

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

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

**ANÁLISIS DEL POTENCIAL DEL TURISMO DE
BIENESTAR EN LA REGIÓN DEL PACÍFICO SUR,
COSTA RICA, 2018.**

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

SUSTENTANTE:

GRACIELA MARIA EDELMAN VINDEL

TUTOR:

Msc. MARCO CHEVÉZ CHEVÉZ

SAN JOSÉ, AGOSTO, 2018

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la oportunidad para alcanzar la meta de mis estudios universitarios.

A mis padres y hermanos por el apoyo incondicional y por brindarme aportes invaluableles que me servirán para toda la vida.

A mis profesores por todas sus enseñanzas las que siempre tomaré en cuenta y en especial a las empresas que me brindaron toda la información necesaria para hacer posible este proyecto.

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos quienes en todo momento estuvieron conmigo orientándome para hacer posible la culminación de esta tesis.

Igualmente, a mis compañeros y amigos, quienes compartieron su conocimiento y me ayudaron de alguna u otra forma en el transcurso de mi carrera universitaria.

CONTENIDO

| | |
|--|----|
| Declaración Jurada | 1 |
| Carta de Aprobación del Tutor | 2 |
| AGRADECIMIENTOS | 3 |
| DEDICATORIA | 4 |
| CONTENIDO | 5 |
| RESUMEN EJECUTIVO | 10 |
| CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN..... | 12 |
| Planteamiento del Problema de Investigación..... | 12 |
| Objetivos de la Investigación | 13 |
| Objetivo general | 13 |
| Objetivos específicos..... | 13 |
| Justificación de la Investigación..... | 14 |
| Antecedentes de la Investigación | 15 |
| Proyecciones de la Investigación..... | 19 |
| CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL..... | 21 |
| Turismo..... | 21 |
| Tipos de turismo : Clasificación, según motivaciones | 21 |
| Salud | 23 |
| Turismo de Salud..... | 23 |
| Wellness | 24 |
| Oferta Turística..... | 25 |
| Demanda Turística..... | 26 |
| Planta Turística..... | 26 |
| Gasto Turístico | 26 |
| Recursos Naturales | 27 |
| Capacitación | 27 |
| Lejania | 27 |
| Burnout | 28 |
| Estacionalidad..... | 28 |
| Inclusivo | 29 |
| Encadenamiento Turístico | 29 |
| Global Wellness Institute | 29 |

| | |
|---|-----------|
| Tipos de alojamientos para el turismo de bienestar..... | 29 |
| El turismo de bienestar alrededor del mundo | 31 |
| Tipo de turista de bienestar..... | 36 |
| Actividades relacionadas al turismo de bienestar..... | 38 |
| Spa..... | 38 |
| Tratamientos de Belleza | 40 |
| Yoga | 41 |
| Alimentación saludable | 42 |
| Actividades de naturaleza..... | 43 |
| Retiros espirituales | 43 |
| Talasoterapia..... | 44 |
| Servicios complementarios..... | 45 |
| Evolución del turismo en Costa Rica | 48 |
| Turismo como sector económico de Costa Rica | 50 |
| Modelo de desarrollo turístico en Costa Rica..... | 52 |
| Turismo Sostenible..... | 52 |
| Costa Rica destino sostenible | 53 |
| Turismo de bienestar en Costa Rica | 55 |
| Generalidades de la región del Pacífico Sur..... | 59 |
| Geografía del Pacífico Sur..... | 59 |
| Oferta productiva en la región Pacífico Sur | 60 |
| Proceso del desarrollo turístico en el Pacífico Sur | 61 |
| Turismo de bienestar en el Pacífico Sur | 63 |
| CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO | 65 |
| Enfoque de la Investigación | 65 |
| Método de la Investigación..... | 66 |
| Fuentes de información de la Investigación | 67 |
| Muestra | 67 |
| Fuentes de Información | 72 |
| Fuentes primarias..... | 72 |
| Fuentes secundarias..... | 72 |
| Unidades de Análisis de la Investigación | 73 |
| Actividades | 73 |
| Ventajas Competitivas..... | 73 |
| Instrumentos | 74 |

| | |
|---|------------|
| Cuestionario..... | 74 |
| Entrevista..... | 75 |
| Proceso para la Recolección y Análisis de Datos..... | 76 |
| CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS | 77 |
| Unidad de análisis 1: Actividades | 79 |
| Categoría 1. Yoga..... | 80 |
| Categoría 2. Spa..... | 82 |
| Categoría 3. Contacto con la naturaleza | 84 |
| Categoría 4. Alimentación saludable..... | 86 |
| Categoría 5. Espiritualidad | 87 |
| Categoría 6. Fitness | 89 |
| Unidad de análisis 2: Ventajas competitivas | 90 |
| Categoría 1. Recursos Naturales..... | 90 |
| Categoría 2. Lugar conservado..... | 93 |
| Categoría 3. Sostenibilidad..... | 94 |
| Categoría 4. Personal capacitado..... | 96 |
| Categoría 5. Lejanía..... | 98 |
| Categoría 6. Oferta turística variada..... | 99 |
| Unidad de análisis 3: Factores | 101 |
| Categoría 1. Estrés..... | 101 |
| Categoría 2. Beneficios socioeconómicos | 103 |
| Categoría 3. Estilos de vida saludables | 106 |
| Categoría 4. No hay estacionalidad | 107 |
| Categoría 5. Inclusivo..... | 108 |
| Categoría 6. Encadenamiento productivo..... | 109 |
| Interpretación de los Datos | 111 |
| CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 123 |
| Conclusiones de la Investigación | 123 |
| Recomendaciones | 125 |
| Anexos..... | 128 |
| Bibliografía..... | 132 |

TABLAS

| | |
|---|----|
| Cuadro # 1 : Cantidad de viajes y gasto por turismo de bienestar en regiones del mundo del año 2012 al 2013..... | 32 |
| Cuadro # 2: Clasificación de los principales países en la industria del bienestar en el 2015 | 33 |
| Cuadro# 3: Los diez principales mercados de turismo de bienestar más importantes de América Latina y el Caribe, 2013..... | 34 |
| Cuadro 4: Los diez principales mercados de la industria del spa en América Latina y el Caribe en el 2013 | 40 |
| Cuadro 5: Tendencias saludables del segmento del turismo de bienestar | 46 |
| Cuadro 6: Ingresos por turismo versus otras fuentes de ingreso de divisas para Costa Rica, 2008-2017 | 51 |
| Cuadro 7: Población Costarricense ocupada por actividades asociadas con el sector turístico Promedio anual 2013 - 2017..... | 52 |
| Cuadro # 8: Estimación del porcentaje de turistas que realizaron los siguientes grupos de actividades para el período en los años 2015 al 2017..... | 57 |
| Cuadro 9: División Turística de la Unidad de Planeamiento Pacífico Sur..... | 59 |
| Cuadro 10 : Total de empresas y empleo por cantón de la región del Pacífico Sur , 2011 | 61 |
| Cuadro 11: Muestra de la población en estudio, 2018 | 69 |
| Cuadro 12: Unidades y Categorías de Análisis | 78 |

GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico 1: Comparación de los servicios complementarios del turismo de bienestar durante el 2012 al 2014 | 45 |
| Gráfico # 2: Llegadas internacionales a Costa Rica vía aérea desde los años 2007 al 2017 | 49 |
| Gráfico 3: Cantidad de turistas según motivo de Salud y Atención Médica en Costa Rica 2012-2016 | 56 |
| Gráfico 4: Vía Aérea Estimación del porcentaje de turistas que realizaron las siguientes actividades Período 2013-2017 | 58 |
| Gráfico # 5: Total de empresas de alojamiento y servicios de comida por cantón del Pacífico Sur durante el 2011..... | 62 |
| Gráfico 6: Porcentaje de actividades del turismo de bienestar de la región del Pacífico Sur de Costa Rica durante el año 2018..... | 115 |
| Gráfico 7: Principales ventajas competitivas que tiene la región turística del Pacífico Sur de Costa Rica en el área del turismo de bienestar en el año 2018 | 119 |
| Gráfico 8: Factores de crecimiento en la práctica del turismo de bienestar en la región del Pacífico Sur de Costa Rica, en el año 2018 | 122 |

ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| Ilustración 1: Componentes del Turismo de Salud..... | 24 |
| Ilustración 2 : Principales motivaciones entorno a turista de bienestar, 2015..... | 38 |

ANEXOS

| | |
|---|-----|
| Anexo 1 : Principales países en el crecimiento de entradas internacionales y nacionales en viajes de bienestar durante los años 2012 -2017..... | 128 |
| Anexo 2: Segmentos del turismo de bienestar..... | 128 |
| Anexo 3: Total de empresas y empleo por rama de actividad económica | 129 |
| Anexo 4:Cuestionario dirigido a instituciones privadas y públicas | 129 |
| Anexo 5:Cuestionario dirigido a gerentes y funcionarios de hoteles con actividades de bienestar..... | 130 |

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo representa uno de los principales generadores de ingresos económicos para Costa Rica. Cada año llegan al país millones de visitantes y esto se mantiene en un crecimiento constante. Principalmente, la mayoría de los turistas vacacionan en zonas de playa. Características como el clima, la variedad de ecosistemas y el patrimonio cultural del país, han hecho que estas zonas tengan un gran desarrollo en distintos tipos de turismo. De igual manera, junto a este crecimiento se ha ido desplegando modalidades turísticas como la del bienestar.

El turismo de salud nace desde las prácticas antiguas ayurvédicas, cuya función es mantener la salud integral a través de una curación natural. En la actualidad esta rama se divide en dos tipos el médico y de bienestar. El primero, es la visita de turistas con motivo de realizarse procedimientos quirúrgicos. Mientras que el turismo de bienestar, basa sus actividades de ocio a mejorar las condiciones físicas, mentales y espirituales de la persona. Esta modalidad ha tenido un gran apogeo en los últimos años, ya que los turistas están más involucrados en estilos de vida saludables Hoy en día las enfermedades cada vez van en incremento afectando diariamente la salud, esto se ha convertido en un factor para que esta forma de turismo crezca.

En la presente investigación se analiza el potencial del turismo de bienestar en la región del Pacífico Sur de Costa Rica, con el propósito de conocer el desarrollo en sus servicios y si tiene las condiciones necesarias para su crecimiento. Para lograr lo anterior, se realiza una búsqueda de información que permita conocer las principales actividades de bienestar, las ventajas competitivas y los factores que han motivado a empresarios para desarrollar este turismo en la zona.

Durante el proceso se encontró que, Costa Rica es un destino privilegiado para la práctica del turismo de salud, su posición geográfica e infraestructura ha generado que, a través de los años la categoría del turismo médico se beneficie con el ingreso de turistas; debido a los precios accesibles y servicios de calidad en el país. Asimismo, la rama del bienestar se ha posicionado fuertemente como motivo de viaje de las personas, esta se enfoca en la relajación y el descanso, para el alivio de malestares; este es un modo de vida

en la actualidad. Esta representa un 36,4% de turistas que realizaron actividades de bienestar en el año 2017 en Costa Rica.

El apoyo de parte del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), se ha extendido por distintas zonas pilotos alrededor del país, seleccionadas para incrementar la práctica del bienestar. La región del Pacífico Sur es una de estas, dicha zona cuenta con características particulares para el desarrollo de esta modalidad. Se encontró que este sector posee una oferta de actividades que potencian este turismo, igualmente ventajas competitivas y factores que hacen propicio el crecimiento del bienestar.

Sin embargo, en el desarrollo de la investigación se evidenció la falta de conocimiento de esta modalidad. También, la poca documentación en estadísticas que permitiera observar el comportamiento de esta actividad en los últimos años. A pesar de ello, gracias a las entrevistas realizadas se recolectó información cualitativa que sustenta el potencial del turismo de bienestar esa región.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Planteamiento del Problema de Investigación

En la actualidad, las personas anhelan vivir tranquilamente; estas desean relajarse cada vez que se toman vacaciones. Sin embargo, se vive en un mundo de constantes cambios con un ritmo de vida acelerado; esto desencadena enfermedades y debilita el ánimo. La práctica del turismo es fundamental para el crecimiento de los seres humanos, por ejemplo, cuando alguien viaja dentro o fuera de un país se beneficia con el bienestar integral del cuerpo y mente.

Como lo menciona el Global Wellness Institute (2015), los patrones de gasto del turista de bienestar son más alto que el del convencional. Debido a la concepción de que este gasta más en tratamientos o actividades de bienestar, el mercado se ha segmentado a uno con alta capacidad económica. Por lo que el principal prejuicio de los viajeros habituales son los altos costos de este tipo de actividades y esto puede afectar a esas nuevas generaciones como los “*millenials*” que cuidan su economía. Esto crea que se divida el mercado y la promoción no se dirija a ciertos nichos como la población joven o de bajo recursos económicos.

Según Artavia (2014), ex Rector de Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE), la innovación es clave para poder ofrecerle mayor valor agregado a los turistas, gracias a la fortaleza de encadenamientos con empresas de todas las escalas. El problema radica en el poco desarrollo de productos diferenciados y su ajuste a las necesidades y economías de las nuevas generaciones. Algunos turistas nacionales viajan a otros destinos internacionales antes de disfrutar la oferta de Costa Rica, estos consideran más barato y diverso entretenimiento en otros lugares.

La región del Pacífico Sur posee mucha riqueza natural que se podría aprovechar con el turismo de bienestar. Al trabajar en una mejor inserción entre los habitantes este sector se organizará y desarrollará mejor. También para que la productividad turística de las comunidades de esta área crezca y no se quede rezagada. Además, se tiene que contemplar que cada día otros países cercanos sacan nuevas ofertas de turismo de bienestar, por lo que se debe lograr brindar actividades diferenciadas para aumentar la competitividad en la industria (Mok, 2014).

La gran cantidad de recursos naturales y de biodiversidad en esta región, está siendo explotados de forma sesgada, esto genera una temporalidad en el uso del atractivo turístico que desbalancea el ingreso económico del lugar. Por lo tanto, debilita los intereses de mayor inversión de la zona (Mok, 2014). Esta investigación busca realizar una integración del turismo de bienestar a la oferta turística que brinda el Pacífico Sur de Costa Rica. Por ende, analizar la magnitud que tiene este rubro, por medio de los expertos en turismo de bienestar de esta zona, es de gran importancia para la industria turística.

Como lo comenta Alejandro Castro, Director de Mercadeo del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), (2017) hoy en día la globalización permite cambios rápidos en la sociedad y en nuestro estilo de vida. Pese a todo, el turismo de bienestar implica un gran desafío para la industria turística ya que insta a competir con normas internacionales sin dejar atrás los elementos únicos del producto costarricense. Debido a esto pueden existir repercusiones o grandes beneficios en las regiones turísticas de Costa Rica. Como consecuencia a lo planteado anteriormente, surge la siguiente pregunta ¿Cuál es el potencial del turismo de bienestar en la región Pacífico Sur de Costa Rica?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

- Analizar el potencial del turismo de bienestar en la región del Pacífico Sur de Costa Rica.

Objetivos específicos

- Identificar las actividades del turismo de bienestar de la región del Pacífico Sur de Costa Rica.
- Analizar las principales ventajas competitivas que tiene la región del Pacífico Sur de Costa Rica en el área del turismo de bienestar.
- Determinar los factores de crecimiento en la práctica del turismo de bienestar en la región del Pacífico Sur de Costa Rica.

Justificación de la Investigación

El turismo tiene la particularidad de ser una actividad de ocio en constante renovación que se adapta a nuevas condiciones para la satisfacción de los viajeros. Las nuevas tecnologías y complementos en los viajes han permitido que esta evolución se expanda de una manera más rápida, llegando al instante a la mano del cliente y del productor. La modalidad del bienestar es un claro ejemplo de cómo los nuevos tiempos influyen en estas actividades. Adicionalmente, los estilos de vida saludable se están imponiendo dentro de las prácticas de viaje. Como menciona la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2005), debido a la epidemia del estrés laboral, los viajeros están buscando nuevas formas de relajación y salud.

El turismo de bienestar en Costa Rica puede llegar a representar una fuente importante de riqueza, la cual se debe explotar con medida para aprovechar al máximo los beneficios que esta actividad puede dejar al país. El Pacífico Sur es un destino que cuenta con características ideales para que el turismo de bienestar se practique y se desarrolle. Debido a que la diversidad natural que tiene esta zona es inmensa, la extraordinaria belleza escénica con playas, montañas y el increíble bosque tropical lluvioso. En esta región, se fomenta el valor científico, la educación ambiental y se concentran la mayor cantidad de zonas protegidas y reservas indígenas de Costa Rica (Alvarado N. P., 2012). Por estas razones en esta investigación se busca analizar las diversas actividades que crean esa sinergia con el fin de identificar el potencial que esta industria posee.

Según, el *Global Wellness Tourism Economy* (2017), el turismo de bienestar es un rubro que dejó \$563,000 millones a finales del 2016 y a nivel mundial se estima que el turista que practica esta modalidad gasta un 130 % más que el turista habitual. Este se posiciona cada vez más como uno de los principales generadores de divisas en la economía nacional. Asimismo, un estudio del *Center for Science, Technology & Economic Development*, presentado en el Congreso Global de Turismo de Bienestar en Nueva Delhi, (2013) revela que esta modalidad es practicada en ambientes sostenibles, donde la naturaleza, las comunidades y la economía salgan favorecidas. Por lo cual, el propósito de esta investigación es llegar a conocer si la región del Pacífico Sur de Costa Rica tiene potencial para el desarrollo de esta práctica.

De acuerdo con Sancho (2011), el propio crecimiento del turismo es un fenómeno de mucha complejidad; por sus impactos económicos y sociales, incluso ambientales. En la actualidad, este se puede llegar a considerar como un factor posible de cambios estructurales y de transformación de un país o región. Por consiguiente, este se vuelve una de las principales actividades de consumo, fuente productora de empleo y motor de la economía para una región. Por lo tanto, es de mucho interés saber todas las consecuencias que genera el turismo de bienestar y cuáles son las ventajas competitivas que hacen que este se desarrolle. También, es de interés saber si los efectos de las razones mencionadas anteriormente generan una reacción en la región del Pacífico Sur de Costa Rica.

En efecto, conociendo los estudios mencionados anteriormente, esta tipología de turismo se puede convertir en un beneficio para la economía; especialmente a nivel social para las comunidades receptoras. También, será de gran apoyo contar con la estrategia de parte del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) llamada “*Wellness Pura Vida*”, que dará un gran soporte a esta investigación. Esta investigación se realiza con el fin, de analizar el potencial que tiene esta modalidad y sus beneficios en la zona.

Antecedentes de la Investigación

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT) (2007), establece que la actividad turística es un fenómeno social, cultural y económico, relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, por motivos personales o de negocios profesionales. A nivel mundial el turismo de bienestar representa uno de los productos turísticos con mayor apogeo y de muy alto potencial para el país. Este viene a posicionarse, como la cura preventiva contra el estrés laboral, considerado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como una epidemia global y según el Foro Económico Mundial (FEM) una de las enfermedades crónicas con mayor costo en la atención médica (Aragones & Navas, 2011).

La antigua práctica ayurvédica, que forma parte del sistema médico tradicional de la India, fue el pilar de lo que hoy en día se conoce como Turismo de Salud, el cual tuvo su comienzo en el año 5000 a.C. Muchas técnicas de esta práctica son consideradas como las primeras formas de sanación en el mundo. Posteriormente, el conocimiento de este

método se expandió fuera de la India e influyó en el antiguo sistema chino de medicina, lo que provocó que este se fuera expandiendo por el mundo (Halpern, 2016).

Otra ancestral práctica es el uso de aguas curativas que comenzó en el año 1700 a.C., cuando los griegos y los romanos la utilizaban para baños medicinales; al concentrarse en la limpieza como cuidado físico del cuerpo, descubren los beneficios para la salud, con los distintos tipos de tratamiento que se podían hacer a base de agua. Las prácticas existentes con el uso de aguas y tratamientos naturales, con fines medicinales, fueron creciendo hacia la búsqueda del bienestar de las personas (Cibeira, 2014). De esta manera, se observan las primeras actividades de bienestar en el mundo, para lo que hoy en día se conoce como balnearios de aguas termales.

Dentro de las ramas de la salud, la medicina convencional brinda un concepto curativo y preventivo que se enfoca en la salud meramente física. Mientras que una de las mayores diferencias entre el turismo de bienestar es que, este da un enfoque integral, es decir de mente, cuerpo y espíritu en sus actividades y busca mejorar la calidad de vida en un sentido más extenso. (De la Puente, 2015)

Conforme a Bermúdez (2015), en su tesis: *“Análisis de impactos generados por el turismo de bienestar a nivel sociocultural caso, Riviera Nayarit, México”*, se planteó como objetivo principal analizar los impactos positivos y negativos a nivel sociocultural que genera este tipo de turismo en ese destino. Se destaca que, en México, más de \$60 millones son generados por este rubro. Se ha evidenciado que en esta zona se lleva a cabo una gran variedad de actividades con esta modalidad. Las más relevantes son los spas con sus centros especializados, debido a la variedad y al excelente servicio brindado; esto, genera satisfacción en los clientes y propicia el deseo de volver al destino en busca de relajación y descanso.

Según Almarza, Arancibia y Miranda (2009), en su trabajo de grado de la Universidad Austral de Chile, titulado: *“Desarrollo de clúster Wellness en el destino Siete Lagos Panguipulli”*. Como objetivo principal tienen analizar el potencial y proponer estrategias para consolidar la oferta de Termas y Spa, ampliando hacia la concepción del turismo Wellness en destino Siete Lagos. Los autores concluyeron que el área de estudio presenta atractivos turísticos de gran importancia para el desarrollo de productos y servicios de bienestar y spa. Sin embargo, esta posee una infraestructura que, si bien

permitiría la creación de un clúster, necesitaría de una mayor dotación de equipos y reparación de la que actualmente presenta el destino.

También, se presenta como evidencia la investigación por Naji (2016), de la Universidad de la Laguna de España, en su tesis: *“Estudio de la situación actual y potencial del turismo de salud en Canarias”*. La autora resalta su objetivo principal de analizar el desarrollo en los últimos años en esta modalidad a nivel nacional e internacional, así como evaluar la capacidad de Canarias para ser un destino turístico de bienestar. Con respecto a su conclusión, señala que el turismo de salud y sus derivaciones son un mercado con un gran potencial para la economía mundial. Muchos países han aprovechado las oportunidades de negocio que ofrece el sector, dado el enorme valor añadido de los servicios que conlleva y su capacidad de incrementar los ingresos del destino.

Taylor (2014), en su tesis titulada: *“El estudio de la segmentación de mercado basado en el atributo del bienestar”* del Polytechnic Institute and State University of Virginia, el cual menciona como objetivo principal desarrollar indicadores de bienestar, únicos para el enfoque del estudio que permitan identificar los segmentos existentes. Es importante que la promoción de los destinos de salud y bienestar, se basen en la investigación de los segmentos actuales. Además, las organizaciones que se dediquen a este mercado, pueden incorporar, a sus promociones y ofertas, elementos enfocados en la vida sana para atraer a más viajeros.

Voigt (2010), de la University of South Australia, en su investigación: *“Understanding Wellness Tourism, an analysis of benefits sought, health-promoting behaviours and positive psychological well-being”*, como objetivo principal, la autora busca comprender cómo los turistas relacionan sus experiencias de turismo de bienestar con su vida personal. El factor central para practicar esta modalidad es la transformación del ser; esto conecta todos los beneficios que buscan los viajeros de bienestar. Entre estos beneficios se encuentran: el escape del estilo de vida rutinaria, la paz y tranquilidad, mantenimiento del cuerpo, control de peso, dieta y el progreso espiritual.

Salas (2009), de la Universidad Internacional de las Américas, San José indica en su tesis: *“Estudio del Turismo de Salud como herramienta de la diversificación de los servicios de hospedaje en la ciudad de San José, Costa Rica”*, que el objetivo general, es identificar los beneficios y opciones de hospedaje que ofrece la actividad hotelera en la

ciudad de San José, para el mercado de salud. Concluye que el país cuenta con el clima y el medio favorable, para tratar de combinar el placer de otros tipos de turismo, con actividades positivas para la salud. Por ende, fomentando el desarrollo de este segmento, el país es capaz de ofrecer excelentes tratamientos médicos y programas para el bienestar, que brinden una mejor calidad de vida.

Según Ulate (2012), Universidad de Costa Rica, en su proyecto final de tesis: *“Centros históricos del turismo: Puntarenas y Limón”*, se refiere a lo importante de profundizar en el estudio del desarrollo de los viajes en los centros históricos de Puntarenas y Limón, para beneficio a los actores locales en materia de desarrollo de un turismo más equilibrado en lo social y ambiental. Los habitantes de estas zonas piensan que el turismo sí ha impactado la vida del lugar y estos lo califican como bueno, muy bueno o tiene una valoración neutral.

Cabe mencionar la investigación realizada por Fariñas (2016), del Instituto Centroamericano de Administración Pública (ICAP), en su tesis: *“Análisis de factibilidad para implementar servicios médicos a turistas en el denominado Turismo de Salud y bienestar como propuesta de rentabilidad y sustentabilidad para Caja Costarricense de Seguro Social”*. El autor señala la factibilidad para implementar servicios médicos a turistas de bienestar como un método sostenible para el seguro social de este país. La oferta de servicios mediante el concepto de turismo de salud y bienestar, es amplia a nivel privado. Asimismo, el sector público posee una amplia variedad de servicios de salud que pueden ser ofertados bajo esta modalidad.

Este informe también menciona que la atención médica preventiva, debe de ser propuesta por el sector público como desarrollo sostenible en turismo de salud y no solamente por el sector privado. Costa Rica, además de la calidad profesional, es un destino atractivo en cuanto a turismo sustentable. Es por esa razón, que resulta interesante rescatar, que, de acuerdo con el Decreto Ejecutivo número 37392- TUR-MEIC-S-COMEX; publicado en el Diario Oficial La Gaceta número 228 del 26 de noviembre del 2012, se establece en el artículo # 1, la declaratoria de Interés Público del Turismo Médico y Bienestar; en tanto promueva el desarrollo de una medicina de calidad, fortalezca la seguridad social y el bienestar nacional, así como la promoción de los encadenamientos productivos, sinergias entre las empresas nacionales y el incremento de la demanda de turismo.

Proyecciones de la Investigación

A nivel global, las personas están buscando maneras más sanas de vivir, debido al diario estrés que se genera hoy en día. El turismo de bienestar lleva consigo diferentes actividades que se encaminan por la relajación del cuerpo y la mente. Estas actividades son una de las respuestas que el turista utiliza para liberarse del diario ajetreo que le rodea. Con respecto al primer objetivo de esta investigación, se identificarán las actividades de bienestar que se practican en la región del Pacífico Sur de Costa Rica. Debido a la gran belleza escénica y naturaleza en abundancia del Pacífico Sur, las actividades de bienestar pueden llegar a representar un gran atractivo para poder potenciar esta área del turismo. Además, se pretende que, mediante la investigación de estas actividades, se le brinde al lector una perspectiva sobre cuánto ingreso pueden generar y el impacto que pueden crear a nivel social.

Como segundo objetivo se pretende descubrir las ventajas competitivas que se presentan en la región del Pacífico Sur y cómo estas podrían representar un cambio social y económico en el marco de esta modalidad en estudio. Las regiones del Pacífico Sur son proveedores de tradiciones, cultura y naturaleza y muchas se evidencian en las comunidades indígenas. Esto es un activo importante para el turismo porque los viajeros van en búsqueda de conocimiento y convivencia con todos estos arraigos culturales. La correcta planificación turística ayuda a guiar a la sociedad para saber por qué rubros crecer profesionalmente. Por ende, este objetivo procura brindar el conocimiento en esas ventajas competitivas que hacen que esta región prospere especialmente en esta área turística.

Los componentes principales para el desarrollo de una actividad turística son muy relevantes de estudiar, ya que se comprende a profundidad de donde nace una modalidad que va en auge como lo es el turismo de bienestar. Por ello, en el tercer objetivo en esta investigación se establecerán los factores del crecimiento de la práctica del turismo de bienestar en la región del Pacífico Sur de Costa Rica. Es decir, que al tener estudiados los principales factores que hacen que crezca esta práctica, es posible que la planta turística en el área de bienestar en esta región, busque generar estrategias para trabajar a favor de los turistas. Además, es un punto clave para que la oferta en esta zona aumente. De esta manera los inversionistas pueden adecuar sus productos a lo que los consumidores pidan y la demanda por esta tendencia crezca. Por otro lado, es posible que dichos factores que

se planean evaluar, estén afectando negativamente o estén generando un aumento en esta modalidad de estudio.

A medida que la población aumenta se vuelve un factor principal de cambio, se van produciendo más necesidades y creando una cadena de valores más diferenciada en los mercados. Indica Félix (2013), en su estudio: *“El crecimiento económico es bienestar en la sociedad”*; que otros factores como las políticas vigentes, la geografía y las instituciones nacionales, también juegan un papel importante en el crecimiento de los mercados. Estos beneficios económicos que se pueden evidenciar en otros países e incluso los de otros sectores como la Fortuna, en Costa Rica, se podrían tener como referencia para el sector del Pacífico Sur. Por otro lado, se podrían presentar efectos positivos de las empresas turísticas, que su operación, en la zona, permitan mejorar la calidad de vida de sus habitantes, al crear mejores oportunidades de negocios, mejorar la infraestructura local, incluso en innovación en productos turísticos, solo por mencionar algunos ejemplos.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

El turismo, en el mundo de hoy, es una gran fuerza socioeconómica. Esto se puede atribuir a la gran capacidad para crear beneficios monetarios y socioculturales a través de trabajos en los destinos turísticos. Los viajes y el ocio se consideran cada vez más necesarios para el bienestar emocional, la salud mental y física de cada persona. Mientras que en el pasado se vivía para trabajar, ahora se trabaja para poder vivir. Por ende nuestra calidad de vida no se define por nuestro trabajo, sino por nuestro bienestar integral. (Uysal, Perdue & Sirgy, 2012).

Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) (2018):

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes, que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes.”

De acuerdo con la definición de la Real Academia Española (RAE) (2018), turismo es:

“Actividad o hecho de viajar por placer.”

Por su parte, el autor Renato Quesada explica que turismo se entiende de distintas maneras, cada definición enfoca su atención en algún momento particular y el refleja su cultura o algún momento histórico que haya sucedido. Además, menciona que este no solo implica el viaje, si no que incluye el proceso de organización, promoción y prestación de servicios, tanto en el origen como en el destino (Quesada,2010).

Tipos de turismo : Clasificación, según motivaciones

Se le denomina tipos de turismo a la clasificación que se realiza a partir de las motivaciones que tienen los viajeros. Esta manera de categorizar a los turistas es un método para conocer sus gustos y expectativas de consumo. Al tener esta información se puede conocer con mayor certeza, lo que se le puede ofrecer a cada segmento de mercado.

Según los comportamientos y motivaciones de los turistas, se crean productos especializados para cada segmento de viajeros (Quesada, 2012).

Con respecto a los tipos de turismo estos se determinan según las actividades y particularidades de los consumidores. Por lo tanto, Quesada (2012), indica que se puedan ramificar de la siguiente manera:

- **Turismo cultural:** es cuando el turista decide disfrutar y conocer las manifestaciones culturales, artísticas y a su vez de la historia de un pueblo o país. Este tipo de turismo se puede segmentar, aún más, a partir de cada interés específico, siempre manteniendo el principal objetivo del viaje.
- **Turismo deportivo:** en esta modalidad entran los turistas que van como espectadores a eventos deportivos. También, aquellos que deciden practicar y aprender alguna actividad deportiva y los que tiene como prioridad participar en competencias.
- **Turismo de placer o de recreo:** en este incluyen una diversidad de opciones de recreación, ya que su motivo principal es el entretenimiento y distracción. De modo que entran los hoteles temáticos, casinos, cruceros, centros nocturnos y otras opciones lúdicas.
- **Turismo de salud:** quienes viajan por esta modalidad se caracterizan por ir a destinos especiales que tengan condiciones para un descanso pleno. A su vez buscan recuperarse de algún tratamiento quirúrgico o que mejore su salud en general. En este tipo de turismo entra el de bienestar, en el cual hay destinos que tienen balnearios, aguas termales, spas y naturaleza en abundancia.
- **Turismo de negocios:** son los viajes que tienen el principal propósito realizar gestiones o labores de la empresa. Además, en esta tipología entran las convenciones, ferias, exposiciones y congresos.
- **Turismo naturalista:** los turistas realizan actividades con el motivo de conocer, disfrutar o estudiar los recursos naturales de un destino y esta se puede dividir entre el turismo de naturaleza suave, fuerte y el ecoturismo.
- **Turismo sostenible:** este turismo se puede desenvolver en varias modalidades turísticas que son manejadas de forma amigable con el ambiente y que crean un bajo impacto en el entorno. Por mencionar algunos tipos que abarca esta, el turismo rural, sol y playa, naturaleza y agro ecoturismo.

- Existen otros subtipos de turismo aparte de los ya analizados, los de: aventura, alternativa y libertino, que diversifican más la oferta en los destinos.

Salud

La salud es un estado de absoluto bienestar físico, mental y social, además de la ausencia de enfermedades. También, tiene que ver con el medio ambiente que rodea a la persona, el estado fisiológico de equilibrio, la función del organismo y su alimentación, por último, la perspectiva social es decir relaciones interpersonales y hábitos (OMS, 2017).

Según el diccionario de Oxford (2018), salud es:

“Estado en que un ser u organismo vivo no tiene ninguna lesión ni padece ninguna enfermedad y ejerce con normalidad todas sus funciones.”

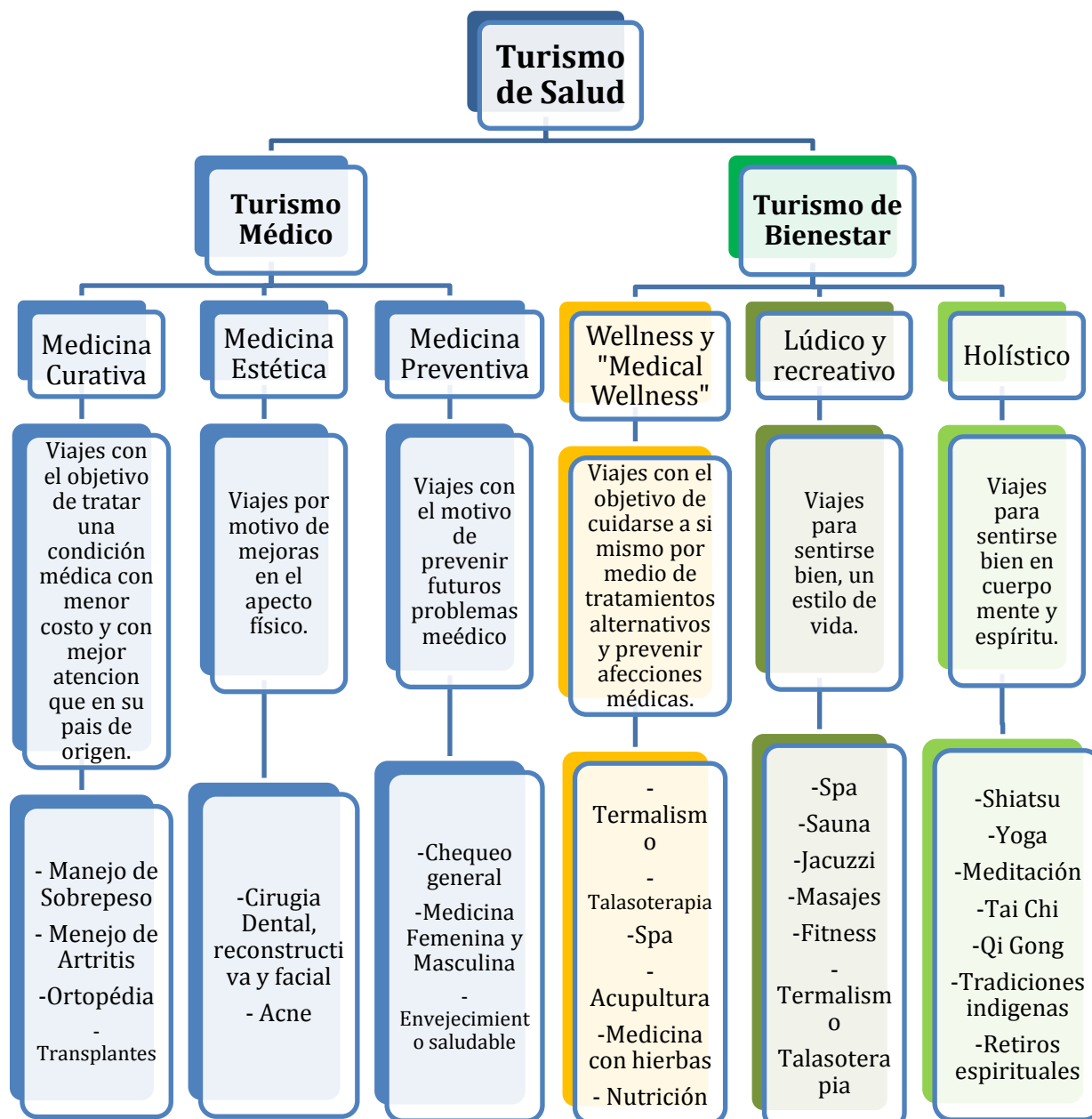
“También es el buen estado, marcha o funcionamiento de un ser vivo o de una colectividad.”

Turismo de Salud

El turismo de salud es un concepto que se enfoca en los viajes relacionados a recibir servicios médicos o de bienestar; estos son realizados por las personas que viaja al extranjero o fuera del lugar donde viven. Cabe mencionar que este se divide en dos ramas: el turismo médico y el de bienestar. El primero concierne al turista que sale con el objetivo de ser intervenido quirúrgicamente u obtener una atención médica. Mientras que el segundo va más afín a que el turista busca salud en centros turísticos como balnearios, spas, y otras actividades de bienestar.

Los turistas de salud buscan servicios que tienen que ver con la curación y prevención de enfermedades, la rehabilitación, el mantenimiento de la salud, la liberación del estrés y para salir de la rutina, entre otras motivaciones asociadas con la salud. Es decir, que estos son aquellos que hacen un viaje para realizarse una cirugía en un hospital o visitar un spa para liberarse del estrés diario. También, podrían ser quienes visitan un determinado lugar porque el clima y el ambiente son favorables para la salud (Aragones, Payares, & Navas, 2011).

Ilustración 1: Componentes del Turismo de Salud



Fuente: T&L, McKinsey, 2009.

Wellness

A finales de los años 50, el término wellness se popularizó debido a el Dr. Halbert L. Dunn, a quien llamaban el padre de este movimiento. Este lo definió en la revista *"Canadian Journal of Public Health"*, como una condición de cambio en la que el individuo asciende hacia un mayor potencial de funcionamiento en su vida. Existe una

diferencia entre la buena salud y el bienestar. La primera, es la ausencia de enfermedades y es objetiva, ya que es impuesta por las duras verdades de la medicina moderna. El segundo, es una actividad que comprende un estado en general de satisfacción de cuerpo, mente y espíritu; este es subjetivo, basado en la percepción y la singularidad del individuo, según su entorno (Jones & Bartlett, 2009).

Turismo de bienestar o en inglés, llamado “wellness tourism”, es aquel basado en el descanso como forma de ocio y entretenimiento que se acompaña de terapias y tratamientos enfocados a mejorar la salud física, mental y emocional; con el fin de obtener todos los beneficios proporcionado por dichas actividades. Según esta tendencia, las vacaciones ya no sólo son de aproximarse a nuevos sitios, culturas y tradiciones, sino que a su vez juegan un rol importante en la salud y calidad de vida de las personas; en esta modalidad ve una solución a una serie de afecciones, enfermedades y estética. Las personas buscan, , un turismo integral que abarque todo y que contemple un equilibrio entre cuerpo y mente. (Almarza, Arancibia, & Miranda, 2009).

Oferta Turística

Es aquella que se compone por productos, servicios turísticos y empresas involucradas directamente al turismo, para la disposición del usuario en un destino determinado para el consumo y disfrute. Cabe mencionar que está constituida por oferentes del mercado quienes se encargan de brindar la oferta turística a los viajeros, es decir los intermediarios como las agencias de viajes, el transporte y demás organismos públicos y privados (OMT, 2018).

La oferta turística es el conjunto de bienes, servicios y productos que se encuentran en un determinado lugar, para ser usados y consumidos por un turista. Dentro de esta se componen los atractivos, la infraestructura, empresa turística, y oferta complementaria que busca satisfacer las necesidades del cliente (Pozos, 2011).

Demanda Turística

Se define como el conjunto de turistas, ya sean de forma individual o grupal, que son motivados por una serie de ofertas turísticas, con el objetivo de satisfacer sus necesidades de viaje. Estos están dispuestos a adquirir los productos turísticos en un momento dado a el precio que se indique (OMT, 2018).

La demanda turística se clasifica en:

- La demanda efectiva o actual: es el número real de personas que realizan la actividad turística y deciden viajar. Este tipo de demanda turística es la que se mide más fácilmente y la que se utiliza en las estadísticas mundiales.
- La demanda no efectiva: en esta se encuentra toda la población que no viaja por algún motivo. Esta se divide en la demanda potencial, que se refiere aquellos que harán viajes en el futuro, al tener un cambio en sus situaciones personales y también está la demanda diferida, que son todos aquellos que no han podido viajar por algún problema en el entorno de la oferta. Además, en esta definición se considera al grupo de personas que no pueden viajar por su condición económica, la cual no les permite realizar actividades turísticas. Lo anterior ocurre en países desarrollados o en desarrollo.
- El tercer grupo lo conforma la no demanda: esta es caracterizada por un grupo de personas que no tienen intención de viajar (Villasante, 2016).

Planta Turística

Según define Quesada (2010):

“La planta turística la conforman todos los servicios turísticos directos proporcionados por prestadores turísticos y estos pueden ser alojamientos, transporte, agencia de viaje, agencias emisoras.”

Gasto Turístico

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2018):

“El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por adquirir bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.”

Recursos Naturales

Se entiende por recursos naturales todos aquellos bienes que pueden obtenerse de la naturaleza sin tomar en cuenta la intervención de la mano del hombre. Estos tienen un impacto positivo en la economía al ayudar a su desarrollo y satisfacer necesidades de la población. Los recursos naturales turísticos originalmente son componentes de atracción que tienen la particularidad de estar adheridos a un espacio y permiten promover flujos de personas con finalidades turísticas (Duarte, 2008).

Capacitación

Se entiende por la capacitación como el conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos y habilidades de los empleados. Una organización que mantenga su personal capacitado logrará estar actualizada y competente ante las condiciones en el mercado laboral. Dentro de toda empresa es importante contar con los mejores colaboradores y esto se da cuando se invierten en programas de capacitación. Esto con el propósito de incrementar la productividad y generar ventajas competitivas. Además, es beneficioso, ya que ayuda a mantener la moral y la confianza alta para que desarrollen mejor su trabajo (Antioquia, 2018).

Lejanía

Según la Real Academia Español (RAE) (2018) define lejanía como:

“Parte remota o distante de un lugar, de un paisaje o de una vista panorámica”.

Para lograr la tranquilidad y la armonía en un destino de bienestar, se necesita estar ubicados con una cierta lejanía al bullicio de los lugares concentrados. Debido a la contaminación acústica muchos centros de bienestar construyen sus alojamientos en lugares retirados. Este tipo de contaminación supone la segunda causa de enfermedad por motivo medioambiental, después de la calidad del aire, asimismo provoca afecciones que como el estrés y la ansiedad. Si el ruido no deja dormir se alteran los ritmos del ciclo circadiano y la profundidad del sueño, lo que deriva en insomnio, irritabilidad, cansancio,

reducción del rendimiento y de la capacidad de atención, además de afectar a el estado de ánimo y provocar dolores de cabeza (Fundación Vivo Sano, 2018).

Burnout

Durante la década de los 70's se introdujo el término "Burnout" por Herbert Freudenberger. Él profundizó este fenómeno también llamado síndrome del trabajador quemado y lo incorporo al campo de la psicología laboral. Esta enfermedad consiste en la evolución del estrés laboral hacia un estado de crónico que puede producir agotamiento físico y mental. A parte de esto, a los trabajadores pueden tener perdida de energía y emoción hasta llegar a un estado de depresión y ansiedad (Laboral, 2018).

Para distintos científicos, el estrés ha sido un tema de interés e inquietud de la conducta humana, debido a que sus consecuencias afectan tanto en la salud física y mental, como en el rendimiento laboral y académico de la persona. Todas las personas requieren aprender a prevenir y controlar el estrés. Los que no lo hacen, pueden poner en peligro su salud y su tranquilidad, mientras que los que pone en práctica acciones adecuadas para prevenirlo y afrontarlo puede disfrutar de un estilo de vida más sano y más satisfactorio (Pereira, 2009).

Estacionalidad

La estacionalidad turística es un fenómeno que se presenta en los destinos turísticos cuando la oferta está sujeta a la demanda irregular. Esto se da por las variaciones del volumen turistas que se registran a lo largo del año. Esto produce lo que se conoce como demanda baja y alta. Existen muchos factores que la determinan, como por ejemplo el clima, los periodos vacacionales, estaciones deportivas y días festivos. Esto provoca que los empleos sean temporales y que los establecimientos turísticos sufran caídas en los ingresos.

Igualmente es importante que las empresas turísticas busquen combatirla, ya que esta puede traer repercusiones. Se deben implementar estrategias que reduzcan o eliminen esta particularidad y así traiga resultados positivos. Entre algunas propuestas se pueden mencionar: la diversificación de productos, volver a utilizar las instalaciones y tener nichos menos estacionales (Sagrasta, 2018).

Inclusivo

Se entiende por turismo inclusivo aquel que involucra a todos sin exclusión alguna. Además, se utiliza la accesibilidad universal y el diseño para todos como estrategia y herramienta necesarias. Esto también permite tener un turismo válido para todas las personas, presenta una buena oportunidad para la ampliación de los beneficios económicos del cualquier sector (Acantara & Reina, 2018).

Encadenamiento Turístico

El concepto de encadenamiento se entiende como una relación que establecen entre empresarios con el fin de obtener beneficios conjuntos en un periodo de largo plazo. Es de allí que el interés del estado poder promoverlos, por medio de políticas públicas y consecuencia de esto se obtiene un beneficio socioeconómico. Por ende, un encadenamiento productivo se define a nivel general como el conjunto de actividades que promueven el diseño, la producción y el mercadeo de un producto o servicio (Matarrita, 2011).

Global Wellness Institute

Es una organización considerada el principal recurso mundial para la investigación y educación en la industria del bienestar. Además, esta es reconocida por introducir grandes iniciativas, por presentar eventos que reúnen a líderes y visionarios de esta modalidad. Este instituto brinda un impacto positivo en la salud y el bienestar global, por medio de la promoción y apoyo a instituciones públicas y privadas, para que en conjunto trabajen en la prevención de las enfermedades y la reducción del estrés para contribuir al mejoramiento de la vida en general (GWI, 2015).

Tipos de alojamientos para el turismo de bienestar

Toda experiencia de bienestar empieza desde la selección de un alojamiento y todos los componentes de este. Al llegar a un establecimiento de servicio, el cliente busca la

comodidad, seguridad y sobre todo la felicidad para su viaje. Por este motivo, existen diferentes opciones para todos los gustos y son las que a continuación se presentan:

- “Lodges”: son alojamientos ubicados en destinos no masivos, alejados de las grandes ciudades, tienen la característica de estar rodeados de naturaleza y construidos en madera con materiales amigables al ambiente. Normalmente son hoteles pequeños que garantizan privacidad y servicio personalizado. Por su estilo, se vuelven más solicitados por turistas que realizan deportes, turismo de naturaleza, bienestar y que buscan la comodidad. (Manatusca Costa Rica , 2016)
- Hoteles “Retreats”: estos se especializan en actividades como yoga y spa; tienen instalaciones sumergidas en la naturaleza y retiradas de las urbes. Donde los huéspedes pueden acceder a servicios como: piscinas ionizadas templadas, anfiteatro, gimnasios, salas de yoga y meditación, cámara de flotación, sauna, “hammam”, ducha “vichy” y ducha escocesa, salas de tratamientos, reposo y restaurantes orgánicos (Asclepios, 2018) .
- Hotel “spa”: estos alojamientos normalmente van enfocados para turistas que buscan relajamiento y tranquilidad para lograr un máximo bienestar. Estos cuentan con circuitos conformados por baños turcos, bañeras de hidromasaje, piscinas climatizadas y sauna finlandesa para masajes varios. Además, es frecuente que el spa del hotel disponga de equipos de fisioterapeutas especializados. De igual modo, con servicios de tratamientos de belleza para la mejora del estado de la piel y del bienestar general (La Finca & Spa Resort, 2016).
- “Spa Resorts”: se caracterizan por tener grandes instalaciones y son complejos para vacaciones con servicios completos y todo incluido. Los huéspedes buscan relajarse y tener entretenimiento. También, cuentan con enormes piscinas, instalaciones deportivas, spa, exclusivos clubes, ambientes de lujo y actividades en grupos (StudioPress, 2018).

- Eco hotel: este tipo de hoteles tiene la particularidad que promueven actividades que no dañen el medio ambiente. Buscan minimizar los daños ambientales, usando energías renovables, como electricidad a través de paneles solares, materiales reciclados y alimentos orgánicos para la alimentación (StudioPress, 2018).
- Balnearios: son establecimientos con instalaciones apropiadas para tomar baños medicinales, curativos y suele darse hospedaje. Además, son centros especializados que utilizan el agua en la recuperación, rehabilitación, prevención, para el cuidado de la salud integral de la persona. Esto lo hacen complementándolo con otras terapias (Fisioonline, 2018).
- Yoga Resorts: el turista que visita este alojamiento tiene como propósito principal realizar actividades de yoga. Estos cuentan con diseños armónicos, y estilos orientales. Regularmente disponen de terrazas con vistas a la naturaleza y salas para la práctica del yoga e instructores permanentes (Glosarios, 2012).
- Villas y Cabañas: normalmente se ubican en regiones con temperaturas bajas con entornos naturales. Estas son establecimientos conformados por varias unidades de hospedaje aisladas, pero dentro de una misma área. Tienen estilos rústicos, tradicionales y naturales. Cada unidad de hospedaje va dirigida a distintos mercados, por el cual pueden ser lujosas o menos ostentosas (Glosarios, 2012).

El turismo de bienestar alrededor del mundo

El impacto que representa el turismo de bienestar es de gran alcance en una industria global de crecimiento. Este a nivel mundial representa directamente 100 millones de empleos. La industria del bienestar global creció 10.6% del 2013 al 2015 y pasó de un mercado de \$ 3.36 billones a uno de \$3.72 billones. Además, los ingresos globales incrementaron de \$494,1 mil millones en el 2013 a \$563,2 mil millones en el

2015. Los viajeros de esta modalidad realizaron 691 millones de viajes de bienestar en el 2015, es decir, 104,4 millones más que en el 2013 (GWI, 2015).

El crecimiento del estrés en el trabajador actual ha aumentado, al mismo tiempo que la necesidad de descansar. De ahí es que realizar este tipo periplos va en auge, para satisfacer las necesidades de salud. Sobre todo, llevar un estilo vida saludable permite mejorar nuestro cuerpo y a la vez reducir los gastos en enfermedades. Como resultado, estas travesías de bienestar se posicionan a un nivel rentable entre la creciente industria del turismo masivo (GWI, 2015).

El Global Wellness Institute (2014), define la economía del turismo de bienestar mundial como *“todos los gastos realizados por los turistas que buscan mejorar o mantener su bienestar durante o a consecuencia de su viaje”*. Se consideran dos tipos de ingresos en este sector: los obtenidos por el país receptor de turistas wellness internacionales, y los de nacionales que viajan dentro de su propio país de residencia.

Cuadro # 1 : Cantidad de viajes y gasto por turismo de bienestar en regiones del mundo del año 2012 al 2013

| | Cantidad de Viajes (Millones) | | Gastos (Miles de millones de dólares) | |
|---|----------------------------------|--------------|--|----------------|
| | 2012 | 2013 | 2012 | 2013 |
| Norte América | 163.0 | 171.7 | \$181.0 | \$195.5 |
| Europa | 202.7 | 216.2 | \$158.4 | \$178.1 |
| Asia-Pacífico | 120.0 | 151.9 | \$69.4 | \$84.1 |
| América Latina y el Caribe | 31.7 | 35.5 | \$22.4 | \$25.9 |
| Medio Oriente y Norte de África | 4.8 | 7.0 | \$5.3 | \$7. |
| África Subsahariana | 2.2 | 4.2 | \$2.0 | \$3.2 |
| Total, de Industria del Turismo de Bienestar | 524.4 | 586.5 | \$438.6 | \$494.1 |

Fuente: Global Wellness Institute, 2014

En el anterior cuadro # 1 se puede observar la cantidad de viajes y gastos turísticos que tuvieron las regiones del mundo durante el 2012 al 2013. Es relevante resaltar que Norte América es la región que más gasta al realizar viajes de bienestar con un gasto de \$195.5 millones en el 2013. Sin embargo, Europa es la región que más viajes ha hecho, pero sus turistas han realizado un gasto más bajo de \$178.1 millones. Por otro lado, América Latina y el Caribe se mantiene en un rango medio en las cantidades de viajes

con 35.5 millones y \$25.9 millones de gastos en el 2013 ; por esta razón, se considera que es una región en proceso de desarrollo en este tipo de turismo.

Como se puede observar en el Anexo #1, entre las regiones más significativas a nivel mundial, Europa sigue siendo la región de turismo de bienestar más grande en términos de viajes; mientras que América del Norte es la más grande en términos de gastos. Esta actividad de ocio crece más rápido en Latinoamérica, África, Medio Oriente y Asia; lo que manifiesta que hay un fuerte crecimiento de esta modalidad. Existen inversiones significativas en hoteles, resorts e infraestructura turística, junto con una creciente clase media que apoya el crecimiento en los spas y otras ofertas de bienestar en estas regiones (GWI, 2014).

Cuadro # 2: Clasificación de los principales países en la industria del bienestar en el 2015

| | Cantidad de Viaje (Millones) | Empleo Directo (Millones) | Gasto (US\$ Billones) | Posición 2015 |
|-----------------------|-------------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------|
| Estados Unidos | 161.2 | 1.87 | \$202.2 | 1 |
| Alemania | 58.5 | 1.11 | \$60.2 | 2 |
| Francia | 30.6 | 0.32 | \$30.2 | 3 |
| China | 48.2 | 2.37 | \$29.5 | 4 |
| Japón | 37.8 | 0.18 | \$19.8 | 5 |
| Austria | 14.6 | 0.16 | \$15.4 | 6 |
| Canadá | 25.3 | 0.25 | \$13.5 | 7 |
| Inglaterra | 20.6 | 0.18 | \$13.0 | 8 |
| Italia | 6.6 | 0.15 | \$12.7 | 9 |
| México | 15.3 | 0.48 | \$12.6 | 10 |
| Suiza | 9.2 | 0.10 | \$12.2 | 11 |
| India | 38.6 | 5.32 | \$11.8 | 12 |
| Tailandia | 9.7 | 0.50 | \$9.4 | 13 |
| Australia | 8.5 | 0.10 | \$8.2 | 14 |
| España | 13.6 | 0.08 | \$7.7 | 15 |
| Corea del Sur | 18.0 | 0.13 | \$6.8 | 16 |
| Indonesia | 5.6 | 0.52 | \$5.3 | 17 |
| Turquía | 9.3 | 0.06 | \$4.8 | 18 |
| Rusia | 13.5 | 0.15 | \$3.5 | 19 |
| Brasil | 8.6 | 0.12 | \$3.3 | 20 |

Fuente: Global Wellness Institute 2017

Se observa en el cuadro # 2 los datos del Global Wellness Economy (2017), que el turismo de bienestar está muy concentrado en los mercados clave de América del Norte, Europa y Asia del Pacífico. Estados Unidos representa más de un tercio de los ingresos mundiales; mientras que los cinco principales países que son (Estados Unidos, Alemania, Francia, China y Japón) representan el 61% del mercado mundial, y los 20 principales países representan el 86%. Desde 2013, China ha aumentado significativamente en las clasificaciones de los gastos; le permitió entrar en los primeros cinco. Por el otro lado, Brasil ha entrado en la clasificación de los 20 principales países por primera vez. También, Japón, Canadá y la mayoría de los países europeos muestran un descenso en los gastos desde el año 2013. Muchos han caído ligeramente en el ranking debido a la significativa depreciación del euro y otras monedas importantes frente al dólar estadounidense, durante este período. Los factores monetarios ocultan el fuerte crecimiento en el turismo de bienestar en estos países; esto es evidente en el incremento continuo de los números de viajes de bienestar.

El cuadro # 3 muestra los principales mercados de turismo de bienestar en América Latina y el Caribe durante el 2013. Resalta, en primer lugar, México teniendo el mayor gasto y la cantidad de viajes. Costa Rica se encuentra en el sexto lugar con 0.7 millones de viajes y un gasto de \$956.4 millones. Este resultado cataloga a Costa Rica como un país influyente en esta modalidad al posicionarse en el sexto lugar dentro de la clasificación de los diez principales mercados.

Cuadro# 3: Los diez principales mercados de turismo de bienestar más importantes de América Latina y el Caribe, 2013

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

Fuente: Global Wellness Institute, 2014

México es el principal país en América Latina que cuenta con un fuerte mercado de turismo de bienestar. Este es un sector estratégico para la economía mexicana por sus beneficios socioeconómicos y el desarrollo regional. Se destacan los factores que han potenciado este tipo de turismo en este país; principalmente la geografía, ya que su ubicación es cercana a muchos países donde se practica esta modalidad. Asimismo, el segundo factor son las características de los sistemas de salud de los países vecinos. Por ejemplo, Estados Unidos cuenta con un sistema de salud privado de los mejores del mundo, pero de los más caros; la cobertura de la salud pública es insuficiente para los más vulnerables.

El tercer factor para el crecimiento del bienestar en este país es su logística. Esto incluye desde la alta cantidad de infraestructura turística, equipos de gran calidad con certificaciones confiables y el desarrollo de especialistas en esta temática. El cuarto factor es la demografía, es decir el interés por generaciones como los “baby-boomers”. Esta población busca la solución a problemas crónicos, estrés y prolongar la vida. Por lo cual, estos demandan este tipo de servicio para la atención de sus padecimientos. (Galaz, Yamazaki, & Urquiza, 2018).

Igualmente, Chile es uno de los países latinoamericanos que entra en la lista de los diez principales mercados del bienestar que se presentaron en el cuadro # 3. Eulofi (2011), demuestra la importancia de la evaluación estratégica y económica del desarrollo de un centro wellness en la ciudad de Santiago de Chile. Ella menciona que en Latinoamérica se debe evolucionar hacia nuevos nichos de mercado como las mujeres embarazadas, los hombres y las parejas. Así como tendencias que ya se han desarrollado en otros países europeos, como la medicina energética y terapias asociadas a culturas milenarias que son servicios diferenciados en esta industria. La autora interioriza, que el mercado del bienestar está creciendo y orientándose más hacia resolver problemas de salud de las personas. Además, la medicina alternativa complementaria, está cada vez más presente dentro de los tratamientos ofrecidos en los centros dedicados al bienestar.

Igualmente, en su investigación brinda los elementos más valorados por los clientes del bienestar, los cuales son el ambiente del centro, las instalaciones, la atención brindada, la higiene del lugar y los tratamientos ofrecidos. Al momento de decidir el lugar al cual se asiste, la cercanía al domicilio, la atención y profesionalismo de los terapeutas y el ambiente (Eulofi, 2011).

En los últimos años, Colombia ha implementado a su oferta internacional los servicios de tratamientos y procedimientos médicos. Estos servicios combinan sus procedimientos con experiencias turísticas basadas en las riquezas naturales, culturales, artesanales y autóctonas con un valor agregado que ha fortalecido al país en este aspecto. La ventaja importante que posee Colombia respecto a la categoría del bienestar son sus ecosistemas. Estos sirven de instrumento de oferta para turistas, junto con tratamientos de medicina alternativa y medicamentos sin componentes químicos; todo esto es una oportunidad de crecimiento para los próximos años (De la Puente, 2015).

De la Puente (2015), destaca el servicio que ofrece Genavie Life Generator, un centro wellness especializado en tratamientos de medicina homeopática que combina sesiones de revitalización orgánica, mental y espiritual. Asimismo, se brinda una oferta turística direccionada hacia el conocimiento de la riqueza cultural, natural y artesanal del pueblo colombiano; a través de alianzas estratégicas con cadenas hoteleras y demás empresas involucradas en la generación de valor en la oferta. Colombia puede tener una gran oportunidad significativa en el sector del turismo de salud, por medio de una estrategia clara y el desarrollo de un modelo de negocio institucional para el país.

Varios expertos del sector, afirman que el desarrollo del turismo wellness también dependerá de una colaboración más estrecha con el sector médico en el futuro. Gran parte de las tasas de mortalidad en los países occidentales están relacionadas con enfermedades vinculadas al estilo de vida, especialmente las causadas por el consumo de tabaco, sedentarismo y una dieta poco saludable. Por esta razón, las actividades de bienestar vinculadas a la actividad física, nutrición y el manejo del estrés pueden ser decisivas para mejorar salud general y prevención de enfermedades. Por ello, se hará necesario una mayor implicación del gobierno nacional, facilitando una mayor comunicación entre los profesionales médicos y los del bienestar, mediante el fomento de investigaciones en el ámbito de la medicina alternativa y complementaria, e incluso a través del reconocimiento de estas terapias dentro del sistema sanitario nacional (Voigt, et al, 2010).

Tipo de turista de bienestar

Con el fin clasificar los viajeros de bienestar, el estudio del Global Wellness Institute (2015), incluye dos segmentos de turistas: el primario y secundario. Ambos representan oportunidades únicas e importantes para todos los prestadores de servicios,

destinos turísticos y para las regiones del mundo. Es relevante conocer esta división para que las empresas puedan atraer estos clientes de alto rendimiento, según lo que estén buscando. El turista de bienestar primario es aquel que el único propósito motivador para la elección de su viaje o destino es el bienestar. Estos representan el 13% de los viajes y el 16% de los gastos a nivel mundial. Mientras que el secundario, busca mantener o participar en experiencias de bienestar mientras realiza cualquier otro tipo de viaje. Este representa la gran mayoría de los viajes de turismo de bienestar un 87% y los gastos un 84% a nivel mundial.

Los turistas se están enfocando en el lado reactivo, el que está orientado a resolver problemas; este ha ido tomando importancia, incrementándose el uso de la medicina alternativa y complementaria como apoyo a la medicina tradicional. Se espera que en Latinoamérica se evolucione hacia nuevos nichos de mercado como: las embarazadas, hombres, parejas y tendencias que ya se han desarrollado en otros países (Naji, 2016).

La generación X procedente de los países desarrollados, compone a la mayoría de los consumidores del mercado wellness en la actualidad. Debido al envejecimiento de la población y las limitaciones en movilidad o problemas de salud en general, que irán surgiendo en este colectivo, se estima que este segmento seguirá ocupando un papel significativo dentro de este. No obstante, también se destaca en menor medida un segmento de personas jóvenes, solteras, que buscan sobre todo terapias alternativas relacionadas con la cosmética y el bienestar mental. En concreto, la mayor parte de los países emisores de turistas wellness se concentran en Norteamérica y Europa. Aunado a esto el número viajeros con la finalidad de realizar actividades wellness procedentes de Asia, Oriente Medio y América Latina está en aumento. Se trata de un segmento de turistas que particularmente valora factores como la infraestructura, la seguridad y estabilidad sociopolítica del país de destino, así como la afinidad cultural del destino mercado (Global Wellness Institute, 2015).

La mayor parte de los turistas wellness suelen ser mujeres, de nivel educativo elevado, de mediana edad entre de 40 a los 55 años o más, con alto poder adquisitivo, dado que dispone de mayor autonomía financiera, así como mayor libertad para viajar, ya que no tiene hijos pequeños. Asimismo, recorren mayores distancias cuando viajan, generan más estancias y suelen además combinar la búsqueda de tratamientos de bienestar con la visita a parientes o amigos (Voigt, et al, 2010).

Actividades relacionadas al turismo de bienestar

La ilustración #2 representa lo que el turista de bienestar busca abarcar en su viaje, esto incluye dimensiones a nivel físico, espiritual, emocional, social y natural. Motivado por estos valores, un viajero de bienestar puede participar en diferentes tipos de actividades durante el viaje; ya que existe una diversidad de actividades y negocios que componen la economía del turismo de bienestar. Estos incluyen, no solo balnearios, centros de salud y manantiales, sino también estudios de yoga, retiros, parques nacionales, gimnasios, restaurantes de especialidades, medicina complementaria y alternativa, de tal modo que se puede apreciar su correlación a continuación (Global Wellness Institute, 2015).

Ilustración 2 : Principales motivaciones entorno a turista de bienestar, 2015



Fuente: Global Wellness Institute, 2015

Spa

La palabra Spa proviene del latín “Salute Per l’Acqua” que significa salud por el agua. También, se dice que la palabra Spa se origina en Bélgica donde existe una ciudad

llamada de esa misma manera, famosa por sus aguas termales (Fuentes, 2009). Entre las principales actividades que se desarrollan en el turismo de bienestar se encuentra el disfrute de los spas, en donde las personas son sometidas a tratamientos medicinales o de relajación a través del agua y masajes (Torres, 2003).

De acuerdo con el Stanford Research Institute (SRI) (2018), definieron spa como, establecimientos que promueven el bienestar mediante la prestación de servicios terapéuticos y otros servicios profesionales destinados a renovar el cuerpo, la mente y el espíritu. La mayoría de los consumidores y ejecutivos de la industria estarían de acuerdo en que, en esencia, no importa su tamaño, forma o modelo comercial, un spa es un establecimiento que se centra en la promoción del bienestar.

A través de los años se han incrementado de manera exagerada las instalaciones de spas; este es un servicio en desarrollo y adaptable a los distintos espacios hoteleros. Esta actividad que es apta de ser personalizada y es complementada con una multitud de tratamientos. Todo se debe a la fuerte demanda por parte de los turistas de este tipo de servicios. Cabe destacar el gran crecimiento en Asia e Iberoamérica, debido a la expansión económica en los mercados emergentes como China, India, Brasil, México y Argentina (Termatalia, 2017).

Según el Programa de Transformación Productiva (2015), los consumidores de spas a nivel mundial se pueden dividir en dos segmentos. El primero consiste en aquellos que realizan los servicios de spa por motivos curativos y disminución de dolor físico o inestabilidad mental, siendo un consumidor esporádico. En el segundo, estos se dedican específicamente a su estética, por lo que corresponden a amantes del spa moderados y activos. Los turistas moderados del spa se preocupan por su salud de forma razonable y mantienen un elevado gasto per cápita relativo a productos asociados a los tratamientos del spa, según sus intereses particulares. Sin embargo, los amantes del spa intensivos son los que más sobresalen en este segmento; siendo el bienestar físico y espiritual lo más relevante en sus estilos de vida.

El Global Wellness Institute (2014), selecciono a los diez principales países de Latinoamérica, que son fuertes competidores en materia de spa. Se observa en el cuadro # 4 a México con la mayor cantidad de spas con 2,765, ingresos de \$1,364.5 millones y empleos con 44,839 en esta industria. Países Sudamericanos como Brasil, Argentina y Colombia encabezan esta lista. Costa Rica representa la quita posición en esta

clasificación con una cantidad de 249 spas, ingresos de \$267.2 millones y 5,784 empleos. Le sigue Venezuela, Chile, Jamaica, Uruguay y República Dominicana con datos inferiores al de este país.

Cuadro 4: Los diez principales mercados de la industria del spa en América Latina y el Caribe en el 2014

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

Fuente: Global Wellness Institute, 2014

El mercado de turismo wellness abarca una variada oferta de servicios, pese a que los spas constituyen la actividad central de este segmento, posicionándose en la intersección entre el bienestar y el turismo. El número de spas en funcionamiento en todo el mundo ha aumentado en un 6,7% anualmente desde 2007, hasta alcanzar la cifra de 105.591 en 2013. El continente asiático ha superado a Europa como región con el mayor número de instalaciones de spa, aunque si consideramos los ingresos que genera esta actividad, Europa sigue siendo el mayor mercado mundial de spas, dado su promedio de mayores ingresos por spa (GWI, 2014).

Tratamientos de Belleza

También se puede mencionar la clasificación de otras actividades generadoras de ingresos que pueden ir desde la sanación física, tratamiento de belleza, relajación y descanso, ocio, alimentación sana, entretenimiento, balance de vida, emocional y espiritual (Almarza, Arancibia, & Miranda, 2009).

Fitness se podría definir como una condición física sana que involucra actividad física de movimientos repetidos, que se hacen regularmente con el propósito de mejorar

o mantener el cuerpo en buenas condiciones. Por consiguiente, la salud física es el resultado de la actividad física regular, una dieta, nutrición apropiada y de un descanso adecuado para la recuperación física (Senssai, 2013).

A propósito, el Global Wellness Institute (2015), revela que las actividades de “fitness” y cuerpo-mente generan \$542 billones a nivel mundial. Por lo que se refiere a los empresarios que deseen incorporarse al segmento del fitness requieren invertir altas sumas en equipos tecnológicos especiales para este sector. Debido a que los turistas cuidan de su salud y bienestar físico a través del ejercicio, las empresas están realizando inversiones para el desarrollo de infraestructura de sus gimnasios.

Yoga

Esta se entiende como todos aquellos métodos para llegar a la unión del cuerpo con la mente para lograr un estado de armonía tanto física, mental y espiritual. También esta se puede clasificar como una filosofía de vida, una forma de ser, actuar y comportarse con uno mismo y a la vez con los seres que nos rodean. Además, se puede definir como un camino para llegar al crecimiento personal y de autoconocimiento (Ortilles, 2012).

El yoga es una disciplina tradicional que se origina en la India, esta actividad busca el equilibrio, el bienestar físico, mental y espiritual de quien lo practica. También ayuda a la relajación y meditación. El principio fundamental del yoga es que todo practicante debería evolucionar a través de su práctica, al igual que la búsqueda de la satisfacción de una vida plena (Alicante, 2018).

En San José, Costa Rica se ha visto un incremento de institutos donde se puede practicar esta disciplina. El yoga esta tan amplio que brinda un abanico de posibilidades. Por mencionar algunas, para los deportistas resulta positiva esta actividad, busca la armonía y lo prepara para que no esté nervioso previo a una competencia. También está el yoga dance se utiliza la música para inspirar movimientos de baile, donde la libertad y el entretenimiento son sus pilares. Mientras que el “hot” yoga, se realiza en una sala con temperaturas entre 28 y 34 grados centígrados para facilitar el calentamiento, limpiar el cuerpo de toxinas y perder peso. Además, el “antigravity” yoga, en este se utilizan hamacas de tela que cuelgan del techo, este tipo permite liberar estrés por medio de estiramientos y ejercicios de respiración (Rojas, 2016).

Alimentación saludable

El bienestar es una corriente que se relaciona con seguir prácticas alimentarias sanas, para un confort físico, mental y espiritual. Esta además requiere entre otros componentes tener una alimentación orgánica, balanceada y libre de agrotóxicos. Como se demuestra en la historia, la agricultura tradicional es la principal fuente de alimentos de la humanidad, sin embargo, muchas enfermedades están vinculadas a estas formas de producción llena de químicos tóxicos. Todo lo contrario, se presenta en la agricultura orgánica, la que es practicada por nuestros abuelos está enfocada en aumentar la salud, reducir la contaminación y proteger el medio ambiente (Costa Rica Azul, 2012).

Como menciona Miranda, jefe de desarrollo del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), la gastronomía nacional es un agregado a todos los productos que sobresalen en este país, tales como: el ecoturismo, playa, aventura y bienestar. A nivel nacional la Cámara Costarricense de Restaurantes y Afines (CACORE), se hizo partícipe en la feria internacional de turismo termal y de bienestar y salud Termatalia, en Galicia, España. Del lado de cocineros integrados en el Plan Nacional de la Gastronomía Costarricense y Saludable, se presentó un espectáculo gastronómico tradicional. Así, se presenta al país como opción de comida sostenible y natural, que influye en el turismo de bienestar, con el lema “Come sano, come rico, come tico” (Montero, 2015).

Según el Global Wellness Institute (2015), la alimentación saludable se puede experimentar durante los viajes en los cuales se compra o consume alimentos regionales, o se observa y estudia la producción de estos. La agricultura y las escuelas de cocina representan una motivación o actividad significativa en esta categoría. Las actividades culinarias pueden incluir desde cenas tradicionales, festivales y eventos de comida, vino, escuelas de cocina, degustación, compra de productos locales, mercados de agricultores, degustación de vinos y recolección de frutas, etc.

Como reporta el Global Wellness Institute (2015), la industria de la alimentación y nutrición saludable representa \$648 billones a nivel global. Esta una industria que deja mucho provecho a nivel económico. Efectivamente, el turismo gastronómico es una gran tendencia que se cruza con los viajes de bienestar. Además del aspecto físico, a todo esto, también dan sustento los recorridos gastronómicos, las clases de cocina, la agricultura y

las experiencias de la granja a la mesa. Adicionalmente, esto involucra el aspecto emocional, social, intelectual y sostenible del bienestar (Worldwide, 2013).

Actividades de naturaleza

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 2002), define turismo de naturaleza por la principal motivación del turista que es la observación y apreciación de los recursos naturales; así como participar con culturas tradicionales. Las actividades con esta modalidad se dividen en subgrupos: el ecoturismo, turismo rural y de aventura; consisten en tener contacto con la flora y fauna dentro de un ambiente biodiverso. Todo lo mencionado es complemento fundamental del turismo de bienestar (AVIAEXPORT & T&L, 2013).

El “forest bathing” es una práctica de origen japonés llamada “shinrin-yoku”, esta significa baños de bosque, esta consiste en dar un recorrido entre los árboles, percibir el aroma de las plantas, oír el canto de los pájaros, observar la luz y sentir la frescura de la sombra. Esta actividad es recomendada por médicos para prevenir la depresión y reducir el estrés en lugar de recetar medicamentos. También es una forma de conectar con la naturaleza para obtener sus mayores beneficios (Kimelman, 2018).

Entre otras actividades está el “earthing”, esta consiste en caminar descalzo para percibir la energía de la tierra. Esta práctica tiene la finalidad de sentir todas las texturas y diferentes superficies naturales. Los beneficios para la salud resultan significativos, entre estos está mejora el sistema inmune, reducción de enfermedades cardíacas y el estrés; debido a que el cuerpo necesita un adecuado suministro de electros que son obtenidos de la tierra (Chevalier & Oschman, 2014).

Retiros espirituales

Muchos viajeros que desean desestresarse y relajarse suelen buscar lugares que tengan spas, balnearios, actividades centradas en el bienestar, la salud y la estética. Pero, para diversificar estas prácticas, están las actividades espirituales que se centran en brindar una conexión con nuestro ser. Dentro de estas se encuentra, los retiros, meditación

y espiritualidad indígena. Con el máximo propósito de centrarse en el conocimiento de uno mismo, el bienestar interior y el equilibrio entre cuerpo y mente (Pedregal, 2016).

Meditar es un estado de autoobservación que no dispone de una crítica. Se observa el pensamiento y el sentimiento sin involucrarse en él y se observa cualquier contenido cognoscitivo, emocional, fisiológico, de manera pasiva. Es un medio de conexión espiritual consigo mismo, por lo que los orientales lo conocen como el camino hacia la liberación o a la iluminación (Aguilar & Musso, 2008).

Talasoterapia

Otra actividad importante es la talasoterapia, que consiste en el uso del agua de mar o de diferentes elementos del medio marino, específicamente con fines preventivos y curativos. Además, se encuentran los tratamientos donde el barro o arcilla son el componente primordial, que tienen sales minerales que son importantes para el buen funcionamiento del organismo (Rossi, 2010).

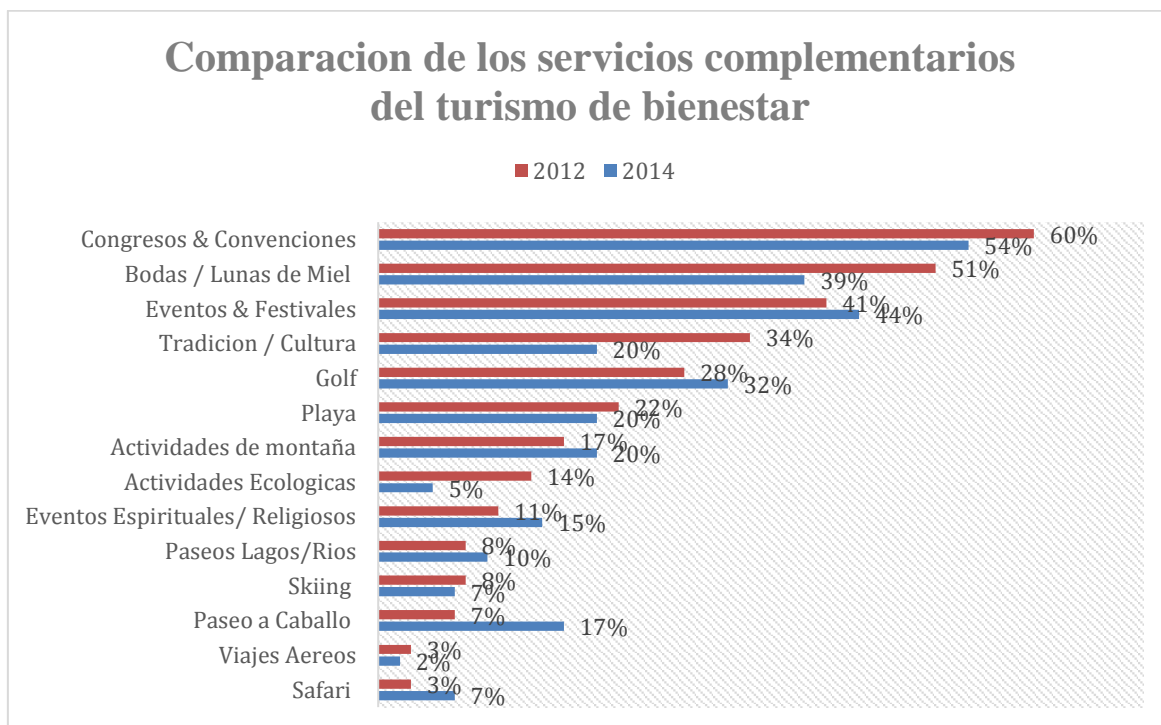
La talasoterapia en los últimos años ha tenido un cambio en su disciplina principal. Es decir, se han iniciado estudios que muestran científicamente los beneficios del proceso terapéutico de esta actividad. Debido al crecimiento de la esperanza de vida mundial y el desarrollo de los medicamentos químicos han hecho que se modifique las indicaciones tradicionales de la talasoterapia por otras. Esta puede traer un enfoque holístico, llevando a tratamientos preventivos, curativos, mantenimiento y rehabilitación de las enfermedades (Morer, 2016).

Tal es el caso de Túnez, se encuentra entre el segundo mejor destino de la Talasoterapia después de Francia. Este país cuenta con 40 centros con esta temática, con instalaciones de última generación y personal capacitado. Se ha aprovechado las cualidades que posee el mar, para llevar a cabo un negocio exitoso en el ámbito del bienestar. A su vez, le permite brindar un servicio fuera de lo tradicional y con el fin de preservar la salud (Aguilera, 2017).

Servicios complementarios

Como se puede observar en el gráfico #1, cuando los servicios de bienestar o spas no son la principal motivación de los paquetes turísticos de los viajeros, existe una diversidad de servicios complementarios para esta actividad. Las bodas, lunas de miel, golf y playa han sido tradicionalmente servicios aliados a esta modalidad. Se puede evidenciar que han existido cambios en la demanda de los productos anteriormente mencionados. El rol del bienestar y el spa en paquetes de bodas y lunas de miel ha bajado, mientras que hay un notable crecimiento en las actividades de aventura y naturaleza. Esto significa que ha habido un cambio en las prácticas tradicionales del bienestar, que hace un portafolio más diversificado y más activo. Complementar eventos y congresos a estas actividades no siempre es del gusto de los viajeros; ya que, entre colegas y jefes no les gusta socializar en centros de wellness. Sin embargo, los principales eventos para congresos y convenciones se realizan en hoteles de bienestar con spas (The Tourism Observatory, 2015).

Gráfico 1: Comparación de los servicios complementarios del turismo de bienestar durante el 2012 al 2014



Fuente: Tourism Observatory for Health, Wellness, and Spa ,2015

El turismo de bienestar englobó un ingreso \$439 billones durante el 2013 junto con la contribución de distintos segmentos que lo complementan. Este nicho posee una sinergia con otros tipos de turismo que se vuelven parte de la economía del wellness. Por mencionar algunos segmentos como, el gastronómico el cual genera \$350 a \$550 billones a nivel mundial, el cultural deja \$800 billones a \$1.1 trillones y el ecoturismo generador de \$325 a \$480 billones. Este dato es de gran relevancia, ya que el turismo de bienestar gira entorno a cada segmento y es compatible con las actividades de dichas modalidades. En el anexo # 1 se puede visualizar el resto de los segmentos que estas conectados con el bienestar.

El cuadro #5 muestra un resumen de las tendencias a nivel mundial del turismo de bienestar. Debido a que los aficionados a esta modalidad buscan una experiencia de bienestar en el día a día, a través de distintas técnicas de prevención de enfermedades, por lo cual cuidan de su salud. Igualmente, está la asociación de la alimentación con el bienestar, vivir experiencias holísticas y en lugares únicos. Estos turistas desean incorporar a sus familias en estas prácticas; a su vez que sea incorpore la naturaleza con el fin de lograr una desconexión de lo habitual. Por otra parte, está el factor de la belleza y tratamientos estéticos que son más apetecidos por las mujeres. Otro aspecto relevante está el bienestar de los trabajadores, ya que se pueden volver más eficientes al seguir estas experiencias. Adicionalmente, las actividades que involucren el agua y sus distintos métodos son parte de este gran segmento. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2015)

Cuadro 5: Tendencias saludables del segmento del turismo de bienestar

| | |
|-------------------------|--|
| “Coaching” de bienestar | Es el entrenamiento a los aficionados a actividades saludables a través de un coaching holístico de prevención médica y de bienestar. |
| Prevención médica | Esta es una de las nuevas actividades de los centros de bienestar; ya que pacientes hoy son más atentos a la prevención de enfermedades como resultado de diversas campañas, promoción de la alimentación sana, entre otros. |
| Hedonismo sano | El hedonismo sano es la relación de la gastronomía al bienestar donde los turistas quieran experiencias gastronómicas |

| | |
|--|---|
| | alternativas. Los pacientes buscan experiencias locales con productos autóctonos. |
| Experiencia holística de bienestar | Se caracteriza cuando los viajeros buscan una experiencia holística personal de mente, cuerpo y espíritu, a través de técnicas como el yoga, pilates, “shiatsu”, entre otras. |
| Experiencia única | Los clientes de bienestar buscan tratamientos y experiencias de salud en entornos desconocidos y exóticos sumados a un servicio personalizado. |
| Bienestar como una experiencia a compartir | Las familias y amigos desean acceder a spas abiertos a todos los miembros, que ofrezcan una gama de productos para cada uno. |
| Aficionados a la naturaleza | Los productos orgánicos para los tratamientos utilizados deben ser naturales y ecológicos con pocos compuestos químicos y sin haber sido probados en animales. Estos elementos diferenciadores marcan un gusto específico por parte de los turistas que buscan experiencias y consumo de bienes no tradicionales. |
| Terapia basada en vibraciones, sonido, música, luz y color | Los centros de bienestar brindan experiencias relajantes con componentes de fácil acceso al turista; en el cual se sienta familiarizado y logre una desconexión de la rutina laboral, familiar, personal y privada a través de terapias de este tipo. |
| El factor belleza | Este factor cada vez está más presente en salones de belleza y spas. Además, tiende a combinar diversos servicios como el caso del denominado “bar de uñas” o lugar donde las mujeres pueden arreglar y mantener sus uñas llamativas y consumir cocteles, “snacks” sanos y ofrecer reuniones para socializar. |
| Bienestar corporativo | El bienestar en los trabajadores dentro de las empresas y el hogar ayuda |

| | |
|------------|---|
| | considerablemente a la eficiencia en el trabajo. |
| Balnearios | La ciencia está en la base del bienestar, la terapia con agua de mar, el tratamiento termal y el spa son nuevos factores importantes para los clientes. |

Fuente: Mario Alberto de la Puente Pacheco, (2015)

Evolución del turismo en Costa Rica

Durante la década de los ochenta y noventa, la economía costarricense ha tenido cambios importantes para volverse más atractiva para sus socios comerciales. En otras palabras, se aceleró el proceso de la eliminación progresiva de aranceles, iniciada en los ochenta y la inversión extranjera aumentó de tal modo que hubo un incremento en el turismo. Para incentivar a este último rubro mencionado, se han tomado medidas específicas. Desde el año 1955, por medio de la Ley Orgánica No. 1917, se creó el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) cuya misión es:

“Ser una institución orientada a fortalecer el modelo de desarrollo turístico sostenible costarricense mediante la definición de políticas públicas, alianzas, programas y proyectos para fomentar la competitividad, la sostenibilidad, la equidad, la solidaridad y la grata permanencia de los turistas; todo con miras a mejorar el nivel de vida de los costarricenses” (ICT, 2017).

Este también tiene como finalidad principal aumentar el turismo en el país. Posteriormente, la Asamblea Legislativa decretó la Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990, publicada en La Gaceta No. 143 del 30 de julio de 1985. Dicha ley declara de beneficio público este rubro, y tiene por esencia:

“Establecer un proceso acelerado y racional de desarrollo de la actividad turística costarricense, para lo cual se establecen los incentivos y beneficios que se otorgarán como estímulo para la realización de programas y proyectos importantes de dicha actividad” (Legislativa, 1985).

El aumento significativo en la oferta turística del país que los incentivos fiscales generaron, combinado con el hecho de que muchas de estas empresas realizaron una importante labor de promoción del país en los principales mercados emisores de turismo en el mundo, colaboraron en el desarrollo del interés del turista internacional por Costa Rica. Por otra parte, la actividad turística ha crecido para convertirse en un elemento de importancia dentro de la economía costarricense. Las leyes mencionadas manifiestan el interés por parte del gobierno en promocionar dicho sector, en particular por los beneficios esperados de la actividad (Alvarado , 2009).

Gráfico # 2: Llegadas internacionales a Costa Rica vía aérea desde los años 2007 al 2017



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y de la Dirección General de Migración y Extranjería (2017).

En el gráfico # 2 se pueden observar la cantidad de llegadas internacionales a Costa Rica vía aérea desde el 2007 hasta el 2017. La cifra más baja se dio en el año 2009 con 1,319,615 llegadas, debido a las repercusiones de la crisis económica que ocurrió en Estados Unidos en el 2008, las cuales hicieron que disminuyeran los vuelos a este país. Para el año 2010, hubo un ligero crecimiento con 1,417,980 llegadas, no obstante, los atentados terroristas en Estados Unidos en el 2011 no afectaron de manera significativa los viajes al país, ya que en este año se realizaron 1,463,989 llegadas. A partir del año 2012 los viajes fueron en aumento debido a las estrategias de promoción y negocios con nuevas líneas aéreas por parte del ICT (Instituto Costarricense de Turismo, 2017).

Otra razón que contribuyó el acelerado desarrollo del sector en este país en su posicionamiento como destino turístico, es sin duda la ubicación geográfica. La relativa cercanía respecto a Estados Unidos y Canadá, los cuales son los mercados emisores de turismo más grandes del mundo. Finalmente, otro factor que con frecuencia se menciona es que ayudó al desarrollo del sector turismo, es el hecho de la tendencia mundial por la conservación del medio ambiente y los temas ecológicos. Este país por su diversidad biológica y estabilidad política, ha logrado atraer a organizaciones como la Organización de Estudios Tropicales, que reúne a 55 universidades de reconocido prestigio internacional, al Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) y al Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), instituciones y grupos ambientalistas que durante muchos años han realizado investigación de mucho reconocimiento en un país muy especial por su biodiversidad y compromiso con la conservación del medio ambiente. También, Costa Rica ha logrado crear un sistema de parques nacionales ejemplar y de relativamente fácil acceso que, en la actualidad, comprende un importante porcentaje del territorio nacional. Todo esto ha contribuido a la evolución del turismo en este país (Sánchez, Barahona, & Artavia, 1996).

Turismo como sector económico de Costa Rica

Los impactos que se generan en el desarrollo de un proyecto o actividad turística se pueden representar de la siguiente manera: el rompimiento de la barrera cultural al conocer otras sociedades; sus formas de vida y sus costumbres, lo cual enriquece el nivel de conocimiento tanto del turista como del residente. También, se crea un deseo de mejora en la calidad de vida de los grupos familiares o individuales que se desenvuelven en ese entorno. De igual forma, se evidencian impactos negativos como la conocida aculturación, que es la pérdida de su propia cultura. La causa de esta alta afluencia de viajeros que llegan al lugar con costumbres y culturas diferentes que se mezclan con las de los nativos y se va perdiendo la identidad propia (Bermúdez, López, & Karen, 2015).

Como se muestra en el cuadro # 6, el impacto general del turismo en la economía costarricense, se puede comparar con respecto de otras fuentes de producción o exportaciones. En la actualidad, la generación de divisas por concepto de turismo llega a

superar las exportaciones de café, banano, piña y productos farmacéuticos en su conjunto; situación que se mantiene invariable desde hace varios años.

Cuadro # 6: Ingresos por turismo versus otras fuentes de ingreso de divisas para Costa Rica, 2008-2017

| Rubro | Año | | | | | | | | | |
|---------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|--------------|---------------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| (Millones de \$) | | | | | | | | | | |
| Café | 305 | 232,2 | 257,5 | 374,9 | 412,4 | 302 | 277,3 | 305,9 | 308,7 | 305,3 |
| Banano | 689,7 | 622,4 | 702,9 | 752,4 | 823,5 | 845,3 | 904,2 | 833,7 | 989,5 | 1,042,2 |
| Piña | 572,9 | 599,7 | 672 | 715,6 | 769,9 | 815,2 | 886 | 818,5 | 906,6 | 975,8 |
| Productos farmacéuticos | 125,7 | 123,7 | 59,9 | 66 | 68,5 | 71,9 | 68,6 | 89,9 | 74,3 | 283,5 |
| Turismo | 2,549 | 2011,6 | 2233,5 | 2409,2 | 2,517,2 | 2919,4 | 2,986,7 | 3,258,9 | 3,708 | 3864,1 |
| Total, de exportaciones/ Bienes | 9503,7 | 8783,7 | 9,448,1 | 8,123,4 | 8,922,6 | 8,866,3 | 9,455,6 | 9,452,4 | 10,242,8 | 10,916 |
| PIB | 30,612,9 | 30,562,4 | 37,268,6 | 42,262,7 | 46,473,1 | 49,745,1 | 50,577,8 | 54,776 | 59,989 | 57,564,8 |
| Relación turismo PIB | 8.3% | 6.6% | 6% | 5.7% | 5.4% | 5.9% | 5.9% | 5.9% | 6.5% | 6.7% |
| Relación turismo exportaciones | 26.8% | 22.9% | 23.6% | 29.7% | 28.2% | 32.9% | 31.6% | 34.5% | 39.2% | 37.7% |

Fuente: Estadísticas Instituto Costarricense de Turismo (ICT), con datos Banco Central de Costa Rica BCCR departamento de estadísticas macroeconómicas. (2017)

Tal y como se expone en el cuadro # 7, la generación de empleo en turismo ha ido creciendo en el transcurso de los años 2013 al 2017. De esta información se desprende de esta información que el aporte del turismo a la generación de empleo es fuerte y tiene importantes implicaciones económicas y sociales en la población local. El total actividades turísticas para el año del 2013 fue de 150,552, de las cuales se desprenden: alojamientos, restaurantes, agencias de viajes y transporte, actividades culturales, deportivas y recreativas; en comparación al año 2017 estas incrementaron a 153,046 actividades. También, se puede observar el porcentaje de empleo directo que generó el turismo desde los años 2013 hasta el 2017.

Cuadro 7: Población Costarricense ocupada por actividades asociadas con el sector turístico Promedio anual 2013 - 2017

| Actividad turística | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Total | 150.552 | 147.925 | 153.168 | 149.301 | 153.046 |
| Alojamiento para visitantes en estancias cortas | 25.758 | 26.397 | 30.113 | 30.055 | 28 677 |
| Provisión de alimentos y bebidas | 89.339 | 87.420 | 92.725 | 89.675 | 98 844 |
| Agencias de viajes y otros servicios, transporte de pasajeros por la vía aérea y marítima y alquiler de vehículos | 13.432 | 14.985 | 12.950 | 14.621 | 11.512 |
| Actividades culturales, deportivas y recreativas | 22.024 | 19.124 | 17.381 | 14.950 | 14.014 |
| Fuerza de trabajo | 2.235.770 | 2.284.142 | 2.276.104 | 2.206.179 | 2.255.847 |
| Población ocupada en actividades turísticas (empleo directo) | 150.552 | 147.925 | 153.168 | 149.301 | 153.046 |
| % de la fuerza de trabajo (sólo empleo directo) | 6,7 | 6,5 | 6,7 | 6,8 | 6,8 |
| Empleo en turismo (directo + indirecto) | 451.655 | 443.776 | 459.504 | 447.902 | 459.138 |
| % de la fuerza de trabajo | 20,2 | 19,4 | 20,2 | 20,3 | 20,4 |

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y Encuesta Continua de Empleo (ECE), 2017

Modelo de desarrollo turístico en Costa Rica

Turismo Sostenible

El turismo sostenible es aquel que toma en cuenta las consecuencias actuales, futuras, socioeconómicas y medioambientales que se desarrollan en esta actividad para satisfacer las necesidades de los turistas, de la industria, el entorno y de las comunidades. Las normas y prácticas para el desarrollo y gestión sostenible se pueden

aplicar a todas las formas de turismo, en todos los tipos de destinos y los diversos segmentos turísticos. Las bases de la sostenibilidad giran en los aspectos medioambientales, socioeconómicos y culturales; tiene que crear un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar un desarrollo turístico sustentable a un largo plazo (OMT, 2018).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2018):

“La sostenibilidad se entiende como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social.”

Sostenibilidad es promover el desarrollo social buscando un enlace entre comunidades y culturas, para alcanzar niveles satisfactorios en la calidad de vida, sanidad y educación. Para mantener un producto sostenible hay que asumir que la naturaleza y el medio ambiente, no son una fuente inagotable de recursos; por ello es necesario su protección y uso racional. Esta misma idea permite conservar el bienestar global de las presentes y futuras generaciones (Acciona, 2018).

Costa Rica destino sostenible

Desde la década de los años ochenta, el crecimiento turístico de Costa Rica ha estado relacionado con el uso de recursos naturales como atractivos turísticos principales. El poder establecerse un destino ligado a la naturaleza, la protección y el uso responsable del medio ambiente, tiene su origen en un proceso continuo de evolución que inició hace 30 años con el crecimiento del ecoturismo y más recientemente con el desarrollo de la gestión sostenible del turismo (Instituto Costarricense de Turismo, Vigésimoprimer Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible, 2015).

Costa Rica creció como un destino reconocido para el ecoturismo; esto se debe por una mezcla de diversas circunstancias a través de los años. Principalmente, se encuentra el conocimiento y desarrollo de estudios sobre la biodiversidad, la existencia de sitios de exuberante belleza natural, de fácil acceso y un sistema extenso de áreas protegidas. Adicionalmente está el interés del desarrollo de empresas especializadas, el contar con una política estable y los esfuerzos por la conservación de los bosques

(Instituto Costarricense de Turismo, Vigésimoprimer Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible, 2015).

Como bien menciona Patt (2002), el país es reconocido a nivel mundial por su amplia tradición histórica de paz y democracia, por los esfuerzos que realiza en beneficio de la conservación y el manejo sostenible de los recursos naturales. Esto ha convertido a Costa Rica en un destino seguro para el turista. Sumado a lo anterior, este país es rico en bellezas naturales y quien lo visita puede disfrutar de una gran variedad de atracciones, microclimas y ecosistemas.

De todos los retos del mundo comercial, Costa Rica se comprometió en establecer una imagen y marca a nivel internacional; lo cual se considera el logro más difícil de alcanzar. Este trabajo de años dio frutos debido al crecimiento interno en el sector turístico, y a que el país posee una de las marcas turística más valiosa. Una señal decisiva de este hecho es la campaña que se realizó con el lema "No Artificial Ingredients", la cual logró consolidar este lema en varios mercados. En los últimos años el país ha mantenido sus esfuerzos por concentrarse en la imagen externa de paz, sostenibilidad ambiental y a su vez fortalecerla para que hoy sea una punta de lanza en la actividad turística nacional (Pratt, 2002).

La ventaja que el país ofrece con base en el estado de la salud pública y la seguridad ciudadana, es igualmente significativa. Estos factores se utilizan como instrumentos de mercadeo, que vienen a fortalecer el lema ya establecido. También, se han dado iniciativas para fortalecer la seguridad en destinos turísticos importantes, así como en las principales ciudades del país; en algunas municipalidades se ha promovido la enseñanza del idioma inglés a la policía, con el fin de brindar un mejor servicio a los turistas (Pratt, 2002).

Después de estos datos, en materia para la sostenibilidad surge Esencial Costa Rica, presentada como marca país el 3 de septiembre del 2013. Las organizaciones a nivel nacional que desean la obtención de la licencia de uso de la marca país deben realizar un proceso de licenciamiento. Este consiste en la evaluación del desempeño de los cinco valores dentro del alcance establecido. Luego de esto, se genera un informe técnico, analizado por la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), quien determina si se brinda el otorgamiento de dicha licencia. (Villalobos, 2015).

La marca país se crea con el motivo de promocionar, atraer inversiones y turistas. Esencial Costa Rica también es útil no solamente a nivel turístico, sino que también al momento de buscar impulsar el tema comercial a nivel local y las exportaciones a nivel internacional. La marca país es una de las primeras certificaciones emitidas por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), que facilita que las empresas utilicen la marca por todos los medios de comunicación necesarios que deseen impulsar el crecimiento económico. La marca país es una herramienta de mercadeo, percepción y posicionamiento para Costa Rica (Prado, 2015).

Turismo de bienestar en Costa Rica

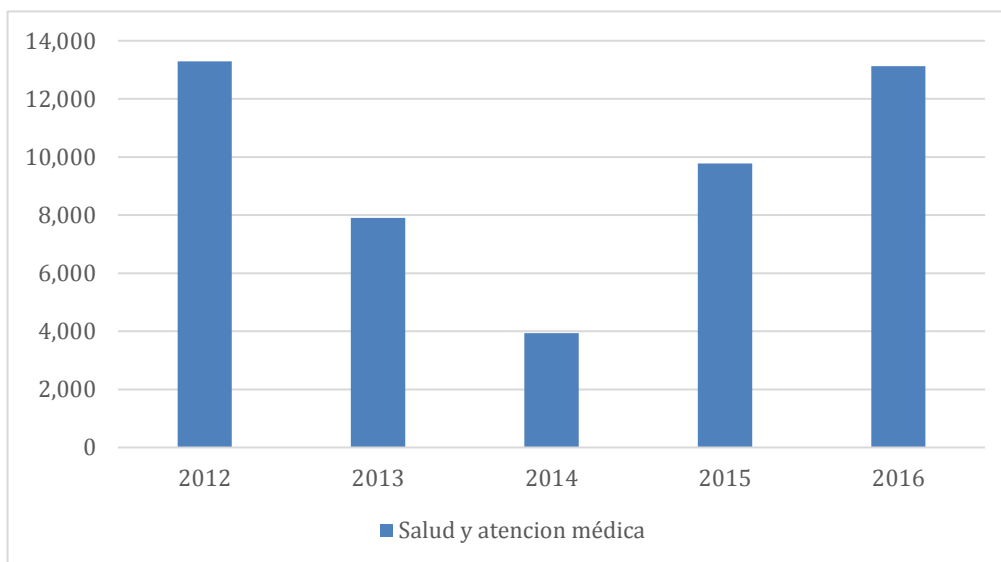
Como lo menciona Díaz (2010), a finales de los años 80's, Costa Rica empezó a recibir una gran cantidad de turistas norteamericanos en busca de procedimientos estético-cosméticos y dentales; debido a su bajo costo, este país resultaba ser una gran atracción para los extranjeros. Gradualmente, la demanda de estos servicios y la búsqueda de nuevos procedimientos fue aumentando y la calidad de servicio se fue perfeccionando. Costa Rica es reconocida por ser un destino ecológico de primer nivel y un destino popular para la afluencia de viajeros en búsqueda de procedimientos de salud más accesibles.

Algunos países desarrollados, como Estados Unidos, carecen de seguro universal y obligatorio de salud, sufren grandes limitaciones de atención por los altos costos. Esto ha generado el llamado turismo médico, fuerte movilización de personas que buscan servicios de calidad y con precios asequibles fuera de sus fronteras; este no es un negocio para un solo gremio. Más grande que este concepto es el de bienestar, el cual es una rama del turismo de salud. Este brinda tratamientos integrales para la reducción de peso, vacaciones para estabilizar los ciclos de sueño, destinos con alimentación libre de gluten y de agrotóxicos; que requieren la mayor diversidad de profesionales y emprendedores. Esto es lo que democratiza la economía y facilita el ascenso social mediante la educación (Paniagua, 2013).

Como se puede observar en el gráfico # 3, la salud y atención médica ha sido uno de los motivos principales para visitar a Costa Rica. En el periodo del 2012 al 2016 este país ha tenido cambios significativos en cuanto a este rubro. Durante el 2012, una cantidad de 13,287 turistas viajaron por motivos de salud; se evidencia un descenso en

las visitas en el año de 2013 con 7,904, en el 2014, con 3,941 y durante el 2015 con 9,774 personas. Mientras que en el 2016 se nota un incremento de 13,131 viajeros que visitaron este país por motivos de salud y atención médica.

Gráfico 3: Cantidad de turistas según motivo de Salud y Atención Médica en Costa Rica 2012-2016



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2017

A nivel nacional, existe la Cámara Costarricense de la Salud que, según el director ejecutivo, Massimo Manzi (2017), uno de sus objetivos principales es apoyar a la promoción internacional del sector de turismo médico. Esta cámara permitirá ofrecer una respuesta más eficaz a las necesidades de capacitación, asistencia técnica y apoyo en promoción internacional que requiere el sector. Además de la atracción de pacientes internacionales, se enfocará en otras áreas de la industria de salud global como lo son la educación médica, la telemedicina y la atracción de estudios clínicos al país. De la misma manera no se dejará atrás a todos los sectores principales que forman parte de la industria de la salud, como: hospitales, clínicas, profesionales, universidades, seguros de vida y salud, cooperativas de salud, farmacéuticas, representantes de la industria médica, laboratorios clínicos y farmacias, centros de investigación, empresas de turismo médico, bienestar y retiro (Valverde, 2017).

Como indica Mauricio Ventura, el exministro de turismo de Costa Rica, el país está trabajando en una estrategia de diferenciación llamada “Wellness Pura Vida”. Esta

estrategia fortalecerá más el turismo de bienestar en el país, ya que involucra el consumo de servicios turísticos en armonía con el ambiente. También, se aprovechará el posicionamiento de Costa Rica en naturaleza y aventura para realizar actividades al aire libre, consumir de gastronomía autóctona y orgánica para el bienestar del viajero. Además, el objetivo es aumentar el cuidado personal y las técnicas más novedosas de relajación, pero con un sello tico. Adicionalmente, el recalca que el entorno natural y todos sus componentes son un beneficio para proporcionar un mejoramiento de las condiciones de vida para el turista nacional y extranjero (ICT, 2017).

En el cuadro # 8 se puede observar que el principal motivo de viaje de los turistas que visitaron a Costa Rica durante el periodo del 2015 al 2017. El turismo de sol y playa es la razón principal de viaje a este país, con un total de 72.5% visitas. Mientras que el turismo de bienestar representa un total de 36,4%, superando a deportes y cultura.

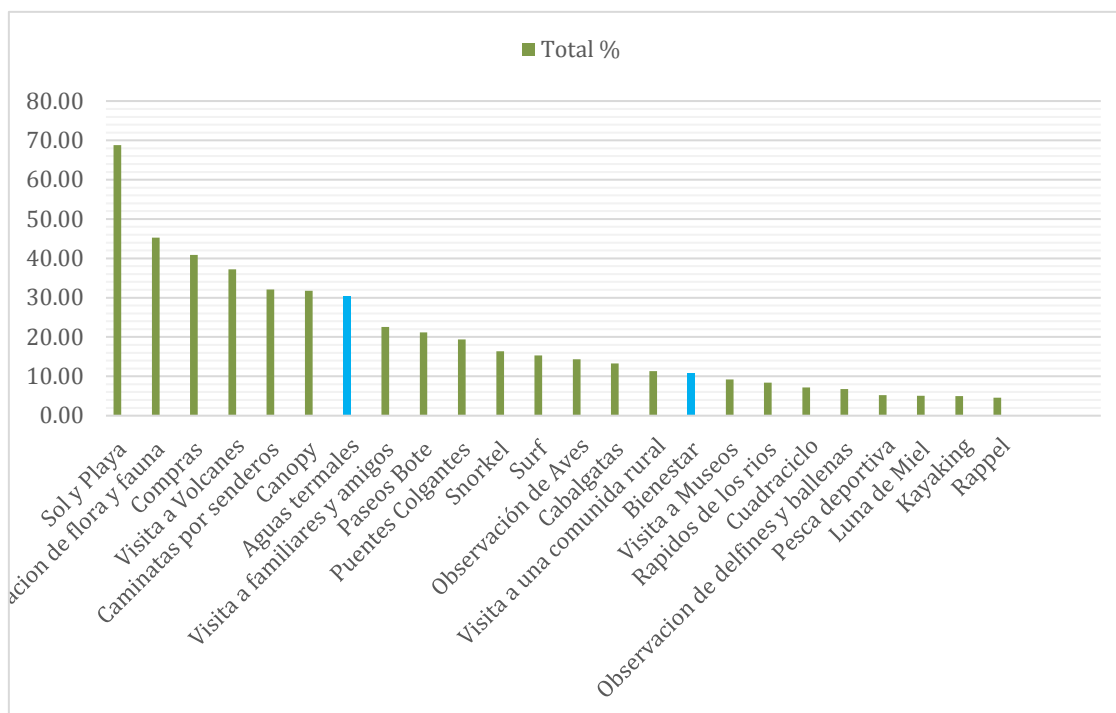
Cuadro # 8: Estimación del porcentaje de turistas que realizaron los siguientes grupos de actividades para el período en los años 2015 al 2017

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

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo, 2017.

Con el motivo de visualizar la dimensión de las actividades que se desarrollan en el país el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) clasificó todas aquellas que se desarrollan en el país con motivo de turismo; estas se presentan en el gráfico # 4. Estas mostraron mayor constancia en los últimos cinco años y el porcentaje que han alcanzado para el período 2013 al 2017. Además, se encuentran las prácticas de las aguas termales con un 30.3%, bienestar que incluye algas, spa, y masajes terapéuticos con un 10.9%. Sin embargo, hay una sinergia con el resto de las actividades y los servicios de bienestar que se desarrollan en el país.

Gráfico 4: Estimación del porcentaje vía aérea de turistas que realizaron las siguientes actividades en el período del 2013-2017



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo (ICT),2017

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

En particular El Parque Nacional Volcán Arenal, es un Área Silvestre Protegida, que tiene en sus alrededores un propicio desarrollo de planta turística e infraestructura de proyectos, que inician a principio de los años 90`s. Entre los que destacan Tabacón Grand Spa Thermal Resort, Baldi Hot Springs Hotel and Spa y Los Lagos Hotel and Spa; como los primeros en brindar al público balnearios termales, significa que actualmente están

entre los consolidados del termalismo en La Fortuna y tiene variedad de servicios, así mismo adquieren estándares nacionales e internacionales de calidad. Este destino turístico es conocido a nivel internacional por la biodiversidad, así como por su amplia gama de productos, diferenciados por el confort y la calidad adecuada al cliente. Cuenta con hoteles que van desde una estrella hasta cinco estrellas; muchos dando sus primeros pasos en complementar su oferta termal con bienestar y salud (Magariños, Ares, & Mora, 2015).

Generalidades de la región del Pacífico Sur

Geografía del Pacífico Sur

Desde el punto de vista político administrativo, la región del Pacífico Sur abarca los cantones de Pérez Zeledón de la provincia de San José, Osa, Buenos Aires, Coto Brus, Golfito y Corredores; todos pertenecientes a la región Brunca de Costa Rica y a la Unidad de Planeamiento Turística, Pacífico Sur. Esta región es una de las más extensas del país; su puerta de entrada y centro de distribución principal es la ciudad de Pérez Zeledón. Su límite se comprende desde el borde del cantón incluyendo los atractivos tales como las Cataratas de Nauyuca, el pueblo de Platanillo y hasta el Río Barú. (Instituto Costarricense de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico Pacífico Sur , 2011)

Cuadro 9: División Turística de la Unidad de Planeamiento Pacífico Sur

| Unidad de Planeamiento | Sectores | Centros de Distribución | Centros de Desarrollo | Corredores Turísticos |
|------------------------|-----------|-------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Pacífico Sur | Corcovado | Cortes | Drake | Dominical-Uvita |
| | Golfito | Pérez Zeledón | Puerto Jiménez | Zancudo |
| | | Palmar | Golfito | Pavones |
| | | Golfito | Dominical | |
| | | San Vito | | |

Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2018

Esta región se extiende a lo largo por 490 km de longitud, desde la desembocadura del río Barú hasta punta Burica. También, en esa franja territorial costera, se ubican en su totalidad o parcialmente, los territorios de once áreas protegidas de las siguientes categorías de manejo: Parque Nacional, Refugio de Vida Silvestre, Reserva Indígena, Reserva Forestal, Refugio Mixto y Humedal. Los principales rasgos geográficos que la caracterizan son: la parte principal de la Península de Osa, en segundo está la Península

Burica dividida entre Costa Rica y Panamá, y en tercer lugar las cuencas de los ríos como el río Grande de Térraba que desemboca en el Océano Pacífico y el río Coto Colorado que desemboca en el Golfo Dulce (Argos, Dinámica territorial del desarrollo turístico costero: Unidad Turística Pacífico Sur, 2010).

Esta área es abundante en naturaleza con dos parques nacionales y otras reservas naturales, que cubren alrededor del 34% de la superficie de los dos cantones, Golfito y Osa. Entre los atractivos naturales se encuentran: El Parque Nacional Corcovado en la Península de Osa; el cual es uno de los Parques Nacionales más grandes con bosques lluviosos premontanos en la costa Pacífica la laguna Corcovado y la montaña más alta del área, el Monte Rincón con una enorme diversidad de flora y fauna. Está también uno de los humedales nacionales más grandes, el bosque manglar de la cuenca del río Térraba Sierpe; la cual atrae turistas en bote. La región del Pacífico Sur abarca 129 playas medianas con un promedio de 1.8 Km, playas pequeñas con 0.4 Km, grandes con 9.0 Km y montañas con bosques tropicales o pastos de tierra adentro (Argos, Dinámica territorial del desarrollo turístico costero: Unidad Turística Pacífico Sur, 2010).

Oferta productiva en la región Pacífico Sur

Según los datos mostrados por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) referentes al Directorio de Establecimientos en la Región Brunca, que alberga seis cantones de Costa Rica: Buenos Aires, Corredores, Golfito, Osa, Pérez Zeledón y Coto Brus; estos también forman parte de la Unidad de Planeamiento Turística del Pacífico Sur. En el cuadro # 10 se muestra el total de números de empresas grandes, medianas y pequeñas, al igual que el empleo que se genera por cantón. Se puede observar que Pérez Zeledón abarca la mayor participación con un 52% y el cantón de Buenos Aires genera la mínima participación con un 3%. También, se puede observar en el Anexo # 5 el total de empresas y empleo por rama de actividad económica en el Pacífico Sur en el año 2011.

Cuadro 10 : Total de empresas y empleo por cantón de la región del Pacífico Sur , 2011

| Cantón | Número de empresas | Participación | Empleo | Participación |
|----------------------|---------------------------|----------------------|---------------|----------------------|
| Buenos Aires | 115 | 5% | 440 | 3% |
| Corredores | 165 | 7% | 1,924 | 14% |
| Coto Brus | 194 | 8% | 1,013 | 8% |
| Golfito | 192 | 8% | 1,643 | 12% |
| Osa | 193 | 8% | 1,342 | 10% |
| Pérez Zeledón | 1,457 | 63% | 6,924 | 52% |
| Total | 2,316 | 100% | 13,286 | 100% |

Fuente: Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) con datos Directorio de Unidades Institucionales y Establecimientos (DUIE) , 2011

Proceso del desarrollo turístico en el Pacífico Sur

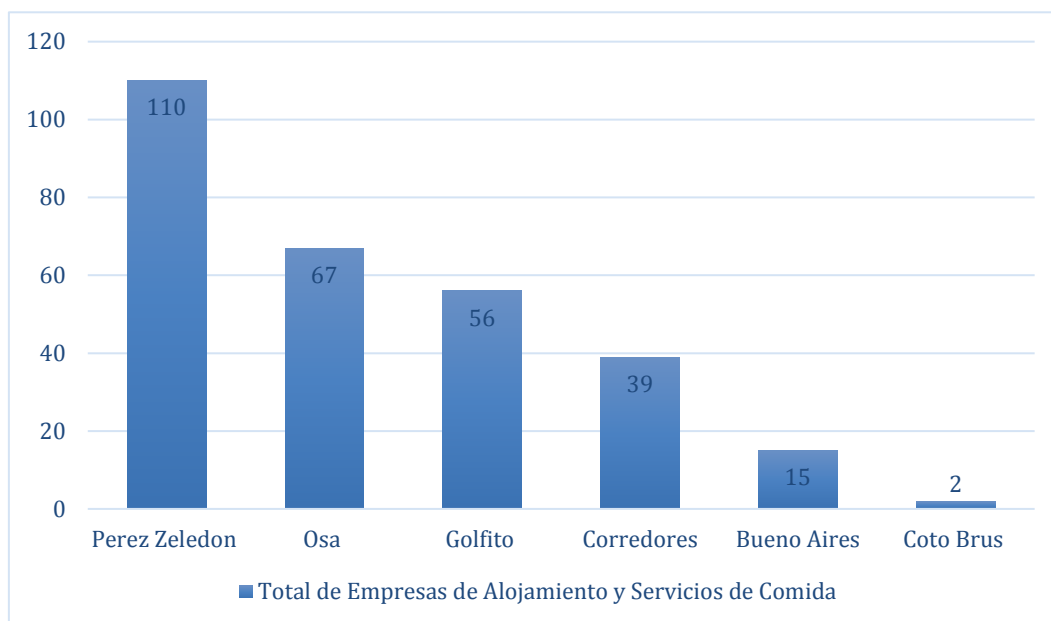
En el estudio realizado por Argos (2013), titulado la Dinámica territorial del desarrollo turístico costero en la Unidad Turística Pacífico Sur, Costa Rica, se señalan algunos aspectos socioeconómicos que se pueden dar en el turismo. También, indica que es necesario considerar las oportunidades de empleo; ya que este fue calificado como malo en un 25%, en tanto un 19% lo considera pésimo. Entre las razones que justifican esa evaluación se encuentran falta de trabajo, mala remuneración y trabajos temporales. La minoría, que corresponde al 13.2%, opina que ha sido muy bueno.

También, existe un desarrollo social en la región del Pacífico Sur y este factor fue calificado de regular con un 33.1% y pésimo en un 20.7%, ya que no lograron identificar efectos positivos o cambios en la comunidad derivados del turismo. Sobresale el hecho de que solamente el 7.4% percibe efectos positivos en la comunidad. Cabe mencionar que estos datos son a nivel general en el turismo; no se especifican por tipos de turismo que se desarrollan en la zona (Argos, la Dinámica territorial del desarrollo turístico costero en la Unidad Turística Pacífico Sur, 2013).

El gráfico # 5 corresponde al total de empresas de alojamiento y servicios de comida por cantón del Pacífico Sur, durante el año 2011. Resalta como principal oferente de servicios turísticos la zona de Pérez Zeledón; esta tiene un total de 110 empresas.

Seguido del cantón de Osa con un total de 67, Golfito con 56 y Corredores con 39 alojamientos y servicios de comida. Mientras que la mínima sería el cantón de Coto Brus con dos establecimientos.

Gráfico # 5: Total de empresas de alojamiento y servicios de comida por cantón del Pacífico Sur durante el 2011



Fuente: Elaboración propia con datos de Ministerio de Economía Industria y Comercio y Directorio de Unidades Institucionales y Establecimiento, 2011

Sin lugar a duda, es fundamental contar con vías de acceso a los destinos turísticos. Así como ocurrió con la carretera Interamericana, se pavimentó La Costanera Sur del sector Dominical-Palmar Norte. Esta vía no sólo reemplazó a la primera como principal ruta de acceso hacia la zona costera de esta región, sino que generó un crecimiento sorprendente de nuevos desarrollos, especialmente turísticos e inmobiliarios. Este acceso a el Pacífico Sur trajo muchas ventajas entre ellas menor tiempo de viaje, así como la calidad panorámica de algunos sectores y la supuesta mayor seguridad, especialmente en cuanto a evitar los frecuentes derrumbes del sector de la Interamericana que va paralelo al río Grande de Térraba.

A todo esto, se da el boom en el turismo de naturaleza y la atracción de amantes de esta modalidad en el país; por la oferta particular del Parque Nacional Corcovado y la Isla del Caño. También, capta la atención de los viajeros, la ubicación y accesibilidad a

la belleza única del lugar. Así como, el emprendimiento pionero, de la primera reserva privada de Osa, la llamada Estación Biológica Marengo, ubicada al noreste del Parque Nacional Corcovado. Fue crucial para estimular a otros a crear también sus propias áreas protegidas. Como consecuencia, la oferta turística fue aumentando de manera impresionante.

De esta manera, se puede asegurar que el turismo basado en la naturaleza fue la razón principal para que en la región diera un giro de 180 grados y se empezara a valorar el medio natural; al quedar demostrada la factibilidad de poder hacer buenos negocios sin tener que destruirlos. Así, que esta modalidad empezó a florecer, especialmente entre Dominical y Boca Coronado, como también en varios puntos de la Península. Posteriormente, la zona sería puesta en el mapa turístico internacional como un excelente destino para los pescadores deportivos.

En términos generales, a pesar del crecimiento turístico en la región, no se estaba causando mayores impactos en la naturaleza; aun aquellos proyectos turísticos que se orientaron para captar una demanda de gran capacidad adquisitiva. Como ejemplo está el Lapa Ríos Resort, que comprendió que esta nueva generación de viajeros no busca el lujo tradicional, sino ese confort en excelente armonía con la rusticidad. De esta forma, sus desarrollos fueron pequeños y no dañaron el paisaje ni el ambiente, de la agresiva manera que tradicionalmente ocurre con los proyectos turísticos convencionales. (Crest, 2016).

Turismo de bienestar en el Pacífico Sur

Con lo que respecta al turismo de bienestar en el Pacífico Sur, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), está desarrollando una estrategia piloto para el crecimiento de este mismo en la zona. Mediante la oferta existente y los atractivos para explotar se piensa desarrollar actividades que involucren el yoga, spas, descansos, gastronomía, “earthing”, “forest bathing”, contacto con territorios indígenas y plantas medicinales (Soto, 2017).

Como lo menciona Tencio (2017), encargada de Turismo de Bienestar del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), las autoridades en turismo esperan que se desarrolle una oferta comercial complementaria a las actividades de bienestar. Por ejemplo, en los lugares donde se practica el yoga, lo ideal es que la comunidad ofrezca tiendas de accesorios para este deporte, implementos para aromaterapia, ropa y similares.

Las autoridades del ICT se reunirán con las cámaras de turismo de los sitios piloto para detectar necesidades de capacitación, que se cubrirán con el apoyo de la Universidad Técnica Nacional y el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA).

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

La presente investigación tiene como propósito analizar el potencial que del turismo de bienestar en la región del Pacífico Sur de Costa Rica. Para la elaboración de este estudio, se utilizará un enfoque cualitativo. Como base principal de la investigación se establece analizar por medio de la recolección de datos en estudios previos y libros, e información suministrada por expertos o medios de comunicación, las distintas aristas del potencial que genera esta tipología de turismo.

Según, Hernández, Fernández, & Baptista (2014), el enfoque cualitativo se utiliza para *“la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”* (p.7). También, se conoce el enfoque cualitativo como investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica. Este tiene la cualidad de abarcar una variedad de ideas, técnicas, visiones y estudios no cuantitativos (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

El enfoque cualitativo permite una metodología de investigación que produce datos descriptivos, a partir de las propias palabras y experiencias de las personas, escritas o habladas. Es importante saber este tipo de investigación, que comprende y desarrolla conocimientos, al partir de pautas de los datos, sin tener que llegar a comprobar una hipótesis ni teoría preconcebida (Quecedo & Castaño, 2002).

Método de la Investigación

Con respecto a esta investigación, se abordarán temas de interés en materia del turismo de bienestar; de esta manera recopilar la información necesaria para el abordaje de este estudio. Se toman en cuenta aspectos como entrevistas, documentos, sitios web y libros que brinden diferentes perspectivas del tema de investigación. De modo que, se hará un análisis del potencial que puede generar el turismo de bienestar en la zona del Pacífico Sur por medio de toda la recolección de datos necesarios para descubrir este efecto. De esta manera llegar a conclusiones de gran relevancia del tema en general.

Por medio del uso del paradigma interpretativo que busca supuestos sobre el desarrollo económico, políticas, costumbres, que se encuentren en una comunidad en general. Con esto se espera que toda la información se base en los procesos de conocimientos, y la relación entre objeto y sujeto (Andrés, 2007). Para efectos de esta investigación, se hará uso del enfoque interpretativo, ya que al ser un estudio cualitativo este se fundamenta en un aspecto interpretativo en la comprensión del significado de las labores y acciones de los seres vivos, sobre todo de los humanos y sus instituciones (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

De igual forma, de acuerdo con Hernández et al (2014), este paradigma busca interpretar lo que se capta en su actividad. Esta suele ser una investigación rigurosa y muy sistemática. Se basa en el descubrimiento de consultas y propuestas a partir de una base de datos o fuentes de evidencia, documentos escritos, observación y entrevista. Seguidamente, al tener todos los datos se organizan y clasifican para generar diferentes categorías y constructos. Es por eso, que para efectos de esta investigación se utiliza este paradigma interpretativo, ya que va muy de la mano con lo que se desea encontrar y analizar (Andrés, 2007).

Fuentes de información de la Investigación

Muestra

Según, Hernández et al (2014) citando a Lepkowski (2008), la población se define como el *“conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”* (p174).

Es importante establecer, con mucha claridad, las características de la población, de la mejor manera, para que se pueda delimitar cuáles serán los parámetros muestrales de la investigación (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014). Para lograr esta investigación, la población que se tomará en cuenta, son las entidades gubernamentales, que brindan información y estadísticas necesarias para el desarrollo de la investigación, tales como: el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), Asociación Costarricense de Turismo de Bienestar Wellness, Cámara Costarricense de Salud (PROMED), la Cámara Nacional de Ecoturismo (CANAECO) y Asociación Costa Rica Azul.

De igual manera, alojamientos hoteleros y centros que brinden actividades de turismo de bienestar, serán parte de la población de estudio. También será fundamental para el proceso de la población para la investigación y entre ellos se encuentran el hotel Hacienda Altagracia Auberge, Luna Lodge, La Cusigna Lodge y Lapa Ríos. De la ayuda de estos establecimientos se tratará de captar la mayor información posible.

Según Hernández et al (2014), define muestra como *“un subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos debe ser representativo de esta”* (p.173). La muestra que se utilizará en este estudio, serán todos aquellos grupos de individuos u organizaciones que brinden información esencial para el desarrollo de la investigación. Con base a lo anterior, se aplicarán una serie de entrevistas a los encargados en las entidades que proporcionen los datos necesarios para el desarrollo y comprensión de la investigación; se toman en cuenta empresas que sean totalmente especializadas en tema de turismo de bienestar y, de igual manera, que tengan amplio conocimiento del tema.

Para efectos de esta investigación, será uso de la muestra por conveniencia. En este tipo de muestra los sujetos son seleccionados por la accesibilidad y la proximidad que tienen para ser investigados (Explorable, 2009). La muestra por conveniencia da una facilidad al investigador, ya que los sujetos estarían disponibles para contribuir al estudio. El subgrupo de estudio será de gran relevancia, ya que son personas conocedoras del tema y el aporte de sus experiencias y conocimientos engloba todo el estudio de la investigación. Para las bases preliminares de la investigación será esencial el uso de la muestra por conveniencia, ya que es una manera más sencilla de examinar a las personas de la población seleccionada. Para el investigador resulta mucho más rápido analizar a este grupo de personas, ya sea por la posición geográfica o la relación cercana que se pueda tener de algunos individuos de la muestra (Formulas, 2017).

La muestra de conveniencia puede ser utilizada en este estudio, ya que permitiría obtener datos básicos y las tendencias con respecto a lo que se desea investigar. También tiene la característica que el investigador puede seleccionar intencionada y directamente los individuos de la población. Para el proceso de esta investigación el procedimiento es utilizar como muestra las personas a las que se tiene mejor acceso y que tiene el mayor conocimiento del tema. A continuación, en el siguiente cuadro se seleccionaron distintas instituciones y asociaciones las cuales todas estas manejan información vinculante y de interés común en las distintas etapas del proceso de obtención de datos.

Cuadro 11: Muestra de la población en estudio, 2018

| Entrevistado | ¿Donde? | ¿Por qué? |
|----------------|--|--|
| Entrevistado 1 | Instituto Costarricense de Turismo (ICT) | Esta institución rectora del turismo en Costa Rica, quien se asegura de proporcionar un modelo de desarrollo turístico sostenible y equitativo. |
| Entrevistado 2 | Cámara Costarricense de Salud (PROMED) | Esta Cámara ofrece capacitación e información dirigida a los mercados de turismo médico, bienestar y vida de jubilación ubicados en Costa Rica. PROMED también sirve como punto de contacto y referencia confiable para empresas y pacientes individuales que buscan conexiones de salud y turismo médico en Costa Rica. |
| Entrevistado 3 | Asociación de Wellness Costa Rica | Asociados de Empresas de turismo de bienestar, será importante conocer la planta turística de la región Sur |
| Entrevistado 4 | Cámara Nacional de Ecoturismo (CANAECO) | Es una organización privada y sin fines de lucro que trabaja para fomentar la sostenibilidad en el sector turístico costarricense. |
| Entrevistado 5 | Hotel Luna Lodge Osa Península | Luna Lodge ha sido reconocida internacionalmente desde su apertura por la revista Conde Nast Traveler, Travel and Leisure y Yoga Journal , por ser el mejor |

| | | |
|-----------------|------------------------------------|---|
| | | ecolodge y destino de yoga para vacacionar |
| Entrevistado 6 | Hotel Cusigna Eco Lodge & Spa | Es un gran hotel en Uvita, Pacífico Sur de Costa Rica, entre el Océano y la Selva, se estableció con el fin de compartir un sitio único con costarricenses y visitantes internacionales. |
| Entrevistado 7 | Hotel Lapa Rios Ecolodge | Ubicado en una reserva natural privada repartida en más de 1.000 acres de la última selva tropical de tierras bajas que queda en Centroamérica en Costa Rica, ofrece una aventura de vida salvaje sostenible en una clase aparte. |
| Entrevistado 8 | TikiVillas Rainforest Lodge | Es un hotel ubicado en Uvita, Puntarenas, que promete relajación, diversión y aventura, en la naturaleza comprometido con el medio ambiente y la comunidad local. |
| Entrevistado 9 | Hotel Boutique Hacienda Altagracia | Unos de los hoteles del Pacífico Sur que es líder en la actividad del turismo de bienestar en Costa Rica. |
| Entrevistado 10 | La Montaña Azul- Jardín sin Tiempo | La Montaña Azul es un Centro de Formación y Retiros para el despertar de la Conciencia y el Bienestar. |
| Entrevistado 11 | Nicuesa Rainforest Lodge | Es un lodge ubicado en una reserva privada de 165 acres en Puerto Jiménez, en la costa del Pacífico del sur de Costa Rica. Dedicados a la aventura y la conservación en armonía con la naturaleza. |

| | | |
|-----------------|---|---|
| Entrevistado 13 | Agencia de viajes Horizontes | Agencia de viajes receptiva cuyo propósito es promover fondos para proyectos que pueden ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas y el medioambiente. |
| Entrevistado 14 | SAT Yoga Ashram, Institute and Foundation | Es un centro internacional para la transformación espiritual y estudios de la consciencia, ubicada en el cantón de Pérez Zeledón. |

Fuente: Elaboración propia, 2018

Fuentes de Información

Fuentes primarias

Las fuentes primarias son primordiales para la recolección de referencias, bibliografía y proporcionan información de primera mano, directamente del autor. Es decir, son todos aquellos artículos de publicaciones, libros, antologías, tesis, documentos oficiales, testimonios de expertos y documentales. La información primaria también se crea para el desarrollo de la investigación por medio de encuestas, experimentos o entrevistas según la técnica que se trabaje, ya sea cuantitativa o cualitativa (Gómez, 2006).

Como se ha expresado, son aquellas fuentes en donde los datos o la información provienen de una fuente directa, sea una persona, institución y otro medio. Para efectos del desarrollo de esta investigación, se basará en fuentes primarias la entrevista, para recolectar datos de primera mano. Por ende, se hará entrevistas a entidades y hotel que ayuden al proceso de la investigación. Es muy importante contar con la mayor cantidad de fuentes para recolectar la información necesaria para justificar y poder hacer el análisis necesario para la investigación.

Fuentes secundarias.

Las fuentes secundarias permiten saber de fenómenos o hechos a través de documentos o datos seleccionados por otras personas. Los informantes en ambos casos pueden ser personas, documentos nuevos o ya publicados, así como otras fuentes que posibilitan al investigador extraer conocimiento sobre un determinado problema en estudio (Gómez, 2006). Por consiguiente, se toma la información que se recolecte en documentos e informes de páginas web como apoyo secundario al análisis de esta investigación. De manera que, con la información acertada y confiable de esta fuente, se puede hacer un análisis amplio junto con la información obtenida en la fuente primaria, y así lograr alcanzar los objetivos del estudio.

Unidades de Análisis de la Investigación

Hernández et al (2014) define que: *“la unidad de análisis indica quiénes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición”* (p. 183).

Según lo mencionado, las unidades de análisis son determinadas por el investigador, para efectuar el estudio y provienen de los objetivos específicos; muestran los tópicos en los cuales se basaron los instrumentos de medición. A continuación, se definen las unidades de análisis de la presente investigación:

Actividades

Para efectos de esta investigación el termino actividades se refiere a el conjunto de operaciones y trabajos propios de una persona o entidad. Las actividades, a nivel del turismo de bienestar, son las responsables de generar impactos a nivel económico y social en la zona del Pacífico Sur. En esta región tiene la capacidad de desarrollar actividades como yoga, spas, gastronomía, “earthing”, contacto con territorios indígenas y plantas medicinales; que dejen una huella positiva para esta región. Por ello, es importante mencionar las actividades que brinden el mayor impacto para impulsar aún más esta modalidad.

Ventajas Competitivas

El concepto de ventaja competitiva expresa ser el valor que un lugar o cierto elemento posee y que lo hace diferente frente al mercado. Dentro del mundo del turismo es esencial que las personas, los negocios o destinos posean características diferenciadoras para atraer a los turistas y poder competir en la industria. Las ventajas competitivas también son todos aquellos atributos que un lugar posee y posicionan de una manera superior frente a la competencia. Es importante que en la actividad del turismo de bienestar se trabaje con un producto que obtenga una ventaja competitiva inimitable para que de esa forma se logren impactos positivos. Esta unidad de análisis se compondrá de la descripción de todas esas ventajas competitivas que tiene la región del Pacífico Sur en este rubro.

Factores

Se entiende por factores, a aquellos componentes que pueden condicionar una situación y volviéndose los causantes de una transformación de determinados hechos. Un factor también es lo que contribuye a que se obtengan resultados, ya que sobre ellos recae la variación o la producción de cambios. Al analizar factores de diferentes fenómenos, es muy común, en estudios, identificarlos como condiciones u actores que participan en la realidad de un lugar, como lo es en el Pacífico Sur de Costa Rica. Los factores también pueden ser comprendidos en términos compuestos como: factores orgánicos, psicológicos, biológicos, políticos, culturales, económicos, etcétera que se presentan de una u otra manera en la realidad social. Así que esta unidad de análisis se establecerán todos aquellos factores que crean un cambio en la práctica del turismo de bienestar.

Instrumentos

Cuestionario

De acuerdo con Hernández et al (2014), el cuestionario es un conjunto de preguntas para medir uno o un conjunto de variables y este es uno de los instrumentos más utilizados para la recolección de información. El cuestionario servirá de guía para la dirección en la dinámica de la entrevista. Es una lista de interrogantes que llevan un hilo conductor y que sirven de ayuda para la recolección de datos de una investigación.

Para efectos de esta investigación se hará uso de preguntas abiertas, ya que brindan los participantes una respuesta más amplia. También servirá para conocer a profundidad la opinión y motivos del comportamiento de la muestra. Las preguntas abiertas no limitan las respuestas, por lo cual se categorizan más las preguntas y hay una elevada variedad de respuesta. Estas pueden ser infinitas y pueden cambiar según la población (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

Asimismo, para lograr formular preguntas en las que el entrevistador pueda ir interviniendo, será hará el uso de preguntas semi-estructuradas. De esta manera le permite al investigador surgir más preguntas en el transcurso de la entrevista. Es muy importante que se puedan reflejar datos claros y aclarar cualquier confusión durante la entrevista, de modo que este tipo de preguntas permiten tener más flexibilidad. Este tipo

de preguntas facilita la cooperación y la empatía de parte del sujeto y el entrevistador (Robson, 2011).

Al ser el presente trabajo es un estudio de tipo cualitativo, las preguntas formuladas fueron abiertas y estructuradas, esto con el fin de ofrecer la oportunidad al participante de extenderse en las respuestas ofrecidas y que todos contestaran a las mismas interrogantes en cuestión. El cuestionario será primordial para conocer las opiniones y perspectivas de los habitantes y la planta turística del Pacífico Sur en materia del turismo de bienestar. Esta es la herramienta más adecuada para guiar a la persona objeto de estudio sobre la información necesaria para enriquecer la investigación.

De modo que, el instrumento que se utilizará será el cuestionario con preguntas abiertas con enfoque cualitativo, al igual que preguntas abiertas semiestructuradas. La importancia de este instrumento, es recoger los datos por medio de preguntas de interés al tema de investigación. Además, el cuestionario permitirá recolectar la información del conocimiento de los expertos en turismo de bienestar.

Entrevista

Según Hernández et al. (2014), *“la entrevista permite hacer preguntas sobre experiencias, opiniones, valores y creencias, emociones, sentimientos, hechos, historias de vida, percepciones, atribuciones, etcétera”* (p. 407).

La entrevista suele llegar a ser una técnica común para la recolección de información sobre los objetivos a destacar en el estudio. Esta modalidad consiste en hacer un interrogatorio a los principales entes claves para el desarrollo de la investigación. Este se lleva a cabo por medio de las preguntas establecidas en el cuestionario y su principal función es el intercambio de ideas de expertos en la materia a investigar, para posteriormente analizarlas.

Se asegura que a través de la entrevista se obtiene toda aquella información que no se puede conseguir en la observación. Debido a esto se puede adentrar en el mundo interior del ser humano y conocer sus pensamientos, sus ideas, creencias y conocimientos.

Entonces, se deduce que la entrevista no es más que una conversación entre dos personas, una de ellas se le denomina entrevistador y la otra entrevistado (Cerdas, 1991).

Para efectos de esta investigación, se formularán preguntas acordes al tema y se consultara a expertos en tema de turismo de bienestar. De igual forma, a todos los beneficiados con la práctica de esta forma de turismo. De esta manera se conseguirá obtener de este instrumento la una gran cantidad de información que fortifique la investigación.

Proceso para la Recolección y Análisis de Datos

De acuerdo con Hernández et al. (2014), el análisis cualitativo se basa de acuerdo con los siguientes propósitos; la exploración de datos creando una estructura para estos, con la descripción de las respuestas de los encuestados, indicar sus puntos de vista, así como las expresiones usadas y con esto vincular el conocimiento para generar un análisis.

Para poder completar la investigación, se utilizan dos instrumentos importantes de recolección. Primeramente, las fuentes primarias y se aplicará una encuesta a funcionarios de las principales entidades y hoteles; se solicita una cita por teléfono para obtener la entrevista que recabar la información, sobre las características de la zona a estudiar. Lo anterior, mediante la utilización de un cuestionario de preguntas abiertas, que genere una conversación amplia que dé respuesta a la interrogante de la investigación. Además, en el análisis, toda la información recibida por parte de los entrevistados, es respalda con la teórica del capítulo II del marco de referencia; se analiza la información obtenida de las unidades de análisis, para poder desarrollar la investigación.

Posteriormente, se continuará recolectando información por medio de las fuentes secundarias. Se obtendrán datos importantes de documentos, tesis e informes de páginas web sobre turismo de bienestar. Así, se utilizará la información recolectada en las fuentes primarias y secundarias para poder llegar a el objetivo principal de esta investigación.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para la realización del cuarto capítulo de la investigación se utilizaron los resultados obtenidos por la muestra de estudio a través de las entrevistas aplicadas. La estructura del siguiente apartado comienza con la tabla # 12 que especifica las categorías en estudio, que surgieron de cada unidad de análisis examinada; dichas unidades pertenecen a los objetivos específicos propuestos en el capítulo introductorio. En la segunda parte se realiza la descripción y análisis de cada una de las categorías tabuladas, de las unidades de análisis. Por ende, se verifica la información entregada por las fuentes y se compara con la teoría que le da sustento al estudio. Finalmente, se manifiestan los resultados a fin de dar respuesta al problema de la investigación.

Para la elaboración de las unidades de análisis, se tomó la palabra o frase que representa la esencia de cada objetivo específico. La primera hace referencia a las actividades que más se practican en el Pacífico Sur con el motivo de bienestar. La segunda alude a las ventajas competitivas que tiene esta región para el desarrollo de esta modalidad. La tercera unidad representa los factores que han determinado el crecimiento del turismo de bienestar en esta región. Dentro de este marco las unidades fueron la base para el desarrollo de las preguntas del cuestionario de la entrevista a la muestra seleccionada.

En efecto, este capítulo desarrolla el análisis de resultados provenientes de cada una de las entrevistas realizadas con las muestras de la investigación. Este busca el criterio de cada experto en su función con el fin de estudiar los efectos obtenidos. Las respuestas, fueron divididas de acuerdo con su categoría y a su sentido de pertenencia con relación a la unidad de análisis.

Cuadro 12: Unidades y Categorías de Análisis

| Unidad | Categoría |
|------------------------------|---|
| Actividades | <ol style="list-style-type: none"> 1. Yoga 2. Spas 3. Contacto con la naturaleza 4. Alimentación saludable 5. Espiritualidad 6. Fitness |
| Ventajas Competitivas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Recursos naturales 2. Lugar conservado 3. Sostenibilidad 4. Personal capacitado 5. Lejanía 6. Oferta turística variada |
| Factores | <ol style="list-style-type: none"> 1. Estrés 2. Beneficios económicos 3. Estilos de vida saludable 4. No hay estacionalidad 5. Inclusivo 6. Encadenamiento productivo |

Fuente: Elaboración propia, 2018

Unidad de análisis 1: Actividades

Esta primera unidad de análisis hace referencia al conjunto de actividades que pueden tomar en cuenta las empresas a través de los servicios del turismo de bienestar en el Pacífico Sur. Además, se incluirán todas aquellas que el turista realiza y que han sido pilar para el desarrollo de este sector. También, se analizarán las actividades que potencian la práctica del turismo de bienestar y que pueden estar causando un impacto significativo en la región del Pacífico Sur.

Según la Real Academia Española (RAE, 2018), el término **actividades** significa:

“El conjunto de operaciones o tareas acordes a una persona u empresa”.

*“La palabra **actividad** hace referencia a un grupo de tareas, rutinas, trabajos o acciones que se realizan por una o varias personas. Hay distintas actividades recreativas que facilitan la distracción de las personas brindadas por una entidad” (Group, 2014).*

A continuación, se indican las categorías señaladas por los entrevistados; entre las actividades que sobresalen son:

1. Yoga
2. Spas
3. Contacto con la naturaleza
4. Alimentación saludable
5. Espiritualidad
6. Fitness

A cada categoría se le dará una descripción y se mostrarán las respuestas señaladas por la muestra de la investigación. El análisis se realiza comparando la teoría con las expresiones indicadas, con el propósito de determinar si lo señalado por los entrevistados se ajusta con las bases teóricas o si existen prácticas que no se acoplan.

Categoría 1. Yoga

Descripción

De acuerdo con lo indicado por la muestra seleccionada para las entrevistas, se conformó la categoría uno de la primera unidad de análisis, que concierne al yoga, como una de las actividades practicadas de la rama del turismo de bienestar. Lo anterior se evidencia en las siguientes frases:

- *“Una de las actividades principales es realizar yoga. Pero no todo está certificado, queremos que sea una actividad física e incorporarla a la idiosincrasia tica y que se pueda retomar esta práctica extranjera a las tradiciones habituales; por ejemplo, hacer yoga a un lado de los ríos e incorporando la naturaleza.”*
(Entrevistado 1)
- *“Hay centros de yoga que si reciben ese turista wellness primario. Por ejemplo, hay centros de yoga en Estados Unidos que deciden ir a Costa Rica a practicar yoga y a recibir cursos esto es su motivo principal. Aun así, necesitamos más infraestructura ojalá que sean cadenas internacionales hay una tarea pendiente el potencial está claro. Todavía estamos en pañales, hay ciertas iniciativas como el Wellness Pura Vida a nosotros nos deja claro que la percepción de ese planteamiento es un enfoque en actividades turísticas y no en potenciar el motivo de visitas”.* (Entrevistado 2)
- *“El segmento que está más desarrollado es el Yoga. La gente que practica el yoga es muy grande a nivel mundial les gusta venir a Costa Rica a los retiros de yoga este es el producto más importante y a nivel nacional hay bastantes personas que se están interesando”.* (Entrevistado 3)
- *“El yoga, también permite al huésped apreciar el medio ambiente”* (Entrevistado 5)
- *“Yoga, aquí vienen bastantes grupos y en este hotel tenemos un estudio grande, llega una instructora a dar clases así que esa es la principal actividad en términos de bienestar: La vista que tiene el hotel lo complementa mucho para que este sea*

de mucho provecho mientras se realiza yoga. Los instructores son de la zona o a veces los grupos que vienen traen el suyo propio. El turista que practica esto anda gastando entre \$100 o \$120 y está la particularidad que la mayoría son extranjeros hay muy pocos ticos que vienen específicamente para eso.”
(Entrevistado 6)

- *“Yoga”* (Entrevistado 7)
- *“Clases de Yoga”* (Entrevistado 9)
- *“Yoga, esta arte posee características muy detalladas y precisas, pero en síntesis lo que se busca es reconectar a la persona con su potencial original de bienestar y felicidad”.* (Entrevistado 10)
- *“Se practica el yoga en un ashram, este es un monasterio muy “sui géneris”, es una comunidad abocada a la transformación espiritual a la busca de la verdad, de Dios y en términos yoguicos de la liberación del sufrimiento es la función de todos los caminos espirituales del mundo, es estar en un estado de gozo y júbilo de alegría y paz. Los ashrams son tradicionalmente la manera en que en la India los yoguis se dedicaban un espacio un lugar. Ya que si uno está constantemente en la locura urbana hay muchas actividades que generan distracción y los ashrams se crean para ser lugares de tranquilidad. El yoga se ha vuelto una moda lamentablemente, lo llegan a una moda y solamente premiar el aspecto físico y se ha tergiversado el propósito original que es filosófico y espiritual. Pero bien esto ha hecho que llame la atención de varias personas a esta práctica y digan que lo quieren probar y tratar de entender el estado de relajación que esta actividad provoca que las personas se sorprenden y quieran descubrir ha generado esa inquietud por explorar más profundamente. Este estado de paz y gozo que se logra a través del yoga empiezan a descubrir más que existe un mundo y muchas personas que practican esto, nosotros practicamos el nivel más avanzado.”.*
(Entrevistado 14)

Análisis

Los entrevistados coinciden que es de suma importancia el yoga como actividad de bienestar, en el Pacífico Sur. Esta disciplina tiene la función principal de establecer un vínculo entre cuerpo y la mente. Al practicarla se tendrá un bienestar pleno que llevará a la satisfacción con al ser y es fundamental para los turistas de bienestar, en todo el mundo. Se tiene presente en sus testimonios, que se puede desarrollar de lado de la flora y fauna que esta región posee. También se tiene que considerar que al ser una actividad que nació en otro continente se puede adaptar a las condiciones que Costa Rica posee a nivel turístico. Cabe considerar que las bellezas escénicas que el todo el Pacífico Sur posee, es parte fundamental para poder realizar actividades como el yoga. Se menciona que quienes la practican mayormente son extranjeros en búsqueda de beneficiarse con las bellezas naturales de la región.

Categoría 2. Spa

Descripción

En esta categoría, los entrevistados hicieron referencia al spa como una actividad recurrente en el turismo de bienestar que se practica en la región Pacífico Sur. Por lo que se forma la segunda categoría de esta primera unidad de análisis, que se puede evidenciar en las siguientes citas:

- *“Otra actividad es la terapia alternativa. Costa Rica tiene un colegio de profesionales terapeutas por lo que, a nivel de spas andan bien. Pero también se tiene que empezar la normativa para spas y cumplir ciertos requisitos para estandarizar la industria.”* (Entrevistado 1)
- *“También está el segmento de spa. Los spas manager deben de ser terapeutas pero otros colaboradores solamente están capacitados por el hotel. Hay mucha gente que practica yoga, spa y termales, pero no necesariamente lo hacen por el concepto de bienestar, todavía no hay tantos turistas aquí en Costa Rica que busquen ese concepto. Buscan las cosas por separada, todavía no hay cultura del bienestar”.* (Entrevistado 3)

- *“Spa es también otro servicio de bienestar, en este se hacen masajes, aromaterapia y otros tratamientos. La masajista es titulada, así que es alguien capacitada. Los servicios del spa normalmente son paquetes de complemento muchos turistas se hacen masajes después de venir de hacer actividades de aventura o estar en la playa entonces el spa no es el principal motivo por lo que vienen a hospedarse al hotel, pero si sirve para el bienestar del huésped.”* (entrevistado 6)
- *“Masajes con terapeutas con experiencia.”* (entrevistado 7)
- *“El principal servicio de bienestar que ofrece nuestra empresa son los tratamientos como masajes y faciales entre otros. Además, contamos con colaboradores calificados y la infraestructura necesaria para brindar estos servicios de la mejor manera”.* (Entrevistado 8)
- *“Prevención a través de la relajación con tratamientos de spa”* (Entrevistado 9)

Análisis

Como lo mencionan los entrevistados, en Costa Rica, no está establecido por el Instituto Costarricense de Turismo, cuanto es el ingreso económico por spas y no existe una normativa que regule cada establecimiento turístico que tenga un spa. De acuerdo con el Global Wellness Institute (2017), a nivel mundial en la economía de los spas es una industria que deja \$99 billones y en este país en el 2014 está generó \$267.2 millones. Sin embargo, concuerdan que todos los tratamientos dentro de un spa son actividades de bienestar. También que, al brindar estos servicios, se puede volver un sector lucrativo que genera altos beneficios económicos a hoteles.

De manera que, un turista de bienestar tiene diferentes propósitos cuando realiza actividades dentro del spa. En general, los distintos segmentos que se pueden desenvolver en un spa van con el motivo de recibir un bienestar integral y mejorar su salud, al realizar estas actividades. Igualmente, los spas pueden ir dirigidos a nuevas generaciones que deseen cuidar su salud. De igual modo se especifica que las personas que desempeñan sus labores dentro de los spas son capacitadas por centros educativos o por el staff del hotel. También se necesita ser terapeuta para poder ser gerente de un spa y las masajistas tienen

que ser con experiencia. Es fundamental tener expertos que brinden este servicio a los turistas. Esto se ha podido evidenciar en las entrevistas como en la teoría analizada.

Categoría 3. Contacto con la naturaleza

Descripción

De acuerdo con lo indicado por las personas entrevistadas, se mantuvieron presentes las actividades de bienestar que involucran el contacto con la naturaleza. Por consiguiente, estos eventos se clasifican dentro de la tercera categoría. Al hacer referencia a la primera unidad de este análisis, los entrevistados se expresan así:

- *“Hay hoteles que realizan tours que involucran a la naturaleza por ejemplo con las plantas, los guías van explicando que beneficio medicinal contiene cada mata. Esto es algo que sorprende mucho a los turistas”.* (Entrevistado 1)
- *“Realmente en el Pacífico Sur hay muchas empresas que están haciendo sostenibilidad en muchas prácticas que involucran la naturaleza. Se da muchas prácticas que involucran la naturaleza como, caminatas, avistamiento aventura en lo marino esas son las practicas generales por parte del ambiente.”* (Entrevistado 4)
- *“Tours donde se muestra nuestra diversidad ecológica permitiendo al turista sentirse más en contacto con la naturaleza que los rodea.”* (Entrevistado 5)
- *“También contemplar la naturaleza y la vista que se puede observar lo considero una actividad de bienestar ya que el turista se siente relajado y en paz. La naturaleza es atractiva para los extranjeros ya que vienen de lugares donde no tienen la dicha de poder estar tan cerca del bosque y tener ese contacto con la diversidad que se encuentra acá.”* (Entrevistado 6)
- *“Conecte con la naturaleza. Hasta el momento y en su mayoría el enfoque de la oferta y demanda de turismo en la zona ha sido en su mayoría hacia turismo de aventura y naturalista”.* (Entrevistado 7)

- *“En la agencia, esto es precisamente lo que ofrece nuestro producto, itinerarios que resultan en bienestar, sensación que se logra al proveer al turista la experiencia de recorrer espacios prístinos y relajantes, alimentos autóctonos y nativos, aprendizajes y vivencias al natural.”* (Entrevistado 12)

Análisis

Según explicó, Mauricio Ventura ex ministro de turismo (2016), la idea es aprovechar todo el potencial que ya logró concretar Costa Rica con el turismo de aventura y fusionarlo a un eje de bienestar y de cuidado personal, a lo que han llamado turismo *“Wellness Pura Vida”*. En este país, si de relajarse se trata, no puede faltar el bosque y el contacto con la naturaleza. Sus vistas, sus senderos y espacios para masaje logran desconectar a quienes lo visitan, del ambiente del cual provienen.

Los destinos de bienestar y salud requieren naturaleza, relajación, profesionales capacitados y equipos técnicos de primer nivel. La ubicación de este país es en la mitad del continente americano; lugar en el que conserva el 2.5 % de la biodiversidad mundial. (Azul, 2012). Como lo señalaron los entrevistados, las actividades de la naturaleza son un complemento para el desarrollo de este tipo de turismo. Efectivamente, en el Pacífico Sur el contacto con la naturaleza beneficia a los turistas para practicar el bienestar. En este lugar la naturaleza se explota como uno de los principales productos que va de la mano con el wellness. Los distintos tours en la naturaleza son parte de esta rama en estudio; a esto se le suma la diversidad ecológica que este sitio posee.

Categoría 4. Alimentación saludable

Descripción

La categoría de alimentación saludable se crea como otra actividad enfocada en el bienestar de los viajeros. La respuesta de los entrevistados comprobó que esta categoría es necesaria para el desarrollo de esta modalidad. En las respuestas brindadas se destaca lo siguiente:

- *“La nutrición si la consideramos que es parte de las actividades de bienestar y tiene un enfoque a el tema de salud. Por ejemplo, hay turistas que llegan al país a iniciar programas de alimentación saludables, pero si ese turista solo está por dos semanas y cuando regresa a su país continua los malos hábitos, no lograra un resultado. Aquí entran un tema de psicología e integrar programas a largo plazo así el turista estaría de regreso para continuar una evaluación.”* (Entrevistado 2)
- *“En la parte gastronómica, la gente está viendo el bienestar desde muchas aristas, por ejemplo, lo que comen y como se hizo, ahí es donde entra la calidad del producto, a quien se le compra si es local o incluso si tiene químicos todos esos componentes son muy importantes y es lo que hace que las experiencias que sean de bienestar”.* (Entrevistado 4)
- *“Además, hay una estrecha relación de las prácticas de bienestar con la alimentación y una dieta saludable.”* (Entrevistado 5)
- *“Acá también brindamos servicios de comida saludable y orgánica. Generalmente vienen muchos veganos y vegetarianos, tenemos un menú definido para grupos específicos que nos piden comida de ese tipo. Lo bueno del restaurante es que es abierto a todo el público no solamente a los huéspedes, si no que otros clientes pueden beneficiarse de la comida y el bienestar que les genera estos platos”.* (Entrevistado 6)

Análisis

Los entrevistados estuvieron de acuerdo en que la alimentación saludable es parte de lograr un bienestar durante los viajes con este propósito. Sin duda, en el Pacífico Sur se trata de implementar esta manera saludable en los alimentos, incorporando comida orgánica, vegetariana, vegana entre otras. Asimismo, se incorporan los platillos típicos de Costa Rica, que se prepararan de manera armónica con la naturaleza y utilizando ingredientes sin químicos. Los turistas de bienestar buscan una integración física y, por ende, es indispensable que tengan una alimentación balanceada mientras viajan.

También mencionan que hay viajeros que llegan al país a iniciar tratamientos nutricionales saludables. Esto involucra el acercamiento de distintos expertos como los nutricionistas, psicólogos y alojamientos que brinden alimentación sana. Asimismo, se afirma que los turistas están desean saber de qué está compuesta la comida en sus viajes, si estas son orgánicas o sin químicos.

Categoría 5. Espiritualidad

Descripción

Esta categoría se forma a partir de la información brindada por los funcionarios que trabajan en el ámbito del bienestar. Estos mencionan a la espiritualidad como otra actividad que se desempeña en el Pacífico Sur. Entre las respuestas de los expertos en el tema, se encuentran:

- *“Prácticas de bienestar como lo sería la meditación”*. (Entrevistado 5)
- *“Clases de meditación y relajación”* (Entrevistado 9)
- *“Cursos de Chi Kung, Tai chi chuan, Satsang, Meditación y Maestros nacionales e internacionales invitados realizan retiros y capacitaciones en: Wellness, Retiros de Contemplación, Retiros de Silencio y otros. Cada una de estas artes internas posee características muy detalladas y precisas, pero en síntesis lo que se busca*

es reconectar a la persona con su potencial original de bienestar y felicidad.”
(Entrevistado 10)

- *“En los ashrams una vez al mes se ofrece programas de meditación de retiros por 7 días y programas de estadías más largas hasta de un mes o 3 meses. A aquellos que quieren profundizar más esa búsqueda. Aquí nos levantamos a las 3 o 4 de la mañana después trabajamos 6 horas diarias o clases en la tarde meditamos y se da clases. Estamos en una encrucijada en este momento. La meditación ha generado un gran interés a las personas por aprender de esto, uno de los pilares de nuestra practica es la meditación, viajeros vienen en grupos para hacer retiros de silencio. Es algo transformador, ha influido mucho para que se aboquen o quieran profundizar más en esta práctica, en lugares como este. El turismo espiritual es una categoría que todavía no existe y no se trabaja mucho, hay uno que no solamente es ver a la virgencita o ir a la meca, si no hay un interés grande de personas por ir a la India para buscar esa profundidad en la vida y en ese sentido pienso que Costa Rica tiene una gran oportunidad por el camino que se ha entrado ya con el ecoturismo, el de aventura y el de wellness y es un paso muy lógico el poder ofrecer turismo espiritual. Precisamente ofrecer lugares donde la gente pueda encontrar la meditación pueda leer descansar y tener paz, pero con un propósito de sanación de descubrimiento que va más allá de la práctica del bienestar físico”. (Entrevistado 14)*

Análisis

La meditación forma parte de actividades de espiritualidad; esta práctica es una de las más realizadas en el turismo de bienestar. Estas actividades que los entrevistados mencionan son experiencias que buscan un acercamiento a un bienestar interior a través de una introspección. Distintas empresas de turismo llevan a cabo estas tareas, las cuales son enseñadas por maestros calificados. El ambiente que se respira en la región del Pacífico Sur es el ideal para poder practicarlas, ya que el silencio y el ambiente natural la hacen propicia para desarrollarse.

La meditación a través de técnicas asiáticas se han vuelto la manera de lograr conectarse consigo mismo. Esto lo afirman los entrevistados al indicar que hay un interés por las personas en la práctica de esta actividad. Se indicó que la espiritualidad no solo es un tema religioso sino uno más profundo con el propósito de sanación y descubrimiento.

Categoría 6. Fitness

Descripción

En la categoría seis, los entrevistados expresan la opinión acerca del fitness como otra manera de realizar el bienestar en el sentido recreativo en el Pacífico Sur. Los entrevistados comentaron lo siguiente:

- *“Ejercicios Funcionales en el Gimnasio”* (Entrevistado 9)
- *“Utilizamos los ejercicios de estiramiento, para promover el bienestar la persona”*. (Entrevistado 11)

Análisis

Los entrevistados de las empresas turísticas del Pacífico Sur recomiendan que se ofrezcan servicios de ejercicios funcionales en los gimnasios. No todas las empresas de este ámbito ofrecen esta opción, ya que se requiere de una inversión costosa en equipamiento. Como lo menciona José Antonio Marciso, vocero de la International Health, Racquet & Sportsclub Association (IHRSA) (2017), a nivel mundial, existe una tendencia de hacer ejercicio constantemente. Por esta razón, la calidad de los gimnasios que ofrezca un hotel determina la decisión que toma una persona para que se hospede en él.

Unidad de análisis 2: Ventajas competitivas

Se entiende por ventaja competitiva como un elemento que es identificado por los consumidores como mejor en comparación a otro. Además, que sea motivo de preferencia para la competencia. Contar con una ventaja competitiva es un mecanismo principal de la estrategia de todo negocio, en especial en el turismo (Falco, 2014).

La segunda unidad de análisis identifica las ventajas competitivas que la región del Pacífico Sur posee, respecto a la práctica del turismo de bienestar. Con el fin de conocer el posible potencial que este territorio tiene, es de suma importancia investigar, a través de la muestra por la cual se recolectó la información pertinente.

Después de la debida tabulación de resultados, se lograron obtener las siguientes categorías de análisis, para alcanzar el segundo objetivo.

1. Recursos naturales
2. Lugar conservado
3. Sostenibilidad
4. Personal capacitado
5. Lejanía
6. Oferta turística variada

Categoría 1. Recursos Naturales

Descripción

En la siguiente categoría, los entrevistados hicieron referencia a los recursos naturales, como ventaja competitiva fundamental que contiene la región del Pacífico Sur, para el desarrollo de la industria de bienestar. Los entrevistados transmitieron lo siguiente:

- *“Los recursos naturales como el agua, la diversidad biológica y el bosque son ventajas que el Pacífico Sur, incluso en todo el país lo poseemos para la práctica del wellness. Tenemos la dicha de tener grupos indígenas y cultura en la zona esa parte es muy importante, porque cada vez hay turistas que quieren saber de dónde venimos y encontrarse consigo mismo.”* (Entrevistado 1)

- *“El Pacífico Sur es una región sumamente rica en el recurso natural es uno de los puntos más diversos en biodiversidad del mundo. La biodiversidad si es una ventaja competitiva, bien mercadeado y trabajada para todo el país es una tendencia lo que pasa es que por sí solo no, si no que hay que desarrollarlo. La gente lo está buscando a nivel global. Hay personas que están haciendo cosas muy importantes en lo físico biológico, es decir cómo están construyendo con los materiales el tipo de diseños por ejemplo que no necesito aire acondicionado que todo sea lo más natural con la menor cantidad de peso en carbono esto tiene que ver mucho con el bienestar no solamente con el turista si no con la comunidad y con el colaborado”.* (Entrevistado 4)
- *“Definitivamente la naturaleza, ya que la Península de Osa cuenta con la mayor biodiversidad del país por lo que esto combinado con prácticas de bienestar es un imán para atraer la atención de este tipo de turismo”.* Entrevistado 5)
- *“Entre las ventajas competitivas del Pacífico Sur esta su naturaleza única y la combinación de atractivos.”* (Entrevistado7)
- *“La riqueza natural que siempre va de la mano de los temas de bienestar. De igual forma la combinación de playa y montaña”.* Entrevistado 9)
- *“En general Costa Rica se caracteriza porque cada uno de sus rincones esconde muchos atractivos naturales: La calidad humana de la gente y la tranquilidad que aún se conserva en sus diferentes áreas sea playa o montaña es un “parche” distintivo aún en esta región del país. Sus montañas, sus playas aún cuentan con las raíces costarricenses. Un clima privilegiado, un terreno fértil contamos con parte de los ecosistemas más hermosos del país y formamos parte de uno de los parques más extensos como lo es el Internacional la Amistad.”* (Entrevistado 10)

- *“La intensa biodiversidad, la región esta inmersas en la naturaleza y esto suma atributos para la relajación y el bienestar integral de las personas en mente, cuerpo, espíritu”.*(Entrevistado 12)
- *“Desde el punto de vista físico el lugar tiene una extraordinaria belleza natural un bosque nuboso y formamos parte de la reserva mundial de la biosfera Savegre, el clima es delicioso hay una gran biodiversidad, los paisajes son impresionantes vivimos como en un arcoíris en fin es como un pedacito de cielo. Ni siquiera competimos ya que somos tan sui generis tan diferentes raros y únicos reconociendo que no hay nada como nosotros”.* (Entrevistado 14)

Análisis

El Pacífico Sur de Costa Rica es considerado una región de gran riqueza natural por su abundante y alta biodiversidad, rodeada por una gran cantidad de ríos, quebradas y riachuelos, que brindan un recurso hídrico invaluable. Estos recursos permiten ser fuente de abastecimiento de agua potable para las comunidades, así como para la agricultura y como vía de comunicación. (Lobo, 2013).

Los entrevistados mencionan que son necesarios los recursos naturales para el desarrollo del turismo de bienestar, el Pacífico Sur y otros lugares a nivel nacional los poseen; este aspecto es una ventaja competitiva que se quiere aprovechar para ofrecer un turismo realmente apetecible para los turistas. En esta zona, debido a que tiene encantos naturales del agrado de muchos, esta modalidad de viaje se vuelve más llamativa para los viajeros. Al igual, las empresas turísticas se ven beneficiadas, ya que pueden desarrollar sus negocios en torno a esta ventaja competitiva que tiene esta región. El turismo de bienestar es un excelente ejemplo de viajes basados en la naturaleza. Es importante resaltar esta ventaja competitiva que representa una fuente de ingresos para los habitantes de la región del Pacífico Sur. La recreación en áreas que poseen recursos naturales se tiene que saber explotar, ya que algunos recursos naturales son agotables y por ello es de suma importancia medir su uso.

Categoría 2. Lugar conservado

Descripción

De acuerdo con lo indicado por la muestra en las entrevistas, se conformó la categoría dos de la segunda unidad de análisis, referente a un lugar preservado como ventaja competitiva del Pacífico Sur. Los comentarios señalados por los entrevistados fueron los siguientes:

- *“Como ventaja competitiva en el Pacífico Sur todavía es un lugar que no está totalmente desarrollado y tiene potencial. El desarrollo ha sido muy lento lo cual no digo que este mal a veces es mejor que sea lento pero seguro. El mantenimiento de un producto muy exótico y muy preservado, todavía muy rustico, pero sin embargo hay lugares ofrecen altos niveles de calidad a un precio no tan elevado, hay retos como el traslado al Pacífico Sur”.* (Entrevistado 1)
- *“Considero que la zona se beneficia de manera positiva al no tener un crecimiento desmedido, ya que el tipo de turista que viene es más enfocado al bienestar y a la conservación los que no solo abre las puertas a la zona, si no que este crecimiento tiene que ir acorde con el mercado. El cual personalmente espero que no se dé en este sector al menos no de una forma tan aceleradas como ha sucedido en diferentes partes del país”.* (Entrevistado 5)
- *“Poca o limitada competencia”* (Entrevistado 9)
- *“Quizás una de las ventajas del Pacífico Sur es que no ha llegado a ser impactado tan directamente por los extranjeros. Existen muchas zonas maravillosas donde la esencia del tico aún sobresale”.* (Entrevistado 10)

Análisis

Los entrevistados revelan que el Pacífico Sur no ha sido un destino con un crecimiento tan acelerado. Sin embargo, esta particularidad no significa que es algo negativo para las comunidades de la región. Esto representa una oportunidad de realizar un desarrollo especializado con altos niveles de calidad. También, mencionan que no

desean que el sector se masifique, ya que, como ha ocurrido en otros destinos, se vuelven menos atractivos para los turistas.

De igual forma resalta la opinión, que esta región mantiene la esencia costarricense, sus tradiciones y la rusticidad del lugar. Esto no es motivo para que no existan lugares de alta calidad, y que mantenga su categoría. Este aspecto se vuelve ventajoso, ya que se especializa en un tipo de turista que tenga ingresos altos y que aprecie la simplicidad de la región.

La conservación tiene la clara misión de mantener con ciertos cuidados una cosa o lugar determinado. De modo que sus cualidades se conservan intactas. La conciencia de la conservación tiene que ir más allá del simple cuidado de un lugar, se tiene que dar la importancia a través de leyes y regulaciones que castiguen los daños, especialmente a los recursos naturales (Uchua, 2013). Por consiguiente, esta ventaja resulta ser provechosa, ya que se cuidan los recursos naturales y no hay tanta degradación en el ambiente. Así que se conserva otra característica particular de este lugar. Además, para las empresas turísticas se vuelven una razón para desenvolverse con servicios únicos, y sin contar con tanta amenaza de la competencia.

Categoría 3. Sostenibilidad

Descripción

De acuerdo con lo indicado por la muestra en las entrevistas, se conformó la categoría tres de la segunda unidad de análisis, referente la sostenibilidad como ventaja competitiva del Pacífico Sur. Los comentarios señalados por los entrevistados fueron los siguientes:

- *“Corcovado a nivel internacional ha tenido un reconocimiento muy importante y es un referente de la naturaleza y sostenibilidad, pero por ejemplo hicimos un tour por el sendero, pero tiene mal manejo de desechos eso no es ni sostenible genera estrés y como un lugar reconocido a nivel internacional tiene un mal manejo, muchas veces no son los mismos turistas si no que vienen del mar, pero los pobladores la gente que vive de ese centro turístico debe limpiarlo.”*
(Entrevistado 1)

- *“Un cambio de la mentalidad del turista, donde no solo quieren comodidad si no que quieren que esta vaya de la mano con la sostenibilidad y la armonía con el ambiente. Son cosas que no solo llaman la atención del turista si no que al mismo tiempo ayuda a un crecimiento sostenible de la zona, contrario al turismo regular donde las exigencias del turista están enfocadas más hacia la comodidad y menos al bienestar y la sostenibilidad”*. (Entrevistado 7)
- *“La sostenibilidad, en las empresas en el mundo no es específica a una industria en especial a quien se quiera unir que quiera tener esa responsabilidad y tener esa gestión sostenible en su día a día. Hay de todas empresas las de hospedajes, agencias, universidades y empresas independientes. Si no hacemos las cosas de forma sostenible nos vamos a acabar, esto es una responsabilidad que tenemos como industria, si no como personas de trabajar de una forma sostenida, cuando lo hacemos le damos un mantenimiento a los recursos del planeta ya que hacemos un excelente uso de ellos, pero sin acabarlos, esto debe de ser un derecho en el turismo”*. (Entrevistado 4)
- *“Siempre ha estado inspirada por la riqueza natural de la Península de Osa y desde nuestros inicios hemos realizado esfuerzos para promover el desarrollo sostenible en la región”*. (Entrevistado 12)

Análisis

De acuerdo con los entrevistados, la sostenibilidad es una manera de conservar los recursos naturales; esta característica es una ventaja competitiva que la zona implementa en los negocios turísticos. Sin embargo, se menciona que, a pesar de estas técnicas sostenibles, se necesita concientizar a los pobladores a seguir estas prácticas, no solo por parte de los proveedores de servicios. Según Kreag (2001), para que un destino turístico sea sostenible en el largo plazo depende de la habilidad de la comunidad, en especial sus líderes, los profesionales y expertos en este tema, para maximizar los beneficios y minimizar los costos. Este autor establece los impactos del turismo en siete categorías, cada una de las cuales incluye efectos positivos y negativos, a saber: económica, ambiental, social, cultural, congestionamientos, servicios, impuestos y actitud de la comunidad.

Categoría 4. Personal capacitado

En esta cuarta categoría, los funcionarios hicieron referencia al personal capacitado como una ventaja competitiva que tienen las empresas de turismo en el Pacífico Sur. Los comentarios señalados por los entrevistados fueron los siguientes:

- *“Si hay mano de obra capacitada, por ejemplo, los yoguis, aquí hay bastantes escuelas y entrenamientos. Para ser profesor de yoga deben de ser yoguis certificados por una entidad que se llama Yoga Alliance. También los terapeutas son profesionales que se vuelven parte de este mercado, ya que los spas necesitan tener este tipo de personal, así como masajistas capacitados”.* (Entrevistado 3)
- *“En la zona hay mano de obra más que calificada para realizar este tipo de servicios, una de las cosas que podríamos mencionar sería las capacitaciones técnicas que brinda el INA. Es importante la disponibilidad y los conocimientos de las personas que realizan este tipo de servicios ya que no todos los hoteles cuentan con un masajista propio para ofrecer este servicio”.* (Entrevistado 8)
- *“Para el personal que labora en el hotel se les ha capacitado e incentivado a aprender diferentes tareas o actividades”.* (Entrevista 9)
- *“La Montaña Azul y Jardín sin Tiempo cuenta con dos maestros residentes con 20 y 15 años de capacitación en India, Malasia USA y otros países. Al igual nuestros maestros e instructores invitados son personas de alta y probada idoneidad. El personal administrativo, mantenimiento, aseo, cocina y jardinería ha sido capacitado no solo en sus áreas técnicas sino para fortalecer su propio bienestar y hacer de la experiencia del huésped una vivencia única. Nuestra empresa está comprometida al 100% a su propósito y el logro de esto es que contamos con un personal que más allá de los estándares llega a ser una familia como tal. Tratamos de internamente ayudarnos y hacer crecer el potencial de cada una de las personas que labora en la empresa”.*

“Sabemos la importancia de los títulos Universitarios y la preparación, pero más allá de esto creemos y empoderamos a las personas a sobresalir en sus funciones independientemente del grado académico que posean. De igual manera siempre tratamos de fortalecer el servicio brindado y es por esto que según la responsabilidad de nuestro personal se les ofrece constantemente talleres y diversas capacitaciones especializadas en sus diferentes áreas trabajo como, por ejemplo: cursos de Chi Kung, talleres sobre bienestar, primeros auxilios, alimentación saludable, manipulación de alimentos entre otros”. (Entrevistado 10)

- *“Todo nuestro personal es capacitado en este instituto ya que es un método único, que solo existe en Costa Rica, somos capacitados por nuestro director, él tiene más de 15 años de estar en esto y todos somos trabajadores voluntarios. Somos una comunidad internacional entre 12 a 13 nacionalidades. Este centro los abrimos hace 8 años aquí en Pérez Zeledón”.* (Entrevistado 14)

Análisis

Como lo expresan los entrevistados, existe personal capacitado principalmente para las actividades de yoga y spa. Para el yoga se necesita contar con un certificado internacional por parte del Yoga Alliance, para ser Yoguis capacitados. También en las actividades de los spas, es obligatorio por parte de cada hotel tener terapeutas o masajistas profesionales en su área. Por ende, los expertos confirman que es fundamental tener colaboradores debidamente instruidos.

De igual forma se menciona que es parte necesaria tener un personal motivado, para fortalecer su propio bienestar. Muchos de los colaboradores llegan a ser parte de la familia de las empresas. Además, la gran parte de su personal viene de la misma región así que se le ayuda a la propia comunidad. Pese a esto se menciona que, para brindar ciertos servicios algunos colaboradores son extranjeros, ya que hay mejores escuelas que capacitan a nivel internacional.

Categoría 5. Lejanía

Descripción

De acuerdo con lo indicado por la muestra en las entrevistas, se conformó la quinta categoría referente a la lejanía como ventaja competitiva en esta región turística. Los aspectos señalados por los entrevistados son las que a continuación se presentan:

- *“La lejanía es una ventaja, pero puede ser un riesgo para los que no están acostumbrados a viajar mucho tiempo. Uno de los requisitos del turismo de bienestar es que el lugar este alejado y el Pacífico Sur cumple con esto”.* (Entrevistado 1)
- *“Se ve como ventaja la posición donde está ubicado nuestro hotel ya que la lejanía y lo retirado que esta del ruido hace perfecto la estancia de los turistas de bienestar. Ya que este anda buscando desconectarse de sus problemas, y la lejanía es un punto que va a favor de nuestro hotel. Pero para algunos turistas nacionales no muchos les gusta viajar tan lejos ya que el viaje se les hace complicado y en vez de tener una relajación estos se pueden estresar, este un tema muy subjetivo”.* (Entrevistado 8)
- *“La lejanía del ruido cotidiano es una ventaja para este lugar, ya que aquí entra el tema de la contaminación acústica, dentro del bienestar es un aspecto muy importante ya que se trata de liberar ese tipo de situaciones. Para los huéspedes les ayuda ya que buscan ese descanso en lugares retirados y fuera de lo común”.* (Entrevistado 10)
- *“Lo remoto del lugar, lo hace un destino singular”.* (Entrevistado 12)
- *“La lejanía es importante ya que es un lugar sano, menos intervenido por el hombre, y por ende tiene una vibración muy alta. Es una ventaja una necesidad hemos escogido a este lugar para que no esté ubicado cerca de centros urbanos”.* (Entrevistado 14)

Análisis

Las interpretaciones de los entrevistados revelan que la lejanía es una ventaja competitiva que tiene esta región. Esto lo hace propicio para el descanso y relación de los turistas. Hacen referencia que esta ventaja evita la contaminación acústica que se vive en las ciudades. Se menciona que uno de los requisitos del turismo de bienestar es que el lugar este alejado. Sin lugar a duda, algunos establecimientos hoteleros del Pacífico Sur, son adecuados. Se menciona que la lejanía también puede ser un aspecto negativo para los turistas que no quieren viajar tan retirado, sin embargo, no es motivo suficiente para no realizar esta actividad.

Categoría 6. Oferta turística variada

Descripción

Respecto a la información brindada por la muestra entrevistada, se llega a la sexta categoría de la segunda unidad de análisis, que trata sobre la oferta turística variada en esta zona. A continuación, se presentan las frases señaladas por los entrevistados:

- *“El Pacífico Sur es una zona donde hay mucha oferta de productos de aventura, ecoturismo, y playa. Esto complementa muy bien el bienestar ya que estos tipos de turismo mantienen una cultura de sostenibilidad lo que hace propicio el desarrollo de actividades de bienestar”.* (Entrevistado 1)
- *“Tiene todo sentido para la región Pacífico Sur que diversificar ya que en sol y playa hay mucha oferta y competencia internacional le conviene a costa rica diversificar, y enfocarse en ese nicho porque es de mayor valor agregado y en línea general ya que este tipo de personas busca lo que costa rica ofrece un turista wellness difícilmente va a Cancún porque es un turismo masivo “all inclusive” entonces ese nicho se adapta a nuestras características es el camino correcto. Sin embargo, lo que hay que trabajar es tener más oferta y tener programas estructurados, por ejemplo, campos donde van los turistas a bajar de peso.”* (Entrevistado 2)

- *“La oferta es muy variada en esa zona, muchos hoteles lo que hacen es incorporar servicios de bienestar dentro de sus paquetes, pero no necesariamente se venden para este tipo de turismo, si no que su mayor enfoque va hacia la naturaleza y aventura”*. (Entrevistado 3)
- *“Hay beneficios para el turista todo tipo de turistas ya que si viene por motivos de bienestar este también puede hacer tours con otra temática, ya sean culturales o de contacto con la naturaleza. Así que la oferta está muy consolidada para atraer a cualquier turista”*. (Entrevistado 7)
- *“La amplia oferta de experiencias auténticas ya que combinar bienestar más naturaleza y aventura es una experiencia única”*. (Entrevistado 12)

Análisis

Contar con una oferta variada brinda más y mejores oportunidades para los turistas y a las empresas, tanto de negocio e inversión. Como lo mencionan los entrevistados, la oferta en la zona va enfocada a un tipo de turismo de naturaleza, del cual se desprenden muchas actividades que complementan cada producto; esto beneficia a los turistas de bienestar que deseen diversificar sus actividades. Cabe mencionar que las opiniones de los entrevistados engloban el turismo de naturaleza y sus distintas ramas. Sin embargo, una oferta variada también es contar con tiendas donde se vendan productos de bienestar y servicios diferenciados que estén asociados a el entorno de esa región.

Unidad de análisis 3: Factores

La tercera unidad de análisis de esta investigación se refiere a todos aquellos factores que provocan un cambio en el desarrollo del turismo de bienestar, en la región del Pacífico Sur. Se tomaron en cuenta todas las perspectivas que tengan los entrevistados, de este modo se hará un análisis para interpretar los datos que indica la muestra.

Existen factores que influyen en el desarrollo, los cuales los que se derivan elementos o circunstancias que favorecen o privan el desarrollo de una modalidad, bien sea en una comunidad, región o todo un país. Por otro lado, se entiendo como factores el conjunto de hechos sociales que, en forma directa o indirecta se relacionan necesariamente para relacionar un fenómeno turístico y proporcionándole características propias. Los factores del turismo, como son todos los factores de los fenómenos sociales, constituyen una red de encadenamientos, de interacciones y relaciones recíprocas. (Cardeña, 2009).

A continuación, se indican las categorías señaladas por los entrevistados, en donde se presentan los distintos factores:

1. Estrés
2. Beneficios económicos
3. Estilos de vida saludable
4. No hay estacionalidad
5. Inclusivo
6. Encadenamiento productivo

Categoría 1. Estrés

Descripción

De acuerdo con lo indicado por la muestra en las entrevistas, se conformó la primera categoría de la tercera unidad de análisis, referente al estrés como factor importante para el desarrollo del turismo de bienestar. Los aportes señalados por los entrevistados son los que a continuación se presentan:

- *“Es una tendencia porque hay un problema y que es el estrés y el turismo de bienestar viene a resolver hacer una alternativa hasta no médica para bajar los niveles de estrés, la OMS dijo que las terapias de bienestar podrían ser la solución para este problema es por eso que el turismo de bienestar va en auge ya que el estrés va en crecimiento también su medicina”.* (Entrevistado 1)
- *“También el síndrome burnout que ha estado afectando a mucha gente en Estados Unidos y Europa que los ha hecho recapacitar.”* (Entrevistado 3)
- *“El estrés es un factor que hace que se practique y crezca el turismo de bienestar porque acá vienen a relajarse de tanto ruido que hay en otros lugares. Muchos de los turistas norteamericanos y europeos viene por ese motivo.”* (Entrevistado 6)
- *“El entorno de estrés en el que nos desenvolvemos diariamente nos hace buscar modos para sentirnos mejor.”* (Entrevista 9)
- *“El alto estrés y la necesidad de la gente de buscar una vida con mayor salud y serenidad.”* (Entrevistado 10)
- *“Se debe a la situación mundial, la civilización está llegando a un estado de deterioro, depresión decadencia angustia y estrés que ya una simple vacación no es suficiente. Cada vez hay más gente que está reconociendo que debe de haber algo más profundo más llenador con más sentido de propósito del porque estamos aquí.”* (Entrevistado 14)

Análisis

Como los entrevistaron mencionaron, el estrés es un factor para que el turismo de bienestar aumente a nivel mundial. Así, que si ese factor crece es posible que el turismo incremente ya que habrá más personas que busquen un bienestar. El estrés en el trabajo o estrés laboral, también llamado “Burnout”, afecta a una gran parte de la población trabajadora, pues las personas que viven en las grandes urbes están acostumbradas a

convivir en constantes ajeteos. Por lo que los entrevistados mencionan que hay turistas que llegan a el Pacífico Sur a despejarse y encontrar tranquilidad. Costa Rica debe constituirse cada vez más a este tipo de turismo, ya que tiene un potencial alto debido a este factor que aqueja a todos en la actualidad.

Al conocer lo que puede causar el estrés en los humanos, es natural buscar una solución hacia ese problema que es una epidemia actual. Muchos profesionales de la salud recomiendan como tratamiento buscar un descanso e incluir técnicas de meditación. Así que como lo dicen los entrevistados, el turismo de bienestar viene a ser la respuesta a este problema. Debido a que sus actividades van enfocadas a encontrar un bienestar consigo mismo a través de actividades que de relajación.

Categoría 2. Beneficios socioeconómicos

Descripción

Según lo indicado por los entrevistados, se acordó la segunda categoría de la tercera unidad de análisis, que concierne a los beneficios socioeconómicos como otro factor significativo en la industria del bienestar. Lo señalado por los expertos se presenta a continuación:

- *“No está estipulado cuanto generan ni para Costa Rica ni para el Pacífico Sur, pero en la media mundial un turista gasta 130% más, porque son productos más caros. en lugar de pagar 100 dólares por una habitación, un masaje te cuesta \$200 por esto se supera el gasto. Además, hay muchas más actividades que se realizan en un lapso más pequeñas como caminatas, yoga, aguas termales y comida saludable que se puede realizar en un día.” (Entrevistado1)*
- *“Es sin duda un turismo de mayor valor agregado, en el sentido de que como vienen grupos en programas estos pagan el hotel, el paquete eso deja más divisas y hay un número mayor de personas participando. Por ejemplo, en un hotel que tenga un centro de yoga, o una huerta orgánica para los empresarios eso tiene un valor económico alto.” (Entrevistado 2)*

- *“Realmente el turismo de bienestar es un turismo especializado con sus propias características según los estudios este tipo de turistas gasta 130% más que el turista regular. Y bien manejado tiene un alto redito. Ya que según el Global Wellness Institute a nivel mundial genera \$563,000 millones.”* (Entrevistado 3)
- *“En el sector económico un impacto muy positivo para la zona; siendo el mayor generador empleo y desarrollo de la zona. Sin embargo, esperemos que el crecimiento no sea tan acelerado ni tan grande que se pierda de vista el punto de la conservación y se vea más como un negocio como la lamentable situación de Manuel Antonio donde su crecimiento comercial ha sido enorme tanto que no da abasto la zona. Dependiendo del tipo de alojamiento que elijan, y las actividades que deseen realizar, pero andas por lo menos alrededor de los \$1000.”* (Entrevistado 5)
- *“Hay beneficio para las empresas con actividades de costo alto.”* (Entrevistado 7)
- *“Mayor oportunidad de crecimiento para las personas ya que se necesita un conocimiento técnico sobre lo que se practica esto se adquiere mediante capacitaciones las capacitaciones no solo dan conocimiento si no que dan el deseo de seguir estudiando y como cada día aparecen nuevas técnicas y/o tratamientos obliga a las personas a no quedarse con lo que ya tienen si no a mejorar para ofrecer un mejor servicio. dando oportunidad a nuevos emprendedores que sin ellos no estaríamos en el lugar que estamos.”* (Entrevistado 8)
- *“El impacto económico siempre es positivo. En general Costa Rica se puede convertir en el mejor destino de bienestar porque cuenta con el recurso natural y la calidad de su gente para dicho fin. En los 3 años de operar el Hotel ha generado empleo a personas de las comunidades cercanas al hotel y por ende bienestar económico para familias enteras.”* (Entrevistado 9)

- *“Un negocio satisfactorio funciona bien económicamente y crea un bienestar recíproco. La Montaña Azul ha tenido desde su creación la convicción de ayudar. Nuestra empresa está comprometida con las comunidades vecinas que se encuentran cerca de donde estamos ubicados, hemos llegado a fomentar un sostén económico en muchas familias las cuales quizás antes de nuestra creación no contaban con este apoyo. Ayudamos no solo económicamente sino también socialmente en diferentes proyectos. Además, apoyamos y estamos trabajando en proyectos de bien social con otras instituciones.”* (Entrevistado 10)

Análisis

De acuerdo con los entrevistados, todavía no hay datos ni estudios específicos que demuestren que la región del Pacífico Sur haya tenido un impacto económico por el turismo de bienestar. Sin embargo, algunas empresas relataron que durante los años que han estado laborando en este ámbito, ha habido apoyo a las comunidades por medio de empleo. Hay beneficios para las empresas que brindan servicios de bienestar, debido a que las actividades que se practican generan un alto ingreso. También las personas que lo practican generalmente son turistas que tienen medio alto y están dispuestos a invertir en su salud.

En efecto, como menciona la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2015), el turismo puede aportar grandes beneficios económicos y sociales a un país, una región o un lugar, dinamizando intercambios entre múltiples ramas de actividad y favoreciendo el encuentro entre personas de diferentes características sociales, culturales y económicas. Puede traer beneficios directos e indirectos a la economía, ya que implica el apoyo de una amplia gama de servicios y actividades locales, lo que significa generación de riqueza, ingresos e impuestos. Con datos del Global Wellness Institute (2015), se demuestra que la economía global del turismo de bienestar genera \$3.7 billones compuesta por todos sus sectores. También, ha tenido un crecimiento del 10.6 % en los años del 2013 y 2015.

Categoría 3. Estilos de vida saludables

Descripción

En la tercera categoría de la unidad tres, se menciona, como factor, el estilo de vida saludable por parte de los turistas de bienestar. Los entrevistados dieron su punto de vista:

- *“En cuanto a intereses y demanda sería estilos de vida que la gente tiene estilos saludables e interés por mejorar la calidad de vida. Es un turismo que busca mejorar el nivel de vida de las personas”.* (Entrevistado 3)
- *“Debido a que no es solo una tendencia, si no otra forma de vida; donde en estos momentos la gente necesita estar bien consigo misma en un mundo donde factores como el estrés son predominantes.”* (Entrevista 5)
- *“Salud es otros factores que las personas que vienen acá son personas que se cuidan y quieren estar en forma.”* (Entrevistado 6)
- *“Es la nueva tendencia para viajar, es una nueva tendencia para mejorar la calidad de vidas de las personas.”* (Entrevistado 9)
- *“Cada vez hay más conciencia en el mundo de adquirir prácticas que brinden bienestar y en La Montaña Azul hemos desarrollado herramientas que ayudan a encontrar ese bienestar que tanto se está necesitando en el mundo. Es una manera de turismo del presente y futuro quizás más del futuro por el ritmo de vida que está llevando el ser humano.”* (Entrevistado 10)
- *“Hay un movimiento hacia una vida más consiente, alimentación consiente y nuestro impacto ambiental. Esto conlleva a las personas que busque respuestas y encuentre lugares como este”.* (Entrevistado 14)

Análisis

Como manifiestan los entrevistados, cada día los turistas están buscando cuidar su estilo de vida de manera saludable y este es un factor importante para el crecimiento de este turismo. También se considera que no solamente es una tendencia si no una forma de vida diaria. El resaltado por la concientización en las personas sobre el cuidado de la salud, tiene efecto sobre las actividades de ocio que se practican. Para los turistas estar bien consigo mismo, significa aplicar tareas saludables en todos los aspectos de sus vidas. Actualmente, la calidad de vida va ligada a los comportamientos sanos de las personas.

Como menciona la Organización Mundial de Salud (OMS) (2014), el estilo de vida tiene que ver con la calidad de vida, así como la satisfacción en las actividades diarias, los lograr las metas de vida y la participación en actividades personales y socio ambientales. Entre los estilos de vida saludables se debe tener en cuenta, la importancia del auto cuidado, controlar factores de riesgos a la salud y siempre realizar actividades en tiempo libre y disfrutar del ocio.

Categoría 4. No hay estacionalidad

Descripción

De acuerdo con la muestra entrevistada se conforma la quinta categoría de la tercera unidad de análisis que hace referencia a la no estacionalidad con factor relevante en esta investigación. A continuación, se señala:

- *“Este es un tipo de turismo que se puede realizar en cualquier época del año debido a que sus actividades no requieren una estación específica.”* (Entrevistado 2)
- *“Razones primero es un turismo que no tiene temporada se puede practicar todo momento del año.”* (Entrevistado 3)

Análisis

Como exteriorizan los entrevistados, este tipo de turismo no necesita una temporada para poder ser practicado. Ya que su producto se puede desarrollar en cualquier temporada del año. También, es un tipo de turista que busca realizar estas actividades en cualquier época en particular. Los expertos enfatizan que la temporada no es motivo para no realizar esta modalidad, así que es un factor que beneficia a todos los empresarios de la región.

Como mencionan los empresarios esta modalidad se desarrolla en cualquier periodo del año. Esto evita la estacionalidad, situación que agobia a muchos agentes de este sector. La estacionalidad turística se presenta cuando en los destinos turísticos la oferta está sujeta a la demanda irregular, produciendo las temporadas altas y bajas. Al no contar con esto es una gran ventaja para los prestadores de servicios del turismo de bienestar.

Categoría 5. Inclusivo

Descripción

De acuerdo con lo indicado por la muestra entrevistada, se conforma la sexta categoría de la tercera unidad, que hace referencia a lo inclusivo como factor para el desarrollo de más empresas de turismo de bienestar. Las frases señaladas se presentan a continuación:

- *“Desde las personas que tienen una adicción al tabaco puede ser partícipes en estas actividades que buscan el bienestar. También aquellas que están en dietas específicas o desean bajar de peso estos buscan una nueva forma de vida y en este tipo de turismo va con lo que andan buscando.”* (Entrevistado 2)
- *“Es un turismo accesible inclusivo porque lo pueden practicar personas con discapacidad o con cualquier otra limitación.”* (Entrevistado 3)

Análisis

De acuerdo con las respuestas brindadas por los entrevistados, esta modalidad permite la participación de todas las edades e incluye a los turistas con discapacidades. Es una manera de que las puertas se abran a todos los nichos turísticos. Esto también beneficia a todos los tipos de turistas, ya que brinda un acercamiento y un disfrute como todo un viajero regular.

Categoría 6. Encadenamiento productivo

Descripción

Según la información mencionada por la muestra de investigación se produce la séptima categoría de la tercera unidad de análisis, esta es referente a el encadenamiento productivo. Se citan, a continuación:

- *“Si hay un gran potencial porque están casi de la mano con las actividades de aventura. Es un tema de interpretación. No depender de un solo mercado ayuda a complementar la oferta, incluso si viene hacer de otro tipo de turismo que se encuentre con más oferta.”* (Entrevistado 1)
- *“Hay un encadenamiento ya que para la gente que va a hacerse tratamientos estos a la vez se quedan en hoteles, va de compras y eso en turismo. A veces en el sector turismo no nos gusta el hecho que solo porque haya un médico eso ya significa que no es turismo hay ciertos mitos y miedos que nos hemos autoimpuesto, pero no tienen razón de ser. Se puede hacer alianzas entre la parte hotelera y los médicos de esa forma el hotel sigue haciendo lo que sabe hacer y le delega la creación de sus paquetes a profesionales de la salud.”* (Entrevistado 2)
- *“Una empresa/hotel que ofrece una variedad de servicios a sus clientes tiene mayor visibilidad ante nuevos o futuros clientes por lo que esto se transmite en más ganancias para la empresa.”* (Entrevistado 8)

- *“Porque es un complemento a la oferta de turismo que no se puede obviar ya que el mercado lo demanda y de esta manera se amplía la base de opciones que se le pueden ofrecer a turistas potenciales.”* (Entrevistado 9)
- *“En el año 2014 nos unimos al proyecto Caminos de Osa, con la colaboración de otros representantes del sector turismo con quienes apoyamos al objetivo de promover el desarrollo integral de los pueblos de la Península de Osa mediante el fortalecimiento de iniciativas de turismo rural comunitario ligadas a una red de nuevos senderos hacia el parque Corcovado, y su encadenamiento a la cadena de valor de tour operadores nacionales e internacionales.”* (Entrevistado 12)

Análisis

En el turismo, para saber la relación entre distintos sectores económicos, la clasificación de actividades y los productos utilizados en dicho rubro, se elaboran las Cuentas Satélites de Turismo. En estas se indican cuanto deja en divisas dicho sector. Esta utiliza las distintas organizaciones que tienen un lazo con el turismo para obtener datos y recolectar información para brindar un análisis que determina el peso de esta industria. Esto también permite la toma de estrategias y decisiones por la sociedad, la empresa privada y pública.

Se menciona también el encadenamiento conformado por los proveedores y los suplidores; el cual se caracteriza por la agregación de valor que se añade, tanto dentro de las fronteras nacionales, como internacionales. Los entrevistados afirman que buscan proveedores nacionales y de esta manera apoyan a el producto hecho en este país. Adicionalmente, los entrevistados establecieron que el turismo de bienestar brinda una amplia cantidad de opciones que se pueden entrelazar. Cualquier tipo de empresa de hospedaje puede brindar un servicio que se relacione al bienestar. Este tema es muy subjetivo, ya que cualquier turista puede obtener un sentimiento de bienestar al realizar cualquier actividad que vaya con sus gustos.

El encadenamiento que se produce en el turismo al existir un compromiso de compra y venta entre una o más empresas. Para el crecimiento del turismo de bienestar se necesita el apoyo de distintas entidades, por mencionar algunas como: farmacias, productores de alimentos, de productos químicos amigables con el ambiente, agencias de

viajes etc. Esta relación abre un sinnúmero de oportunidades a distintos sectores económicos que se ven beneficiados por el turismo de bienestar. Es sin duda un factor para que las empresas decidan incursionar en esta modalidad. Asimismo, los pequeños y medianos empresarios de la zona se ven favorecidos, ya que entre más oferta hotelera con esta modalidad exista, la producción de servicios se enfoca en esta temática.

Interpretación de los Datos

Análisis de la unidad: Actividades

El mercado del turismo de bienestar ha ido en aumento desde que los turistas buscan realizar actividades de ocio y recreación que les permitan tener un bienestar a nivel físico, mental y espiritual. Este tipo de turismo es una alternativa que busca curar y prevenir enfermedades que hoy en día afectan a la población. El turista que lo practica desea tener una mejor calidad de vida e implementar estilos saludables. Asimismo, debido a componentes de nivel ambiental y social, Costa Rica es un destino favorable para el crecimiento de esta modalidad.

Como expresaron los entrevistados, este tipo de turismo ha crecido en los últimos años; ya que, cada día los viajeros buscan introducir a sus vidas la temática del wellness. Los viajeros han encontrado una alternativa que incorpora la recreación y la sanidad; esto cumple sus gustos de viaje. Además, ellos son exigentes con sus expectativas, debido a que requieren continuar durante sus viajes con sus estilos de vida.

A lo largo de los años, el turismo de salud ha creado una base fundamental para el crecimiento del turismo de bienestar en el país. Debido a que el turismo médico está aunado al de bienestar; cuando los turistas deciden realizar un procedimiento quirúrgico, aprovechan las ventajas que tienen los destinos de bienestar en el país para complementar su viaje con actividades de esta modalidad. También, se destaca el apoyo que han brindado las entidades gubernamentales para involucrar a las empresas de salud a este servicio.

Como se demuestra en la teoría, el turismo de bienestar es relativamente nuevo en el país. El Instituto Costarricense de Turismo (ICT), lanzó la estrategia Wellness Pura Vida para fomentar dicha práctica; esta nace de la necesidad de crear un centro termal en La Fortuna. Sin embargo, los esfuerzos de esta institución fueron más allá, al querer

fortalecer esta modalidad desarrollando distintos sitios pilotes de bienestar alrededor del país. Asimismo, la presidencia de la república, el ministerio de turismo, el ministerio de economía, industria y comercio, de salud y de comercio exterior; promulgaron el Decreto Ejecutivo número 37392-TUR-MEIC-S-COMEX el 26 de noviembre del 2012; se estableció en el artículo # 1, la declaratoria de interés público del turismo de salud y bienestar. El objetivo es promover el desarrollo de una medicina de calidad, fortaleciendo la seguridad social y el bienestar nacional, así como la promoción de los encadenamientos productivos sinérgicos entre las empresas nacionales y el incremento de la demanda de turismo.

A lo largo de esta investigación, se ha comprendido la magnitud que tiene este turismo a nivel mundial. La teoría evidencia que el turista que lo practica gasta un 130% más en todo su viaje, en relación con uno regular. Este motivo llama la atención a los distintos proveedores de servicios, ya que muchos han incorporado a su lista de servicios el wellness. Cabe mencionar que, en Costa Rica existe una fuerte oferta de productos enfocados a la naturaleza. Aprovechando esta cualidad y los datos económicos de bienestar, el mercado ha aumentado.

Los empresarios de hoteles entrevistados en la región del Pacífico Sur, revelaron que, un turista gasta, entre hospedaje y servicios, un aproximado de \$300 a \$2000. Este dato varía según el tiempo de estadía y el tipo de paquete de bienestar que compren. Asimismo, indicaron que en esta región la principal demanda se compone por turistas secundarios. El propósito inicial de su viaje no es el bienestar, sino complementar y agregar actividades de bienestar a su agenda. Estudios previamente demostrados indican que su gran mayoría se compone por mujeres con un nivel de educación elevado, que oscilan entre los 40 a 55 años; estas buscan el cuidado de su salud física y mental. A nivel nacional, este mercado va dirigido a turistas norteamericanos y europeos que tienen una mejor educación sobre estilos de vida saludable.

Este turismo busca incorporar a todo tipo de ciudadanos, como los discapacitados, a los que padecen adicciones o enfermedades crónicas y todos los que desean disfrutar una vida saludable mientras realizan turismo. Hay un interés por personas jóvenes a probar esta nueva modalidad, a salir de la rutina y al mismo tiempo cuidar de su salud. Desde edades tempranas los turistas desean practicar un turismo que beneficie al cuerpo y no afecte al planeta, sin embargo, la generación “X” es quien lo practica más. Debido a

que el mundo se encuentra en una era donde la contaminación y los productos químicos están afectando la salud; esto ha influido en su crecimiento.

Lo señalado por los entrevistados establece que el yoga es la actividad que más se realiza por los turistas y es la más buscada, especialmente por viajeros norteamericanos. Esta práctica necesita de personal capacitado, para garantizar calidad en el servicio. Normalmente, los instructores reciben cursos en instituciones nacionales, pero a la vez, complementan sus certificaciones en entidades internacionales como el “Yoga Alliance”. Sin embargo, hay mucho personal extranjero contratado para dar esta actividad, debido a que la enseñanza de este tema está más desarrollada en otros países.

Se dio a conocer, que las instalaciones ideales del yoga son lugares tranquilos, espaciados y en donde la naturaleza se vuelva parte en el bienestar. El Pacífico Sur resulta ser una región adecuada para que esto siga creciendo, debido a sus atributos naturales y la sostenibilidad del ambiente que se complementan con la finalidad de esta actividad. Como se ha mencionado anteriormente, existe el impulso por parte del Ministerio de Turismo y la empresa privada, para darle un sentido auténtico a esta actividad del lado de la cultura costarricense y la naturaleza que posee el lugar.

Igualmente, otras investigaciones expresan que en países orientales de donde esta práctica nace, el yoga no se ve como una simple actividad turística; sino como un modo de vida y forma de sanación a nivel general. Por ejemplo, en Tailandia resalta como un país donde la práctica del bienestar en general es muy común; el yoga se ha vuelto una tradición en ese lugar, debido a su infraestructura, naturaleza precios y lugareños que hacen que este país se vuelva una competencia en motivos de yoga.

Otro entrevistado señaló que esta actividad extranjera ha crecido a nivel mundial, en especial en países con niveles de desarrollo más alto. Esto es un reto para el país, ya que lo impulsa a brindar actividades diferenciadas enfocadas a turistas de alto nivel con mayores exigencias. Se encontró que la formalidad es necesaria en el servicio por parte de los pequeños y medianos empresarios que decidan incursionar en este rubro, ya que el país gana reconocimiento internacional y el servicio se vuelve de calidad. Sin lugar a duda, los entrevistados concluyeron que el yoga no solo es una actividad para la mente, sino también, un ejercicio que beneficia la salud física; al mismo tiempo, en esta se socializa y se crea un vínculo a nivel personal.

De igual manera, se mencionó el spa como un lugar en el que se realizan tratamientos de bienestar; este es considerado como un área que complementa a los hoteles que se dedican a esta modalidad. La teoría expuesta, confirma que el mercado del spa genera \$99 billones a nivel global, pues es un componente clave para crear más oferta enfocada en esta actividad. Actualmente, no hay un dato que muestre cuanto genera esta práctica, alrededor del país. Sin embargo, la mayoría de los hoteles de bienestar incorporan esta modalidad, ya que deja altos réditos económicos.

Esta actividad brinda servicios de tratamientos corporales, masajes, y terapias que sobre todo van enfocadas a un nicho que busca reducir los efectos del envejecimiento. Se menciona que este es conformado principalmente por las mujeres; sin embargo, se puede practicar por todos.

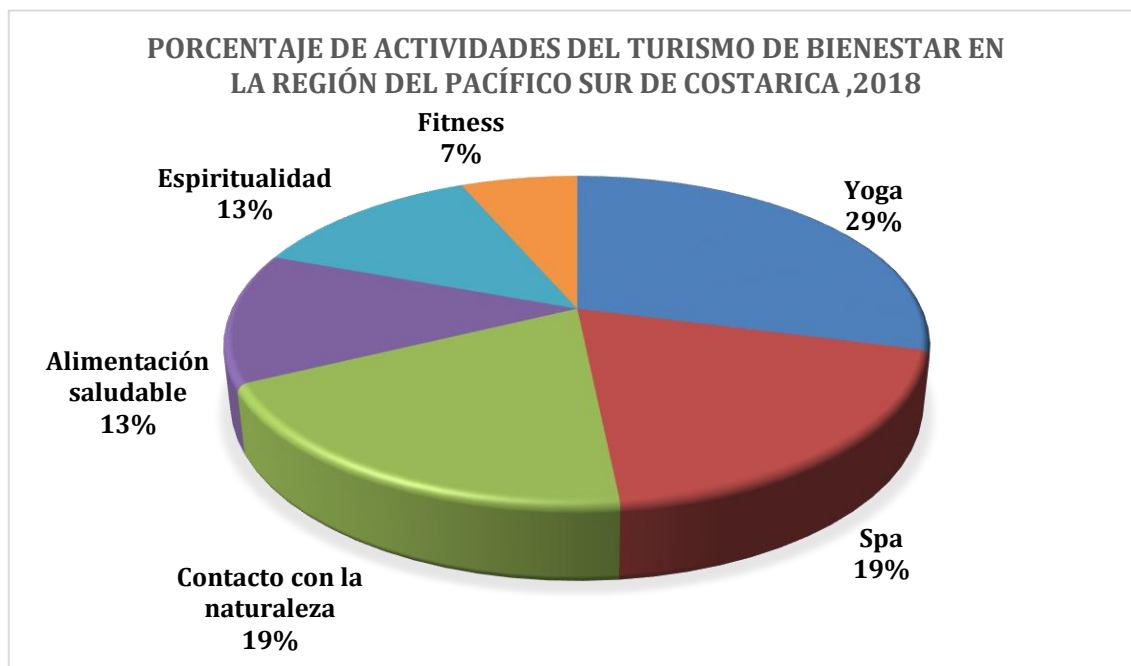
Todas las actividades que involucren el contacto con la naturaleza se categorizan dentro de esta unidad de análisis. Desde caminar por un sendero o ver la flora y fauna es motivo de relajación para todo turista de bienestar. Se expresó que los turistas extranjeros se impresionan por la diversidad que esta región posee; por ejemplo, el hecho de ver monos y aves es factor que causar una conexión entre la naturaleza y la persona. También, se menciona que se realizan actividades como los tours medicinales, en donde se explica los elementos curativos que tienen las plantas. Sin dudar, todo tipo de actividad que se relacione con la naturaleza cuenta con componentes de bienestar para el turista.

Otro aspecto que se destaca en la categorización es la alimentación saludable como actividad de bienestar en esta región. Algunos entrevistados mencionaron que toda experiencia de bienestar se debe complementar con una alimentación sana, balanceada y hecha con productos orgánicos. Muchos turistas ya traen dietas específicas, que requieren una atención especial, por ejemplo, se encuentran las vegetarianas, veganas y libre de gluten. También cabe destacar que los restaurantes ofrecen este servicio y son los productores de los ingredientes que utilizan.

Dentro de los elementos que giran en el bienestar, está todo lo relacionado con la espiritualidad; motivo principal para que algunos turistas practiquen esta modalidad. Lo mencionado por los entrevistados revela que en esta región se imparten actividades como el “Chi Kung”, “Tai chi chuan”, “Satsang”, la meditación, los retiros de silencio y contemplación; lo que se busca es reconectar a la persona con su potencial original de bienestar y felicidad. Como indica la teoría, la espiritualidad busca la conexión de cuerpo

y mente, lo que lleva a una relajación profunda. Para llevar todo esto a cabo, se necesita personal entrenado, por lo que muchos establecimientos contratan personal de otros países o que hayan realizado alguna capacitación en el exterior.

Gráfico 6: Porcentaje de actividades del turismo de bienestar de la región del Pacífico Sur de Costa Rica durante el año 2018



Fuente: Elaboración propia con datos brindados por los entrevistados, 2018

Los resultados proporcionados en el gráfico # 6, revelan el porcentaje de actividades que se realizan por motivos de bienestar en el Pacífico Sur durante el año 2018; estos se derivan de las respuestas de los encuestados. Se indica que, la actividad que se practica con más frecuencia es el yoga; esta obtuvo 29% de aprobación. La gran mayoría de prestadores de servicios de este sector, brindan el yoga dentro del paquete de wellness; esto demuestra que dicha categoría es básica para el desarrollo de este turismo. La segunda actividad más representativa es el spa, que logra un 19% de reconocimiento por parte de los entrevistados; esto revela que es una rama intrínseca de esta modalidad. Esta va en auge ya que los turistas demandan los tratamientos de relajación y estética, para incorporarlos en sus estilos de vida saludable. Esto para los prestadores de servicio representa una oportunidad de negocio rentable dentro de esta temática. Asimismo, el contacto con la naturaleza alcanzó un 19% de los resultados, lo que indica que es una fuerte actividad en esta región; se complementa por las características naturales que posee este territorio, que los empresarios han sabido aprovechar.

La alimentación saludable es primordial para el crecimiento de este sector, sin embargo, se consiguió un 13% de resultados indicados por los entrevistados; esto es una tarea que requiere una mejor apertura. La espiritualidad presenta un 13% y la coloca en el quinto lugar, dentro de las prácticas, en este rubro. Este evento tiene que potenciarse aún más, ya que es esencial para la filosofía del bienestar. Finalmente, el fitness se sitúa como la menos votada dentro de las actividades en esta región, con un resultado de 7%, esta no es predominante en la mayoría de la oferta turística, ya que los oferentes requieren una inversión alta de máquinas de ejercicio y no resulta viable económicamente.

Análisis de la unidad: Ventajas Competitivas

Entre las primeras ventajas competitivas de la región Pacífico Sur, que se categorizaron, se encuentran los recursos naturales. Desde los años noventa, Costa Rica se vende como un destino verde, todavía no muy explotado y rico en recursos naturales bien conservados. Como se ha mencionado, esta característica es fundamental para el crecimiento del bienestar, ya que un entorno natural va de la mano con toda esta temática. Asimismo, esta es una ventaja que está a lo largo de todo el territorio nacional y ha permitido que se deriven varios tipos de turismo que generan beneficios a distintos sectores.

Se menciona, entre los entrevistados que es fundamental realizar un proceso de mercadeo adecuado a esta ventaja competitiva. Con el motivo de recibir beneficios a largo plazo, se requiere el apoyo tanto de instituciones públicas y privadas para que esta particularidad sobresalga en todos sus ámbitos. La naturaleza es el principal atractivo de muchos turistas de bienestar, no obstante, esto requiere un continuo mantenimiento en todas sus áreas. En particular, un recurso como el agua, demanda un apropiado saneamiento. A nivel nacional, todavía hay problemas en el sistema de aguas residuales y de alcantarillas, situación que no es apropiada para la imagen del país.

También se expresó que la región del Pacífico Sur cuenta con una ventaja que sobresale del resto de las provincias: el Parque Nacional Corcovado. Se ha indicado en estudios que esta zona tiene un 2.5% de la biodiversidad del planeta. Motivo para que el desarrollo de la oferta de la zona vaya enfocada a la naturaleza.

A su vez, es importante destacar que este país goza de una posición geográfica estratégica, lo cual le permite tener condiciones atmosféricas y geográficas propicias para que se genere una gran diversidad biológica. El estudio de la biología en Costa Rica ha permitido el progreso, en la conservación y aprovechamiento de los recursos para practicar distintas modalidades de turismo como: ecoturismo, turismo de aventura, turismo sostenible, turismo rural, turismo alternativo y otras disciplinas que han adquirido fuerza en los últimos diez años, como el turismo de bienestar y salud.

La conservación es otra categoría que se desglosa como ventaja competitiva de esta investigación. Con esto, se hace referencia a que el destino turístico todavía mantiene la esencia típica de Costa Rica. Asimismo, esta región tiene diversas áreas protegidas que provocan a que este lugar tenga cuidados continuos. Sin embargo, no ha existido una masificación de alojamientos que perjudique el ambiente donde se realizan las actividades turísticas.

A mediados de los años ochenta, el valor de la conservación del medio ambiente se volvió trascendental, a partir del momento en el que la actividad turística tuvo auge en el país. Dentro de este contexto, Costa Rica se suma a los esfuerzos regionales para la protección del ambiente. Durante esa época, se crearon 11 Áreas de Conservación, que suman 160 Áreas Silvestres Protegidas, de las cuales 27 han sido designadas como parques nacionales. Otras áreas están designadas bajo otras categorías de manejo como refugios de vida silvestre, reservas biológicas, monumentos nacionales, reservas forestales, humedales, y zonas protegidas; mediante el Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE), que incluye cerca del 25% del territorio nacional protegido.

También, la sostenibilidad es una categoría que se destaca entre esta unidad de análisis de ventajas competitivas. Esta tiene un estrecho acercamiento a las anteriormente mencionadas, ya que, para que la naturaleza se mantenga conservada, se requiere seguir procesos de sostenibilidad. La mayoría de los establecimientos turísticos a nivel nacional, optan por tener la Certificación de Sostenibilidad Turística dada por el ICT, pese a que este es un proceso que exige seguir distintos requisitos a favor del ambiente.

Adicionalmente, se menciona, por parte de los entrevistados que, si no se hacen las cosas de forma sostenible, los recursos se van a agotar. Esto es una responsabilidad que se tiene como industria, pero también como personas, al colaborar de forma sostenida; cuando esto se hace se mantienen vivos los recursos del planeta. También, esta ventaja

no solamente beneficia a todas las empresas, sino que esto es parte del viaje de bienestar que un turista experimenta. Al encontrarse con destinos que fomentan este sistema, demuestra las iniciativas por la preservación de los recursos; esto da una buena imagen al país, siguiendo la esencia verde que lo caracteriza.

Otro aspecto que se reveló en esta investigación es la categoría de personal capacitado. Esta es una ventaja necesaria para el desarrollo de este tipo de turismo, ya que no se debe brindar un servicio sin tener un personal entrenado. Para los empleados de algunos alojamientos, el inglés es básico, sin embargo, tratan de dar capacitaciones especialmente en la recepción, cocina y ama de llaves. Es clave tener en cuenta la necesidad de disponer de un personal que, además de realizar las labores habituales de su puesto, tenga un conocimiento adecuado de idiomas y otros aspectos culturales, con la finalidad de proporcionar una atención especializada a sus clientes internacionales.

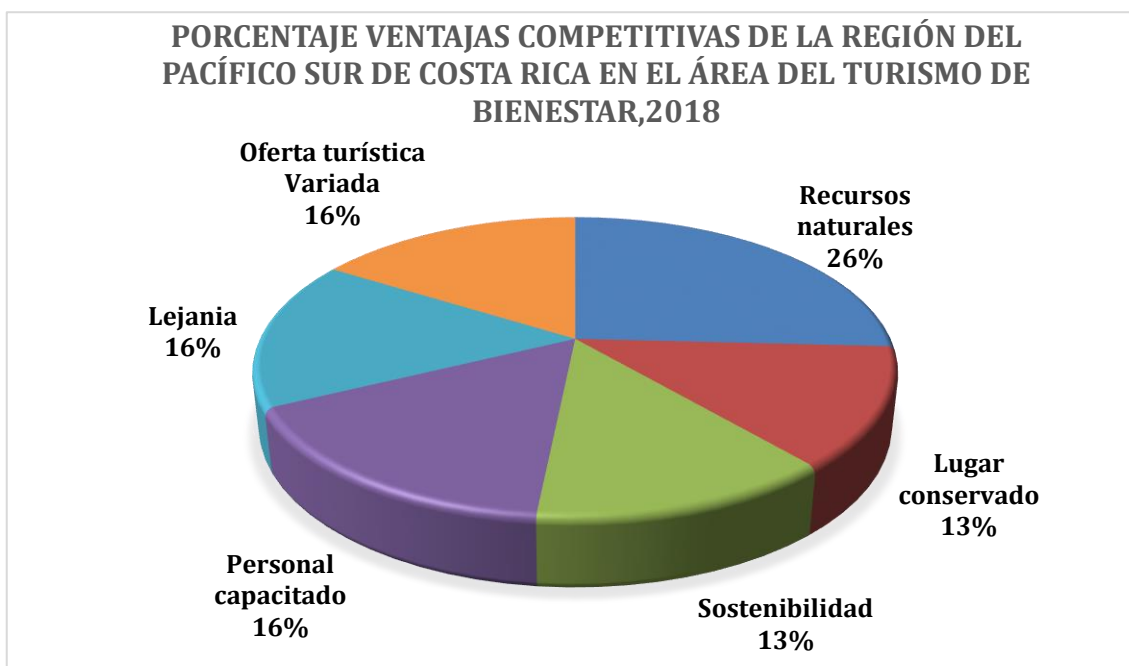
Atendiendo a los comentarios de los entrevistados, se detalló que la mayoría del personal obtuvo sus conocimientos en el exterior. Se menciona entre las empresas que hay residentes con 15 y 20 años de capacitación en India, Malasia, EEUU y otros países. Hay pocos instructores nacionales para las actividades que se realizan dentro de esta modalidad; así que algunos alojamientos invitan a maestros e instructores altamente entrenados en el exterior. También, se hizo referencia a centro de aprendizaje, como el INA, al brindar cursos de manipulación de alimentos y cocina especializada.

Dentro del marco de las ventajas competitivas, la lejanía se menciona de parte de los entrevistados. Dicho aspecto hace se refiere a la distancia de los alojamientos, al estar situados en la periferia de las ciudades principales. Se recalcó, que este es un punto muy subjetivo para cada turista, ya que muchos lo ven como un beneficio que complementa las experiencias de bienestar; pero a la vez otros lo ven como un sacrificio viajar a lugares tan alejados. Sin embargo, la teoría demuestra que la lejanía provoca silencio y tranquilidad, dentro de modalidad del bienestar es algo clave para su desarrollo.

Finalmente se mencionó, que la oferta turística variada es una ventaja que esta región posee. Por las opciones que se encuentran en el mercado, las cuales van desde productos naturales, de aventura, playa y culturales; motivo que favorece a el turista de bienestar si desea realizar otras actividades; esta ventaja crea un mercado más diverso, que ayuda a la economía local. No obstante, este puede ser un motivo que este causando

un incremento en turistas de bienestar, secundarios a la región, ya que las otras ofertas son más atractivas para el viajero y el motivo principal de su visita a la zona.

Gráfico 7: Porcentaje de las principales ventajas competitivas que tiene la región turística del Pacífico Sur de Costa Rica en el área del turismo de bienestar en el año 2018



Fuente: Elaboración propia con datos brindados por los entrevistado, 2018

El gráfico # 7 revela las respuestas proporcionadas por los encuestados, muestra el porcentaje según la importancia que le atribuyen a las ventajas competitivas de la región del Pacífico Sur en el área del turismo de bienestar en el año 2018. Lo encabezan los recursos naturales con un 26% de mención, por los interrogados. Este dato, revela que esta ventaja es primordial para diferenciar esta región de las demás; sin duda, se vuelve parte de toda experiencia de bienestar exitosa. Se indicó la oferta turística variada con un resultado de 16% de aprobación como ventaja competitiva de la región. Esta se determina por la diversidad de hoteles que se complementan a las actividades de bienestar. También, se señala el lugar conservado con un 13% de predominio en esta área. Este resultado toma en cuenta el desarrollo medido y los esfuerzos de conservación que se dan en ese territorio. La sostenibilidad obtuvo un 13% de evocación en esta unidad de análisis; es prioritario que todo proceso del bienestar se haga de forma sostenible, no obstante, los resultados no son sobresalientes. Asimismo, los entrevistados mencionan el personal capacitado, lo cual se da con un 16%, que iguala la lejanía con un 16% como ventaja competitiva.

Análisis de la unidad: Factores

Las ideas expuestas por los entrevistados demuestran que el estrés es un factor por el cual el turista decide acercarse a el wellness. El estrés es una enfermedad que se ha vuelto una epidemia en todo el mundo, factor por el cual muchos ciudadanos buscan cuidar y mejorar su salud. Esto provoca una apertura de nuevas modalidades de turismo como lo es el de bienestar, el cual busca ser la solución para esta enfermedad. También, se destaca el síndrome del “Burnout”, el cual se refiere a el estrés laboral. Este término se hizo popular en los países desarrollados, donde los trabajadores pasan bastantes horas laborando.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2018), declaró a Costa Rica como el segundo país, donde más horas se trabajan. Este dato indica que los empleados pasan mucho tiempo en sus empleos y estos es un factor causante de enfermedades, tanto mentales como físicas. Se ha demostrado que las actividades de turismo de bienestar van en función del relajamiento y la prevención de problemas actuales; por ello, el aumento del bienestar va en medida del incremento de este factor mencionado.

De acuerdo con los entrevistados, se menciona el beneficio socioeconómico como un factor para el desarrollo del turismo de bienestar en la región Pacífico Sur. Este rubro es capaz de generar altas ingresos para los que deciden incursionar en este ámbito, ya que muchas de las actividades son de alto costo. Aun no hay una estadística de parte del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), que muestre las cifras económicas que deja esta modalidad. Por su parte, en el estudio económico que realizó el Global Wellness Institute, en año 2013, señala que en Costa Rica hubo un gasto turístico de bienestar de \$956.4 millones. Este dato refleja que existe un movimiento de turistas que invierte en esta modalidad. Igualmente se menciona que se genera empleo y los habitantes de la zona salen favorecidos; esto es una rueda socioeconómica que potencia el turismo de bienestar.

Según los entrevistados, este sector del turismo ha tenido un crecimiento por, las nuevas tendencias en estilos de vida saludable. La población a nivel mundial está incursionando en nuevos hábitos tales, como la alimentación sana, el ejercicio, entre otros. Hay una relación intrínseca entre el aumento del turismo de bienestar con los

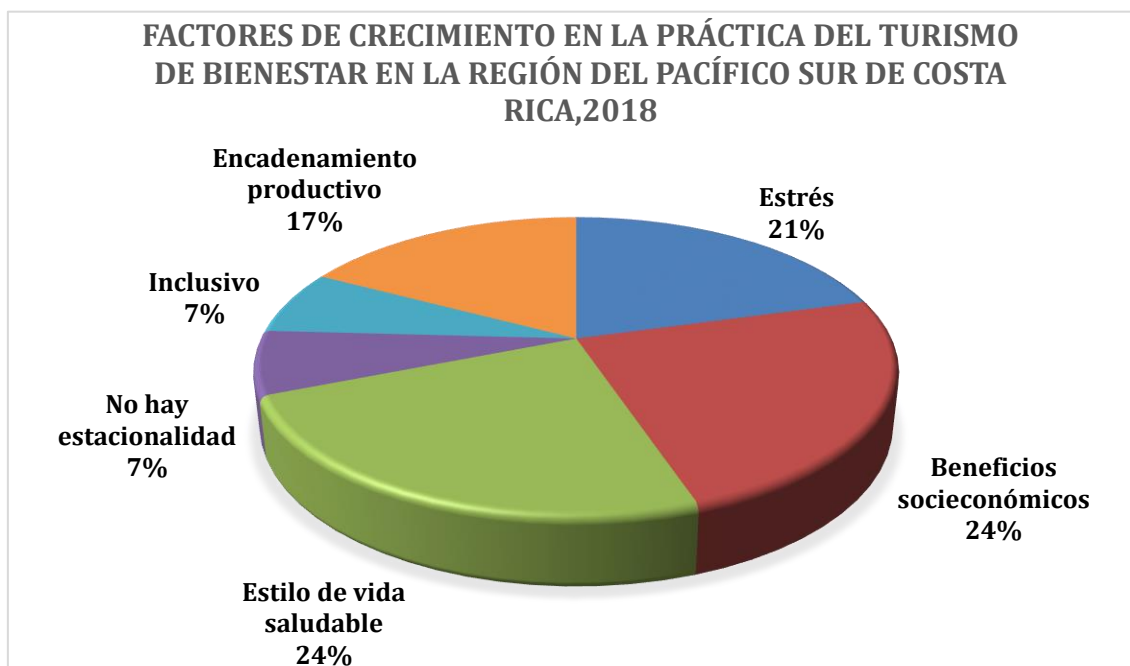
nuevos estilos de vida saludable de los turistas; dicho factor causa que los empresarios decidan incursionar en esta modalidad. Como se menciona en la teoría, es una cultura y un modo de vida que se practica en países con un mejor nivel educación, y estos esperan encontrar esas prácticas en sus destinos turísticos.

La no estacionalidad, se enfatiza, por parte de los entrevistados, que este tipo de turismo se puede realizar en cualquier época del año. Asimismo, la temporada no es un motivo para detener las actividades que son de bienestar. Hay ciertos tipos de turismo que trabajan solo en ciertos períodos del año; esto hace que los empleos sean temporales y que los establecimientos turísticos sufran caídas en los ingresos. Esto no sucede en el turismo de bienestar, ya que este funciona durante cualquier estación.

Asimismo, a esto se le suma la participación de todo tipo de turistas sin excepción alguna, desde los más jóvenes hasta los más viejos. La inclusión es otro factor que ha hecho que las empresas busquen incorporar este turismo en su oferta de servicios. Los entrevistados señalan que se pueden incluir personas que tengan padecimientos o alguna discapacidad, ya que no se trata de excluir a los turistas, sino a involucrarlos en actividades sanas. Al comparar las evidencias teóricas, algunos autores mencionan que todavía falta más la participación de hombres o nichos como las embarazadas. Esto demuestra que todavía se necesita hacer programas de incorporación de toda la sociedad en esta modalidad.

Se puntualizo que se crea un encadenamiento productivo que permite ligar distintos sectores de la economía para brindar los servicios de bienestar. Este se consideró como un factor para la apertura de empresas de bienestar. Entre los entrevistados se señala la alianza entre tiendas productoras de suplementos de bienestar, así como la participación de profesionales como nutricionistas, terapeutas, yoguis y demás proveedores de servicios complementarios. Esta modalidad, además de ser un tipo de turismo moderno, es viable para muchos empresarios, ya que cada día surgen motivos y factores que hacen que esta industria crezca.

Gráfico 8: Factores de crecimiento en la práctica del turismo de bienestar en la región del Pacífico Sur de Costa Rica, en el año 2018



Fuente: Elaboración propia con datos de la muestra entrevistada, 2018

En el gráfico # 8 se pueden ver los factores del crecimiento de la práctica del turismo de bienestar en la región del Pacífico Sur. El más relevante es el factor de los beneficios socioeconómicos, que representa un 24%, ya que las actividades de esta modalidad son económicamente rentables. Un 24% de los entrevistados consideran que el estilo de vida saludable es un factor para el crecimiento de este rubro. Le sigue el estrés con un resultado de 21%, esta enfermedad desencadena este sector, ya que se evidenció que la mayoría de los turistas buscan liberarse de este, haciendo turismo de bienestar. También, el encadenamiento productivo alcanzó un 17%; dicho dato se da por la serie de oportunidades empresariales que se desenvuelven en este turismo. Finalmente, la exclusividad y la no estacionalidad obtuvieron un 7% de mención en este análisis. Estos factores son los más bajos, sin embargo, se vuelven únicos y llamativos en esta modalidad, dentro de la región.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones de la Investigación

Debido a las características beneficiosas en el entorno social y turístico, han hecho que las visitas con motivos de salud, hayan crecido en los últimos años en este país. Se ha determinado que el turismo de salud es una modalidad que está asociada a los viajes relacionados con los servicios médicos o de bienestar. Actualmente, las instituciones turísticas se han enfocado más en atraer el mercado del turismo de bienestar a los destinos del país. Se ha aprovechado para el desarrollo de la oferta de bienestar, aquellas características naturales y así como la afluencia de viajeros que ingresan para hacerse un procedimiento estético, para mejorar su estilo de vida. Esto ha generado principalmente la participación de turistas norteamericanos y europeos.

Dentro de esta investigación se determinaron las actividades que se realizan en la región del Pacífico Sur por motivos de bienestar, este paquete de ofertas se va consolidando a medida el cliente exige nuevos servicios. Por los momentos, las actividades que más se practican son: el yoga, spa, contacto con la naturaleza, meditación, alimentación sana y ejercicios funcionales. De cada actividad mencionada se derivan una diversidad de ramas que abre las puertas para la diversificación de las prácticas tradicionales en el turismo. Es decir, que del yoga se derivan distintas formas para practicarlo, y de la misma manera para el resto de las actividades. Esta razón abre muchas oportunidades para innovar en el paquete de ofertas de esta región.

El desarrollo de los spas se vuelve cada vez más fuerte a nivel nacional. Hay una tendencia alta por la apertura de estéticas, clínicas y centros de spa, ya que abarca un segmento de turistas que buscan tratamientos de rejuvenecimiento, belleza, masajes y cuidado personal. Este involucra a productores tales como: farmacias, tiendas naturalistas, salones de belleza, terapeutas, entre otros. Cada vez las grandes cadenas van ofertando servicios como este, por la fuerte demanda y los beneficios económicos que genera. Los hoteleros en la región del Pacífico Sur han incluido esta actividad a los paquetes de bienestar que promocionan, a su vez utilizan productos nacionales, a base de café y plantas medicinales de la zona. Sin embargo, no hay una normativa que regule y siga los mismo estándares de los spa a nivel nacional, esto puede convertirse en una amenaza sino existe un adecuado control.

Las prácticas alimentarias sanas influyen en la experiencia de todo turista enfocado en esta modalidad. La comida saludable es un servicio que todo viajero de bienestar exige; hay chefs y cocineros especializados en comida vegana y orgánica en los alojamientos del Pacífico Sur. A nivel nacional se busca posicionar a la comida costarricense como atractivo para la visita para crear destinos gastronómicos en el país. Pero aún falta más involucramiento de culturas indígenas de la región en este sector del bienestar; estas tienen platillos dignos de promocionar que son parte de la alimentación saludable. Mantener esta cultura de alimentación sana, es una opción viable, ya que todos los hoteles con modalidades distintas pueden implementar un menú sano, que beneficia tanto al turista como al empresario.

Se evidenció que la sociedad actual está viviendo un sin fin de enfermedades tales como estrés, ansiedad, depresión, obesidad y adicciones. Esto ha causado una nueva mentalidad en busca de mejorar y preservar la salud, mientras se practica el turismo. Dichas enfermedades son elementos para que las empresas manden a sus empleados a hacer un descanso de bienestar. De manera que los proveedores de servicios turísticos han adecuado su oferta para cumplir las demandas de este segmento. A nivel nacional el segmento de empleados que están por jubilarse no se ha aprovechado como se debe para incluirlos en esta modalidad. Esto sería muy conveniente para incluir todo tipo de población en esta práctica.

Entre otros factores importantes para el crecimiento de esta modalidad en la región están la inclusión y la no estacionalidad. Incluir a todo tipo de turista es un beneficio tanto para el participante como para el empresario, así como la participación durante cualquier época del año. No obstante, los empresarios del Pacífico Sur buscan tener un fuerte movimiento del turismo en todas las épocas del año, trabajando en la diversificación de actividades y la participación de más turistas nacionales.

Es importante resaltar que esta región cuenta con hoteles de lujo enfocados en el bienestar; que por lo general se encuentran alejados de las zonas urbanas. Esto puede crear limitaciones para los turistas que poseen poca capacidad económica y necesitan recurrir al transporte público. El acceso se dificulta a estos hoteles en el Pacífico Sur debido a la carencia de oferta de transporte público y al mal estado de las vías de comunicación que conectan a estos hoteles.

Considerando que este es un tipo de turismo relativamente nuevo en el país, hay insuficientes datos e información teórica específica de esta modalidad en la zona en estudio. Algunas empresas que ofrecen este tipo de actividades no tienen el concepto claro del bienestar y dificultan la obtención de resultados. Esta limitación lleva al turista nacional y a emprendedores a asociar el turismo de bienestar solamente a aguas termales, sin saber sobre la diversidad de actividades que se pueden realizar. Tampoco está estipulado cuánto es el ingreso económico, ni el gasto turístico de esta modalidad en el país, ni en las regiones donde se practica. La insuficiencia de estadísticas de parte del Instituto Costarricense de Turismo es una amenaza ante la competencia a nivel internacional, ya que es un determinante que atrae a los inversionistas.

Durante el proceso de investigación, se presentaron limitantes relacionadas con la recolección de información de parte de algunas agencias de viaje. Estas mencionan que la información que poseen acerca de los costos de turismo de bienestar es de carácter confidencial. Además, ofrecían servicios de bienestar sin conocer todo referente a esta práctica. El apoyo para los estudios acerca de la temática del bienestar es de gran importancia para evidenciar el auge de esta a nivel nacional.

Finalmente, para dar respuesta a la pregunta de la investigación, si existe un alto potencial para el crecimiento del turismo de bienestar en el Pacífico Sur, por la cantidad de actividades y ventajas competitivas que posee la zona. Especialmente, por los factores que están haciendo que este se expanda en todas las fronteras. Pero todavía se necesita invertir en actividades más estructuradas, para convertir al turismo de bienestar de Costa Rica en un motivo principal de visita por el turista. El crecimiento ha sido lento pero constante, sin duda esta es una oportunidad viable y sostenible que diversificará la oferta turística en el país.

Recomendaciones

Resulta importante desarrollar más canales de comunicación que permitan llegar a mercados potenciales a nivel internacional, como Asia. Esto generará entradas a nuevos inversionistas e incrementará la demanda; ya sea por medio de convenios con embajadas o empresas extranjeras líderes del turismo de bienestar. Asimismo, es esencial crear alianzas entre los institutos de turismo de los países que sean potencias en esta modalidad y así atraer al país más turistas de bienestar primarios.

Se recomienda analizar la incorporación de nuevas tecnologías e innovaciones de tratamientos y actividades, de países que están teniendo éxito en el turismo de bienestar; la finalidad es lograr la más alta calidad del producto turístico costarricense y ser un destino aún más competitivo. También es necesario aprovechar los recursos hídricos que tiene la región para potenciar actividades como la talasoterapia. Así que se debe de utilizar estudios previos sobre este tema, para incorporar estrategias de éxito y adecuarlas a las condiciones del país. Esta actividad se tiene que implementar dentro de la oferta turística del Pacífico Sur; ya que no hay ningún centro de talasoterapia en la región.

Es pertinente que el Instituto Costarricense de Turismo trabaje en normativas que regulen las actividades de los centros de spa. Para lograr legalidad y un mejor reconocimiento internacional y nacional. Así, estos establecimientos pueden cumplir una serie de obligaciones para garantizar la calidad y cumplir los derechos de los turistas. Esto generará un beneficio mutuo, tanto a los empresarios como a los usuarios.

Es importante que se aprovechen los conocimientos de las comunidades indígenas en temas de bienestar. Estas pueden aportar con servicios como, alimentación, medicinas naturales y tours culturales. Servirá para que se potencien las comunidades que tiene menos oferta turística en esta región. De igual manera se abre una puerta para la inclusión de todos los habitantes de esta región al sector turístico. De manera que sería conveniente crear una cámara nacional de la cultura indígena del Pacífico Sur para integrarlos al sector turístico.

Se necesita incorporar programas de bienestar en los lugares de trabajo. Dentro de las empresas se pueden designar áreas de recreo, como gimnasios o centros de relajación. También programas para dejar de fumar, con el fin de reducir el número de empleados que tienen esta adicción, que causa un daño a su salud. Asimismo, fomentar métodos alternativos de transporte, como compartir bicicletas o transporte público, es beneficioso para el lugar de trabajo y el futuro del medio ambiente. De esta manera los empleados busquen seguir estas prácticas sanas a la hora de hacer turismo. Asimismo, incluir promociones al sector de la población trabajadora que esta por jubilarse y que desea relajarse con este tipo de prácticas.

La empresa privada, el Estado y sus instituciones, deben unir esfuerzos para adecuar la infraestructura de las áreas turísticas de esta región. Prioritariamente se debe dar mantenimiento a red vial de los accesos a los destinos de bienestar y mejorar los

medios de transportes internos de la zona; para ello se necesitan establecer cooperativas de taxis más formales, para facilitar el traslado de los turistas a los hoteles que están ubicados en medio del bosque. Para esto se requiere una adecuada señalización en cada destino que sirva para un mejor desplazamiento.

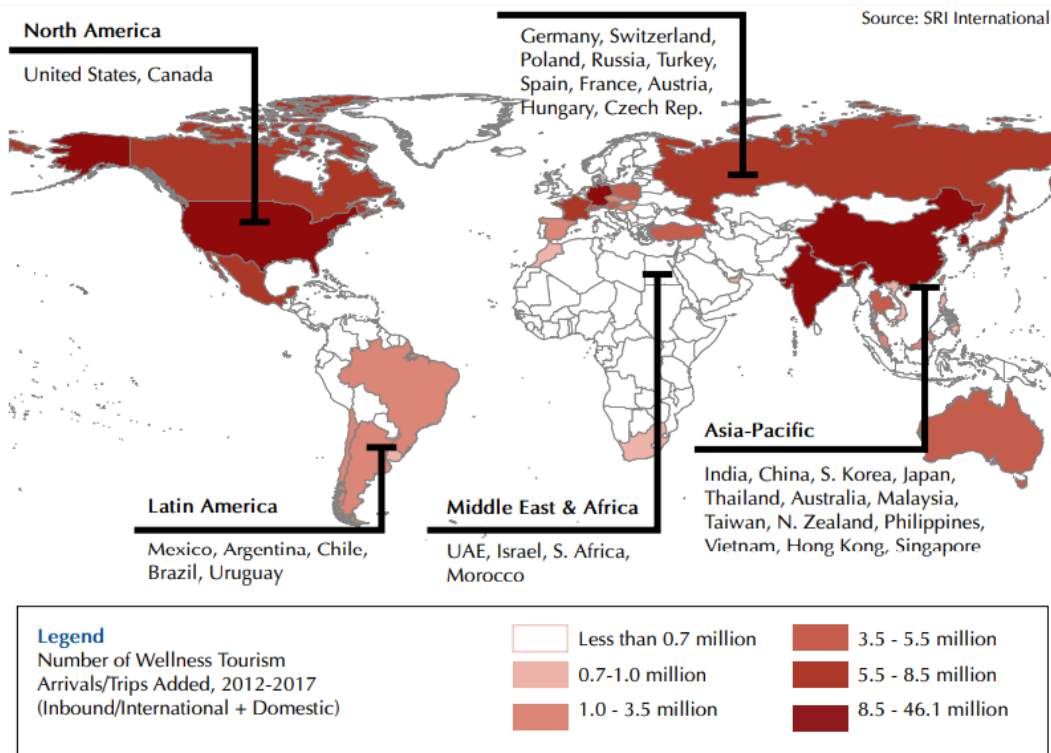
Dada a la carencia de información, es necesario la generación de estadísticas por parte del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), para que esos datos sirvan de evidencia para comprobar importancia del turismo de bienestar en las provincias de Costa Rica. La finalidad es desarrollar un sistema de información más claro y accesible para los mercados y obtener datos reales sobre el desempeño del sector de bienestar. También modernizar la normativa existente de la Declaratoria Turística, ya que no existe un control absoluto por parte del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), para garantizar la legalidad de la actividad turística. Para que así las empresas turísticas se incorporen al gremio, con el fin de adaptarla a los nuevos tiempos y a las formas de hacer negocio. Con el propósito de facilitar la toma de decisión para los empresarios que desean invertir en la región.

Otro aspecto prioritario, es mejorar el posicionamiento de los servicios de bienestar a nivel nacional, innovar con más oferta dirigida a los turistas nacionales y generar diferenciación en cuanto a coste, calidad y servicio. A través de campañas publicitarias, en redes sociales o agencias de viajes que llamen la atención de los costarricense. Otra manera de involucrar la participación nacional es designando uno o dos días de la semana con ofertas de dos por uno, en alojamientos y otros servicios turísticos. Para incluir todo tipo de población las empresas privadas de seguros médicos y el seguro social, deben hacer campañas de promoción del turismo de bienestar, con el propósito de reducir y prevenir las enfermedades y costosas operaciones, que son gastos para el Estado. Esto es una manera de crear consciencia a los costarricenses para incorporar hábitos más saludables en sus vidas.

Es oportuno, fomentar e instruir a estudiantes y a proveedores de este servicio en el tema del bienestar, para que exista una especialización con profesionales en este sector. Así como la sensibilización del gremio, brindándoles charlas introductorias e impartir congresos sobre esta modalidad. También esto servirá para que la población estudiantil se involucre en realizar más investigaciones y así incrementar el conocimiento sobre esta industria.

Anexos

Anexo 1 : Principales países en el crecimiento de entradas internacionales y nacionales en viajes de bienestar durante los años 2012 -2017



Fuente: Global Wellness Institute ,2013

Anexo 2: Segmentos del turismo de bienestar



Fuente: Global Wellness Institute ,2013

Anexo 3: Total de empresas y empleo por rama de actividad económica

| Rama | Número de empresas | Participación | Empleo | Participación |
|--|--------------------|---------------|---------------|---------------|
| Actividades administrativas y servicios de apoyo | 40 | 2% | 471 | 4% |
| Actividades financieras y de seguros. | 67 | 3% | 649 | 5% |
| Actividades inmobiliarias | 31 | 1% | 96 | 1% |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas | 151 | 7% | 388 | 3% |
| Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca | 387 | 17% | 2.156 | 16% |
| Alojamiento y servicios de comida. | 289 | 12% | 1.704 | 13% |
| Artes, entretenimiento y recreación | 22 | 1% | 135 | 1% |
| Comercio al por mayor y al por menor; reparación de los vehículos de motor y de las motocicletas | 818 | 35% | 4.160 | 31% |
| Construcción | 44 | 2% | 327 | 2% |
| Enseñanza | 20 | 1% | 82 | 1% |
| Explotación de minas y canteras | 3 | 0% | 148 | 1% |
| Ignorado | 58 | 3% | 147 | 1% |
| Industrias Manufactureras | 114 | 5% | 1.856 | 14% |
| Información y comunicación. | 32 | 1% | 110 | 1% |
| Otras actividades de servicio | 105 | 5% | 252 | 2% |
| Servicios sociales y relacionados con la Salud humana. | 94 | 4% | 313 | 2% |
| Suministro de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento | 12 | 1% | 57 | 0% |
| Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado | 4 | 0% | 14 | 0% |
| Transporte y almacenamiento | 25 | 1% | 221 | 2% |
| Total general | 2.316 | 100% | 13.286 | 100% |

Fuente: Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC) con datos Directorio de Unidades Institucionales y Establecimientos (DUIE) , Agosto 2011

Anexo 4: Cuestionario dirigido a instituciones privadas y públicas

- 1) ¿Según su criterio, por qué el turismo de bienestar es una tendencia en auge?
- 2) ¿Cómo fue evolucionando en los últimos años la demandan del turismo de bienestar en Costa Rica? ¿Qué opina del futuro de esta modalidad?
- 3) ¿Cuáles son las principales actividades turísticas de bienestar en el Pacífico Sur?
- 4) ¿Con cuántos centros de Wellness cuenta la región del Pacifico Sur? ¿Cuál ha sido su crecimiento a mediano plazo?
- 5) ¿Por qué las empresas hoteleras deciden incursionar en el turismo de bienestar?

- 6) ¿Cómo se ve afectada positiva y negativamente la región del Pacífico Sur con el crecimiento del turismo de bienestar?
- 7) ¿En los últimos 5 años cuanto ha sido el porcentaje de ingreso promedio que deja un turista de bienestar en la región del Pacífico Sur?
- 8) ¿Cuál cree usted que son los obstáculos que enfrentan las empresas para el desarrollo del Turismo de bienestar en Pacífico Sur?
- 9) ¿Cuáles han sido las ventajas competitivas que ha desarrollado la región del Pacífico Sur en materia de turismo de bienestar?
- 10) ¿Cuál ha sido el apoyo que se le ha brindado a los pequeños y medianos empresarios del turismo de bienestar por parte de esta empresa en los últimos años?
- 11) ¿Cuáles son los factores del crecimiento en la práctica del turismo de bienestar?

Anexo 5: Cuestionario dirigido a gerentes y funcionarios de hoteles con actividades de bienestar

- 1) ¿Cómo ha evolucionado en los últimos años la demandan del turismo de bienestar en Costa Rica?
- 2) ¿Cuántos años lleva esta empresa de brindar servicios de bienestar?
- 3) ¿Cuáles son las principales actividades de bienestar que se practican en su empresa en y estas cómo se caracterizan?
- 4) ¿Cuál es el gasto promedio de un turista de bienestar cuando visita el Pacífico Sur?
 - 0- \$300
 - \$300-600
 - \$600-1000
 - \$1000-1500
 - \$1500-2000
 - Más de \$2000
- 5) ¿Existe mano de obra capacitada para desarrollar las actividades de bienestar ¿A qué se debe esto?
- 6) ¿En qué lugares se capacitan?
 - Colegios técnicos
 - Instituto Nacional de Aprendizaje INA
 - Cámaras de turismo
 - Universidades

- Otros (Cuales)
- 7) ¿Según sus conocimientos, qué otros servicios o actividades de bienestar se podrían desarrollar en el Pacífico Sur?
 - 8) ¿Según su experiencia, cual es el qué impacto a nivel social con el desarrollo de esta empresa de bienestar en la región del Pacífico Sur?
 - 9) ¿Cuáles son las ventajas competitivas que ofrece el Pacífico Sur para el desarrollo del turismo de bienestar?
 - 10) ¿Qué ventajas competitivas ofrece su empresa para los servicios bienestar?
 - 11) ¿Cuáles son los principales factores que han hecho que crezca el turismo de bienestar en esta región?
(Estrés) (Mejorar Salud) (Contacto con Naturaleza) (Educación del turista)
(Beneficio para las empresas con actividades de costo alto) (Otros Cuales)
 - 12) ¿Cuál ha sido apoyo que se le ha brindado a los pequeños y medianos empresarios del turismo de bienestar por parte de esta empresa en los últimos años?
 - 13) ¿Por qué razones recomienda usted que las empresas de turismo emprendan en esta modalidad turística?

Bibliografía

- Acantara, B., & Reina, F. (2018). *TULN*. Obtenido de <http://www.turismoinclusivo.es/p/sector-turistico.html>
- Acciona. (2018). *Qué es Sostenibilidad* . Obtenido de <https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/que-es-la-sostenibilidad/>
- Aguilar, G., & Musso, A. (Marzo de 2008). *LA MEDITACIÓN COMO PROCESO COGNITIVO-CONDUCTUAL*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1342/134212604010.pdf>
- Aguilera, A. (2017). *Tunisia* . Obtenido de <http://www.turismodetunez.com/Actividades/TalasoTerapia-y-bienestar>
- Alicante, U. d. (2018). *Yoga* . Obtenido de <https://sd.ua.es/es/documentos/actividades/actividades-fisicas/yoga.pdf>
- Almarza, Arancibia, & Miranda. (2009). *DESARROLLO DE CLUSTER “WELLNESS EN EL DESTINO SIETE LAGOS”*. Valdivia.
- Alvarado, B. P., & Canales, E. L. (1994). *Metodología de la Investigación* (Vol. Segunda Edición). Washington .
- Alvarado, L. (2009). *DECIMOQUINTO INFORME ESTADO DE LA NACIÓN*. Obtenido de Evolución e importancia del turismo en Costa Rica: https://estadonacion.or.cr/files/biblioteca_virtual/015/Rojas_2009.pdf
- Alvarado, N. P. (2012). *ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL ÁREA DE UVITA, DISTRITO BAHÍA BALLENA, CANTÓN DE OSA, PUNTARENAS, COSTA RICA, 2012*. San José : Universidad Internacional de las Américas .
- Andrés, H. (2007). *La Epistemología como Rama de la Filosofía*. Doctorado en Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible. Obtenido de <http://lichugoyandres.blogspot.com/2007/03/paradigma-interpretativo.html?>
- Antioquia, C. d. (2018). *Capacitación del personal: la clave para el desarrollo empresarial*. Obtenido de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Empresariales/Herramientas-Empresariales/Administracion/La-clave-para-el-desarrollo-empresarial.aspx>
- Aragones, F. A., Payares, A. C., & Navas, R. M. (15 de Agosto de 2011). *El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global*. Obtenido de <file:///C:/Users/TOSHIBA/Downloads/Dialnet-ElTurismoDeSalud-5114831.pdf>
- Aragones, P., & Navas. (2011). *El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global*. Universidad del Magdalena .
- Argos. (2010). *Dinámica territorial del desarrollo turístico costero: Unidad Turística Pacífico Sur*. Center For Responsible Travel, CREST.

- Argos. (2013). *la Dinámica territorial del desarrollo turístico costero en la Unidad Turística Pacífico Sur*. Pacifico Sur.
- Artavia, R. (13 de Noviembre de 2014). Innovación: Eje central del turismo en Costa Rica. (I. Mora, Entrevistador) San José. Recuperado el 2018, de <http://quieroinnovar.com/xiii-congreso-nacional-de-turismo/>
- Asclepios. (2018). *Asclepios Wellness & Healing Retrea*. Obtenido de <http://www.asclepioscr.com/es-es>
- AVIAEXPORT, & T&L. (Marzo de 2013). *Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia*. Obtenido de https://www.anato.org/images/stories/Comunicados_2013/plan%20de%20negocio%20de%20turismo%20de%20naturaleza.pdf
- Azul, C. R. (Febrero de 2012). *Costa Rica Azul* . Obtenido de Wellness: <https://costaricaazul.com/wellness-costa-rica-turismo-medico/>
- Bermúdez, I. E., López, M. P., & K. J. (Noviembre de 2015). *ANÁLISIS DE IMPACTOS GENERADOS POR EL TURISMO DE BIENESTAR A NIVEL SOCIO-CULTURAL. CASO: RIVIERA NAYARIT, MÉXICO*. Obtenido de <http://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/611/Berm%C3%BAdezC%C3%A1rdenasIvonneEstefanny.pdf?sequence=2>
- Cardeña, M. B. (2009). *ANTOLOGÍA DE INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL TURISMO*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/72100644/Antologia-de-Turismo>
- Carner, F. (Octubre de 2001). *C E P A L Comisión Económica para América Latina y el Caribe* . Obtenido de ENCADENAMIENTOS GENERADOS POR EL SECTOR TURISMO: <https://www.cepal.org/publicaciones/xml/3/9563/r815.pdf>
- Cerdas, H. (1991). *Medios, Instrumentos, Técnicas y Métodos en la Recolección de Datos e Información*. Bogota.
- Chevalier, G., & Oschman, J. (2018). *Understanding Earthing*. University of California, Irvine, California.
- Cibeira Moreiras, R. (2014). *Los primeros usos del agua termal y mineral*. Obtenido de https://www.geosalud.com/aguas_termales/aguas_termales.htm
- Costa Rica Azul. (Abril de 2012). *CONVIRTAMOS A COSTA RICA EN POTENCIA MUNDIAL DE ALIMENTOS SALUDABLES IMPULSANDO AL TURISMO*. Obtenido de Costa Rica Azul: <https://costaricaazul.com/alimentos-saludables/>
- Crest. (2016). *Responsible Travel* . Obtenido de Coastal Tourism : [http://www.responsibletravel.org/resources/documents/Coastal-tourism-documents/VI-_Pacífico_SUR\[1\].pdf](http://www.responsibletravel.org/resources/documents/Coastal-tourism-documents/VI-_Pacífico_SUR[1].pdf)
- De la Puente, M. (Septiembre de 2015). *Sector del turismo de salud: caso de Colombia*. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/economia/article/view/7226/8124>

- Duarte, G. (3 de Septiembre de 2008). *Recursos naturales*. Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/geografia/recursos-naturales.php>
- Eulofi, P. X. (2011). *Evaluación estratégica y económica de un Centro Wellness en Santiago, Chile*. Obtenido de http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2011/cf-astroza_pe/pdfAmont/cf-astroza_pe.pdf
- Explorable. (Febrero de 2009). *Muestreo por conveniencia*. Recuperado el 2018, de <https://explorable.com/es/muestreo-por-conveniencia>
- Falco, C. P. (Marzo de 2014). *Branderstand*. Obtenido de Ventaja Competitiva : <http://www.branderstand.com/ventaja-competitiva/>
- Fariñas, H. G. (26 de Mayo de 2016). *Análisis de factibilidad para implementar servicios médicos a turistas en el denominado Turismo de Salud y bienestar como propuesta de rentabilidad y sustentabilidad para Caja Costarricense de Seguro Social*. Obtenido de <http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/TESIS/2016/12.%20Guti%C3%A9rrez%20Fari%C3%B1as,%20Henry.%20GS.pdf>
- Fisioonline. (2018). *BENEFICIOS Y DIFERENCIAS ENTRE UN SPA Y UN BALNEARIO*. Obtenido de <https://www.fisioterapia-online.com/articulos/beneficios-y-diferencias-entre-un-spa-y-un-balneario>
- Formulas, U. (2017). *Muestra por conveniencia*. Obtenido de Universo Formulas : <http://www.universoformulas.com/estadistica/inferencia/muestreo-conveniencia/>
- Fuentes, P. (2009). *El turismo de salud como producto turístico en auge*.
- Fundación Vivo Sano. (Marzo de 2018). *¿CÓMO TE AFECTA EL RUIDO QUE TE RODEA?* Obtenido de <http://www.vivosano.org/como-afecta-ruido-te-rodea/>
- Galaz, Yamazaki, & Urquiza. (2018). *Deloitte*. Obtenido de Turismo Médico y de Bienestar : <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/bienes-raices/2018/Turismo-medico-y-de-bienestar-2018.PDF>
- Global Wellness Institute. (2015). *The Global Wellness Tourism Economy Report*. Global Wellness Institute.
- Glosarios. (2012). *Glosarios Turismo*. Obtenido de Villas & Cabañas: <https://glosarios.servidor-alicante.com/turismo/villas-y-cabanyas>
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (Vol. 1a Edición). Córdoba: Editorial Brujas .
- Group, E.-C. (12 de Mayo de 2014). *Definición y etimología de actividad*. Obtenido de Definición a: <https://definiciona.com/actividad/>
- Halpern, M. (2016). *Qué es Ayurveda? Principios y prácticas milenarias de sanación*. Obtenido de <http://www.escuelaayurveda.com/recursos/articulos/introduccion/principios>

- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. 6ta Edición). (M. H. Education, Ed.) Mexico DF.
- Hosteltur. (Septiembre de 2013). *Hosteltur* . Obtenido de El turismo termal atrae a 2,7 millones de turistas: https://www.hosteltur.com/112320_turismo-termal-atrae-27-millones-turistas.html
- ICT, I. C. (2017). *WELLNESS PURA VIDA: ICT BUSCA DIFERENCIAR Y POSICIONAR A COSTA RICA COMO DESTINO DE BIENESTAR*. San José .
- Institute, G. W. (Septiembre de 2014). *Global Wellness Institute*. Obtenido de GLOBAL SPA & WELLNESS MONITOR: https://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/gsws2014/pdf/GWI_Global_Spa_and_Wellness_Economy_Monitor_Full_Report_Final.pdf
- Instituto Costarricense de Turismo. (2017). *Instituto Costarricense de Turismo* . Obtenido de Quienes somos: <http://www.ict.go.cr/es/ict/quienes-somos.html>
- Instituto Costarricense de Turismo, I. (2011). *Plan de Desarrollo Turístico Pacífico Sur* . San José .
- Instituto Costarricense de Turismo, I. (2015). *Vigesimoprimer Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible*. Costa Rica . Obtenido de Impulso al crecimiento y desarrollo turístico en Costa Rica: https://estadonacion.or.cr/files/biblioteca_virtual/021/economia/ICTTurismoC3.pdf
- Jones, & Bartlett. (2009). *The basics of Wellness*. Jones and Bartlett Publisher.
- Kimelman, T. (2018). *Baños de Bosque* . Obtenido de <https://www.bosque.uy/>
- La Finca & Spa Resort. (Junio de 2016). *Hotel spa, más que un alojamiento*. Obtenido de <https://www.lafincagolfresort.com/blog/hotel-spa-mucho-mas-alojamiento-2/>
- Laboral, E. (2018). *Síndrome del burnout*. Obtenido de <http://www.estreslaboral.info/sindrome-de-burnout.html>
- Legislativa, A. (1985). *Ley de Incentivos para el desarrollo turístico* . Obtenido de Instituto Costarricense de Turismo .
- Lobo, S. (Junio de 2013). *Riqueza natural del Pacífico Sur* . Obtenido de http://www.museocostarica.go.cr/es_cr/en-detalle/biodiversidad-de-la-zona-sur.html?Itemid=115
- Magariños, A., Ares, J., & Mora, L. (2015). *Plan Director para desarrollo producto turístico de BIENESTAR Y SALUD con aguas termales en la Región Huetar Norte*. San José . Obtenido de <https://adezn.org/attachments/article/210/Capitulo%209%20-%20Proyectos.pdf>
- Manatusca Costa Rica . (6 de Mayo de 2016). *Manatusca* . Obtenido de CUÁLES SON LAS PRINCIPALES DIFERENCIAS ENTRE UN HOTEL BOUTIQUE Y UN LODGE: <http://manatuscostarica.com/es/blog/cuales-son-las-principales-diferencias-entre-un-hotel-boutique-y-un-lodge/>

- Matarrita, R. (2011). *Estado de La Nación* . Obtenido de https://estadonacion.or.cr/files/biblioteca_virtual/011/Encadenamientos_exportaciones.pdf
- Metodología de la Investigación* . (2014). Mexico DF : McGraw Hill Interamericana .
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2015). *Programa de Transformación Productiva*. Obtenido de Turismo de Bienestar: <https://www.ptp.com.co/documentos/Resumen%20Ejecutivo%20190413.pdf>
- Mok, S. C. (2014). Obtenido de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/dialogos/article/view/14015/15672>
- Montero, J. (2015). *Gastronomía popular costarricense busca su lugar como gancho turístico*. Obtenido de El Financiero: <https://www.elfinancierocr.com/negocios/gastronomia-popular-costarricense-busca-su-lugar-como-gancho-turistico/O2Y3ZJXT3BGWDFPQML3LGZLIHU/story/>
- Morer, C. (Enero de 2016). *Talasoterapia* . Obtenido de [http://hidromed.org/hm/images/pdf/0209.BSEHM%202016_31\(2\)119-146_Morer-C.pdf](http://hidromed.org/hm/images/pdf/0209.BSEHM%202016_31(2)119-146_Morer-C.pdf)
- Naji, D. M. (Julio de 2016). *Estudio de la Situación Actual y Potencial del Turismo de Salud*. Obtenido de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/4579/TFM%20TURISMO%20DE%20SALUD%20JULIO%202016%20%28DAIANA%20MISHMESH%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (2018). *Turismo Sostenible*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://www2.unwto.org/es/content/definicion>
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (Mayo de 2018). *Entender El Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Ortilles, P. (30 de Enero de 2012). *Salud Terapia*. Obtenido de Yoga: <https://www.saludterapia.com/glosario/d/114-yoga.html>
- Paniagua, C. R. (1 de Marzo de 2013). *Cámara Costarricense de Hoteles* . Obtenido de Salud y bienestar como complemento del ecoturismo: <http://www.camaradehoteles.com/noticias/salud-y-bienestar-como-complemento-del-ecoturismo>
- Pedregal, E. G. (6 de Marzo de 2016). *Turismo espiritual*. Obtenido de Saludabit: <https://www.saludabit.es/blog/turismo-espiritual/>
- Pereira, M. L. (2009). *UNA REVISIÓN TEÓRICA SOBRE EL ESTRÉS Y ALGUNOS ASPECTOS RELEVANTES DE ESTE EN EL ÁMBITO EDUCATIVO*. San José: Universidad de Costa Rica.

- Pozos, J. (Junio de 2011). *COMPARACION DE LA OFERTA TURISTICA ENTRE CANCUN Y CUBA*. Obtenido de <http://ofertaturisticacancuncuba.blogspot.com/2011/06/oferta-turistica-definicion.html>
- Prado, W. (2015). *Esencial Costa Rica: La utopía del país modelo en el marco de la sostenibilidad ambiental*. Obtenido de <https://huellasculturales11.wordpress.com/trabajos-de-los-estudiantes-i-2015/wewndy-prado-aqui-el-nombre-del-trabajo/>
- Pratt, L. (2002). *Logros y Retos del Turismo*. INCAE .
- Provincias, F. E. (Julio de 2009). *Federacion Española de Municipios y Provincias* . Obtenido de Nueva marca para promocionar el turismo en las Entidades Locales con Aguas Minerales y Termales: http://femp.femp.es/Portal/Front/ContenidoDetalle/_N1w1oXtNSY3ZgHJeHgV O_j_wHq81NATY-948e4TvKDouhbwWaMxUmrIjGIUypfP0Qci55UF7XpFHcaXv67c8NshU-0SW38QRIK8SNiAGFICXQHqt8gxwRcxIJWKrx-IaopZqAKfhrz1F_ITnrgEGqM2iN92khSBQ5BnqqdZGVu8
- Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). *Introducción a la metodología de la investigación cualitativa*. Universidad del País Vasco, España.
- Quesada, R. (2010). *Elementos del turismo , teoría , clasificación y actividad*. San José: PROMADE , EUNED .
- Quesada, R. (2012). Tipos de Turismo. En R. Quesada, *Elementos del Turismo* (pág. 95). San José: EUNED.
- Real Academia Española, R. (2018). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=axaWB7V>
- Robson, C. (2011). *Real World Research*. Poverty Action Lab.
- Rojas, J. (Julio de 2016). *La Nación*. Obtenido de El yoga: más allá de la meditación: <https://www.nacion.com/viva/farandula/el-yoga-mas-alla-de-la-meditacion/4NHBYJ4HCFC4VOP7TQYCX454P4/story/>
- Sagrasta, J. (Marzo de 2018). *Mediterrani Escuela Universitaria*. Obtenido de Estacionalidad turística: qué es y como combatirla: <https://www.mediterrani.com/blog/estacionalidad-turistica/>
- Salas, T. J. (2009). *Turismo de Salud como herramienta de la diversificación de los servicios de hospedaje en la ciudad de San José, Costa Rica*. Universidad Internacional de las Américas , San José.
- Salud, O. M. (2017). *Concepto de Salud*. Recuperado el 14 de Mayo de 2018, de <http://concepto.de/salud-segun-la-oms/>
- Sánchez, J. A., Barahona, J. C., & Artavia, R. (Octubre de 1996). *Turismo en Costa Rica: El Reto de la Competitividad*. Obtenido de INCAE : <http://www.incae.edu/EN/clacds/publicaciones/pdf/cen650.pdf>

- Sancho, A. (Septiembre de 2011). *Introducción al Turismo*. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Senssai. (Agosto de 2013). *Senssai Magazine*. Obtenido de Diferencia entre Fitness y Wellness : <http://senssai.com/blog/diferencia-entre-fitness-y-wellness/>
- Soto, J. I. (Julio de 2017). *El Financiero*. Obtenido de Seis zonas piloto serán la pieza clave en estrategia de turismo de bienestar de Costa Rica: <https://www.elfinancierocr.com/negocios/seis-zonas-piloto-seran-la-pieza-clave-en-estrategia-de-turismo-de-bienestar-de-costa-rica/KORNCRC4JRBE7JFL7PU4KEIVYI/story/>
- StudioPress. (2018). *El mundo Ok*. Obtenido de Tipos de alojamientos: <https://elmundook.com/conceptos-claves-de-tipos-de-alojamiento/>
- Taylor, M. B. (2014). *A Market Segmentation Study Based On Wellness Attributes*. Virginia Polytechnic Institute and State University , Blacksburg, VA. Obtenido de https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/48169/Taylor_MB_T_2014.pdf;jsessionid=10A365FA3BA148DBE88F4B5873DE2555?sequence=1
- Termatalia, F. I. (Septiembre de 2017). *Termatalia*. Obtenido de Feria Internacional de Turismo Termal, Salud y Bienestar: <http://www.termatalia.com/pdf/DossierTermatalia2017.pdf>
- The Tourism Observatory, H. W. (2015). *International Wellness and Spa tourism monitor*. Obtenido de https://www.resourcesforleisureassets.com/userfiles/IWSTM_2014_2015_final.pdf
- Uchua, F. (Octubre de 2013). *Conservación*. Obtenido de Definicion ABC : <https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/conservacion.php>
- Ulate, A. C. (2010). *CENTROS HISTÓRICOS DEL TURISMO: PUNTARENAS Y LIMÓN*. Universidad de Costa Rica , San José . Obtenido de <https://www.sociologia.fcs.ucr.ac.cr/images/pdf/proy/inv/Final%20211-B0-246.pdf>
- Valverde, A. R. (2017). *El Financiero*. Obtenido de Crean Cámara de la Salud que potenciará turismo médico en Costa Rica y recopilará datos del sector: <https://www.elfinancierocr.com/economia-y-politica/crean-camara-de-la-salud-que-potenciara-turismo-medico-en-costa-rica-y-recopilara-datos-del-sector/BKHCPWO25NGUPCYE7IMXN57PKE/story/>
- Villalobos, M. S. (2015). *Marca país esencial Costa Rica:herramienta para la competitividad*. Costa Rica: CEGESTI.
- Villasante, W. M. (24 de Noviembre de 2016). *Asesores en Turismo*. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

- Voigt, C. (2010). *Understanding Wellness Tourism: An Analysis of Benefits Sought, Health-Promoting Behaviours and Positive*. School of Management, Division of Business, University of South Australia, Australia. Obtenido de <http://search.ror.unisa.edu.au/media/researcharchive/open/9915960272201831/53112407520001831>
- Voigt, C., Laing, J., Wray, M., Brown, G., Howat, G., & Trembath, B. W. (2010). *HEALTH TOURISM IN AUSTRALIA: Supply, Demand and Opportunities*. Australia : Professor David Simmons, Director of Research, Sustainable Tourism Cooperative Research Centre .
- Worldwide, W. T. (2013). *Hosteltur* . Obtenido de Top Ten Wellness Travel Trends : https://www.hosteltur.com/comunidad/002467_tendencias-del-turismo-de-salud-y-bienestar-para-el-2014.html