proyecto y su impacto positivo en la comunidad.