

El turismo rural de la Región de Murcia y Costa Rica:
Un estudio comparativo

**EL TURISMO RURAL DE LA REGIÓN DE MURCIA Y
COSTA RICA: UN ESTUDIO COMPARATIVO**

Trabajo de Investigación de Catalina María Morales Granados

Directores: Dr. Andrés Artal Tur y Dr. Antonio Juan Briones Peñalver

Máster en Gestión y Dirección de Empresas en Instituciones Turísticas

Universidad Politécnica de Cartagena



Curso Académico 2010-2011



AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a cuantas personas e instituciones han hecho posible la conclusión de este trabajo. En primer lugar al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), que a través del Programa de Cooperación Interuniversitaria e Investigación Científica entre España e Iberoamérica (PCI), han financiado la investigación tanto en Costa Rica como en la Región de Murcia. Este estudio de investigación en turismo ha sido financiado en la modalidad A-Proyectos Conjuntos de Investigación, con el proyecto titulado: *“Estrategias de cooperación académica entre Costa Rica y la Región de Murcia. Desarrollo innovador y sostenible de capacidades para el gobierno de agronegocios en ambientes de economía social”*.

En segundo lugar a las dos universidades coordinadoras de los proyectos PCI-AECID, el Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR), al coordinador por Costa Rica e igualmente rector Eugenio Trejos Benavides, al profesor Pedro Martín Ramírez López, por todas sus gestiones realizadas y apoyo en la realización de este estudio, así como su apoyo y siempre valiosa amistad. A la Universidad Politécnica de Cartagena, encabezada por su rector, Félix Faura Mateu, a la Facultad de Ciencias de la Empresa, especialmente a los profesores Andrés Artal Tur Antonio Juan Briones Peñalver, por sus valiosos aportes y la guía que necesité en este largo camino. Al Grupo de Investigación de Ingeniería de Organización encabezada por su profesor Lorenzo Ros Mcdonell, así como a María Victoria de la Fuente Aragón, Eloy Hontoria Hernández, María Candelaria Martínez Conesa y especialmente a Lolita Soler Romero, por hacerme sentir como una más de su equipo.

A mis compañeros y compañeras del Máster en Gestión y Dirección de Empresas e Instituciones Turísticas, por su valiosa amistad, por hacerme ver, que las fronteras se hicieron para los países y no para las personas.



Universidad
Politécnica
de Cartagena





ÍNDICE GENERAL

	Página
AGRADECIMIENTOS	2
ÍNDICE	3
I. INTRODUCCIÓN	11
II. MARCO CONCEPTUAL	15
CAPÍTULO I. ELEMENTOS RELACIONADOS	16
1. Tabla comparativa. Costa Rica y la Región de Murcia	16
2. Turismo	16
3. Turismo y desarrollo socioeconómico	19
4. Turismo y desarrollo sostenible	21
5. Tipología de las actividades turísticas	21
6. Turismo rural: aspectos conceptuales	23
A. Costa Rica	23
B. Región de Murcia (España)	26
6.1. Concepto de turismo rural	27
6.2. Componentes del Turismo Rural	33
6.3. Características del Turismo Rural	33
6.4. Principios del Turismo Rural	34
6.5. Turismo Rural Integral	35
7. Agentes económicos del turismo rural	36
8. Formas y categorías del turismo rural	38
8.1. Actividades que se pueden incluir en una oferta de turismo rural	39
8.2. Modalidades del Turismo rural	40
9. Elementos geográficos del turismo	42
CAPÍTULO II. REVISIÓN DEL ESTADO DEL ARTE	44
1. Antecedentes del turismo rural	44
1.1. En la Unión Europea	45
1.2. En América Latina	46
2. Problemática económico social del turismo rural	48
2.1. Factores que afectan a los habitantes de zonas rurales	49
3. Modelo de turismo	53
3.1. Ventajas y desventajas del modelo de promoción del ecoturismo	55
4. Líneas de investigación en turismo rural	56
4.1. Nuevos consumidores	56
4.2. Nuevas tecnologías	57
4.3. Nuevas formas de producción	59
4.4. Nuevas teorías de gestión	59
4.5. Cambios en el entorno	60
CAPÍTULO III. PERFIL DEL TURISTA RURAL	61
1. Aspectos conceptuales	61
2. Perfil del turista rural en Costa Rica	66
3. Perfil del turista rural en la Región de Murcia	70
4. Aspectos a considerar para ambos perfiles	72



CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO RURAL	
1. Concepto de demanda	73
2. Determinantes de la demanda	74
a. Demanda de turismo rural en Costa Rica	74
b. Demanda de turismo rural en la Región de Murcia	82
c. Conclusiones importantes del capítulo	41
CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE TURISMO RURAL	92
1. Concepto de oferta	92
2. Clasificación de bienes y servicios turísticos	93
3. Variables de la oferta turística	93
3.1. Variables de la oferta en Costa Rica	94
3.2. Variables de la oferta en la Región de Murcia	97
3.3. Conclusiones importantes del capítulo	105
III. MARCO EMPÍRICO	106
CAPÍTULO VI. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	107
1. Costa Rica	107
2. Región de Murcia	116
CAPÍTULO VII. UN CASO DE ESTUDIO: EL CARIBE	144
1. Aspectos conceptuales	144
2. Perfil del turista que visita la provincia de Limón	145
3. Perfil del turista que visita la provincia de Limón (conclusiones)	186
CAPÍTULO VIII. FACTORES DE ÉXITO DEL TURISMO RURAL	187
IV. CONCLUSIONES	195
V. BIBLIOGRAFÍA	204
DEDICATORIA	210



ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Esquema de los componentes del Turismo Rural	33
Figura 2. Fases del Turismo Rural Integral	36
Figura 3. Clasificación de viajeros incluidos en las estadísticas de turismo	37
Figura 4. Los elementos geográficos del turismo	43
Figura 5. Clasificación de los bienes y servicios turísticos	92
Figura 6. Ubicación de la provincia de Limón y distribución por cantones	144



ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Tabla comparativa entre Costa Rica y la Región de Murcia	17
Tabla 2. Definiciones de turismo	18
Tabla 3. Otros conceptos de turismo rural	32
Tabla 4. Actividades que se pueden incluir en una oferta de turismo rural	39
Tabla 5. Cuadro resumen de las características del perfil del turista rural	71
Tabla 6. Llegadas de turistas internacionales a Costa Rica según zonas y países.	75
Tabla 7. Llegadas de turistas internacionales a Costa Rica por mes	75
Tabla 8. Llegadas de turistas a Costa Rica	76
Tabla 9. Turismo y otras fuentes generadoras de divisas para Costa Rica	77
Tabla 10. Ingreso y egreso de divisas por concepto de Turismo	80
Tabla 11. Ingreso de divisas por concepto de turismo y relación turismo/exportaciones	80
Tabla 12. Entrada de turistas internacionales vs salida de nacionales	82
Tabla 13. Llegadas de turistas internacionales	83
Tabla 14. Llegadas de turistas internacionales según país de residencia	84
Tabla 15. Principal vía de llegada de los turistas.	85
Tabla 16. Ingresos por turismo internacional	85
Tabla 17. Características más importantes de la demanda en Costa Rica y la Región de Murcia	91
Tabla 18. Oferta total de hospedaje por cantidad de habitaciones y hoteles	95
Tabla 19. Oferta de habitaciones con declaratoria turística en operación y llegadas de turistas internacionales	95
Tabla 20. Número de empresas en proyectos y en operación con declaratoria turística según tipo, por provincia	96
Tabla 21. Inversión aprobada en empresas declaradas turísticas, según tipo de actividad.	96
Tabla 22. Oferta de habitaciones con declaratoria turística en operación y llegadas de turistas internacionales	97
Tabla 23. Alojamientos turísticos. Principales resultados de la demanda	98
Tabla 24. Oferta de alojamientos en la Región de Murcia	99
Tabla 25. Características más importantes de la demanda en Costa Rica y la Región de Murcia	105
Tabla 26. Principales zonas de alojamiento de los turistas rurales	116
Tabla 27. Tabla de contingencia por género y zona de alojamiento	118
Tabla 28. Pruebas de chi-cuadrado desprendidas de la tabla 27	118
Tabla 29. Tabla de contingencia por edad y zona de alojamiento	120
Tabla 30. Pruebas de chi-cuadrado desprendidas de la Tabla 29	121
Tabla 31. Tabla de contingencia por acompañamiento y zona de alojamiento	121
Tabla 32. Pruebas de chi-cuadrado desprendidas de la Tabla 31	121
Tabla 33. Edad del turista rural. 2004-2008	122
Tabla 34. Tabla de contingencia por edad y acompañamiento	124
Tabla 35. Pruebas de chi-cuadrado desprendidas de la Tabla 34	124
Tabla 36. Acompañamiento del turista rural	125
Tabla 37. Tabla de contingencia por edad y acompañamiento	127
Tabla 38. Pruebas de chi-cuadrado desprendidas de la Tabla 37	127



Tabla 39. Tipo de alojamiento del turista rural	128
Tabla 40. Tabla de contingencia por edad y tipo de alojamiento	129
Tabla 41. Pruebas de chi-cuadrado desprendidas de la Tabla 40	129
Tabla 42. Tabla de contingencia acompañamiento y tipo de alojamiento	130
Tabla 43. Pruebas de chi cuadrado desprendidas de la Tabla 42	130
Tabla 44. Duración de la estancia de los turistas rurales	131
Tabla 45. Comunidad Autónoma de residencia de los turistas rurales	132
Tabla 46. Tabla de contingencia por edad y Comunidad Autónoma de residencia	133
Tabla 47. Pruebas de chi cuadrado desprendidos de la Tabla 46	133
Tabla 48. Profesión del turista	134
Tabla 49. Número de personas que acompañan al turista rural. 2004-2008	135
Tabla 50. Tabla de contingencia por edad y número de personas que acompañan al turista rural	137
Tabla 51. Pruebas de chi cuadrado desprendidas de la Tabla 50	137
Tabla 52. Medio de transporte utilizado por el turista	137
Tabla 53. Localidad de pernoctación de los turistas rurales	139
Tabla 54. Cantidad prevista de gasto en la CARM	140
Tabla 55. Tabla de contingencia por género y cantidad prevista de gasto	141
Tabla 56. Pruebas de chi-cuadrado desprendidos de la tabla 55	141
Tabla 57. Actividades realizadas o a realizar durante las vacaciones	142
Tabla 58. Variables principales de comparación para Costa Rica y la Región de Murcia	142
Tabla 59. Turistas por zona turística	147
Tabla 60. Zona turística de procedencia	149
Tabla 61. Sexo del turista	150
Tabla 62. Estudios finalizados del turista	151
Tabla 63. Sexo y estudios finalizados del turista	152
Tabla 64. Tabla de contingencia por sexo y estudios finalizados	152
Tabla 65. Edad de los turistas	153
Tabla 66. Edad y estudios finalizados del turist	155
Tabla 67. Tabla de contingencia para la tabla de 66	155
Tabla 68. Edad y sexo del turista	156
Tabla 69. Tabla de contingencia para la tabla 68	157
Tabla 70. Profesión/actividad del turista	159
Tabla 71. Principal actividad a elegir del turista	160
Tabla 72. Principal actividad que les impulsa a elegir este lugar	162
Tabla 73. Tablas de contingencia de la tabla 72	162
Tabla 74. Medio de conocimientos del destino	163
Tabla 75. Medio de conocimiento del destino por estudios finalizados	164
Tabla 76. Tabla de contingencia de la tabla 75	165
Tabla 77. Medio de conocimiento del destino por edad	165
Tabla 78. Tabla de contingencia para la tabla 77	166
Tabla 79. Medio de conocimiento por sexo del turista	166
Tabla 80. Tabla de contingencia de la tabla 79	166
Tabla 81. Alojamiento en la provincia de Limón	167
Tabla 82. Forma de organización del viaje	168
Tabla 83. Forma de organización del viaje por estudios finalizados	169
Tabla 84. Tabla de contingencia que se desprende de la tabla 83	169



Tabla 85. Forma de organización del viaje por sexo	170
Tabla 86. Tabla de contingencia que se desprende de la tabla 85	171
Tabla 87. Ha viajado solo o acompañado	172
Tabla 88. Compañía del turista por edad	172
Tabla 89. Tabla de contingencia que se desprende de la tabla 88	172
Tabla 90. ¿Con quienes vino?	174
Tabla 91. ¿Con quiénes ha realizado este viaje? por sexo	175
Tabla 92. Tabla de contingencia Con quiénes ha realizado este viaje por Sexo	175
Tabla 93. Medio de transporte con el que llegó al destino	176
Tabla 94. Medio de transporte para llegar al destino por sexo	176
Tabla 95. Tablas de contingencia desprendidas de la tabla 99	177
Tabla 96. Visitas realizadas a la región	178
Tabla 97. ¿Cuántos días en total prevé pasar en este lugar?	178
Tabla 98. Días en la provincia de Limón por edad	179
Tabla 99. Tabla de contingencia desprendidas de la tabla 98	179
Tabla 100. Días en la provincia de Limón por sexo	180
Tabla 101. Tablas de contingencia por días en la provincia de Limón	180
Tabla 102. ¿Piensa que volverá a visitar Costa Rica?	181
Tabla 103. Deseo de volver a Costa Rica por sexo	182
Tabla 104. Tabla de contingencia desprendidos de la tabla 103	183
Tabla 105. Gasto aproximado efectuado en el destino por día incluyendo pernoctación	184
Tabla 106. Gasto aproximado efectuado en el destino por día incluyendo pernoctación por sexo	184
Tabla 107. Tabla de contingencia para el gasto aproximado	185
Tabla 108. Resumen de las características principales del perfil del turista rural	200
Tabla 109. Aspectos relacionados a la oferta y la demanda	201



ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico 1. Llegadas de turistas internacionales por regiones	20
Gráfico 2. Llegada de turistas internacionales a Costa Rica. 1986 - 2010	74
Gráfico 3. Ingreso de divisas por concepto de turismo. 2000-2008	77
Gráfico 4. Llegadas de turistas internacionales y variación interanual.	83
Gráfico 5. Llegadas de turistas internacionales, según meses. Período 2009 y 2010	84
Gráfico 6. Gasto total de los turistas internacionales llegados a España	86
Gráfico 7. Evolución del número de viajeros entrados y pernoctaciones.	87
Gráfico 8. Pernoctaciones en alojamientos de turismo rural.	87
Gráfico 9. Región de Murcia. Estimación del número de viajeros. Alojamientos rurales.	88
Gráfico 10. Región de Murcia. Estimación del número de viajeros. Camping.	88
Gráfico 11. Región de Murcia. Total de viajeros visitantes y total de pernoctaciones en alojamientos rurales. Período 2007-2009.	89
Gráfico 12. Región de Murcia. Total de viajeros visitantes y total de pernoctaciones en camping. Período 2007-2009.	89
Gráfico 13. Alojamientos turísticos. Principales resultados de la demanda porcentual. Datos provisionales. Período 2008 y 2009	90
Gráfico 14. Alojamientos de turismo rural abiertos y personal empleado.	98
Gráfico 15. Alojamientos de turismo rural abiertos y personal empleado. Región de Murcia	99
Gráfico 16. Establecimientos acceso a internet	100
Gráfico 17. Evolución del número y plazas de casas rurales. Región de Murcia.	101
Gráfico 18. Estancia media en alojamientos rurales. Período del 2007 al 2009	101
Gráfico 19. Estancia media en camping. Período del 2007 al 2009	102
Gráfico 20. Evolución del grado de ocupación (%). Período del 2002 al 2008	103
Gráfico 21. Personal ocupado según tipo de contratación por meses. Período 2008	104
Gráfico 22. Grado de ocupación por capacidad (%). Total en España y la Región de Murcia. Período 2001-2008	104
Gráfico 23. Grado de ocupación por habitaciones. Total en España y la Región de Murcia. Período 2001-2008	105
Gráfico 24. Motivo de la visita a Costa Rica	107
Gráfico 25. Sexo del entrevistado	108
Gráfico 26. Tipo de hospedaje	109
Gráfico 27. Actividades realizadas por el turista	110
Gráfico 28. Regiones de donde provienen los turistas	111
Gráfico 29. Medio de transporte utilizado	112
Gráfico 30. Modalidad del viaje	113
Gráfico 31. Noches que pasó en Costa Rica	113
Gráfico 32. Actividades realizadas por los turistas en Costa Rica	115
Gráfico 33. Gasto medio por persona (en dólares)	117
Gráfico 34. Distribución porcentual de las principales zonas de alojamiento de los turistas rurales. 2004-2008	119
Gráfico 35. Distribución porcentual por género y las zonas de alojamiento	120
Gráfico 36. Zona de alojamiento y edad	123
Gráfico 37. Distribución porcentual de la edad del turista rural	126



Gráfico 38. Distribución porcentual del acompañamiento del turista	126
Gráfico 39. Distribución porcentual del tipo de alojamiento del turista rural	128
Gráfico 40. Distribución porcentual de la duración de la estancia del turista rural	131
Gráfico 41. Distribución porcentual de la Comunidad Autónoma de residencia de los turistas rurales	132
Gráfico 42. Distribución porcentual de la profesión del turista	135
Gráfico 43. Distribución porcentual del número de personas que acompañan al turista rural	136
Gráfico 44. Distribución porcentual del tipo de vehículo utilizado por el turista rural	138
Gráfico 45. Distribución porcentual de la cantidad prevista de gasto en la CARM	140
Gráfico 46. Distribución porcentual de los turistas por zona turística	148
Gráfico 47. Distribución porcentual por sexo del turista	150
Gráfico 48. Estudios finalizados por sexo del turista	150
Gráfico 49. Distribución porcentual de los estudios finalizados de los turistas	151
Gráfico 50. Distribución porcentual de la edad del turista	154
Gráfico 51. Distribución porcentual de los estudios finalizados del turista	156
Gráfico 52. Distribución porcentual de la edad y el sexo del turista	157
Gráfico 53. Distribución porcentual de la profesión/actividad del turista	159
Gráfico 54. Distribución porcentual de la actividad elegida del turista	161
Gráfico 55. Distribución porcentual del alojamiento en la provincia de Limón	167
Gráfico 56. Distribución porcentual de la forma de organización del viaje	168
Gráfico 57. Distribución de la forma de organización del viaje	170
Gráfico 58. Distribución de la forma de organización del turista	171
Gráfico 59. Distribución porcentual de la compañía del turista	172
Gráfico 60. Distribución de la compañía del turista	173
Gráfico 61. Distribución porcentual de la compañía que llevó al viaje	174
Gráfico 62. Distribución de la compañía del turista	175
Gráfico 63. Distribución de las visitas al lugar por sexo	177
Gráfico 64. Distribución de días en la provincia de Limón	180
Gráfico 65. Distribución de días en la provincia de Limón por sexo	181
Gráfico 66. Distribución porcentual de deseo de volver a Costa Rica	182
Gráfico 67. Distribución porcentual del gasto turístico	184
Gráfico 68. Distribución para el gasto aproximado según sexo	185



I. INTRODUCCIÓN



El objetivo principal de este trabajo es establecer un análisis comparativo entre el Turismo Rural de Costa Rica y el de la Región de España con el propósito de dar a conocer las concordancias y discordancias entre las dos regiones.

Dentro de los objetivos específicos se pueden enumerar los siguientes:

- Describir aquellos aspectos teóricos asociados con el turismo rural.
- Realizar un perfil del turista para las dos regiones y establecer semejanzas y diferencias.
- Realizar un análisis descriptivo de la demanda de turismo rural para la Región de Murcia y Costa Rica.
- Realizar un análisis descriptivo de la oferta de turismo rural para la Región de Murcia y Costa Rica.
- Establecer perspectivas en ambas regiones sobre lo que se entiende sobre turismo rural.
- Analizar estadísticamente variables importantes comparables en ambas regiones.

El turismo se viene planteando durante los últimos años como una alternativa económica para el mundo rural como una actividad que complementa las rentas de estos espacios (García y De la Calle, 2006).

El medio rural presenta un conjunto de desequilibrios que requiere la intervención de los poderes públicos en orden a hacer efectiva la redistribución territorial de la riqueza, mediante la implantación de políticas de desarrollo compatibles con la conservación del entorno y el rural y que procure una mejora en la calidad de vida de la población local (Sanz, 2008).

El turismo rural es un segmento en expansión en la actualidad, debido, principalmente, a los cambios en el comportamiento y gustos de los turistas y, por lo tanto, a las necesidades de adaptación de los destinos turísticos a tales transformaciones (Pereira de Moura y Cortez, 2009)



El turismo rural es una actividad muy reciente en las pautas de las instituciones y órganos nacionales e internacionales. El por eso que el objetivo de este trabajo es establecer un análisis comparativo entre el turismo rural costarricense y el español (específicamente en la Región de Murcia), a fin de conocer las posibles sinergias entre los dos países o regiones en este segmento.

Para muchos de los países en desarrollo, el turismo se ha convertido en un elemento importante dentro de su proceso de mejora económica y social, como es el caso de Costa Rica.

Algunas de las características que comparten estos países son (Nel-lo y Pérez, 2007):

- Que la mayoría de ellos tiene economías basadas en poco recursos, los sectores de fabricación muy limitados y son altamente dependientes de un conjunto de productos agrícolas exportables para obtener ingresos. Muchos se encuentran completamente subordinados a la exportación de productos primarios con precios fijados por el mercado internacional;
- Casi la totalidad requiere un gran volumen de importaciones procedentes de los países industrializados y desarrollados;
- Tienen una débil infraestructura, sectores de producción no desarrollados, altos niveles de desempleo y una escasez crónica de capital;
- Cuentan con tasas de crecimiento de la población muy elevadas
- Mantienen un sistema político inestable y una estructura administrativa débil. Estas deficiencias se combinan y proporcionan un escenario poco favorable para el desarrollo y la diversificación económica.

Durante los últimos tiempos, el escenario económico y social de la mayoría de los países desarrollados ha venido caracterizándose por varios factores que han favorecido el auge de las actividades empresariales vinculadas con el turismo rural (Toledano y Gessa, 2002). Especifican los autores por una parte, y en el marco del proceso de tercerización que viene experimentando el tejido productivo en estos países, la nueva valorización del medio ambiente (aire limpio, ausencia de ruidos, disfrute de los paisajes, espacios naturales, entre



otros), ha supuesto la creación de una demanda de destinos turísticos que, alejándose de las tradicionales rutas de interés urbanístico a los estivales lugares de sol y playa, favorece la creación de nuevas empresas que aprovechan la oportunidad que les ofrece el propio entorno natural.

Se puede deducir que el turismo no tiene como único objetivo la rentabilidad económica, sino también la conservación del medio ambiente, del patrimonio cultural y el desarrollo social de la región en que ocurre. Por todo esto se hacen necesarias acciones de organismos internacionales que integren, recopilen y fomenten las acciones de aquellos países que tienen el turismo como motor principal de desarrollo.

Por todos estos aspectos, este trabajo responde a los contenidos y resultados del conjunto de acciones desarrolladas en el proyecto de investigación de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) desarrolla bajo el Proyecto: “Estrategias de cooperación académica entre Costa Rica y la Región de Murcia. Desarrollo innovador y sostenible de capacidades para el gobierno de agronegocios en ambientes de economía social”.

Este establecimiento de relaciones entre Costa Rica y España establece paralelismos de cooperación que posibilita una mejora en la capacidad de los establecimientos turísticos rurales en la Región de Murcia y Costa Rica.

Los datos obtenidos para realizar este análisis comparativo se obtuvieron de:

- Región de Murcia: a través de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Región de Murcia y sus encuestas de gasto turístico
- Costa Rica: a través del Instituto Costarricense de Turismo y sus encuestas realizadas en el aeropuerto principal, Juan Santamaría.



II. MARCO CONCEPTUAL



CAPÍTULO I. ELEMENTOS RELACIONADOS

1. Tabla comparativa. Costa Rica y la Región de Murcia

Como se mencionó, el establecimiento de relaciones entre Costa Rica y España establece paralelismos de cooperación que posibilita una mejora en la capacidad de los establecimientos turísticos rurales en la Región de Murcia y Costa Rica. Para esto es necesario establecer aquellos parámetros que dan una idea de las diferencias y semejanzas importantes entre estas dos regiones. La tabla 1, abarca los principales factores de comparación entre estas dos regiones geográficas.



2. Turismo

A raíz de la conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viaje y Turismo celebrada en junio de 1991 en Ottawa (Canadá) organizada por la Organización Mundial del Turismo, se puso de manifiesto la necesidad de disponer, a nivel internacional, de una terminología y metodología común para las estadísticas de turismo (Sancho, 2001).

De acuerdo con lo anterior, el turismo comprende todas aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo, inferior a un año natural, con fines de ocio, por negocios y otros motivos (Organización Mundial del Turismo (en adelante OMT), 1998 p.21 citado por Sancho, 2001). Este autor pone especial interés en ciertos aspectos importantes:



Tabla 1. Comparativa entre Costa Rica y a Región de Murcia

Factor de comparación	Costa Rica	Región de Murcia
Ubicación geográfica		
Superficie	51.100 km ²	11.313 km ²
Población total	4.500.000	1.461.979
Densidad	85 hab/km ²	129 hab/km ²
PIB total	€ 21.051 millones	€ 27.943 millones
PIB per cápita	€ 7.847	€ 19.962
PIB turístico	8,8%	10.7% (nacional) 9,5% (regional)

Fuente: Elaboración propia.

- Las actividades turísticas “no provienen del lado del producto o de la oferta sino del lado de la demanda. Un servicio se califica como turístico si lo usa un visitante y no en función de la naturaleza de dicho servicio en concreto.
- Queda claro por tanto, el papel central que adquiere el concepto de visitante. Según la definición anterior un visitante es cualquier persona que se desplaza, por cualquier motivo salvo el de ejercer una actividad remunerada, de su entorno habitual.
- Pero no todos los viajeros son considerados visitantes. En concreto quedan excluidos y, por tanto fuera de las estadísticas de turismo, aquellos cuyo motivo de desplazamiento es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar de destino (trabajadores fronterizos, inmigrantes temporales o permanentes). Tampoco quedan incluidos en este apartado los pasajeros en tránsito en establecimientos aeroportuarios, los miembros de las fuerzas armadas, los miembros del cuerpo diplomático, los nómadas y los refugiados.



- El entorno habitual puede entenderse como el lugar geográfico de vida y trabajo de las personas. No coincide estrictamente con el concepto de residencia dado que ésta es inherente a los hogares mientras que el entorno habitual está ligado a las personas.
- Se contempla dentro de la definición se contempla el visitante como aquel que se desplaza por cualquier motivo de su entorno habitual, existiendo pernoctación o sin que ésta exista. Por tanto se incluye no sólo aquellos visitantes que pernoctan en el destino, sino también los que hacen viaje de ida y vuelta el mismo día.
- Por último, un desplazamiento es considerado turístico cuando la estancia no es superior a un año. En caso contrario, se considera que el destino forma parte del entorno habitual de la persona y, en consecuencia, no es considerado turístico.

Otros autores, según lo resume la Tabla 1, definen el turismo como:

Tabla 2. Definiciones de turismo

Autor (es)	Año	Aspectos conceptuales
Bravo, Y., Partido D., Pérez, R., Leyva, A.	2009	El turismo es considerado como una actividad económica de relevante importancia, determinada a su vez, por la relación de producción, comercialización de productos y servicios turísticos que permiten la modernización de la sociedad, así como su aporte a la convergencia social, ya que la libre circulación de turistas lleva aparejado el intercambio de tradiciones y culturas, favoreciendo así el acercamiento de los pueblos.
Molina (1997), citado por Gerritsen, Gutiérrez y Zepeda (2008)	2008	El turismo es un fenómeno social que trasciende de otro fenómeno social, el tiempo libre institucionalizado. Es decir, el turismo como fenómeno tiene esencia (el ocio) y un conjunto de manifestaciones que se interrelacionan e interactúan. Estas manifestaciones son de calidad ideológica, político, económico social, psicológico y físico-ambiental.
Saxena, G., Ilbery, B.	2008	El concepto de turismo rural se propone como un medio de pensamiento crítico y comprensible acerca de los actores, recursos y relaciones que se dan en esta industria fragmentada.

Fuente: Elaboración propia.



3. Turismo y desarrollo socioeconómico

Santos (2000) citado por Moreira y Segre (2010) señala que el fenómeno de la globalización tiene un impacto directo o indirecto sobre todos los individuos del planeta ya sea ese impacto económico, cultural social o sobre la propia subjetividad de las personas. Existe, por lo tanto, una gran diferencia en lo que respecta a la relación de cada individuo con este fenómeno, ya que su masificación acarrea problemas en lo que respecta a la diversidad de personas y de lugares.

Básicamente, según este autor, la globalización actúa como un factor que exagera la desigualdad señalando que, según Cassiolato y Lastres (2006) citado por Moreira y Segre (2010), el mundo asiste a una profundización de las diferencias entre los distintos países y regiones, muy diferente a lo que sería un mundo sin fronteras.

Albagli (1999) citado por Moreira y Segre (2010) argumenta que la profundización del proceso de la globalización y las transformaciones que trae aparejadas en el campo de la economía, la ciencia y la tecnología, la cultura, la política y los modelos societarios han tenido importantes repercusiones sobre la esfera de lo local así como sobre su papel en el escenario mundial.

Estévez (2009) indica que el turismo es una actividad con gran facilidad de adaptación. La relación que este sector mantiene con los diversos procesos económicos, sociales, culturales, políticos, tecnológicos, ambientales y territoriales, la hacen vulnerable a cualquier cambio y/o fluctuación.

El turismo se ha convertido, según Blanco (2006) en una de las actividades más importantes del mundo ya que tiene un impacto sobre la economía en su conjunto a través de la generación de ingresos, también se la he relacionado con el fortalecimiento de la identidad cultural de las comunidades receptoras. Desde esta perspectiva la identidad y la cultura se construyen a partir del intercambio viajero, del flujo de ideas y el cruce de experiencias.

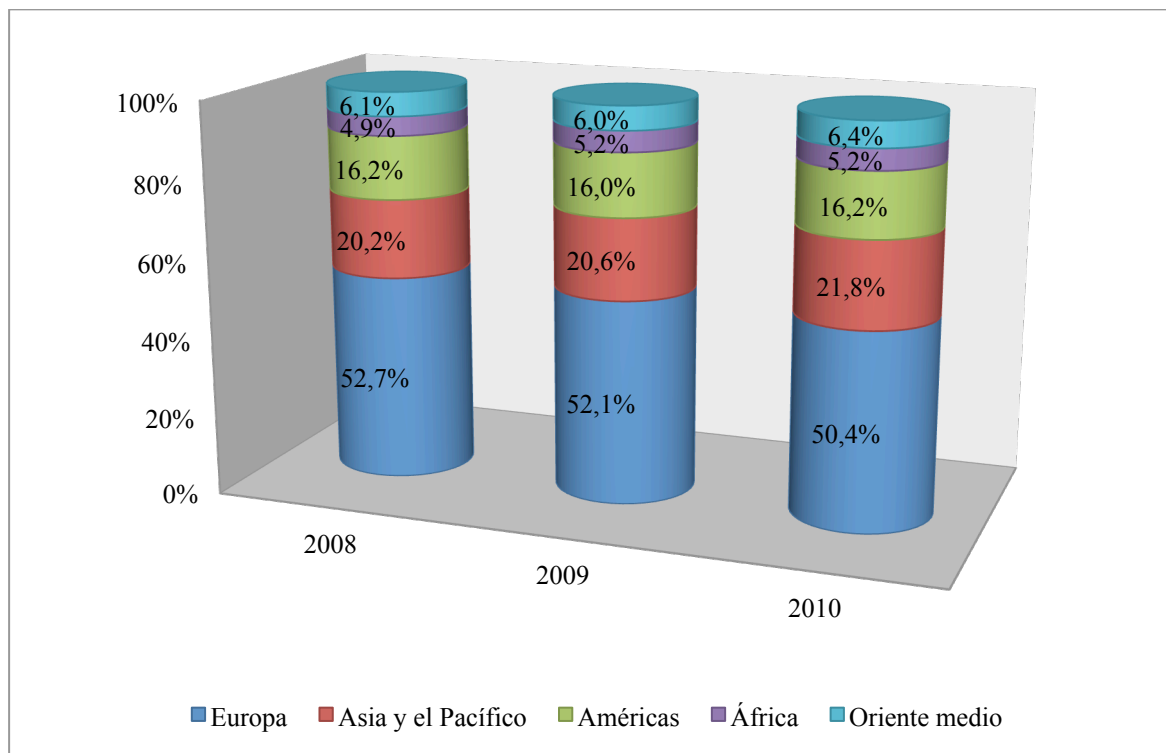


El turismo es entonces un factor de recuperación social y cultural, dada su contribución en la conservación y preservación de áreas naturales y sitios de valor histórico y tradicional, pues la actividad turística depende de los atractivos naturales y culturales y como tal ayuda a su preservación.

En cuanto a la distribución de la actividad turística, se puede observar en el Gráfico 1, que Europa es la región que recibe los mayores flujos de visitantes con alrededor del 50,4% de la cuota del mercado del 2010, seguido de Asia y Pacífico (21,8%), América (16,2%), Oriente Medio (6,4%) y África (5,2%).

En el caso particular de América Latina, se le considera una región receptora de turismo, en algunos países del Caribe representa la base de sus economías, en otros es una actividad en fuerte desarrollo, por ejemplo Centroamérica, que muestra tasas de crecimiento en Guatemala de un 5% y El Salvador con un 4% y en Costa Rica de casi un 9%¹.

Gráfico 1. Llegadas de turistas internacionales por regiones



Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Mundial del Turismo, 2010.

¹ Información obtenida de <http://www.centralamericadata.com>



4. Turismo y desarrollo sostenible

El desafío de asegurar un desarrollo turístico sostenible, con la participación de todos los actores locales, se ha transformado en un objetivo prioritario de las naciones que han comprendido la capacidad de la actividad turística para contribuir al bienestar de la comunidad. Y no sólo por sus significativos efectos económicos, sino también por su importancia en la valoración de ambientes naturales –como es el caso de las áreas protegidas– y el resguardo del patrimonio cultural (Blanco, 2006).

En sus diferentes modalidades, el turismo se apoya en los bienes de la naturaleza y deriva importantes beneficios económicos a partir de los componentes intrínsecos de esos bienes naturales. A su vez, el turismo es capaz de producir impactos, tanto positivos como negativos, sobre los componentes de la diversidad biológica e histórica. Por esta razón, para que sea capaz de maximizar los beneficios y minimizar posibles costos, el turismo debe encararse como una actividad de desarrollo sostenible.

El turismo sostenible se define como: *“aquel que satisface los usos y demandas actuales sin deteriorar los sistemas naturales y culturales ni las futuras oportunidades para disfrutar colectivamente. En este marco la utilización sostenible y apropiadamente estructurada de estos recursos puede ser una importante herramienta de conservación, ya que los beneficios económicos y sociales derivados de ese uso pueden generar incentivos para que las personas los conserven”* (Unión Internacional para la conservación de la Naturaleza (UICN), 1999 p. 12 citado por Blanco 2006).

5. Tipología del turista y diversificación de las actividades turísticas

Riveros y Blanco (2003) establecen una tipología del turista, siendo las más aceptadas las que toman como referencia los comportamientos de éstos. En este sentido se han identificado diversas categorías “gruesas” del turismo: el recreacional, el cultural, el histórico, el religioso, el étnico, el medio ambiental, el de salud, el de aventuras, el deportivo, el de conferencias, el de sol y playa y el rural.



Dentro del marco del desarrollo territorial sostenible, prácticamente todas las categorías de turismo resultan de interés; sin embargo para los alcances que se plantean en este trabajo, es importante considerar los siguientes comportamientos de grupos especiales de turistas:

- Los asociados con el conocimiento y disfrute de lo local, lo tradicional, lo campesino, bien sea orientado hacia culturas diferentes o para propiciar un reencuentro con culturas propias.
- Los interesados en conocer y visitar sitios históricos tales como monumentos, ruinas y museos.
- Los que buscan conocer y compartir costumbres con sociedades “exóticas” y que visitan aldeas, comen alimentos ancestrales y participan de espectáculos folclóricos, entre otros.
- Los interesados en tener contacto directo con la naturaleza: caminar, observar aves y especies vegetales y conocer accidentes geográficos especiales (lagunas, volcanes, bosques, cascadas, cuevas, entre otros).
- Los que quieren conocer formas de producción tradicional, tales como artesanías, bien sea de hilados, confecciones de cerámica, de metales preciosos, de madera, piscigranjas o agroindustrias rurales.
- Los que añoran y sienten nostalgia, o quieren conocer, productos alimenticios autóctonos, preparaciones y platos típicos y a su vez buscan compartir formas de vida y actividades cotidianas con pobladores rurales.

Estas motivaciones o comportamientos esperados de turistas, pueden englobarse dentro de diferentes concepciones teórico-operativas, como lo son el ecoturismo, el agroturismo o el turismo rural.



6. Turismo rural: aspectos conceptuales

A. Costa Rica

El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) especifica que desde hace más de 50 años de inversión del Estado Costarricense en desarrollo rural y más de 500 años de lucha de las comunidades rurales para defender su identidad y el derecho al desarrollo y la equidad, hoy son capitalizados por iniciativas novedosas para el fortalecimiento de las economías locales de manera endógena.

El turismo rural comunitario es una de estas iniciativas que, poco a poco, se va constituyendo en una importante herramienta de desarrollo de aquellas comunidades rurales que cuentan con este potencial y están en capacidad de competir con otros atractivos de alta calidad. Articulándose así: activos, historia, naturaleza, talentos y esperanzas del mundo rural en una receta única en el mundo, imposible de imitar, tan auténtica como propia. Ese es el turismo rural comunitario: un inimitable producto turístico, una importante herramienta de desarrollo de las comunidades, y de fortalecimiento de la identidad costarricense.

El turismo es un sector dinámico y generador de desarrollo. Específicamente, el Turismo Rural Comunitario (TRC), que está orientado a promover actividades turísticas con participación local, es un segmento nuevo que está creciendo día con día y presenta características muy positivas, contrapuestas a los ya conocidos problemas provocados por el desarrollo del turismo tradicional.

En el año 2003 se creó la Alianza de Organizaciones para el Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario, integrándose así como un espacio informal de coordinación de los esfuerzos de las organizaciones más reconocidas en el tema: COOPRENA, ACTUAR y la Mesa Nacional Campesina; con el apoyo del Programa de Pequeñas Donaciones del GEF, el PNUD y ACEPESA.



Esta Alianza se ha propuesto fortalecer el Turismo Rural Comunitario (TRC) como una de las principales actividades turísticas a nivel nacional y consolidarlo como instrumento para generar desarrollo sostenible con equidad y una alta participación de inversión local.

Para ello la Alianza se ha propuesto generar condiciones en el ámbito público-privado, que impulsen la inversión local y el desarrollo de un producto turístico innovador y competitivo, para convertir el TRC en instrumento de desarrollo local sostenible.

Se requiere entonces generar una estrategia que facilite la consolidación del TRC como instrumento de desarrollo sostenible de las comunidades con potencial turístico; mediante la definición y promoción de una política estatal que favorezca la inversión local y el desarrollo sostenible del TRC, el fortalecimiento de la capacidad empresarial local y la promoción y desarrollo de productos turísticos innovadores y de alta calidad en las comunidades rurales con potencial turístico y el impulso de la promoción del TRC a nivel nacional e internacional.

Algunas de las empresas que constituyen la oferta de turismo rural comunitario cuentan con más de 10 años de experiencia. Debido a la forma en que nace surge este producto, a partir del esfuerzo y la creatividad de la gente del campo costarricense, muchas de las iniciativas operan de manera informal, por lo que además ha resultado difícil registrarlas en las estadísticas del sector.

No obstante, a partir de la creación de estructuras gremiales como la Mesa Nacional Campesina y de comercialización como COOPRENA y ACTUAR, el surgimiento de la Alianza de Organizaciones para el Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario y el apoyo del Instituto Costarricense de Turismo y ACEPESA, se ha avanzado en un proceso de formalización de las operaciones de este grupo empresarial, lo que ha permitido mejorar los registros.

Debido a que, en la mayoría de los casos, el turismo rural comunitario es un complemento de la actividad agropecuaria, es difícil estimar los empleos directos e indirectos generados con los mecanismos tradicionales de medición. Sin embargo, se puede afirmar que, según los datos obtenidos por los inspectores del ICT en las dos rondas de visitas realizadas a las



empresas de la Alianza, alrededor de dos personas se benefician de los ingresos del turismo rural por habitación, mediante la prestación de sus servicios laborales.

Registros de la Alianza indican que los ingresos percibidos por hora laboral en turismo rural comunitario es 50% mayor al salario promedio rural. Este dato es interesante por cuanto estos empleos son aprovechados fundamentalmente por mujeres. Aunque no se cuenta con datos de la composición exacta de género de estos puestos.

No obstante, el valor potencial del turismo rural comunitario como instrumento de desarrollo no se refleja en estas cifras. Este tipo de turismo permite integrar las riquezas naturales, la vida cotidiana de la comunidad rural y la dinámica propia de las actividades agropecuarias, en un producto atractivo para el mercado turístico nacional e internacional. Se orienta al turista interesado en conocer y disfrutar la vida del campo, como por ejemplo, cabalgatas, caminatas, agro-actividades, conocimiento de métodos alternativos de producción, pesca de agua dulce, fiestas patronales y turnos, sin descartar otras posibilidades accesibles en la zona como el turismo de aventura, la naturaleza, el sol y la playa y la práctica de actividades deportivas.

Se caracteriza, además, por ofrecer a los y las visitantes un contacto personalizado: Los servicios son prestados por los y las productoras, a través de organizaciones o directamente como negocio familiar.

A diferencia del turismo rural ofrecido por otros países, las empresas de turismo rural comunitario en Costa Rica, por su dinámica comunitaria y la escala de su actividad, para articular un producto turístico requieren de la participación de varias familias o de la comunidad en su conjunto.

La principal diferencia entre turismo rural y turismo rural comunitario es que esta actividad económica es planificada por la organización comunal y son los residentes de las comunidades quienes participan en forma directa en la gestión de los emprendimientos y en sus beneficios.



B. Región de Murcia (España)

Según Albaladejo, Molera y Díaz (2005) en los últimos veinte años, las áreas rurales españolas se han convertido en un apreciado destino dentro del panorama turístico nacional. Varios factores pueden considerarse como determinantes en este rápido crecimiento.

Por una parte, hay que destacar el apoyo de las administraciones públicas, que han visto en este tipo de turismo una forma de mantener e incluso mejorar las economías de las zonas rurales del interior de la península, bastante deprimidas a causa, principalmente, del continuo declinar de la agricultura. Esta actividad turística se plantea como una oportunidad de crear empleo; de mantener o incluso aumentar la población de estas zonas y los correspondientes servicios sociales; y de evitar la desaparición de la cultura y las tradiciones rurales. Además, se valora la posibilidad de intercambio cultural entre las zonas urbanas y las rurales (Barke, 2004; Cánoves y otros, 2004 citado por Albadejo, Molera y Díaz, 2005).

El estudio realizado por el Consejo Económico y Social de la Región de Murcia (CES) en su informe sobre “Turismo rural y ecológico: una oportunidad para el desarrollo sostenible en la Región de Murcia” del 2009 especifica que la evolución del número de viajeros y pernoctaciones en la Región de Murcia también aporta un referente claro de la importancia de la actividad turística en los últimos años. Según el Anuario Estadístico de la Región de Murcia del 2008, entre 2005 y 2007 ambos parámetros han experimentado una variación muy positiva.

Estos y otros indicadores, ponen de manifiesto la relevancia que ha ido adquiriendo la actividad turística en el desarrollo socioeconómico regional, a partir de los diversos productos que ha ido perfilando.

Pero, sin duda, lo definitivo ha sido el cambio experimentado en las preferencias de los potenciales turistas, con un deseo creciente de los individuos que viven en el medio urbano de pasar pequeños períodos de tiempo en zonas donde prime el contacto con la naturaleza, la tranquilidad y la calidad medioambiental, que cada vez escasean más en las ciudades (Bote, 1987; Sharpley y Sharpley, 1997; Yagüe, 2002 citado por Albadejo Molera y Díaz, 2005).



La sociedad española de los años 60 mantenía una fuerte relación con el entorno rural. Aunque muchos de sus pobladores emigraron a las ciudades en busca de mejores condiciones de vida, mantenían las casas familiares en el pueblo y volvían a ellas en vacaciones. En cambio, en los años 90 nuestra sociedad era ya predominantemente urbana, con escasos lazos con el medio rural. Pero el creciente interés de la clase media urbana por conocer sus raíces rurales recientemente perdidas, y por escapar de la masificación y la polución de las ciudades, ha posibilitado el surgimiento de un nuevo tipo de producto turístico, el turismo rural, que en muchas ocasiones se ha desarrollado especialmente en zonas no muy alejadas de las ciudades y de fácil acceso desde éstas (Albadejo, Molera y Díaz, 2005).

A finales de los años 80, señala el CES, la Unión Europea comenzó a plantearse la necesidad de fomentar ese turismo rural, por lo que aprobó diversas medidas. Entre las medidas más destacadas es de descartar la iniciativa comunitaria LEADER, que entre 1991 y 2006 ha protagonizado el desarrollo de sucesivos programas que destinan fondos europeos al desarrollo de zonas rurales a partir de distintos ejes, entre ellos el turismo. La Comunidad Autónoma de la Región de Murcia ha sido hasta el año 2006 una región OBJETIVO 1 de la Unión Europea, lo que le ha posibilitado recibir un porcentaje importante de las ayudas otorgadas por el LEADER.

Se puede afirmar que el LEADER ha sido motor esencial para el desarrollo del Turismo Rural en la Región de Murcia. Durante estos últimos 20 años el desarrollo de este subsector turístico ha experimentado un importante desarrollo, siendo oportuno y necesario analizar su evolución, tendencias y retos.

6.1. Concepto de Turismo Rural

El concepto de turismo rural es complejo y en principio de tipo socio-económico; sin embargo, el turismo rural produce o puede producir cambios en el medio por lo que se ha establecido una gama amplia de conceptos respecto a esta actividad, que se pueden agrupar fundamentalmente en tres tendencias (Rodríguez, Estévez y Olivares, 2000):



- **Primera tendencia:** concibe el turismo rural a través de una óptica socioeconómica exclusivamente, resaltando elementos como la revitalización socioeconómica de las comunidades, la oferta y la demanda turística, la rentabilidad, precios, entre otros.
- **Segunda tendencia:** concibe el turismo rural a través de una óptica ambientalista de conservación y protección, resaltando elementos respecto a la cultura local, niveles bajos de impacto, conservación del medio natural, e incluso se acuñan nuevos términos derivados de ésta óptica como el “ecoturismo” definido como turismo rural sustentable.
- **Tercera tendencia:** concibe el turismo como una simple delimitación geográfica, haciendo énfasis en términos como zona rural, espacio rural y mundo rural.

Es a partir de estas tres tendencias o enfoques claves se han desarrollado una serie de conceptos y definiciones, entre los cuales el grupo más importante es el que trata de definir el turismo rural desde un enfoque multifacético.

También estos autores explican que entre los principales problemas por definir el Turismo Rural se encuentra: el incorporar la concepción de turismo en su definición: el espacio rural aún no cuenta con una definición universalmente aceptada.

Resulta bastante complicado elaborar un concepto definitivo y aceptado por todos, pero los autores indican que: *“el turismo rural es ante todo un proceso turístico que tiene como destino el aprovechamiento de las particularidades y potenciales propios del ambiente rural, con el fin de satisfacer las motivaciones del que viaja y el afán de desarrollo local de las comunidades rurales, manteniendo niveles aceptables de impacto sobre sus recursos y la rentabilidad de la empresa que comercializa el producto”*.

Blanco (2006), en su *“Análisis del potencial del turismo rural en los cantones de Upala, Los Chiles, Guatuso y La Cruz”* define el turismo rural como *“una modalidad de creciente demanda en todo el mundo que involucra la participación de las poblaciones rurales y los productores agropecuarios en la prestación de servicios turísticos”*.



Asimismo hace referencia al concepto de turismo rural como: *“el conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingreso complementarios a los tradicionales dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria”* (Barrera, 2003 p. 12 citado por Blanco 2006).

De esta manera, aduce, el turismo rural incluye todas aquellas actividades que pueden desarrollarse en el espacio rural lo que se traduce en una oferta integrada de ocio y servicios que resulta de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, tradicionales, románticas, diferentes del estilo usual de vida.

Las mismas dificultades que entraña la definición exacta del turismo rural, “explican el que hasta ahora apenas se hayan realizado estudios sobre el tamaño del sector. La OMT, estimó en 1998 que el 3% de todos los turistas internacionales orientan sus viajes al turismo rural, lo cual representaba entonces unos 19 millones de turistas, sin incluir el turismo interno (Cabrini, 2002 p.12 citado por Blanco, 2006). En Costa Rica, el Instituto Costarricense de Turismo (en adelante ICT) estimó que en el 2005 existían cerca de 500 empresas que operan bajo esta modalidad, de las cuales el 40% pertenece a familias u organizaciones comunales (La República, 2005 p. 12 citado por Blanco, 2006).

De acuerdo con Morera (2006 p. 9 citado por Chavarría 2009) el concepto de turismo Rural en Costa Rica considerando las particularidades socioambientales del país, *“responde a un modo de turismo desarrollado en espacios rurales, centrado en la combinación de atractivos naturales, culturales y agrícolas, que potencia el desarrollo endógeno por medio de la creación y el fortalecimiento de pequeñas empresas y que favorece un manejo sostenible de los recursos naturales y culturales”*. Se da entonces, la tarea de integrar a las comunidades que viven en medios rurales, a la alternativa que representa el turismo como actividad económica. Para diferenciar este tipo de turismo de otras modalidades, como el ecoturismo, las primeras ONG que comenzaron a trabajar en el tema lo llamaron Turismo Rural Comunitario (en adelante TRC), buscando así potenciar la participación comunitaria.



Para Guereña (2004 p.9 citado por Chavarría 2009) el TRC representa una etapa avanzada del ecoturismo, ya que incorpora como protagonistas del desarrollo a las familias y comunidades locales (Morera 2006 p. 9 citado por Chavarría 2009) señala que el concepto “comunitario” se introduce para hacer diferencia entre quienes ofrecen los servicios de la forma “tradicional” y asociaciones formadas principalmente por familias o grupos de familias, que inician su participación a inicios de los años 90.

En el decreto 34717-MEIC-TUR (2008) se define el turismo rural como: “aquellas experiencias turísticas, planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales, organizados para el beneficio de sus familias y de la comunidad”.

Riveros y Blanco (2003) especifican que en otros países se maneja un concepto de turismo rural bastante más amplio, en el que se mezclan tres elementos espacio-hombre-producto. Por consiguiente practican turismo rural tanto aquellas personas que se alojan en una finca agrícola con el interés de conocer y disfrutar de alguna actividad agropecuaria, como pescadores, caminantes científicos, estudiantes, turistas de paso y hasta empresarios que participan en un evento o retiro.

Lo que se espera que sea el elemento común de este tipo de turismo, es que los servicios sean prestados por la familia del productor agropecuario o del agroempresario y que su desarrollo propenda por el rescate y conservación del patrimonio natural, cultural y arquitectónico del mundo rural.



Por su parte, El Consejo Económico y Social de la Región de Murcia (2009) argumenta que el turismo rural viene definido por “*el entorno en el que se desarrolla (medio rural), una tipología de establecimientos para pernoctar (alojamientos rurales), una serie de actividades asociadas o complementarias que se viene ofertando (agroactividades, naturaleza, gastronomía, turismo activo, entre otras), y un perfil de visitante atraído por conocer y disfrutar los valores de entornos de alta calidad ambiental y paisajista, elevada significación cultural y etnográfica, y escasamente masificados*”. Asimismo, se constata la existencia de múltiples y estrechas relaciones entre el Turismo Rural otras modalidades y productos turísticos (cultural, activo, natural, e incluso sol y playa), un maridaje que puede aportar mayor diversidad y atractivo a los destinos turísticos regionales en el futuro. El conjunto de actividades que se generan en este contexto está teniendo una incidencia positiva en el desarrollo y diversificación de las economías locales.

Según Navarro y Schlüter (2010) el turismo rural no es un fenómeno nuevo, pero es relativamente reciente el interés de la academia por su estudio. Los autores hacen mención a Rödling (1974; 1975) quien, en dos tomos, publicó un exhaustivo análisis del turismo en los establecimientos rurales de Alemania tomando en cuenta tanto la perspectiva del visitante como del prestador de servicios. Dado que no alcanzó la difusión que se merece por cuestiones idiomáticas, se perdió un excelente referente para estudios posteriores.



La Tabla 3, muestra un resumen de diferentes conceptos de turismo rural, especificado por otros autores.

Tabla 3. Otros conceptos de turismo rural

Autor (es)	Año	Aspectos conceptuales
Hjalajer (1996), Sharpley (2002), MacDonald y Joliffe, (2003), citado por Trejos (2009)	2009	El turismo rural ha sido promovido como una alternativa de desarrollo particularmente en áreas rurales periféricas donde las actividades agrícolas tradicionales han venido disminuyendo.
Francès, G.	2006	Se puede interpretar el turismo rural como aquel que se desarrolla en las zonas rurales y que además se caracteriza por: la participación de la población local en la oferta de actividades del turismo rural a través de la valorización de los recursos locales; la integración de los servicios del turismo rural-alojamientos y actividades de ocio-con la oferta de productos y servicios alternativos y complementarios de base local, evitando el monocultivo turístico; y la participación de una demanda no masificada que busca el contacto con lo autóctono y con las especificidades del hábitat y la cultura local
Costa A., Barretto, M. (2007)	2007	El turismo se incorpora al medio rural como una nueva alternativa de ingresos, como una fuente de generación de empleos locales, una vez que la agricultura y la ganadería, en muchos casos, no son actividades que rindan lo suficiente para garantizar el mantenimiento de una familia. De esta forma el turismo rural, sumada a la agricultura y a la ganadería, contribuyen para que el hombre se mantenga en el campo.
González, M.	2011	El término turismo rural, considera primordialmente la cultura local como un componente clave del producto ofrecido. Un rasgo distintivo de los productos de este tipo de turismo, es el deseo, de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, donde se les brinde la oportunidad de disfrutar el entorno físico y humano de las zonas rurales, así como la participación en actividades tradicionales y estilos de vida de la población.

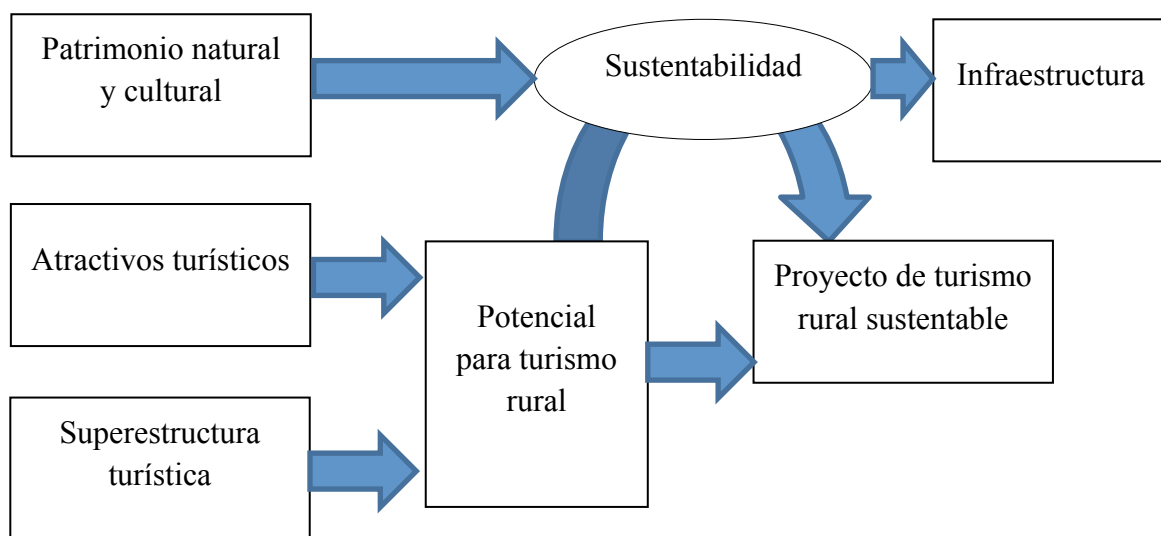
Fuente: Elaboración propia



6.2. Componentes del turismo rural

Gerretsen, Gutiérrez y Zepeda (2008) hacen referencia a las herramientas que apoyan en la realización del inventario turístico, para determinar la factibilidad del turismo rural, en su caso, en la comunidad indígena de Cuzalapa. Se considera el patrimonio natural cultural y otros elementos complementarios como la infraestructura, planta turística y la superestructura.

Figura 1. Esquema de los componentes del Turismo Rural



Fuente: Gerritsen, Gutiérrez y Zepeda, 2008.

6.3. Características del Turismo Rural

Solano (2007) especifica ciertas características diferenciadoras del turismo rural:

- Integra las riquezas (atractivos) naturales y la vida cotidiana de la comunidad rural.
- Promueve e integra las prácticas productivas sostenibles dentro de la oferta turística.
- La experiencia turística se adapta a la vida y dinámica rural y preserva la “ruralidad” (muestra la originalidad, peculiaridad, rusticidad, ambiente acogedor y confortable y, autenticidad rural del país).
- Se sustenta en la gestión, participación y cohesión local (fortalece la organización local en que participan varias familias o toda la comunidad).



- e. Integra a la población local en esta actividad empresarial y distribuye equitativamente los beneficios y complementa y diversifica los ingresos de las familias rurales.
- f. Promueve la conservación de la propiedad de la tierra por parte de las y los pobladores locales.

6.4. Principios del Turismo Rural

El Instituto Costarricense de Turismo, en coordinación con la Alianza de Organizaciones para el fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario ha establecido algunos principios básicos que deben garantizarse en el desarrollo del turismo rural comunitario, que pueden aplicarse igualmente al turismo rural en su expresión más general:

- Productos turísticos ambientalmente responsables que promueven un aprovechamiento sostenible de los ecosistemas. Ello implica una evaluación de los impactos de la actividad turística sobre el entorno natural y el establecimiento de medidas correctivas y buenas prácticas para evitar que estos impactos pongan en riesgo la integridad de los ecosistemas.
- Incorporación de la educación ambiental a los productos en procura de consolidar la cultura ambientalista.
- Consideración integral de turismo rural comunitario y su interacción con otras actividades económicas y sociales.
- Prioridad a negocios que funcionen como núcleo de otros negocios.
- Búsqueda de la articulación empresarial con el propósito de facilitar canales de comercialización y mercadeo.
- Promoción de la diversificación e innovación de la oferta en función de la generación y el aprovechamiento sostenible de atractivos naturales y culturales.
- Priorización de mecanismos que garanticen la distribución equitativa a nivel local y regional de los beneficios generados por la actividad turística y el desarrollo de las cadenas de valor en las comunidades.
- Protección y desarrollo de los valores culturales.
- Promoción de la participación de la mujer de forma activa y decisoria.



- Promoción de la integración social de las poblaciones marginadas, entre ellas las comunidades étnicas.
- Articulación y gremialización local de los servicios turísticos.
- Aprovechamiento de las ventajas comparativas y la mano de obra local, proveyendo la seguridad social establecida por ley.
- Promoción de la calidad integral del producto turístico, a través de la capacitación comunal.

El turismo rural surge de la necesidad de generar alternativas económicas que diversifiquen los ingresos de las familias del campo, enfrentadas a un modelo de desarrollo rural depredador de los recursos naturales que, por más de 20 años, ha profundizado la inequidad y ha deteriorado el vínculo de la comunidad rural y por lo tanto el desarrollo de la sociedad civil, concentrando la propiedad de la tierra, generando desempleo y emigración. La Alianza de Organizaciones para el Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario surge, como un espacio de coordinación y articulación de acciones por parte de las comunidades y organizaciones, para facilitar el desarrollo de condiciones que permitan convertir el turismo rural comunitario en instrumento de desarrollo local. La gestión de la Alianza ha abierto procesos de trabajo entre las organizaciones de la Alianza y las instituciones públicas, orientados a fortalecer las iniciativas de turismo rural comunitario como iniciativas de desarrollo local.

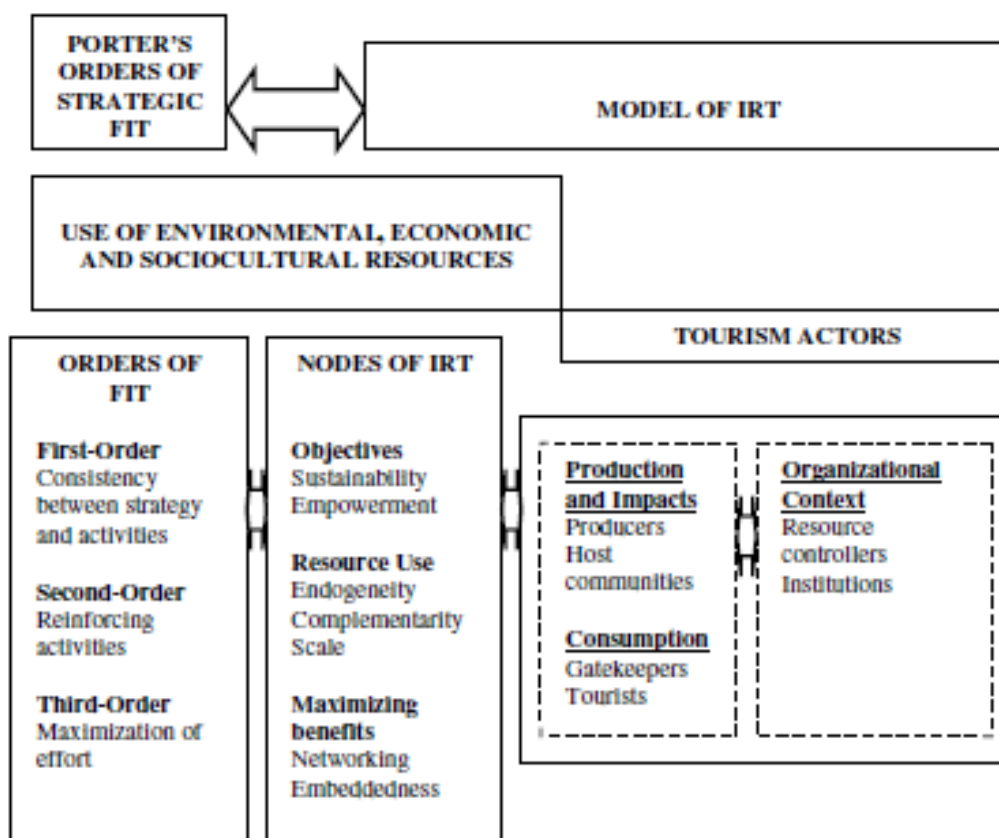
6.5. Turismo Rural Integral

El Turismo Rural integral se define según Saxena e Ilbery (2008) como el turismo que es sostenido principalmente por las redes sociales que vinculan explícitamente los actores locales con el fin de promover en forma conjunta el mantenimiento de los recursos económicos, sociales, culturales, naturales y humanos de las localidades en las que se desarrollan. El objetivo básico del Turismo Rural Integral, afirma Cawley y Gilmore (2008) es promover un entorno sostenible desarrollando la parte económica y sociocultural, además de fomentar en la comunidad la sostenibilidad de sus sistemas rurales.



Los autores explican este concepto mediante el esquema a continuación. El Turismo Rural Integral relaciona conceptos de desarrollo alternativos, enfatizando un acercamiento de abajo hacia arriba que incluye a los actores principales o stakeholders como el centro del sistema en su desarrollo y se basa en los recursos físicos, económicos, sociales y culturales. Incorpora principios de sostenibilidad que son diseñados para hacer un uso óptimo de los recursos mientras los protege.

Figura 2. Fases del Turismo Rural Integral



Fuente: Cawley y Gilmor, 2008.

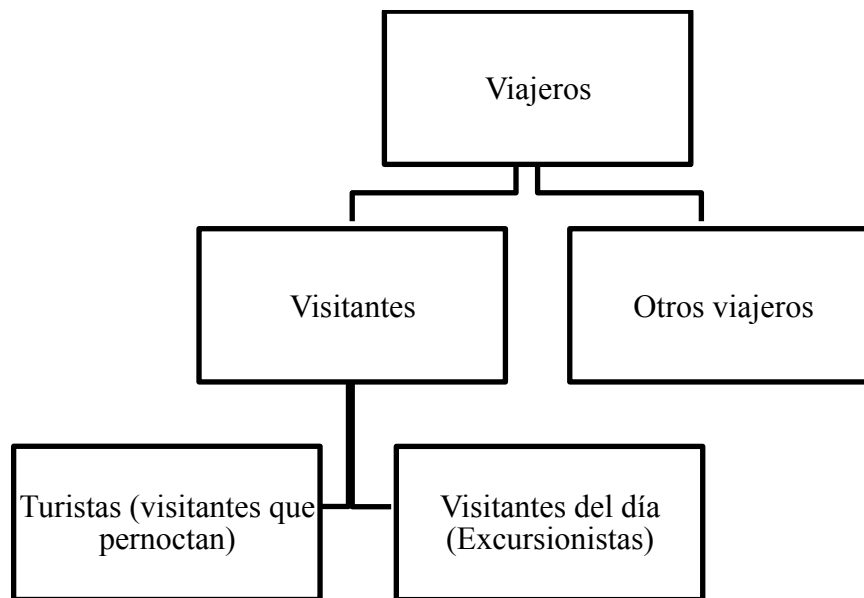
7. Agentes económicos del turismo rural

Los agentes implicados en la actividad turística son los viajeros relacionados con la propia actividad turística, es decir, los visitantes. La OMT (1995, citado por Sancho, 2001) en sus definiciones conceptuales expone, con claridad, los conceptos básicos sobre los viajeros, diferenciando a los visitantes respecto a otro tipo de viajeros.



Los visitantes se clasifican en visitantes internacionales o visitantes internos dependiendo si el viaje ha sido realizado fuera o dentro del propio país, y en turista o visitante del día, dependiendo de si se pernocta o no.

Figura 3. Clasificación de viajeros incluidos en las estadísticas de turismo



Fuente: Organización Mundial del Turismo (1998 p. 24 citado por Sancho, 2001)

Otras definiciones de la Organización Mundial del Turismo (1995 p. 24 citado por Sancho 2001):

- a. Visitantes internos: “cualquier persona que viaja por espacio inferior a un año a algún lugar dentro del país pero fuera de su entorno habitual y cuyo motivo principal de viaje no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado”. Los visitantes internos se subdividen a su vez en dos grandes categorías: turistas y excursionistas.
- b. Turista: “visitante que permanece una noche (pernocta) por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o región visitada”.
- c. Visitante de día: “aquel visitante que no pernocta en el país visitado”.



- d. Visitantes internacionales: “cualquier persona que viaja por espacio inferior a un año a un país distinto del que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual y cuyo motivo principal de viaje no es el de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado”. También en este caso se pueden definir las dos grandes categorías anteriores, turísticas y excursionistas en función de si se produce pernoctación o no. Excursionistas son todos los pasajeros en crucero o yates o de programas colectivos alojados en ferrocarriles, independientemente de que cada noche pernocten a bordo de las embarcaciones o ferrocarril.

8. Formas y categorías del turismo rural

El turismo puede clasificarse atendiendo al origen del visitante y respecto a una determinada región (país) donde se produce el fenómeno turístico, de varias formas:

- a. Turismo doméstico o interno: es el realizado por los residentes de una región (país) dentro de la misma.
- b. Turismo emisor: es el realizado por los residentes de una determinada región (o país) que viajan fuera de ella.
- c. Turismo receptor: es el realizado por los residentes de otras regiones de otras regiones (países) que viajan dentro de la región (país).
- d. Turismo interior: es el realizado dentro de las fronteras de una determinada región (país) ya sea por los propios visitantes del área o por visitantes ajenos a la región (interior + receptor).
- e. Turismo nacional: es todo realizado por los residentes de una región (país) dentro o fuera del país (interno + emisor).
- f. Turismo internacional: es aquel que el desplazamiento implica cruzar alguna región por parte del visitante (emisor + receptor).



Esta clasificación es importante desde el punto de vista económico. Así, el turismo receptor produce una entrada de riqueza nueva precedente del exterior (divisas). En el turismo emisor se producirá una pérdida de riqueza, pues los nacionales se gastarán fuera de la región renta o patrimonio que han adquirido en el suyo. En el turismo interno no hay entrada ni salida de divisas, pero origina notables beneficios económicos como la redistribución de la renta.

8.1. Actividades que se pueden incluir en una oferta de Turismo Rural

Tabla 4. Actividades que se pueden incluir en una oferta de turismo rural

Actividad	Descripción
Juegos populares	Desarrollar diversos juegos típicos como pueden ser: carrera de sacos, argollas, trompo, palo encebado
Muestras artesanales	Muestra de tejidos, trabajos en madera, pintura, entre otros
Pesca de río o estanques	La idea es que los turistas puedan desarrollar el tipo de pesca que se realiza en un lugar
Aprendiendo del caballo	Enseñar como montar un caballo, como preparar su montura, entre otros. Todo para luego poder realizar un paseo en este equino
Paseos a caballo	Disfrutar del paisaje que ofrecen los diversos predios, a través de paseos cortos de no más de media hora a caballo
Caminatas	Realizar paseos a pie por las fincas, a través de senderos interpretativos, con el fin de conocer un poco más sobre la flora nativa de la zona
Paseos en carreta	Que el turista pueda recorrer los predios en este medio de transporte típico del lugar
Cosecha y recolección	Hacer participe al turista de la recolección y cosecha de los diversos alimentos de las huertas y de los árboles frutales, como así también de huevos de los corrales de aves.
Observación de prácticas de ordeño	Observar tanto la forma industrial como artesanal de ordeña de vacas, con la posibilidad, si el turista lo desea, de tomar leche al pie del animal
Gastronomía típica	Conocer y participar en la elaboración de diversas comidas tradicionales, quesos, mantequillas, chicha, como también en la preparación de conservas y dulces de frutos recolectados
Alimentación en animales	Conocer lo que come cada animal de las fincas, y tener la posibilidad de alimentarlos, para así tener un acercamiento a ellos.
Paseos en bote	Realizar paseos por cursos de agua en diversos sectores

Fuente: Blanco, M. (2006).



8.2. Modalidades de Turismo Rural

- a. Turismo de aventura: Según la OMT (1996) el turismo de aventura corresponde a “actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan un verdadero riesgo”. Entre las actividades aludidas, se encuentran, por ejemplo: descenso de curso de aguas en balsas, montañismo, pesca deportiva, caminatas en recorridas naturales, etc. Es una forma de turismo “activo” que puede tener impactos negativos a causas del sobreuso, en el caso en que los responsables locales de estas actividades no velen por un uso sostenible de los recursos naturales.
- b. Ecoturismo: La OMT (1996) define el ecoturismo como “la forma de turismo especializado en la naturaleza, centrado en actividades a pequeña escala con excursiones a zonas naturales; puede incluir visitas a lugares de interés cultural tradicional y concede atención especial al desarrollo respetuoso del medio y al grado de uso por los visitantes. En relación con el ecoturismo y el turismo de aventura, García (2003) advierte que éstas dos modalidades no deberían clasificarse como “turismo rural” pues responden a motivaciones diferentes. Es decir, utilizan el medio rural, pero no tienen entre sus principales motivaciones el mantener un contacto personalizado con la población rural, aprender sus costumbres, participar en las tareas tradicionales, etc. Sin embargo por constituir segmentos de mercado muy interesantes, en términos económicos, no deberían dejarse de lado de cara a una posible integración de la actividad turística en los establecimientos agropecuarios.
- c. Agroturismo: de acuerdo a la definición de OMT (1996) el agroturismo es el que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones) que complementen sus ingresos con alguna forma de turismo, facilitándose por lo general, alojamientos, comidas y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios”. Reinoso (2002) agrega que esta actividad facilita el ingreso de los productores agropecuarios en uno de los sectores más dinámicos de la economía; el de los servicios y permite que los ingresos de la producción agropecuaria se complementen con una actividad novedosa, y, a la vez, favorece el desarrollo de canales de comercialización para los productos alimentarios generando condiciones para un desarrollo local comprensivo que excede el sector agropecuario.



El atractivo de una finca dedicada al agroturismo crece proporcionalmente a la diversificación del mismo, por ese motivo es recomendable que los productores incorporen la mayor cantidad de actividades posibles, aunque estas a veces tengan una finalidad demostrativa y no productiva.

Finalmente, Riveros y Blanco (2003) sostienen que esta modalidad turística puede constituirse en una alternativa viable para revalorizar a la agroindustria rural como eje de desarrollo de comunidades que basan su economía en la producción y transformación de productos alimentarios.

- d. Turismo educativo: es aquel que se realiza en fincas establecidas con la finalidad de recibir e instruir niños y jóvenes que cursan estudios desde el jardín de infantes hasta los colegios secundarios. El mercado para este tipo de propuestas no sólo es importantes, sino que sin dudas crecerá notablemente en el futuro debido al gran valor pedagógico que tiene una visita a una granja adecuadamente preparada para educar. En Costa Rica este tipo de turismo se está desarrollando asociado especialmente a las fincas orgánicas.
- e. Turismo gastronómico: Consiste en visitas que se hacen a lugares urbanos o rurales, motivadas por el deseo de consumir alguna especialidad de la cocina local, Leiva (1997), considera que sería más correcto hablar de excursiones gastronómicas, ya que por lo general cuando lo que motiva es alguna especialidad culinaria, los desplazamientos suelen ser de una duración inferior a un día. Aunque no resulte siempre obvio, la vinculación entre el sector alimenticio y el turismo es muy estrecha. Los turistas tienen en la alimentación uno de los mayores gastos y frecuentemente deciden su viaje en función de los alimentos que las regiones ofrecen, la evidencia más palpable de lo señalado se verifica en la existencia en Europa de las Rutas Gastronómicas: Rutas de los quesos, Rutas de los vinos, etc.
- f. Etnoturismo: Esta modalidad se basa en las visitas a comunidades indígenas para conocer las culturas aborígenes que todavía se conservan.
- g. Turismo técnico – científico: Este tipo de turismo la practican personas interesadas en el estudio de recursos biológicos, paleontológicos y geológicos en una determinada región. También se incluyen las visitas que se hacen a ciertos lugares y a las actividades agropecuarias donde se han introducido innovaciones tecnológicas y por consiguiente se ha logrado liderazgo entre el sector.



- h. Turismo de salud: se basa fundamentalmente en la utilización del clima y otros recursos naturales como las aguas termales, con fines terapéuticos, esto implica el traslado del paciente a aquellos lugares donde existen aguas minerales y/o condiciones climáticas aptas para la cura de su enfermedad. Esta necesidad de viajar, de permanecer y alojarse en un lugar distinto al sitio de residencia habitual, por períodos de tiempo comprendidos entre varios días y algunos meses, obliga a las personas a tener comportamientos propios de cualquier turista (Leiva, 1999).

9. Elementos geográficos del turismo

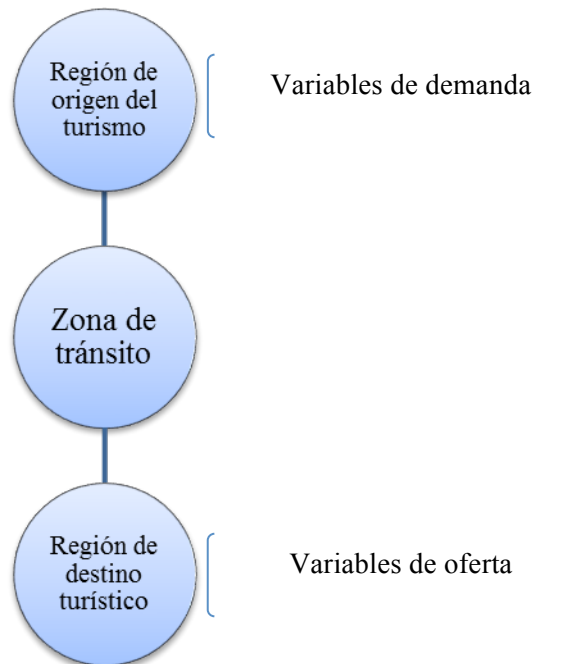
Se entiende por corriente o flujo turístico al movimiento o desplazamiento de personas desde un origen o núcleo emisor a un destino o núcleo receptor. Definiéndose la zona de tránsito como aquella en la que se produce exclusivamente la itinerancia (Sancho 2001).

Estos son:

- La región de origen del turismo: es el lugar geográfico donde se genera la demanda turística.
- La región de destino turístico: es el lugar donde se genera la oferta o el producto turístico.
- La zona de tránsito o lugar de conexión e itinerancia entre el origen y destino turístico.



Figura 4. Los elementos geográficos del turismo



Fuente: Organización Mundial del Turismo (1998 p. 26 citado por Sancho, 2001)



CAPÍTULO II. REVISIÓN DEL ESTADO DEL ARTE

1. Antecedentes del turismo rural

Una visión antropológica del turismo es la que lo considera como una forma de expansión económica, social, cultural, política y psicológica de las sociedades que genera excedentes y que ha potenciado el desarrollo de las comunicaciones y los desplazamientos humanos y con ello ha facilitado la ocupación de los espacios de ocio y descanso de esos grupos sociales (Riveros y Blanco 2003).

Este marco referencial se valida si se consideran algunos elementos: el turismo como actividad económica es relativamente reciente, la primera agencia de viajes reconocida es la inglesa Thomas Cook and Son, creada en 1874. En sus primeras etapas del desarrollo, el turismo se restringía a viajes de gentes con recursos económicos que iban a lugares tranquilos, donde seguían manteniendo las mismas relaciones de clase. Hasta finales del siglo XIX las posibilidades de ocio y de descanso de la clase trabajadora estaban restringidas al día domingo, solo a mediados de los años 1930 se establecen las vacaciones pagadas; esto originó un cambio importante en la concepción de esa actividad, que comenzó recién a verse como un nuevo espacio de desarrollo económico, que requiere de acciones de planificación y gestión.

Diversos factores potenciaron el desarrollo del turismo en ese contexto: el crecimiento económico de los países occidentales más desarrollados, la modernización de los sistemas de transporte, el proceso de urbanización a nivel mundial, la liberalización del movimiento de personas entre países y las vacaciones pagadas de las clases trabajadoras (Riveros y Blanco 2003).

Hay un amplio marco de discusión conceptual sobre el tema, lo que permite encontrar diversas aproximaciones sobre el turismo. En unos casos es visualizado como una forma de hospitalidad comercializada, en otros como agente democratizador, también como la moderna actividad de ocio, o como una forma de expresión cultural, pero también como un proceso aculturativo, o bien un tipo de interrelacionamiento étnico, o una forma de colonialismo, entre otras (Santana 2001).



En lo que sí parece haber un cierto nivel de consenso es en la identificación de algunas características propias de la actividad turística: su carácter estacional, la imposibilidad de “almacenarlo”, su alta relación con vacaciones y ocio y su consideración como “industria” invisible.

Hasta mediados de los años 70, el turismo se asociaba básicamente, de un lado, con playa, mar y sol y del otro, con museos, monumentos e historia de grandes culturas. A finales de los años 80 y comienzo de los 90 se juntan varios elementos: la oferta a los destinos turísticos tradicionales comienzan a saturar a la demanda, se genera la necesidad de ofrecer nuevos productos turísticos diferenciados, toma fuerza la preocupación por el medio ambiente y aumenta el interés por regresar a los orígenes y valorizar lo tradicional.

A partir de este momento emerge una gran diversidad de productos, a veces generados por los mismos usuarios. Este proceso obligó a estudiosos y planificadores a plantear la necesidad e importancia de conocer los diferentes tipos de turistas, sus expectativas y necesidades, como una manera de generar nichos de mercado y de paquetes o productos acordes con sus características particulares.

Román y Ciccolella (2009) exponen en su trabajo sobre turismo rural, “Turismo rural en la Argentina: Concepto, situación y perspectivas” el contexto socioeconómico del surgimiento del turismo rural en la Unión Europea y América Latina.

1.1. En la Unión Europea

El turismo rural surge de manera espontánea en los años cincuenta como una alternativa para recuperar las zonas rurales afectadas por la segunda guerra mundial (Román y Ciccolella, 2009). En esa misma década se origina en Francia la organización Gites de France, se trata de una red que agrupa establecimientos rurales que ofrecen alojamiento. Más adelante esta organización se extiende hacia otros países del continente europeo.

No obstante, a fines de la década del 80, a partir del fuerte impulso que se dio desde la Política Agropecuaria Común (PAC) de la Unión Europea, el turismo rural adquiere gran



relevancia como actividad extrapredial y fuente de ingresos. En esa época los programas de desarrollo vigentes incorporan la noción de multifuncionalidad de los espacios rurales y comienzan a valorizar los recursos naturales, el patrimonio cultural, los paisajes y las identidades locales. Esto provocó un cambio en el enfoque de las políticas aplicadas (reformas de la PAC) y una reorientación de los recursos hacia el desarrollo de actividades no agrarias en el ámbito rural, como el turismo.

A estos cambios en las políticas se agrega una mayor valoración social de la vida rural, del modo de apreciar las actividades de los actores sociales rurales, de sus productos típicos y de los paisajes naturales, y una creciente preocupación por el cuidado del medio ambiente, a la par que deja de considerarse al campo solo como sostén de la producción agropecuaria y de bienes agrícolas. Esto se refleja en las formas de recreación y ocio de los habitantes urbanos y en la identificación de nuevos perfiles de turistas. En este sentido, los habitantes de las ciudades comienzan a apreciar al mundo rural no solo como proveedor de alimentos sino también como un lugar donde encontrar tranquilidad y naturaleza, otras culturas y tradiciones.

1.2. En América Latina

La ausencia de desarrollo en el ámbito rural de los países de América Latina y las condiciones de pobreza y exclusión de gran parte de las comunidades rurales llevaron a replantearse la visión en torno al desarrollo rural que se aplicó durante más de dos décadas. A partir del año 2000, los gobiernos adecuaron sus políticas hacia una estrategia de desarrollo rural integrado basado en el enfoque territorial. En este sentido, se comienzan a promocionar el desarrollo y la diversificación de actividades secundarias en el sector agropecuario.

Una de las actividades extraprediales de mayor difusión ha sido el turismo rural. Para los productores agropecuarios, esta actividad se erige como una nueva alternativa económica, complemento de su producción, que permite el uso de la capacidad instalada ociosa de los establecimientos, así como también la inclusión de la mano de obra familiar no ocupada en la producción tradicional, principalmente mujeres y jóvenes.

El turismo rural tiene un mercado en expansión, los expertos del tema indican que quienes desarrollan esta actividad deben aprovechar la “tendencia contraurbana” de los últimos años,



la cual evidencia una revalorización por parte de los habitantes de las grandes ciudades de los espacios rurales como destino turístico.

Así, el incremento del turismo rural surge por dos factores: la crisis sectorial que motiva a agricultores y ganaderos a buscar otras alternativas, y la visualización de una demanda creciente a partir de un sector dinámico como es el turismo. La Argentina es pionera en el desarrollo de emprendimientos de turismo rural y es tomada como ejemplo en el resto de los países latinoamericanos. En este sentido, algunos países realizan inversiones públicas o llevan a cabo programas de incentivos tributarios-financieros para dar impulso a esta actividad. A su vez, desde las ONG y universidades comienzan a promocionar al turismo rural como alternativa de desarrollo rural, con apoyo de la cooperación internacional.

En América Latina el turismo rural se vincula a lagos, ríos, reservas y parques, al conocimiento de diversas culturas y a la existencia de restos arqueológicos. Los especialistas coinciden en que se trata de una actividad que puede generar externalidades positivas, tales como la protección de los recursos naturales, la generación de empleos, y la creación de mercados para los productores de la agricultura familiar. Señalan, a su vez, que en este tipo de oferta turística la singularidad cultural de cada uno de los pueblos es uno de los principales atractivos. No obstante, debe considerarse que las iniciativas de Turismo Rural en los sectores más perjudicados por la globalización mundial surgen como una alternativa de subsistencia, de generación de ingresos suplementarios e, incluso en algunos casos, con el objeto de evitar la desaparición de pueblos (RESPONDE², 2007 p. 10 citado por Román y Ciccolella, 2009).

Asimismo, se considera que el desarrollo del turismo rural, si no se realiza exclusivamente bajo preceptos de sostenibilidad, respeto a las culturas y cuidado de los recursos naturales, puede perjudicar e incluso incrementar las condiciones de pobreza y deterioro de las comunidades rurales. Desde esta perspectiva, se sostiene que muchas comunidades de diversos territorios latinoamericanos, a pesar de estar ubicadas cerca o dentro de rutas turísticas, aun no se encuentran suficientemente integradas a las mismas.

² RESPONDE es una Organización No Gubernamental de Promoción y Desarrollo (ONGD), constituida legalmente en octubre de 1999 como Asociación Civil Sin Fines de Lucro que trabaja con Poblados en Vías de Desaparición en la República Argentina. (citado por Román y Ciccolella, 2009)



Entre las razones se destaca que sufren de una carencia en términos de ciudadanía social y civil y que han sido históricamente silenciadas. Se suma a esto una serie de problemas económicos, sociales y políticos entre los que se inscriben, por ejemplo, el derecho al acceso a la tierra, la falta de fuentes de empleos en las zonas rurales o la precariedad de los mismos, y la imposibilidad de acceder al mercado.

A pesar de las distintas visiones acerca del turismo rural, la realidad actual muestra que es un fenómeno en expansión en América Latina. Ya existen en la región numerosos “paquetes turísticos” que ofrecen al visitante la posibilidad de permanecer, por uno o varios días, en fincas donde no solo descansan y disfrutan del paisaje rural, sino que se involucran con la forma de vida del productor y de su familia (Riveros y Blanco, 2003 citado por Román y Ciccolella, 2009).

2. Problemática económico social del turismo rural

Los habitantes de zonas rurales son afectados por una serie de dificultades que limitan su desarrollo integral. El aislamiento geográfico, las pocas fuentes de trabajo y la falta de aplicación de programas comunitarios acordes con las necesidades reales de estos pobladores, son algunos de ellos, lo que provoca grandes dificultades para obtener un mejoramiento de la calidad de vida, pues les es difícil obtener ingresos por lo que producen sus tierras; y el comercio no se interesa por pagarles los productos a un precio justo, aunque sean de buena calidad; es decir, se da la explotación de mano de obra, de tierras y de productos agrícolas.

Los campesinos no tienen ninguna otra entrada y se tienen que conformar con lo que les paguen, lo que provoca que no se dé un claro desarrollo en las comunidades rurales. Por ello, es importante fortalecer la identidad rural de estas comunidades, para generar estrategias de desarrollo mediante la integración de los habitantes rurales, el conocimiento, el reforzamiento de valores y el desarrollo de destrezas relacionadas con la apreciación de recursos del medio y su utilización efectiva.



Según el análisis presentado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), 1999, en el medio rural se espera que el empleo agrícola y no agrícola contribuya, de forma más decidida, a la generación de ingresos para las comunidades rurales, gracias a la definición de políticas de desarrollo rural y a la creciente feminización de la agricultura.

Ante el contexto descrito, se valora el papel que podrían jugar las TICs en respuesta a las necesidades educativas del medio rural costarricense, y de esta forma, ampliar las posibilidades de desarrollo personal de estudiantes, de educadores y de las comunidades completas.

2.1. Factores que afectan a los habitantes de zonas rurales

Las comunidades rurales son afectadas por factores que limitan su desarrollo y provocan que éstas vivan sometidas a las decisiones de los terratenientes o de los grandes empresarios. Algunos de estos factores son los siguientes (Bonilla, 2008):

- Vías de comunicación en mal estado, las cuales, muchas veces, son aún más dañadas por inundaciones o factores propios del clima. Además, estas vías carecen de mantenimiento adecuado.
- Calidad de servicios básicos: muchas comunidades carecen de agua potable y utilizan agua de fuentes propias de la finca o de acueductos rurales. Existen algunos pueblos que ni siquiera tienen acceso a ríos, por lo que construyen pozos en condiciones insalubres.
- Problemas con el transporte: funciona, casi siempre, de una manera irregular y en condiciones desfavorables para los habitantes de la comunidad, pues se encuentran serias dificultades para transportar los productos que comercian o para trasladarse hacia otros lugares a suplir sus necesidades.

Es necesario promover el desarrollo sostenible, redefinir la tendencia de la tierra y estimular el uso más eficiente de otros recursos, tales como el crédito, la asistencia técnica y la



comercialización, mediante la adaptación de los programas educativos a las necesidades locales. En estas zonas, básicamente, existen dos problemas recurrentes, a saber:

- Carencia de efectivos programas comunitarios por parte de los organismos locales, institucionales y gubernamentales: no ayudan a fomentar el desarrollo o no responden a las necesidades reales de las comunidades. Los que existen, casi siempre, son programas foráneos traídos por otras personas, la mayoría de las veces, incapaces de articular procesos sostenibles de desarrollo.
- Fuentes de empleo. En estos pueblos, las tierras se encuentran en manos de hacendados, los cuales contratan a una o dos familias para que le den el mantenimiento a la propiedad. Las demás son familias con fincas muy pequeñas, lo cual no les permiten generar empleo.

Esta situación trae como consecuencia un estado de pobreza campesina, pues, por un lado, no pueden vender sus productos, y por otro, no encuentran un empleo con un salario digno para llenar sus necesidades y las de su familia.

Según el Noveno Informe del Estado de la Nación (Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible, 2003), se documenta, de forma clara, la falta de asociación entre el crecimiento de los sectores productivos y su capacidad para generar empleos. Este texto dice, específicamente, que la insuficiencia en la generación de empleos de calidad, aunada al aumento en la desigualdad en el ingreso, son dos de las posibles razones por las que no ha disminuido la pobreza en Costa Rica.

Por lo anterior, es importante que en las zonas rurales se produzcan mayores tasas de crecimiento económico y se generen empleos según las fortalezas que sus comunidades tengan; esto les permitirá crear oportunidades para todas las zonas rurales y disminuir la pobreza. El Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (2004) argumenta que durante la década de los 90, las oportunidades de empleo de la población no mejoraron significativamente.



Según este documento, para el año 2000, de los 13,7 millones de ocupados en Centroamérica, un 39,3% lo estaba en el sector informal, un 30,6% en actividades agropecuarias y un 30,1% en el formal. En el sector agrícola, un 18,7% del empleo corresponde a la actividad realizada por cuenta propia y familiares, que es un tradicional reducto de pobreza; un 5,4% a pequeñas fincas que emplean un máximo de cinco trabajadores, y sólo un 6,6% corresponde al sector agropecuario moderno, que son medianas o grandes fincas, con aplicación de tecnología y mecanización, y que emplean un número alto de obreros.

El mayor problema se presenta en los trabajadores campesinos por cuenta propia, entre quienes la pobreza alcanza el 74,3%, así como entre patronos y asalariados agropecuarios, en fincas de cinco o menos empleados, con el 66,4%. Además, cabe resaltar que según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC] (2001), la incidencia de la pobreza total se ha estancado entre un 18,5% y un 21,7% desde 1994, y la pobreza extrema ha oscilado alrededor del 5%, lo que significa que cada año miles de costarricenses ingresan en el grupo de personas pobres, si se tiene en cuenta el crecimiento anual de la población. Desde un punto de vista ético, la continuidad de esta situación resulta inaceptable y obliga a revisar, integralmente, los programas de inversión social y las políticas contra la pobreza.

La débil relación entre crecimiento y empleo, así como la falta de vinculaciones entre las nuevas actividades exportadoras y el resto de la economía, son los desafíos más importantes que deben encararse para asegurar un empleo de mejor calidad (más calificada y mejor pagada), así como la inclusión de las pequeñas y medianas microempresas en la dinámica económica. Es necesario hacer notar que los programas gubernamentales que se están desarrollando en las comunidades rurales, no llenan las expectativas o las necesidades reales de dichos pueblos.

Otro problema, es la pérdida de recurso humano, ya que los jóvenes se trasladan a comunidades urbanas a estudiar y trabajar, y la mayoría de ellos, no regresa a su lugar, sino que emigra hacia otras zonas.

Por otro lado, se debe mencionar que en casi todas las comunidades rurales se cuenta con servicio de un acueducto rural, un puesto de Equipos Básicos de Atención Integral en Salud



(EBAIS), corriente eléctrica; un pobre servicio de transporte, una pulpería y un teléfono público.

En el campo laboral, la mayoría de las madres de familia trabajan en los quehaceres del hogar; otras, que son madres cabeza de familia, trabajan en las bananeras. En los casos en los que hay padres de familia, éstos también trabajan en las zonas bananeras como peones.

Estas comunidades rurales reciben, algunas veces apoyo económico y de asesoría de algunas instituciones como el Instituto de Desarrollo Agrario (IDA), el Instituto Mixto de Ayuda Social (IMAS), el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) y otras, como la Mutual Cartago de Ahorro y Préstamo (MUCAP). Esta última les brinda la oportunidad de adquirir bonos de vivienda con apoyo a su forma de vida; pero aun así, por su situación económica, se les dificulta mejorar su calidad de vida.

Desde el punto de vista económico, el turismo es una actividad que adquiere cada vez una mayor preponderancia. Estimaciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT), indican que a comienzos de los 2000, representaba en el mundo del orden del 12% del PBI y 11% del empleo. Resulta interesante analizar que a nivel de regiones esta cifra tienen marcadas diferencias: en el Caribe, se calcula que el 25% del empleo directo es generado por el turismo; cifra que oscila entre el 12 y el 13% para Europa y Estados Unidos, mientras que en América Latina solo llega al 6.0%, muy por debajo aún de África y Asia, donde se estima en un 11.5%.



Este puede ser un interesante indicador del potencial que representa para Latinoamérica esta actividad, aún más si se considera la cantidad de sectores articulados con ella que también demandan recursos humanos, tales como el transporte, la alimentación, las artesanías, entre otros y si se toma como referencia el caso del Perú, por poner un ejemplo, país en el que más del 75% de los proveedores de servicios turísticos son microempresas de menos de cinco trabajadores.

3. Modelo de turismo

Ramos (2009) afirma que el modelo tradicional del turismo es mecánico y estandarizado, existe una nueva propuesta denominada turismo alternativo el cual consiste en un conjunto de vivencias y experiencias únicas en un entorno de calidad geográfica y social, que permiten que el turista perciba sus relaciones de una manera diferente con el entorno geográfico y cultural.

En los últimos 10 años, Costa Rica ha logrado establecer una imagen de destino turístico y un posicionamiento de mercado mundialmente reconocidos, ha logrado articular una oferta turística a partir de productos turísticos innovadores y, en general, el despegue de un sector formal de servicios antes inexistente, con lo que se continúa abriendo espacio en el ámbito de la competencia turística internacional. Este fenómeno tiene sus raíces en un modelo de desarrollo integral que imprimió una dirección muy particular al crecimiento de la actividad turística: el ecoturismo.

En los países desarrollados e industrializados el turismo aparece en los sesenta y setenta como una actividad ligada a las fuentes tradicionales de producción, aprovechando desde sus inicios todo tipo de relaciones de cooperación con otros tipos de industrias ya establecidas. Gran parte de la inversión necesaria para el desarrollo del turismo –aeropuertos, carreteras, comunicaciones, redes de agua, electricidad, sistemas de tratamiento y manejo de desechos, entre otras, fue absorbida por una gama amplia de industrias (no sólo turísticas) que agregaban valor a la economía y aportaron a las necesidades de inversión requerida.



El clima de estabilidad económica que favorecía la inversión privada y la experiencia previa en el sector de servicios, la mano de obra calificada, la capacidad de innovación y la fortaleza de los sectores relacionados indirectamente con el turismo, generalmente proveedores de bienes y servicios, establecieron en estos países las condiciones necesarias para el despegue de un turismo muy particular que se puede caracterizar y definir a partir de un modelo *enfocado en la demanda*.

En términos generales, la base de este modelo supone la adaptación del destino turístico a las características de la demanda actual o potencial: se parte del análisis pormenorizado de los gustos y preferencias de la demanda y, a partir de ello, se diseñan, articulan y construyen sitios o polos turísticos en los cuales todo el conjunto -la planta turística, los servicios y las atracciones- responden a esas necesidades de la demanda. El modelo conlleva un uso intensivo del espacio turístico que en la mayoría de los casos requiere una modificación sustancial del medio natural y una alta dosis de inversión en planta e infraestructura que minuciosamente se apega a un diseño artificial de destino turístico.

Este modelo fue la base del desarrollo para muchos centros vacacionales de España, Francia e Italia, y luego, producto de la expectativa del rápido retorno financiero asociado a estos proyectos, fue exportado y ensayado en algunas localidades de Argentina, Brasil, México y el Caribe, dando origen a los polos de desarrollo que hoy día se conocen y se asocian con megaproyectos o simplemente turismo de sol y playa.

Aunque con certeza no se puede afirmar que se diera de una manera premeditada, lo cierto es que Costa Rica optó por una vía alternativa de desarrollo totalmente diferente a la expuesta anteriormente. Contrariamente, no se diseñan sitios ni polos turísticos, sino que se utilizan los atractivos existentes con el menor grado de modificación posible para crear un producto turístico de corte natural. El motivador de viaje no es la visita y permanencia en un atractivo turístico ajustado artificialmente a las necesidades del turista (como la playa en el modelo anterior), sino que responde a la posibilidad que se ofrece al turista de entrar en contacto con algo que es real y que involucra el ambiente, la cultura y la sociedad.



Este modelo, que se define como enfocado en la oferta o, simplemente, modelo de ecoturismo, resultó más que apropiado para el país, básicamente porque en sus inicios no demandaba grandes inversiones en infraestructura y planta turística ni la necesidad de desarrollar nuevos servicios que posiblemente nunca fueron necesarios en el pasado para atender y competir con base en las actividades productivas tradicionales; por el contrario, sólo bastó utilizar toda la riqueza que el país tenía en sus áreas protegidas, en sus comunidades y en la manera de ser del costarricense para articular productos de alta calidad turística. Desde luego, toda esta articulación se logra con la participación de grupos empresariales que, en un plano muy amplio de innovación, fueron capaces de reconvertir y ajustar el enfoque tradicional de negocio para hacerlo coincidir con esta ruta de desarrollo.

Prácticamente es a partir de los factores asociados a este modelo que se gestó una imagen turística que le ha valido a Costa Rica el reconocimiento como país líder en el desarrollo del ecoturismo en el plano mundial.

3.1. Ventajas y desventajas del modelo de promoción del ecoturismo, aplicados al turismo rural

Ventajas

- Los consumidores exigen productos y servicios que incorporen la variable ambiental, lo que permite el desarrollo de la actividad en armonía con el ambiente.
- Los objetivos de las empresas son compatibles con la ética y la responsabilidad social, con el fin de contribuir a una mejor calidad de vida a largo plazo.
- Existe una amplia dispersión de la actividad turística, se impacta positivamente el factor derrame económico en la población local y se asigna el valor real y potencial a los recursos naturales y culturales.



Desventajas

- Existe una explotación publicitaria abusiva en términos como ecológico o ecoturismo sin tener una estricta correspondencia con la esencia del producto que se comercializa.
- Utilización abusiva de términos ambientales, que son utilizados sin ningún criterio y que pueden llevar al desgaste de algunas marcas atractivas como pantanal, ecoturismo, amazonia, entre otras.
- El retorno financiero de la inversión es más lento que en otros modelos de ecoturismo, ya que éstos últimos, representan ventajas por efectos del retorno social y los beneficios directos e indirectos.

4. Líneas de investigación en turismo rural

Estévez (2009) afirma que el turismo es una actividad con gran facilidad de adaptación. La relación que este sector mantiene con los diversos procesos económicos, sociales, culturales, políticos, tecnológicos, ambientales y territoriales, la hacen vulnerable a cualquier cambio y/o fluctuación. Es interesante ver como los actores que forman parte de esta esfera, se han situado en diferentes lugares de este amplio escenario. Este dinamismo constante es de gran ayuda al momento de ordenar y reordenar las fichas del juego para poder seguir de pie a pesar de los cambios. Numerosos autores trabajan sobre esta temática y logran llegar a interesantes conclusiones. En esta ocasión, considero interesante destacar el aporte de Poon, (1993, citado por Estévez, 2009), quien identifica cinco factores de cambio a tener en cuenta:

4.1. Nuevos consumidores

Las necesidades humanas fundamentales son las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos. Lo que cambia a través del tiempo y de las culturas es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades.



La práctica turística tradicional, teniendo en cuenta las principales motivaciones y comportamientos de la demanda, estaba dividida en 3 opciones duales:

- Convencional / Alternativa
- Nacional / Internacional
- Itinerante / Residencial

Actualmente estas opciones parecen no ser suficiente parámetro para conocer al mercado al cual me quiero dirigir. El perfil y las preferencias de los turistas han variado, de eso no hay dudas, exigiendo ideas a su medida. Ante este cambio, hubo que adaptarse. La imagen romántica del viaje volvió para quedarse y el turista va detrás de la “Experiencia Turística”. Con la emergencia de este nuevo tipo de viajeros hubo diversificación en los tipos de turismo y la variedad de productos ofrecidos llegó a límites no imaginados.

Desde el Ecoturismo, pasando por el turismo de aventura, hasta el turismo lento, todo vale a la hora de ser creativos e ingeniosos. El sector está aprendiendo a conocer a su demanda y eso le permite desarrollar y diversificar su oferta, creando productos “a medida” y diseñando un menú turístico “a la carta”. En este escenario, las ventajas comparativas ya no son suficientes. Hoy la clave radica en desarrollar al máximo aquellas ventajas competitivas que radican tanto en un destino, como en una empresa.

4.2.Nuevas tecnologías

No es casualidad que la tecnología sea un componente fundamental de nuestra actividad. El turismo es, en esencia, una actividad que estuvo y está relacionada con los avances en los procedimientos tecnológicos. No hay que olvidarse que el sector turístico fue impulsado por los avances relacionados con los medios de transporte, que permitieron agilizar el desplazamiento.



A medida que los medios de transporte adoptaron y aplicaron avances en sus procesos y el número de personas que participaban del turismo aumentaban considerablemente, las periferias se fueron extendiendo. El modelo Gormsen enunciaba, ya en 1981, cuatro periferias concretas haciendo referencia al desarrollo turístico en espacios litorales. Hoy la “Periferia del Placer” (Prosse, 1999) abarca todo el mundo, todos los espacios turísticos conocidos en el planeta, e incluso fuera de él.

El turista actual conoce un destino antes de, siquiera pensar en desplazarse hacia él. Esta mucho más informado y actualizado. La red es una herramienta de comunicación, un canal de distribución y comercialización en constante crecimiento. Y no es casualidad que organismos internacionales, como Naciones Unidas o la OMT (Organización Mundial del Turismo), incorporen a los “Informedarios” en el proceso turístico, sugiriendo la cooperación entre estos y los agentes de viajes.

La información que llega a los turistas a través de los TIC`s (Tecnologías de información y comunicación) brinda todo el conocimiento necesario a cerca del lugar y es, en muchos casos, el medio para concretar el viaje. Si todo lo que necesitamos saber llega a través de información, crece aún más la necesidad de vivir la “experiencia turística” y ser parte del destino que se visita.

La revolución tecnológica de la información le da al turismo la posibilidad de acortar aún más las distancias. Hoy, la tecnología aplicada a la información permite ir más allá de los límites físicos y hacer difusas las fronteras. La articulación en tiempo real de actividades sociales localizadas en espacios geográficos diferentes, y la relación directa entre el ámbito global y local generan el concepto de espacio “Glocal”. Este término es aplicado tanto para las relaciones como para la configuración del espacio. Todos los actores confluyen en un nuevo espacio: el virtual.



4.3. Nuevas formas de producción

Hablar de producción en turismo, implica hablar del espacio. Las actividades turísticas no están separadas de los lugares que son visitados. Y es el espacio entonces espacio productivo, allí se produce y se consume. Si tenemos en cuenta el carácter espacial / territorial de la actividad y las nuevas tecnologías, nos vemos en la necesidad de redefinir el espacio turístico. Si bien la dimensión física del espacio cotidiano puede tener una extensión de unos pocos kilómetros de radio, el espacio mental, el espacio de información y por ende para ciertos agentes económicos, el espacio de actuación, puede situarse a escala mundial.

Puede resultar confusa la idea de incluir un espacio virtual, relacionarlo con un espacio material e inmaterial y encima, relacionarlo con un marco global pero en la actualidad es necesario. Las nuevas tecnologías constituyen un soporte de alto valor estratégico como apoyo de los sistemas de planificación y de una adecuada gestión de los recursos del territorio.

La actividad turística desarrollada a nivel local permite tener en cuenta algunas cuestiones claves relacionadas con la forma de “producir” turismo. Desarrollar un destino a escala local permite tener un conocimiento concreto del lugar, saber cuáles son sus fortalezas y debilidades, identificar a sus actores y establecer objetivos de trabajo, claros y alcanzable. Para ser concretos: es más fácil planificar a escala local. Para que un proceso turístico local sea exitoso es necesario pensar en el marco global y sus escalas intermedias (Municipal, Regional, nacional y transnacional). Se recomienda: “Pensar en el escenario global y actuar en el marco local”.

4.4. Nuevas teorías de gestión

Planificación y gestión van de la mano. Entendemos a la planificación estratégica como: *“Proceso destinado a determinar los objetivos generales de desarrollo, las políticas y las estrategias que guiarán los aspectos relativos a las inversiones, el uso y el ordenamiento de los recursos utilizables con este fin”*. (OMT 1999).



La planificación intenta ser proactiva, anticiparse a los hechos y prever acontecimientos no deseados. Se caracteriza por ser descentralizada, participativa, estratégica y concertada entre las instancias pública y privada. La planificación hoy, integra a sus procesos conceptos novedosos como son la sustentabilidad, renovación, calidad, equilibrio, desarrollo local y regional, la imagen marca, entre otras. La planificación es una herramienta que atraviesa los procesos turísticos en forma trasversal a través de su gestión.

4.5. Cambios en el entorno

Planificar el desarrollo sustentable de un destino, preservar sus recursos, establecer su capacidad de carga y generar conciencia de la importancia de controlar el crecimiento del mismo, habla de la intención de continuar con esta actividad por mucho tiempo. Pero también habla del desarrollo de un destino en cuyos procesos existe la gestión de la calidad.

Es a través de la gestión planificada que todos los componentes del sistema turístico se integran y forman parte. Herramienta de gran ayuda para mirar hacia el futuro y, la planificación estratégica permite vincular los cinco factores de cambio mencionado al comienzo del presente trabajo y sistematizar procedimientos en pos del desarrollo y permanencia de la actividad turística.



CAPÍTULO III. PERFIL DEL TURISTA RURAL

1. Aspectos conceptuales

Para algunos especialistas, el turismo rural es la modalidad de turismo más amplia de todas, ya que se fundamenta en la oferta de los atractivos naturales de flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía, etc., y las manifestaciones culturales locales, a través de micro, pequeñas y medianas empresas. Según ese enfoque, el agroturismo, el ictioturismo o pesca deportiva, el turismo rural, científico, de aventuras, religioso y cultural, hacen parte del ecoturismo (Troncoso 1999).

El turismo basado en la naturaleza, que incluye al ecoturismo, se presenta hasta ahora en pequeña escala - comparado con el turismo convencional -, pero es considerado el segmento que está experimentando el mayor dinamismo a nivel mundial, con una proyección de crecimiento de 20% para los próximos años (UICN citado por Troncoso 1999). La causa de la creciente orientación de los turistas hacia áreas naturales se basa esencialmente en la búsqueda de nuevos estímulos/ retos, en su deseo de estar en plena naturaleza, pues es cada día más difícil encontrar esta sensación en sus países de origen, así como en una sensibilidad cada vez mayor acerca de la situación y los problemas del medio ambiente.

El turismo en espacios rurales, es un concepto amplio que se refiere a las diferentes actividades de esparcimiento que se pueden realizar en el medio rural y que incluye modalidades tales como: turismo rural, turismo ecológico, agroturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo de negocios, turismo joven, turismo social, turismo de salud y turismo deportivo. Esas actividades, antes poco valorizadas, han pasado a integrar verdaderas cadenas productivas, involucrando fincas, agroindustrias, transportes, restaurantes, comunicaciones, entre otras actividades, constituyéndose en un agente impulsor del crecimiento, principalmente de actividades no-agrícolas en la zona rural. Verardi (2000), señala dos características del turismo en el espacio rural que agregan elementos a la presentación de esta actividad como elemento de una estrategia de desarrollo.



La primera tiene relación con el potencial turístico del medio rural, asociado a que éste no exige que la región tenga atractivos naturales extraordinarios, sino que posea aspectos culturales bien desarrollados; una arquitectura apreciable, una gastronomía característica, que la población conserve sus hábitos y costumbres, tornando la zona interesante, como un todo.

La segunda, tiene que ver con la posibilidad de crear eslabonamientos con otras actividades tales como la elaboración de alimentos caseros (panes, pasteles, quesos, cecinas, conservas, mermeladas, dulces, miel, etc.), los restaurantes de comidas típicas, la artesanía, los paseos (de carreta y/ o a caballo), los senderos para caminatas ecológicas, entre otros.

En este mismo sentido, Lage y Milone (2000), citados por Verardi (2001), señalan que la generación de empleo puede que no sea el objetivo de todo el desarrollo turístico pero, seguramente, es uno de sus principales resultados, potenciado si se tiene en cuenta que se puede dar absorción de mano de obra joven. El empleo resultante del desarrollo turístico, puede estar directamente relacionado con la dirección y/o funcionamiento del turismo, o puede ser derivado de las actividades indirectas relacionadas con él.

El concepto de turismo rural tiene sus raíces en Europa y describe la modalidad de alquilar una o más habitaciones de la casa del propietario a precios módicos, para propiciar la convivencia con las familias y sus costumbres (comida, forma de vivir, etc.), sin enfocar específicamente las prácticas agrícolas.

Diversos incentivos públicos favorecieron el desarrollo y la diversificación de la actividad; se crearon normativas que permitieron mejorar la calidad de los servicios ofrecidos, se implementaron sistemas para proteger las marcas creadas, se desarrollaron estrategias promocionales, se publicaron catálogos y se concibieron productos dirigidos a nuevas clientelas. De esta manera gradualmente se conquistó una parte significativa del mercado turístico, si se tiene en cuenta que actualmente esta modalidad representa un 25% de la población europea que pasa sus vacaciones en el medio rural (UNL, 2002).



Francia, es posiblemente el país en el cual existe la mayor diversidad de ofertas y que tiene la noción más amplia de turismo rural. Esto se debe a que el sector público comprendiendo que se trataba de algo más que una nueva moda urbana favoreció su crecimiento creando estímulos concretos tanto para los agricultores (subsidios) como para los turistas (bonos de vacaciones). En España el desarrollo del turismo rural es más reciente y está siendo impulsado desde las comunidades autónomas, con un interés muy definido por complementar el producto tradicional sol, mar y playa, que ya tiene un mercado establecido.

En América Latina, son Argentina, Chile, Uruguay y Colombia los países que tienen mejor desarrollado el turismo rural y bajo un concepto similar al de los países europeos. En Argentina, la actividad cobró fuerte impulso en la década de los noventa fundamentalmente a partir de estancias ubicadas en la Patagonia. Se calcula que existen unos 1500 emprendimientos bajo alguna modalidad de turismo rural, constituyendo una de las estrategias de diversificación de la producción agropecuaria que genera grandes expectativas entre los empresarios del sector rural (UNL, 2002). En Colombia, la crisis ha obligado a los cafeteros a buscar alternativas para mantener sus fincas dándose cuenta que son muy apreciadas por los turistas, lo que ha originado el proceso de convertirlas en hoteles rurales.

Lo que se espera que sea el elemento común de este tipo de turismo, es que los servicios sean prestados por la familia del productor agropecuario o del agroempresario y que su desarrollo propenda por el rescate y conservación del patrimonio natural, cultural y arquitectónico del mundo rural.

También conocido como agroecoturismo, es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos.



Como plantea Budowski (2001), el agroturismo, es una disciplina aún no regulada, que nace del interés del turista por descubrir ciertas prácticas agrícolas y participar en su manejo, incluyendo la cosecha. Hay confusión en la descripción de la disciplina con términos como agroecoturismo, turismo rural, etc. Aunque el interés principal del visitante está motivado por las labores propias de un establecimiento de campo, no excluye el disfrute de acciones complementarias (UNL, 2002).

Varios estudiosos del tema, definen el agroturismo como una modalidad del turismo rural, que se caracteriza por la visita a emprendimientos rurales para conocer de actividades agropecuarias, involucrándose directamente en las mismas. Esto puede dar origen un conjunto de actividades asociadas, tales como hacienda-hotel, pesque-pague (pesca y paga), posada, restaurante típico, ventas directas del productor, artesanía, industrialización y otras actividades de recreación ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo.

Ejemplos concretos de agroturismo serían: participar en una recolecta de café o de otras frutas (naranjas, uvas, cacao), ordeñar manualmente una vaca, asistir a una corrida típica de toros, participar de un proceso de elaboración de panela (tapa de dulce) o de un queso, conocer y participar las prácticas que se llevan a cabo en un vivero de plantas ornamentales, etc. (Paredes 1998).

Las iniciativas que se pretenden promocionar y apoyar dentro de estos conceptos asociados a la generación de procesos de desarrollo local sostenibles, incluyendo no solo los tradicionales elementos económicos, de equidad y medio ambientales, sino también el factor cultural, patrimonio principal del turismo rural, deberían estar dirigidas a un nicho especial de potenciales demandantes de esta oferta.

Por ello parece interesante aprovechar la elaboración de un perfil del turista rural, elaborado por Lowatell (citado por Santana (1997), quien lo define como “un neo-romántico desencantado con la sociedad urbana, pero sin poder renunciar permanentemente a su cotidianeidad como ciudadano. Preocupado por la naturaleza y por las culturas que, intuitivamente se considera en la frontera del cambio inminente, busca las señas de identidad y elogia lo autóctono, inmerso en un sentimiento nostálgico”.



Según Santana (1997), ese demandante potencial se ha venido diferenciando en dos tipos de turistas rurales: “unos interesados por el entorno físico y las actividades deportivo-recreacionales y otros atraídos por la cultura local propiamente dicha. Mientras que para los primeros la experiencia connota aventura y sensaciones de libertad, para los últimos entremezcla los estereotipos de estilo de vida y uso de la cultura material de los visitados. En ambos casos se materializa el anhelo de consumir –compartir y apropiarse simbólicamente- la cotidianidad y el paisaje supuestamente distintos a los propios”.

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, los cuales son ofertados por diferentes actores, pero que el turista califica y evalúa como componentes de uno solo. Se entiende que el producto turístico no es igual en todos los lugares o regiones pero debe contar con ciertas características más o menos comunes que permitan satisfacer las necesidades de los turistas tanto en su trayecto como en su destino (Gurría-Di Bella 2000).

El turismo rural, es un turismo que se caracteriza por ser de iniciativa, gestión y efectos locales, así como por dar valor a la cultura y al paisaje. Estas son algunas de las razones por las cuales este tipo de turismo, agrada cada vez más, sobre todo cuando la ciudad tiende hacia la uniformidad.

Los habitantes de la urbe se encuentran en la búsqueda de sí mismos y de una respuesta personalizada a su apetito de reconocimiento afectivo y social. El campo, la naturaleza y la ruralidad no son otra cosa que marcos adaptados, que proporcionan seguridad y que tranquilizan. Mientras más inquieta la ciudad (desempleo, inseguridad, crisis) más tranquiliza el campo. Cuán más agresivo es el presente, más agradable les parece el pasado y cuánto menos se conoce el lugar de destino, más agradable es frecuentar la gente arraigada a su tierra.

El turismo rural desempeña un papel significativo en los procesos de desarrollo de las zonas más desfavorecidas, por ser un generador de ingresos y empleos; promotor de infraestructura; vector de intercambios y de sinergias entre el medio rural y urbano, así como, por su efecto multiplicador en las inversiones directas, relativamente modestas.



Este papel será tanto o más importante, en la medida que alcance un nivel elevado de calidad y que proponga productos y servicios (construyan experiencias) que respondan al amplio espectro de segmentos de mercados que buscan en el Turismo Rural una opción de esparcimiento y ocio.

2. Perfil del turista rural en Costa Rica

Las iniciativas que se pretenden promocionar y apoyar dentro de estos conceptos asociados a la generación de procesos de desarrollo local sostenibles, incluyendo no solo los tradicionales elementos económicos, de equidad y medio ambientales, sino también el factor cultural, patrimonio principal del turismo rural, deberían estar dirigidas a un nicho especial de potenciales demandantes de esta oferta (Riveros y Blanco, 2003).

En Costa Rica no se ha definido un perfil para el turista rural, propiamente dicho, pero si cuenta con la caracterización de varios rasgos similares de los turistas nacionales e internacionales.

2.1. Turistas que visitaron Costa Rica

4.1. Características Demográficas

- Revisita: en promedio, el 27% de estos turistas han visitado el país en más de una ocasión.
- Edad: el 70% posee edades entre los 25 y 54 años. La edad promedio es de 41 años.
- Estado Civil: la mayoría son solteros (58%).
- Educación: poseen niveles educativos universitarios o más (80%).
- Ingresos: sus ingresos familiares anuales son mayores a los \$100 mil.
- Región de Residencia: la principal región de residencia es Estados Unidos (58%), seguido por Europa (24%).



4.2. Tendencias Globales

Algunas características de los turistas rurales son:

- Desean aprender más del país que visitan y sus tradiciones.
- Compran paquetes turísticos con temática en actividades rurales.
- Desean explorar la cultura rural y ser parte de ella.
- Quieren invertir su tiempo en un lugar tranquilo.
- Los adultos mayores de este segmento, desean reencontrarse con las experiencias de su infancia. Las parejas y familias jóvenes buscan que sus hijos aprendan sobre la producción de alimentos como los huevos y la leche.

2.2. Turismo rural potencial de Estados Unidos

El 40% de los mejores prospectos estadounidenses son viajeros que les interesa el turismo rural comunitario. Este es un mercado potencial de 5.6 millones de viajeros.

a. Características Demográficas

- Edad: el 48% tiene entre 45 y 64 años. Edad promedio 50 años.
- Estado Civil: el 74% conviven con la pareja o son casados.
- Educación: el 72% posee nivel educativo universitario o superior.
- Ingresos: el 57% posee ingresos anuales entre los \$50 mil y \$125 mil. El ingreso medio anual es de \$102 mil.
- Región de Residencia: el 17% residen en el estado de California, el 8% en Nueva York y el 7% en Texas.

b. Características Sicográficas

- Este turista tiene la característica de tomar algunos riesgos para ver lo que desea, disfruta de vacacionar con la familia y aprovecha cada minuto de su tiempo de vacación.
- Asocia fuertemente el turismo sostenible con la protección a la estructura social, cultural y ambiental del destino.
- Considera que Costa Rica es un país fácil de visitar.



2.3. Turismo Rural potencial en Canadá

Cerca de 1 millón de mejores prospectos de Canadá pertenecen al segmento de turismo rural comunitario (42% del total).

a. Características Demográficas

- Edad: es un segmento de edad mayor, ya que el 41% tiene 55 años o más. La edad promedio es de 49 años.
- Estado Civil: siete de cada diez viajeros canadienses son casados o conviven con su pareja.
- Educación: el 56% posee nivel educativo universitario o superior.
- Ingresos: El ingreso promedio es cercano a los \$85 mil anuales.
- Provincia de Residencia: el 36% reside en Ontario, el 26% en Quebec, un 18% en British Columbia.

b. Características Sicográficas

- El viajero perteneciente a este segmento, considera que viajar internacionalmente es una de sus prioridades en la vida y está dispuesto a tomar algunos riesgos para ver lo que desea.
- Se consideran a sí mismos consumidores comprometidos con el ambiente.
- Asocian fuertemente el turismo sostenible con la protección a la estructura social, cultural y ambiental del destino.
- Costa Rica es un destino que han considerado visitar (80%)



2.4. Perfil del turista internacional³

- Edad de entre 30 a 45 años.
- Viaja en compañía de amigos o familiares en un 70%.
- Tiene un nivel de enseñanza de medio a alto.
- Sus motivos de viaje son de placer o de vacaciones (73,7%).
- La modalidad de viaje es independiente para el 37% de los casos.
- Su gasto promedio ronda los 70 euros.
- Tiene un promedio de estadía aproximadamente de 10 noches (el 70% pernoctaron más de 7 noches).
- Tuvieron recomendación de visitar por Costa Rica por familiares o amigos en un 54%.
- Ingresaron principalmente por vía aérea.
- Dentro de las actividades más importantes que realizaron se encuentran las relacionadas con sol y playa (78%), observación de flora y fauna (57%) y caminatas por senderos (53%).
- El 70% de los turistas internacionales visita Costa Rica por primera vez.
- Los meses de temporada alta son: enero, febrero, marzo, julio y diciembre.

2.5. Perfil del turista nacional

- 4 de cada 10 viajeros realizó un viaje de vacaciones.
- El estrato social del turista es alto (46%) y medio (36%).
- El 96% de los viajeros lo hizo acompañado de su familia (4,6 miembros promedio).
- El 66% pernoctaron tres noches o menos.
- La modalidad del viaje es principalmente particular.
- El promedio de salidas para vacacionar es de 2 veces al año.
- Los meses en que los turistas nacionales prefieren viajar son de noviembre a febrero.

³Proceso de Gestión y Asesoría Turística. Instituto Costarricense de Turismo, 2008.



3. Perfil del turista rural de la Región de Murcia

Por su parte el perfil del turista rural en la Región de Murcia, según el Consejo Económico y Social de la Región de Murcia 2010 se ha caracterizado por:

- Ser, mayoritariamente, turista nacional.
- Residir principalmente en la Comunidad Valenciana y Madrid
- Son turistas jóvenes con trabajo asalariado, y suelen vivir en pareja y con amigos. El rango de 26 a 35 años es el que registra mayor número de turistas.
- Se desplazan en su propio vehículo y permanecen por término medio entre tres y cuatro días.
- Además de disfrutar de la naturaleza, deportes y excursiones, el turista rural realiza otras actividades complementarias: visitar monumentos y museos, asistir a conciertos y entretenimiento nocturno.
- El confort en el alojamiento y la información turística sobre la zona han sido los servicios turísticos más valorados, al igual que la relación calidad-precio.
- La buena opinión que el turista se lleva de su estancia se traduce en una promoción del destino que hace volver al turista o que lo recomiende a familiares y amigos.
- El turista rural realiza un gasto medio al día de unos 50 euros que van destinados principalmente al alojamiento, restaurantes, comestibles y bebidas.



Tabla 5. Cuadro resumen de las características del perfil del turista rural

Característica	Costa Rica	Región de Murcia
Nacionalidad	Norteamericanos (Estados Unidos y Canadá)	Mayormente turista nacional
Características demográficas		
Edad	De entre 30 a 45 años	De entre 26 a 35 años
Compañía	La mayoría viaja con amigos o familiares	La mayoría viaja en pareja y con amigos
Medio de transporte	Principalmente por vía aérea	Vehículo propio
Promedio de estadía	Más de 7 noches	3-4 días
Gasto medio diario	70 euros	50 euros
Actividades realizadas	Sol y playa, observación de la naturaleza y caminatas por senderos	Disfrutar de la naturaleza, deportes y excursión, visita de monumentos y museos, asistir a conciertos y entretenimiento nocturno
Características Psicográficas	Tomar riesgos, se asocia fuertemente el turismo sostenible con la protección a la estructura social, cultural, y ambiental del destino	El confort en el alojamiento y la información turística sobre la zona son los servicios más valorados



4. Aspectos a considerar para ambos perfiles:

4.1. Nacionalidad:

Costa Rica tiene como ingreso principal los turistas extranjeros, mientras que la Región de Murcia se sostiene con el turismo interior.

4.2. Características demográficas

El rango de edad es muy similar en ambas regiones, ya que adultos jóvenes son los que prefieren viajar, la mayoría lo hace con amigos. Se hace una diferencia en el medio de transporte, ya que los turistas de Costa Rica lo hacen vía aérea, mientras que los de la Región de Murcia, lo hacen con su vehículo propio, ya que son turistas nacionales. El promedio de estancia varía en una gran proporción ya que al ser Costa Rica un lugar de destino lejano para los turistas norteamericanos, su promedio de estancia es mayor, así como el gasto medio diario.

4.3. Actividades realizadas

La oferta de actividades que se dan en ambas regiones, son muy diferentes unas de otras, mientras que en Costa Rica de actividades se traduce en pesca de río, paseos a caballo, observación de flora y fauna, aves, paseos en bote, en la Región de Murcia se ofrecen actividades tales como la visita de monumentos y museos, asistir a conciertos y entretenimiento nocturno.

4.4. Características Psicográficas

La asociación del turismo rural con la protección a la estructura tanto social, cultural y ambiental del destino, es un rasgo distintivo que comparten estas dos regiones.



CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO RURAL

1. Concepto de demanda (Sancho, 2001)

El mercado es el punto de encuentro entre la demanda y la oferta y por lo tanto está controlado por los componentes de estos dos conceptos. Cada uno de ellos tiene sus variables propias que lo identifican y sobre las que hay que realizar un trabajo importante para conocerlas e identificarlas, dado que en ello está el éxito o fracaso del negocio turístico.

- a. Demanda efectiva: número actual de personas que participan en la actividad turística como compradores de los servicios y que tienen los medios y voluntad para hacerlo. Es una variable de fácil medición y sobre la que se deben centrar los estudios de fidelización del cliente.
- b. Demanda latente: formada por las personas que no participan en la actividad turística (no viajan) por algún motivo relacionado con variables que afectan la demanda.
 - i. Demanda potencial: no ha viajado por un motivo determinado pero podrían hacerlo en el futuro, por ejemplo problemas de renta o de disponibilidad familiar para viajar (tener niños, enfermedades, entre otros).
 - ii. Demanda diferida: no ha podido viajar por algún problema relacionado con el entorno o causada por problemas de la oferta, por ejemplo desastres naturales, limitaciones de oferta, problemas de billeteaje, entre otros.

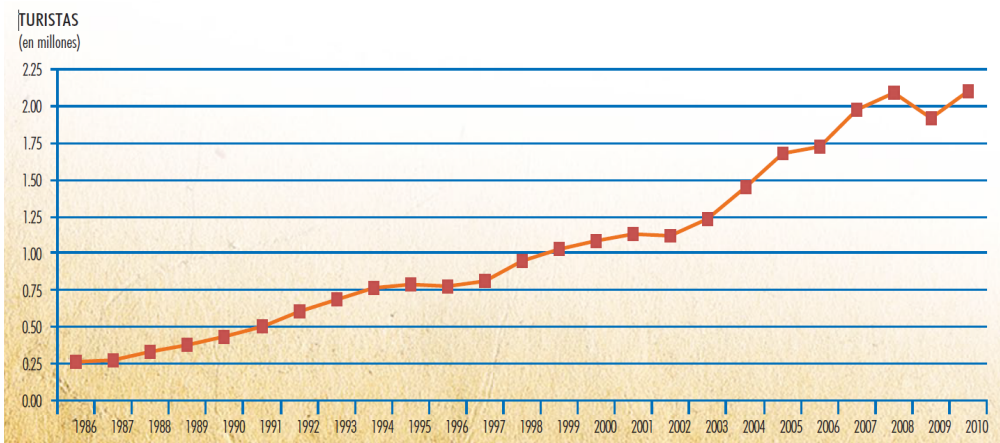


2. Determinantes de la demanda (Sancho, 2001)

La demanda turística es el factor clave de los estudios de mercado y el concepto al que se ha dedicado más energía y dinero dentro de los campos de investigación. A pesar de ello, solo son conocidos algunos de los factores que la condicionan así como sus principales características. Cuando más se conoce sobre estas variables es más amplio el conocimiento que se tiene sobre la demanda.

2.1. Demanda de turismo rural en Costa Rica

Gráfico 2. Llegada de turistas internacionales a Costa Rica. 1986 - 2010



Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010

Se puede notar (Gráfico 2), la tendencia creciente en la llegada de turistas. Así por ejemplo, en 1986 arribaron alrededor de 0,25 millones de turistas, mientras que en el 2010 este número se incrementa a más de 2,1 millones. Sufre en el 2009 una caída que pudo implicar 0,5 millones menos de turistas. La llegada total de turistas de acuerdo a su lugar de procedencia se observa en la Tabla 6.



**Tabla 6. Llegadas de turistas internacionales a Costa Rica según zonas y países.
2001 – 2010**

ZONAS / PAÍSES	Año									
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
GRAN TOTAL	1,131,406	1,113,359	1,237,948	1,452,926	1,679,051	1,725,261	1,979,789	2,089,174	1,922,579	2,099,829
AMÉRICA DEL NORTE	518,595	509,253	611,520	754,982	895,370	875,959	953,812	976,561	920,371	1,005,309
Canadá	52,661	49,168	54,656	74,212	86,906	88,304	102,061	109,854	102,471	119,654
Estados Unidos	429,093	422,215	510,751	633,640	758,134	731,236	790,315	807,162	770,129	630,993
México	36,841	37,870	46,113	47,130	50,330	56,419	61,436	59,545	47,771	54,662
AMÉRICA CENTRAL	320,277	320,615	312,936	359,979	415,464	478,147	592,840	648,586	588,739	642,517
Guatemala	32,574	33,150	35,174	40,166	37,771	41,057	43,864	40,840	40,340	48,682
El Salvador	35,054	33,531	33,892	38,264	44,873	46,414	48,976	46,837	44,185	53,669
Belize			744	655	659	826	901	928	975	843
Honduras	27,174	23,705	23,004	25,540	27,719	32,550	35,673	31,714	31,324	34,043
Nicaragua	171,583	174,455	163,632	191,398	231,712	281,086	379,222	455,412	413,713	427,362
Panamá	53,892	55,774	56,490	63,956	72,730	76,214	84,204	72,855	58,202	77,918
CARIBE	9,298	8,836	9,639	11,696	12,412	11,935	15,129	15,289	16,184	14,579
AMÉRICA DEL SUR	103,917	88,805	83,736	87,127	88,394	90,906	108,770	114,111	109,572	119,167
EUROPA	150,796	157,990	192,099	208,222	232,889	234,681	271,631	289,379	250,154	277,412
OTRAS ZONAS*	28,523	27,860	28,018	30,920	34,522	33,633	37,607	45,248	37,559	40,845

* Incluye la categoría Asia-Oriente Medio, África y "No indica"

Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010

Tabla 7. Llegadas de turistas internacionales a Costa Rica por mes. 2001-2010

MES	Año									
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL	1,131,406	1,113,359	1,238,692	1,452,926	1,679,051	1,725,261	1,979,789	2,089,174	1,922,579	2,099,829
Enero	132,715	123,633	120,901	154,568	177,638	193,340	196,510	222,723	222,664	232,314
Febrero	114,217	106,335	109,388	147,106	154,009	163,468	171,808	203,772	168,164	195,919
Marzo	114,640	110,395	109,882	144,978	174,352	170,475	177,797	221,551	179,772	208,201
Abril	94,441	92,295	97,347	113,713	130,623	146,266	163,172	167,000	165,352	169,853
Mayo	74,318	77,520	83,953	92,672	121,946	122,781	144,565	150,525	130,536	148,574
Junio	88,357	84,255	95,476	106,253	138,460	134,350	164,299	176,648	158,972	169,183
Julio	105,089	95,141	150,014	130,342	163,177	153,648	193,360	198,672	180,792	199,479
Agosto	87,774	86,184	101,049	114,790	134,417	131,250	153,967	168,885	159,025	168,837
Setiembre	58,341	63,624	69,649	80,307	97,083	98,236	118,906	117,348	113,083	120,214
Octubre	67,205	71,783	79,258	97,013	103,698	106,407	130,558	124,965	112,320	126,661
Noviembre	87,320	88,309	97,661	117,962	120,813	135,695	167,770	153,539	145,249	158,468
Diciembre	106,989	113,885	124,114	153,222	162,835	169,345	197,077	183,546	186,650	202,126

Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010



**Tabla 8. Llegadas de turistas a Costa Rica.
Composición porcentual por vías. 2001 – 2010**

AÑO	VÍAS			TOTAL
	Aérea	Terrestre	Marítima	
2001	71.8	27.2	1.0	100.0
2002	71.7	27.7	0.6	100.0
2003	74.9	24.1	1.0	100.0
2004	74.9	24.5	0.7	100.0
2005	74.1	25.1	0.8	100.0
2006	71.4	28.2	0.4	100.0
2007	68.5	31.2	0.2	100.0
2008	68.2	31.7	0.2	100.0
2009	68.6	31.3	0.1	100.0
2010	67.5	32.2	0.2	100.0

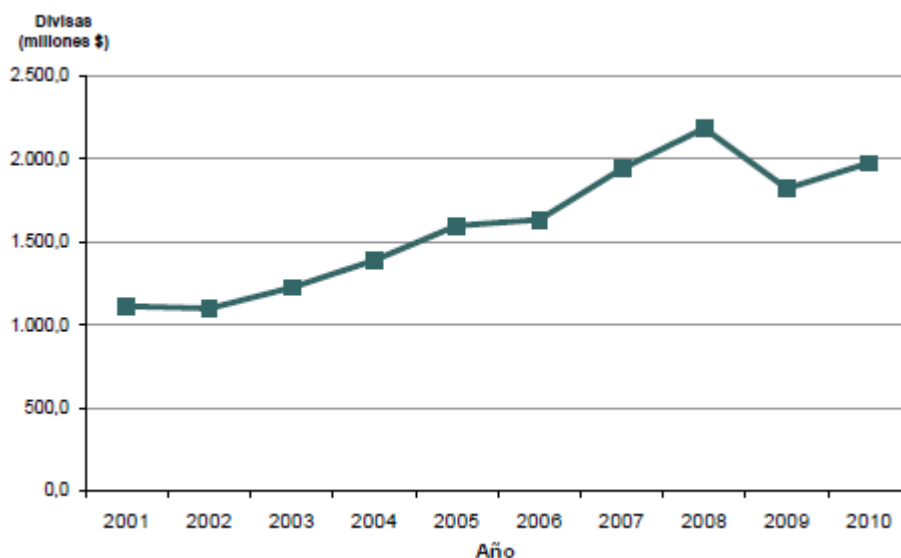
Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010

Adicionalmente el ingreso de divisas por este concepto representaba el 5.38% del consumo final (tantos de los hogares como del gobierno general) en 1991, y dicho porcentaje aumentó hasta mantenerse alrededor del 9% desde el 2004 y hasta el 2007.

De igual forma, la entrada de divisas por turismo ha tomado importancia respecto a otras fuentes de divisas. Por ejemplo, las entradas de divisas por turismo representaban solamente un 0.82 de la suma de las entradas debidas a café y a banano en 1998. Esta relación ha venido aumentando y en el 2007 las entradas de divisas por turismo doblan las entradas combinadas por café y banano. De igual forma desde el 2000 el turismo aporta las mismas divisas que las exportaciones de la industria manufacturera y representa alrededor del 40% de las exportaciones de zona franca.



Gráfico 3. Ingreso de divisas por concepto de turismo. 2001-2010



Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010

**Tabla 9. Turismo y otras fuentes generadoras de divisas para Costa Rica
2001 – 2010. (Cifras en millones de dólares)**

AÑO	FUENTE DE DIVISAS					
	Turismo*	Variación %	Café	Variación %	Banano	Variación %
2001	1,095.5	-	161.8	-	505.8	-
2002	1,078.0	-1.6	165.1	2.0	477.5	-5.6
2003	1,199.4	11.3	193.6	17.3	553.1	15.8
2004	1,358.5	13.3	197.6	2.1	543.4	-1.8
2005	1,570.1	15.6	232.7	17.8	481.2	-11.4
2006	1,620.9	3.2	225.8	-3.0	620.3	28.9
2007	1,927.4	18.9	251.9	11.6	673.0	8.5
2008	2,174.1	12.8	305.0	21.1	689.7	2.5
2009	1,805.8	-16.9	232.2	-23.9	622.4	-9.7
2010	1,961.1	8.6	259.4	11.7	690.9	11.0

*/ Estas cifras no incluyen información de cruceros

Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010



Los datos anteriores muestran la importancia que ha ido ganando el turismo dentro de la economía costarricense y a la vez las leyes mencionadas muestran el interés por parte del gobierno en promocionar dicho sector, en particular por los beneficios esperados de dicha actividad. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), entre estos beneficios se encuentran: la generación de empleo, oportunidades para las zonas rurales, fomento de inversión en infraestructura, generación de nuevas fuentes de ingresos fiscales y el apoyo al medio ambiente y cultura locales.

El turismo está relacionado de forma importante con la situación macroeconómica externa por lo que es de esperar que en años de expansión mundial, el turismo crezca. Pero de igual forma, ante una contracción del ingreso mundial es de esperar que dicho sector se vea afectado y con esto los beneficios que de este se derivan.

Como se indicaba anteriormente, la llegada de turistas al país ha crecido alrededor del 10.33% anualmente desde 1986 hasta el 2007. En relación con el flujo de tales visitas, Costa Rica ha sido relativamente exitosa en comparación con el resto de los países centroamericanos. Para los años 2005-2007, según datos de la Organización Mundial del Turismo, la llegada de turistas a Costa Rica ha sido la mayor en toda América Central y se encuentra de número 10 en las todas las Américas. Lo mismo ocurre cuando se compara la entrada de divisas en dólares.

No obstante lo anterior, a pesar de ocupar el primer lugar en Centroamérica, existe una gran dependencia los visitantes de América del Norte, los cuales representan un 48.18% de las visitas en el 2007. Este 48.18% equivale a casi un millón de visitantes (953 812). A América del Norte le sigue América Central y Europa con 592840 y 271631 visitas respectivamente. Dentro de América del Norte, es Estados Unidos el país que genera la mayor cantidad de visitantes. Para el año 2007, representaba casi todas las visitas de Norteamérica con más de 790 000, y representando cerca del 40% del total de visitas a Costa Rica. Después de Estados Unidos, a nivel general, los países de los que se reciben más visitantes son Nicaragua y Canadá, con alrededor de 379222 y 102061 de visitantes respectivamente.



Estos resultados se han reflejado en “cuantiosas” cantidades de ingresos en divisas extranjeras. Estos recursos tienen una especial importancia porque, benefician tanto al sector privado (con generación de empleo) como al sector público (con mayores fuentes de generación de ingresos fiscales). Por ejemplo, a principios de los noventa (en 1991), el sector turístico generó US\$300.6 millones, y para el año 2007 dicha cifra fue superior a los US\$1800 millones.

En Costa Rica, el turismo ha llegado a representar hasta dos veces el valor de la totalidad de las exportaciones de café y banano tomados conjuntamente, y ha tendido a igualar las exportaciones de la industria manufacturera. Aunque no ha logrado ganar terreno respecto a las exportaciones de zona franca en los últimos años, representando alrededor del 40% del valor total de sus exportaciones.

Cabe destacar que los ingresos no solamente han crecido respecto a las exportaciones de ciertos bienes o sectores, si no en relación con otros agregados macroeconómicos como el producto interno bruto, el ingreso nacional y el consumo. De esta manera, el sector turístico ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, volviéndose una variable de importancia dentro de la economía costarricense, en el tanto que financia parte importante del déficit de cuenta corriente y por ende del consumo. Además ha permitido disminuir la dependencia de las exportaciones tradicionales (café y banano), llegando a contribuir (en las exportaciones) de forma similar a la industria manufacturera. Sin embargo, dicha contribución se encuentra concentrada en las divisas generadas por visitantes norteamericanos y centroamericanos, específicamente provenientes de Estados Unidos, Nicaragua y Canadá.



**Tabla 10. Ingreso y egreso de divisas por concepto de Turismo
2001-2010 (Cifras en millones de dólares)**

Año	Ingreso de divisas (\$)*	Egreso de divisas (\$)	Saldo (\$)	Razón \$ (Ingresos/Egresos)
2001	1,095.5	361.1	734.4	3.0
2002	1,078.0	343.5	734.5	3.1
2003	1,199.4	351.9	847.5	3.4
2004	1,358.5	404.1	954.4	3.4
2005	1,570.1	468.1	1,102.0	3.4
2006	1,620.9	483.7	1,137.2	3.4
2007	1,927.4	632.0	1,295.4	3.0
2008	2,174.1	591.6	1,582.5	3.7
2009	1,805.8	366.2	1,439.6	4.9
2010	1,961.1	482.1	1,479.0	4.1

*/ Estas cifras no incluyen información de cruceros

Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010

**Tabla 11. Ingreso de divisas por concepto de turismo y relación turismo/exportaciones
2001-2010. Cifras en millones de dólares)**

INGRESO DE DIVISAS POR CONCEPTO DE TURISMO Y
RELACIÓN TURISMO/EXPORTACIONES. 2001-2010
(Cifras de millones de \$E.E.U.U)

AÑO	Total de Exportaciones	Divisas por Turismo*	Razón: Turismo/Exportaciones
2001	5,021.0	1,095.5	21.8
2002	5,263.5	1,078.0	20.5
2003	6,101.2	1,199.4	19.7
2004	6,301.7	1,358.5	21.6
2005	7,027.2	1,570.1	22.3
2006	8,199.8	1,620.9	19.8
2007	9,337.0	1,927.4	20.6
2008	9,503.7	2,174.1	22.9
2009	8,783.7	1,805.8	20.6
2010	9,340.5	1,961.1	21.0

*/ Estas cifras no incluyen información de cruceros

FUENTE: Departamento de Estadística Macroeconómica, BCCR.

Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010



Por otra parte, una encuesta realizada en el 2007 por el ICT para los visitantes extranjeros que ingresaron por el Aeropuerto Juan Santamaría se señala que el 68% de los entrevistados entraron al país con motivo de vacaciones, ocio, recreo y placer. Aunque cabe destacar que de los visitantes centroamericanos el 52% indican que visitan Costa Rica por negocios y motivos profesionales.

Según la misma encuesta “los visitantes no residentes pernoctan en Costa Rica 12.4 noches en promedio, los visitantes que residen en Centroamérica son los que obtienen la menor cantidad de noches que pernoctan en Costa Rica, con 8.2 noches. En forma contraria, los Europeos son los que obtienen el número promedio mayor de noches con 16.9 seguido por los residentes en Canadá con 16 noches, el Caribe con 14.3 y los Estadounidenses con 11.4 noches.

Además “se observa que la zona más visitada es el Valle Central mencionado por el 80% de los entrevistados, seguido por el Pacífico Medio y la Zona Norte, con 30% y 29% respectivamente. No obstante el lugar en donde más pernoctan los visitantes en Costa Rica es el Valle Central con un promedio de 7 noches, seguido por Guanacaste Sur con 6.4, Puntarenas con 6 noches en promedio, Guanacaste Norte con 5.7 y Península de Osa con 5.6, el Pacífico Medio y el Caribe Sur figuran también como los lugares en donde los turistas permanecen más tiempo, prácticamente con la misma cantidad de aproximadamente 5 noches. En forma contraria, la Zona Norte y Caribe Norte obtienen en promedio 3 y 2.5 noches.”

Otra encuesta realizada por el mismo ICT a los no residentes que ingresan por tierra para el segundo semestre del 2007, indica resultados similares. El 76% señaló que la principal razón de la visita es el de vacaciones, ocio y recreo. Estos en promedio pernoctaron 25 días. Respecto a los lugares donde pernoctan en Costa Rica se tiene que la Península de Osa y Guanacaste Norte se encuentran como los lugares donde permanecen más tiempo con 21 y 20 noches en promedio respectivamente. Por otra parte la Zona Norte, Puerto Limón y Monteverde obtienen la menor cantidad de noches donde pernoctan en promedio 3 noches.



Tabla 12. Entrada de turistas internacionales vs salida de nacionales. 2001-2010.

Año	Llegadas de Turistas Internacionales	Salidas de Costarricenses	Diferencia	Razón % Llegadas/Salidas
2001	1,131,406	361,391	770,015	313.1
2002	1,113,359	364,032	749,327	305.8
2003	1,238,692	372,866	865,826	332.2
2004	1,452,926	424,635	1,028,291	342.2
2005	1,679,051	487,102	1,191,949	344.7
2006	1,725,261	484,585	1,240,676	356.0
2007	1,979,789	576,716	1,403,073	343.3
2008	2,089,174	519,140	1,570,034	402.4
2009	1,922,579	579,316	1,343,263	331.9
2010	2,099,829	662,241	1,437,588	317.1

Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010

2.2. Demanda de turismo rural en la Región de Murcia

La Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo indica en su publicación anual del 2010 indica que la participación del turismo en la economía española se sitúa en el 10,4% del PIB, manteniendo la tendencia del descenso en su participación relativa en la economía. En términos generales, casi todos los indicadores de demanda registran pérdidas, si bien se atisba cierta desaceleración en el último trimestre del año. La caída en el número de turistas de fronteras alcanza el 8,7% con descensos en sus principales mercados emisores: Reino Unido, Alemania y Francia. Por destinos turísticos, Islas Canarias, Cataluña, la Comunidad Valenciana y Andalucía son los que han experimentado las mayores caídas aunque también cabe señalar que el 81,3% del turismo extranjero que recibe España se han alojado en zonas costeras de Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña y Comunidad Valenciana.



Tabla 13. Llegadas de turistas internacionales. Período 2007 y 2008

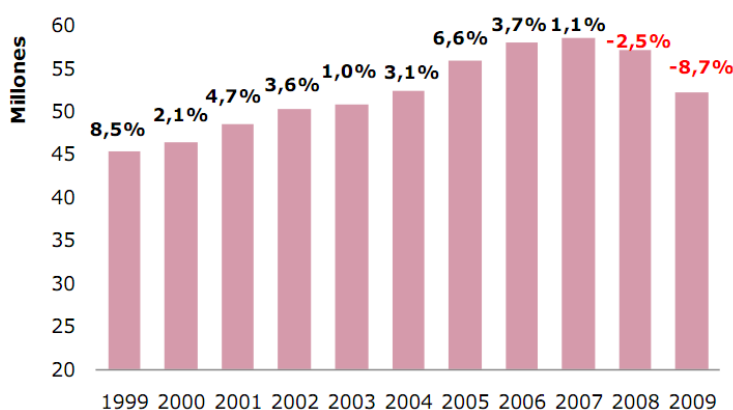
2007			2008*		
País	Miles de millones	Variación 07-06 (%)	País	Miles de millones	Variación 07-06 (%)
Francia	81,9	3,8	Francia	79,3	-3,2
España	59,2	1,7	Estados Unidos	58,0	3,6
Estados Unidos	56,0	9,8	España	57,3	-2,3
China	54,7	9,6	China	53,0	-3,1
Italia	43,7	6,3	Italia	42,7	-2,1

**Datos provisionales.*

Fuente: Organización Mundial de Turismo. En: Instituto Nacional de Estadística. España en cifras 2009 y 2010. Madrid, España. Recuperado de: <http://www.ine.es>

En el 2008⁴, mantiene su segundo lugar en ingresos por turismo internacional, igualmente aventajado por Francia, pero es el tercero en llegadas de turistas internacionales superado por Francia y Estados Unidos.

**Gráfico 4. Llegadas de turistas internacionales y variación interanual
Período 1999 y 2009**

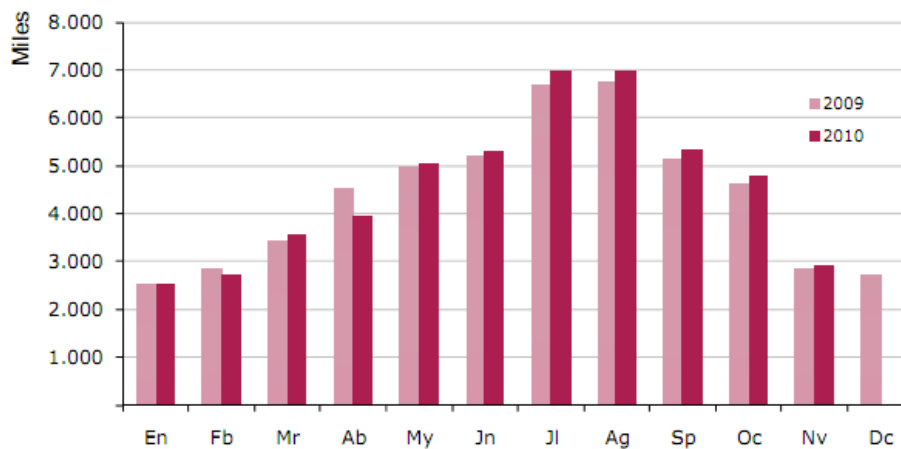


Fuente: Organización Mundial de Turismo. En: Instituto Nacional de Estadística. España en cifras 2009 y 2010. Madrid, España. Recuperado de: <http://www.ine.es>

⁴ Instituto Nacional de Estadística. España en cifras 2010. 2010. Madrid, España. Recuperado de: <http://www.ine.es>



Gráfico 5. Llegadas de turistas internacionales, según meses. Período 2009 y 2010



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. España en cifras 2009 y 2010. Madrid, España.
Recuperado de: <http://www.ine.es>

Tabla 14. Llegadas de turistas internacionales según país de residencia. España. 2010

	Mensual			Acumulado		
	Total turistas	Porcentajes verticales	Variación Interanual	Total turistas	Porcentajes verticales	Variación interanual
SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA						
TOTAL	4.799.963	100	4,2	47.178.254	100	1,2
Reino Unido	1.155.404	24,1	-2,2	11.329.733	24,0	-6,2
Alemania	897.950	18,7	-16	7.990.316	16,9	-12
Francia	579.902	12,1	-0,4	7.327.609	15,5	19
Países Nórdicos	395.373	8,2	28,3	3.004.272	6,4	6,0
Italia	297.961	6,2	23,5	3.089.682	6,5	10,5
Países Bajos	203.393	4,2	33,6	2.089.347	4,4	10,6
Portugal	184.285	3,8	11,4	1.688.132	3,5	-8,1
Suiza	137.797	2,9	17,1	1.045.461	2,2	2,0
Bélgica	132.341	2,8	6,6	1.429.943	3,0	-0,2
Irlanda	114.654	2,4	-14,9	1.084.670	2,3	-19,8
Resto Europa	255.756	5,3	-10,0	3.358.554	7,1	22,0
Estados Unidos de América	134.802	2,8	11,8	987.563	2,1	-1,1
Resto América	154.772	3,2	16,3	1.298.027	2,8	2,6
Resto mundo	155.593	3,2	3,6	1.534.946	3,3	31,1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. 2010. Madrid, España. Recuperado de:
<http://www.ine.es>



Tabla 15. Principal vía de llegada de los turistas. España 2010.

	Mensual			Acumulado		
	Total turistas	Porcentajes verticales	Variación Interanual	Total turistas	Porcentajes verticales	Variación interanual
SEGÚN VÍAS DE ACCESO						
TOTAL	4.799.963	100	4,2	47.178.254	100	1,2
Aeropuertos	3.916.187	81,6	4,8	38.229.390	78,8	1,1
Carreteras	757.049	15,8	1,1	9.491.143	20,1	0,9
Otros	126.727	2,6	4,4	1.457.720	3,1	4,4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. 2010. Madrid, España. Recuperado de: <http://www.ine.es>

Tabla 16. Ingresos por turismo internacional. Período 2007 y 2008

País	2007		País	2008*	
	Dólares Miles de millones	Variación 07-06 (%)		Dólares Miles de millones	Variación 07-06 (%)
Estados Unidos	96,7	12,8	Estados Unidos	110,1	13,8
España	57,8	13,1	España	61,6	6,9
Francia	54,2	17,0	Francia	55,6	2,4
Italia	42,7	11,9	Italia	45,7	7,0
China	41,9	9,7	China	40,8	9,7

**Datos provisionales.*

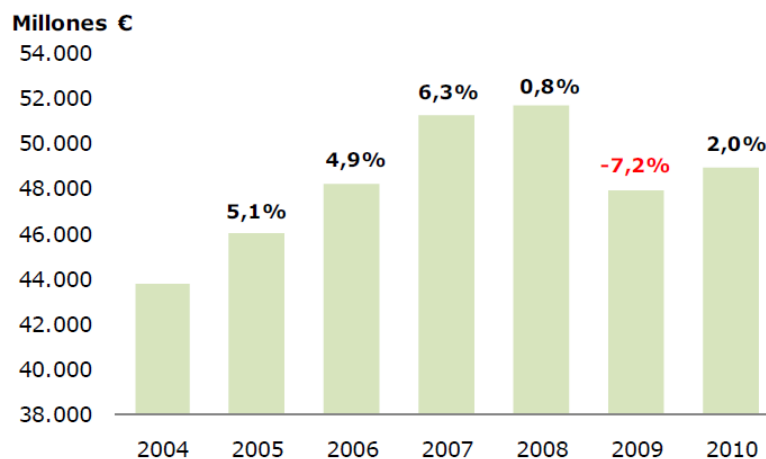
Fuente: Organización Mundial de Turismo. En: Instituto Nacional de Estadística. España en cifras 2009 y 2010. Madrid, España. Recuperado de: <http://www.ine.es>



Durante el 2009 se producen 349,4 millones de pernoctaciones en España⁵, y los establecimientos hoteleros concentran el 72,1% del total, mientras que si se observan estos mismos datos en el 2008, estas pernoctaciones eran mayores, ya que las pernoctaciones habían alcanzado los 375,7 millones y los establecimientos hoteleros habían concentrado también la mayor parte de ellas (71,4%). Este último dato muestra una leve mejoría para el 2009. Los alojamientos de turismo rural han sufrido una leve subida ya que pasan de un 2,1% del total de alojamientos turísticos en el 2008 a un 2,3% en el 2009. En términos de pernoctaciones aumenta de 7,8 millones a 7,9 millones. Esto implica que el turismo rural, según el último informe del CES sobre turismo rural y ecológico, está “*contribuyendo al desarrollo socioeconómico de las zonas rurales en las que se implanta*”.

La evolución que ha tenido el número de viajeros y las pernoctaciones en los últimos 10 años ha sido positiva, aunque con las nuevas circunstancias de crisis, esta situación a partir del 2008 comienza su caída.

Gráfico 6. Gasto total de los turistas internacionales llegados a España. Millones de euros y variación interanual. Años 2004-2010

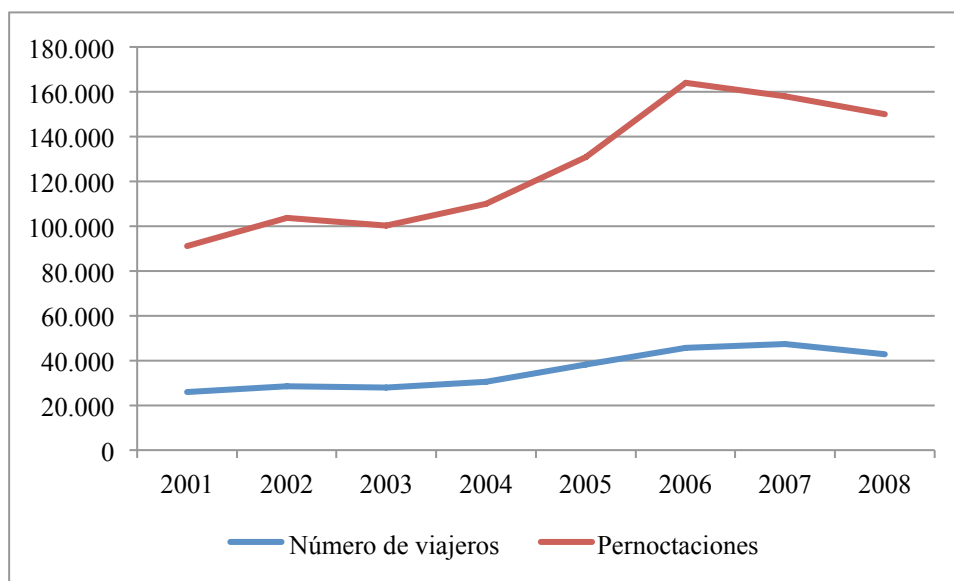


Fuente: Instituto Nacional de Estadística. 2010. Madrid, España. Recuperado de: <http://www.ine.es>

⁵ Según las encuestas de Coyuntura Turística Hotelera y Ocupación en Alojamientos Turísticos Extrahoteleros (2009)

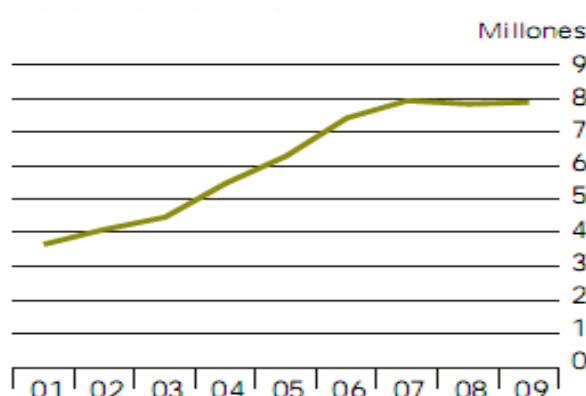


Gráfico 7. Evolución del número de viajeros entrados y pernoctaciones.
Período 2002 - 2008



Fuente: Elaboración propia con datos del INE

Gráfico 8. Pernoctaciones en alojamientos de turismo rural.
Evolución desde el 2001 al 2009

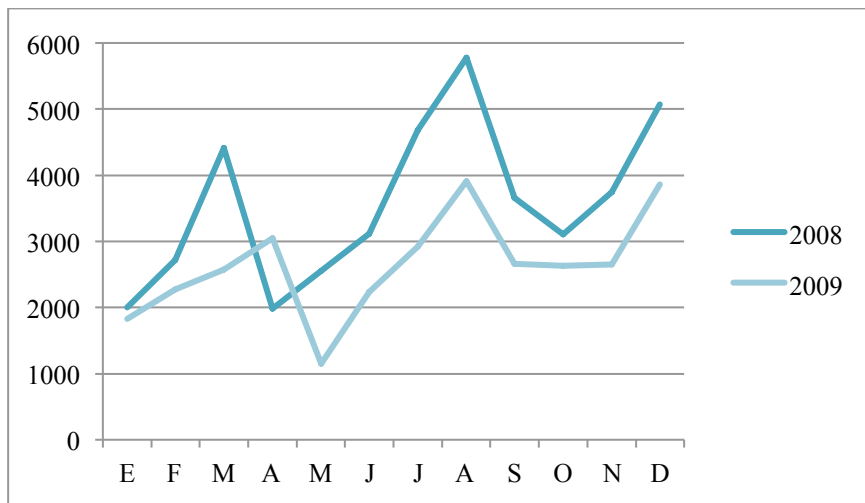


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2009.

En la Región de Murcia, se contradice esta medición, ya que según los informes elaborados por la Consejería de Cultura y Turismo en el 2008 y el 2009 la afluencia turística en el apartado de alojamientos rurales disminuyó al igual que los viajeros que realizan camping. En el 2008, la afluencia de visitantes que realizaban camping era de 132 187, mientras que para el 2009 esta cifra disminuyó en 7 253 situándose en 124 934 visitantes. En los alojamientos rurales se da una disminución de más de 10 000 visitantes en los períodos del 2008 al 2009.

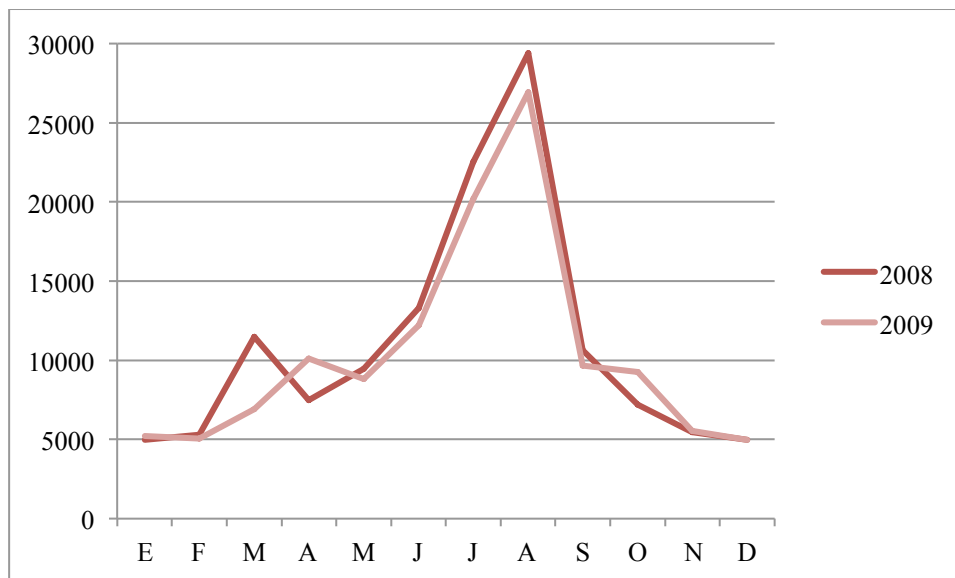


Gráfico 9. Región de Murcia. Estimación del número de viajeros. Alojamientos rurales.
Período 2008 y 2009



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Unidad de Estudios y Estadística. Consejería de Cultura y Turismo. Región de Murcia.

Gráfico 10. Región de Murcia. Estimación del número de viajeros. Camping.
Período 2008 y 2009

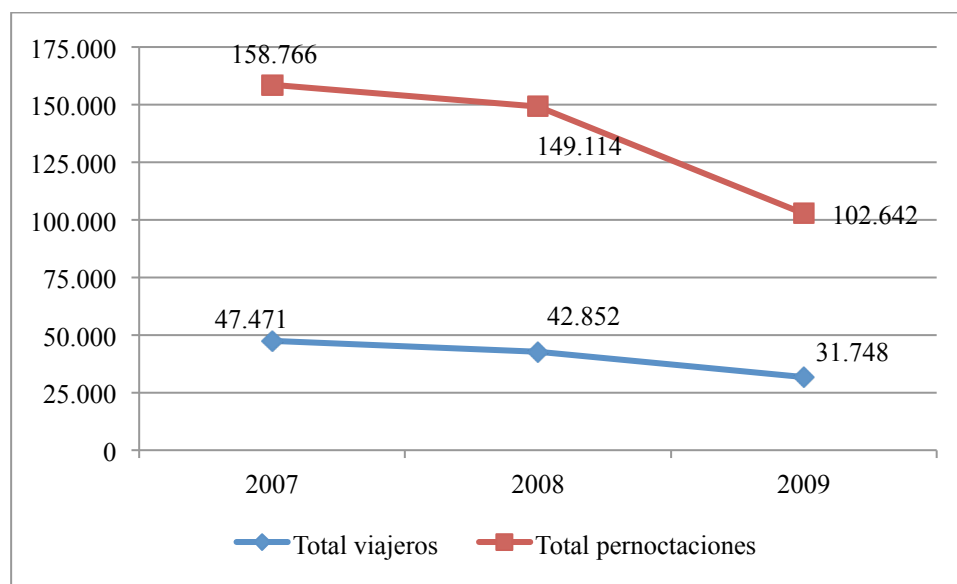


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Unidad de Estudios y Estadística. Consejería de Cultura y Turismo. Región de Murcia.



Es considerable la reducción que ha tenido las pernoctaciones en alojamientos rurales, y no tanto así la cantidad de viajeros que han ingresado, esto refleja que aunque el visitante esté llegando a la Región de Murcia, no considera dentro de su plan, el permanecer en la ciudad para alojarse en este tipo de hospedaje.

Gráfico 11. Región de Murcia. Total de viajeros visitantes y total de pernoctaciones en alojamientos rurales. Período 2007-2009.

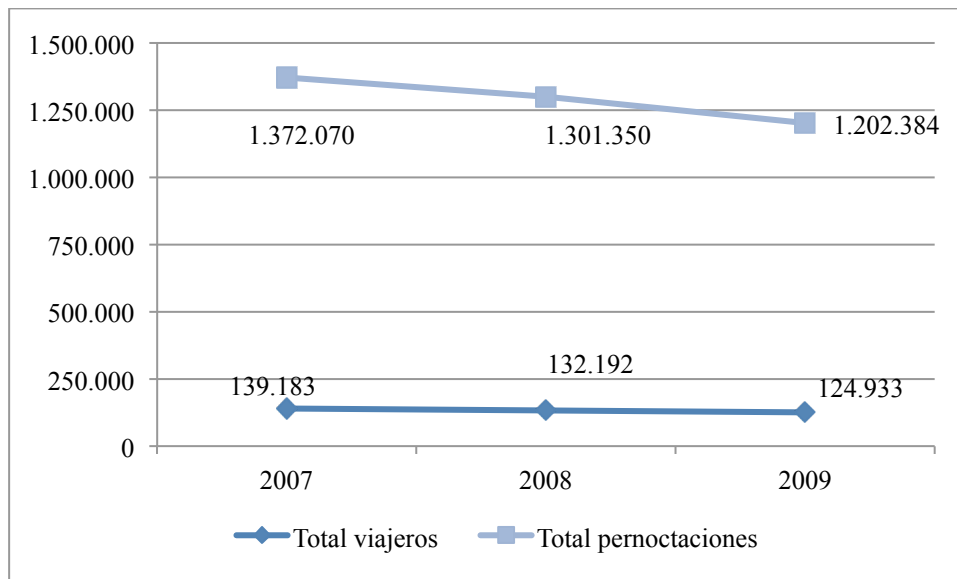


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Unidad de Estudios y Estadística. Consejería de Cultura y Turismo. Región de Murcia.

Por su lado, el camping, muestra un comportamiento con poca variación en el total de viajeros, pero al igual que en los alojamientos rurales, muestra un leve descenso en el total de pernoctaciones.



Gráfico 12. Región de Murcia. Total de viajeros visitantes y total de pernoctaciones en camping. Período 2007-2009.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Unidad de Estudios y Estadística. Consejería de Cultura y Turismo. Región de Murcia.



2.3. Conclusiones importantes del capítulo

La siguiente tabla resume los principales aspectos analizados en la demanda para Costa Rica y la Región de Murcia (España).

Tabla 17. Características más importantes de la demanda en Costa Rica y la Región de Murcia

Característica	Costa Rica	Región de Murcia (España)
Llegada de turistas	2,1 millones	1,1 millones
Principales países	América del Norte América Central	Reino Unido Alemania
Mes de mayor movimiento turístico	Enero (0,232 millones)	Julio-Agosto (0,220 millones)
Vía de acceso		
Aéreo	67,5%	81,6%
Terrestre	32,2%	15,8%
Otros	0,3	2,6%
Ingreso (en euros)		
2008	1,5 mil millones	52 mil millones
2009	1,3 mil millones	48 mil millones
2010	1,4 mil millones	49 mil millones

Fuente: Elaboración propia

En este cuadro se destaca la importancia que tiene el turismo en la economía de cada una de las regiones, mientras que en la Región de Murcia el ingreso de turistas es de caso 1,1 millones, en Costa Rica se dobla esta cifra con aproximadamente 2,1 millones de turistas.

También como mercados emisores de turistas se encuentran que son los mismos turistas del respectivo continente los que viajan al destino, es decir, Costa Rica es visitada principalmente por americanos y la Región de Murcia es mayormente visitada por europeos.

Los meses de mayor tráfico de turistas son para la Región de Murcia en julio-agosto, que es la época de verano, mientras que en Costa Rica también hay más cantidad de turistas en la época seca que se da en el mes de enero.

La vía de acceso para ambos destinos sigue siendo principalmente la aérea, pero también es importante la terrestre, como medio para trasladarse a lo interno de la Región.

El ingreso por el turismo muestra un cambio significativo, ya que mientras el total de España es de aproximadamente 49 mil millones de euros, en Costa Rica representa 1,5 mil millones.



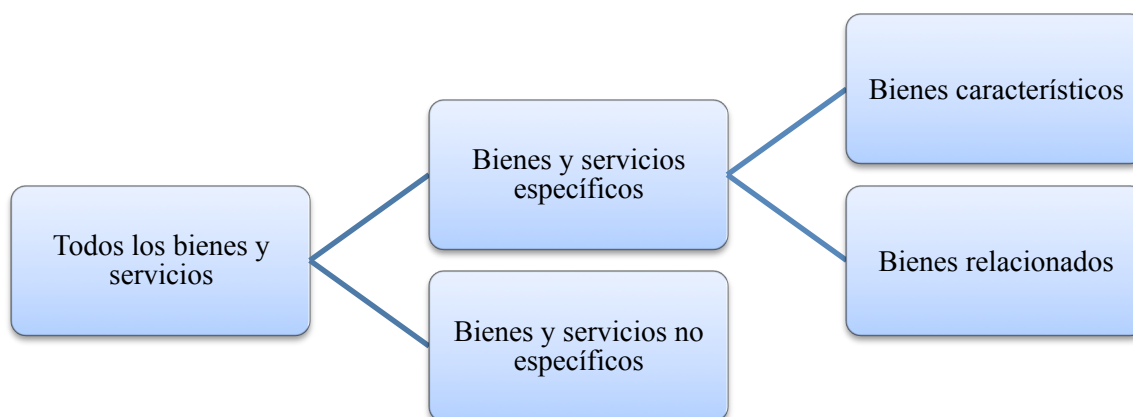
CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE TURISMO RURAL

1. Concepto de oferta

Se define como oferta turística “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo” OMT 1998 p. 32 citado por Sancho 2001).

Estos bienes y servicios que se utilizan en la actividad turística se clasifican según la metodología propuesta por la OMT en las CST según el esquema siguiente:

Figura 5. Clasificación de los bienes y servicios turísticos



Fuente: Organización Mundial del Turismo (1998 p. 26 citado por Sancho, 2001)



2. Clasificación de los bienes y servicios turísticos

- a. Bienes específicos: aquellos relacionados directamente con el cliente turístico.
 - i. Productos característicos: son aquellos que en ausencia del fenómeno turístico desaparecerían por completo o su consumo se vería sensiblemente disminuido. Se asocian al turismo (hoteles, paquetes turísticos, restaurantes, servicios de ocio y recreo en zonas turísticas).
 - ii. Productos asociados o conexos: son consumidos en cantidades significativas por los visitantes, aunque en ausencia de turismo seguirían siendo consumidos por los residentes: por ejemplo: los taxis, transporte interurbano, museos, teatros, entre otros.
- b. Bienes no específicos: aquellos relacionados indirectamente con el cliente turístico (centros de salud, gasto farmacéutico, supermercados, entre otros)

3. Variables de la oferta turística

VARIABLES RELACIONADAS CON LA TIPOLOGÍA DEL PRODUCTO TURÍSTICO, SE REFIERE A LA CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA:

- a. Establecimientos de alojamiento colectivo
 - i. Hoteles
 - ii. Establecimientos especializados
 - iii. Otros establecimientos
- b. Establecimientos de alojamiento privado
 - i. Residencias, habitaciones alquiladas
 - ii. Apartamentos
- c. Oferta complementaria
 - i. Servicios de restauración
 - ii. Excursiones
 - iii. Museos
 - iv. Parques temáticos
 - v. Infraestructuras



3.1. Variables de la oferta turística en Costa Rica

Para comprender un poco mejor el aumento en la actividad turística es posible observar la evolución que han tenido la cantidad de habitaciones. Estas han mostrado un crecimiento anual de alrededor del 4.2% en el periodo 1995-2007, llegando a un máximo de 41340 habitaciones en el 2007. Los años de mayor crecimiento fueron 1996, 2001 y 2005, mientras que el menor crecimiento se presenta en 1998.

Además cabe destacar que para el 2007 la mayoría tanto de empresas de hospedaje (19.69%) como de habitaciones (28.51%) se encuentran en el Valle Central. Respecto al el número de empresas de hospedaje el Valle Central es seguido de Corcovado-Golfito o Pacífico Sur (13.60%), Guanacaste Norte (11.95%), llanuras del norte (11.83%) y el pacifico medio con (10.67%). Respecto al número de habitaciones el Valle Central es seguido por Guanacaste Norte (16.62%), pacifico medio (10.85%), llanuras del norte (9.7%) y Corcovado-Golfito o Pacífico Sur (9.4%).

Respecto a la cantidad de habitaciones en empresas con declaratoria turística la mayoría se encuentra en San José, seguido de Puntarenas y Guanacaste. De este mismo grupo en Guanacaste se encuentra la mayoría clasificadas con 5 estrellas, seguido de San José y Puntarenas. Con 4 estrellas el orden es San José-Guanacaste- Puntarenas, mientras que con 3 estrellas el orden es San José-Puntarenas- Guanacaste.



Tabla 18. Oferta total de hospedaje por cantidad de habitaciones y hoteles (variación porcentual con respecto al año anterior). 2001-2010.

Año	Habitaciones		Hoteles	
	Cantidad	Variación %	Cantidad	Variación %
2001	31,706	7.5	1,935	6.0
2002	33,126	4.5	2,074	7.2
2003	35,003	5.7	2,217	6.9
2004	36,299	3.7	2,325	4.9
2005	38,737	6.7	2,376	2.2
2006	40,811	5.4	2,576	8.4
2007	41,340	1.3	2,595	0.7
2008	41,759	1.0	2,599	0.2
2009	42,058	0.7	2,508	-3.5
2010	43,715	3.9	2,468	-1.6

Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010

Tabla 19. Oferta de habitaciones con declaratoria turística en operación y llegadas de turistas internacionales. (Variación porcentual con respecto al año anterior). 2001-2010

Año	Habitaciones con declaratoria		Turistas	
	Cantidad	Variación %	Cantidad	Variación %
2001	14,990	6.1	1,131,406	4.0
2002	15,172	1.2	1,113,359	-1.6
2003	15,611	2.9	1,238,692	11.3
2004	16,003	2.5	1,452,926	17.3
2005	16,696	4.3	1,679,051	15.6
2006	17,139	2.7	1,725,261	2.8
2007	17,258	0.7	1,979,789	14.8
2008	18,942	9.8	2,089,174	5.5
2009	20,489	8.2	1,922,579	-8.0
2010	21,019	2.6	2,099,829	9.2

Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010



Tabla 20. Número de empresas en proyectos y en operación con declaratoria turística según tipo, por provincia. 2010

PROVINCIA	TIPO DE EMPRESA							TOTAL
	Hospedaje	Agencias de Viajes	Alquiler de Automóviles	Transporte Acuático	Diversión y Gastronomía	Lineas Aéreas	Actividades Temáticas	
Total	552	398	24	31	465	28	20	1,518
San José	130	263	14	2	258	26	1	714
Alajuela	82	36	8	1	63	2	5	197
Cartago	12	4	0	2	29	0	2	49
Heredia	31	29	1	0	52	0	3	116
Guanacaste	123	9	1	7	31	0	1	172
Puntarenas	147	28	0	18	28	0	2	223
Llón	27	9	0	1	4	0	6	47
Porcentaje	36.4	26.2	1.6	2.0	30.6	1.8	1.3	100.0

Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010

A la vez se ha dado un aumento en la inversión aprobada a empresas declaradas turísticas, particularmente en los años 2005 (\$143.62 millones), 2006 (\$154.85 millones) y 2007 (\$259.1 millones). De esta inversión la mayoría es dedicada a hospedaje (86.47% en el 2005, 80.82% en el 2006 y 94.44% en el 2007).

Tabla 21. Inversión aprobada en empresas declaradas turísticas, según tipo de actividad. 2004-2008. Datos en dólares y colones

Actividad	2004	2005	2006	2007	2008
Hospedaje	16.300.483.413,4	59.334.648.987,3	63.991.688.660,1	126.402.068.444,0	349.069.882.307,4
Alquiler de Automóviles	2.640.307.220,0	644.836.000,0	2.012.046.740,3	487.548.295,0	--
Agencias de Viajes	189.040.524,1	455.841.064,4	347.432.687,0	408.486.110,0	2.125.854.495,0
Diversión y Gastronomía	4.520.646.529,6	7.994.797.819,3	3.495.102.240,5	6.308.761.941,9	7.583.819.465,0
Transporte Acuático	18.018.270,0	70.000.000,0	--	--	--
Servicio Aéreo	316.275.915,4	--	93.525.545,0	--	--
Marinas	614.680.200,0	--	8.666.195.976,0	--	--
T. Terr. Turístico	--	--	--	--	--
Renta de Caballos	--	--	--	--	--
Turis de Aventura	--	--	--	--	--
Actividades Tur.	--	122.163.500,0	571.859.255,0	241.727.500,0	7.979.308.159,7
Total	24.599.452.072,5	68.622.287.371,0	79.177.851.103,9	133.848.592.290,9	366.758.864.427,1
Inversión en \$	56.172.109,9	143.624.369,2	154.855.957,6	259.100.238,7	696.796.550,6

Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010



Tabla 22. Oferta de habitaciones con declaratoria turística en operación y llegadas de turistas internacionales (variación porcentual con respecto al año anterior). 2001-2010

Año	Habitaciones con declaratoria		Turistas	
	Cantidad	Variación %	Cantidad	Variación %
2001	14,990	6.1	1,131,406	4.0
2002	15,172	1.2	1,113,359	-1.6
2003	15,611	2.9	1,238,692	11.3
2004	16,003	2.5	1,452,926	17.3
2005	16,696	4.3	1,679,051	15.6
2006	17,139	2.7	1,725,261	2.8
2007	17,258	0.7	1,979,789	14.8
2008	18,942	9.8	2,089,174	5.5
2009	20,489	8.2	1,922,579	-8.0
2010	21,019	2.6	2,099,829	9.2

Fuente: Anuario Estadístico del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), 2010

3.2. Variables de la oferta turística de la Región de Murcia

El AECIT en su publicación del 2010 argumenta que a pesar de la disminución en la demanda como se aclaró anteriormente, en España se registra un crecimiento en la oferta turística de hoteles, sobre todo en la categoría media-alta, lo que redonda en una mayor calidad de los alojamientos ofertados y que se integra en las políticas de fomento de la calidad a través del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) y las certificaciones tanto de alojamientos como de destinos e instalaciones turísticas aunque en el 2009 se hayan registrado una caída en el número de certificaciones Q.

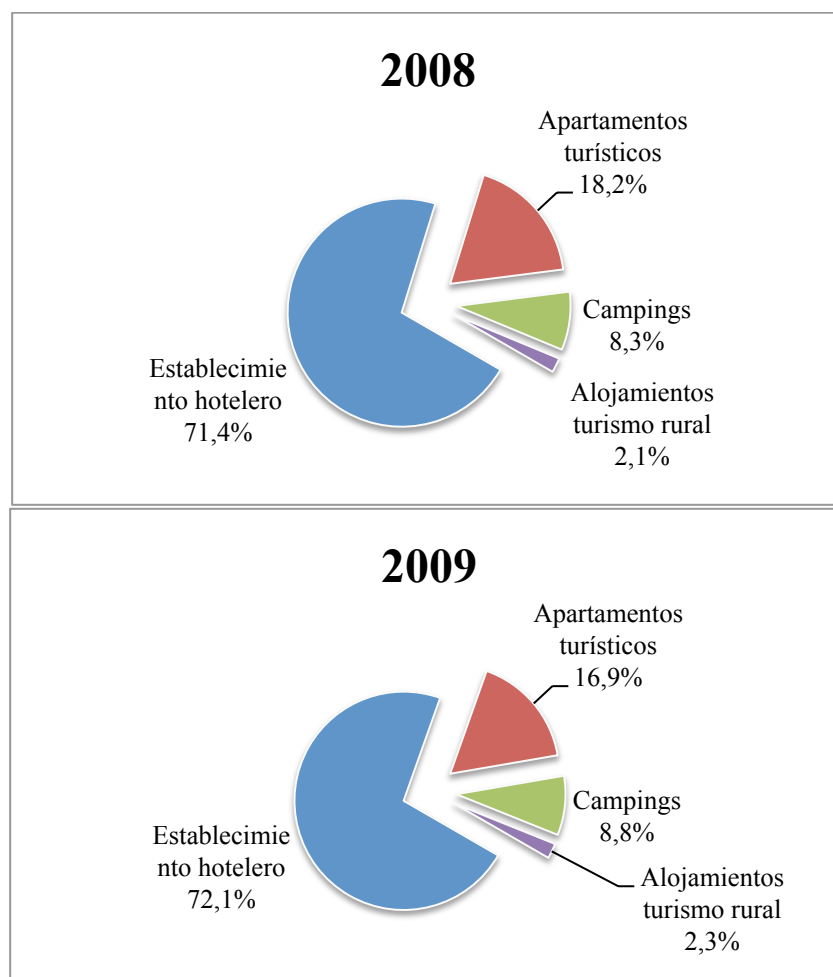


Tabla 23. Alojamientos turísticos. Principales resultados de la demanda. Datos provisionales. Período 2008 y 2009

	Pernoctaciones (millones)	
	2008	2009
Establecimientos hoteleros	268,4	251,9
Apartamentos turísticos	68,4	58,9
Campings	31,1	30,7
Alojamientos turismo rural	7,8	7,9
Total	375,7	349,4

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del INE

Gráfico 13. Alojamientos turísticos. Principales resultados de la demanda porcentual. Datos provisionales. Período 2008 y 2009



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del INE



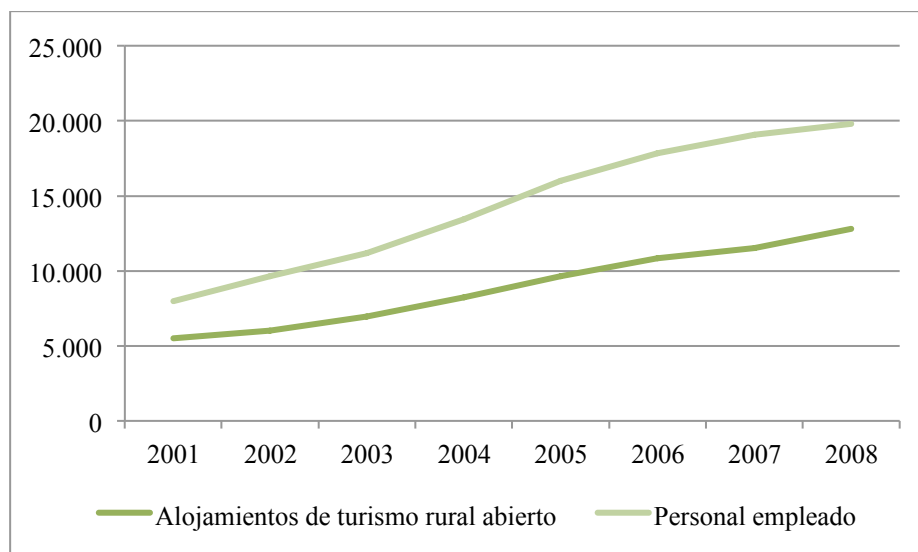
En el 2009 respecto al año anterior, disminuyen las pernoctaciones de no residentes en todos los tipos de alojamientos turísticos. En campings y alojamientos de turismo rural se produce aumento en el caso de los residentes (1,2% y 2,2%, respectivamente).

Tabla 24. Oferta de alojamientos en la Región de Murcia. Período 2008 y 2009

	2008		2009	
	Alojamientos	Plazas	Alojamientos	Plazas
Hospedería rural	22	15467	21	15623
Camping	6	166	6	166
Casa rural de alquiler	486	3000	500	3092
Casa rural en régimen compartido	2	17	2	17

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Unidad de Estudios y Estadística. Consejería de Cultura y Turismo. Región de Murcia.

Gráfico 14. Alojamientos de turismo rural abiertos y personal empleado. Total. Período 2001-2008

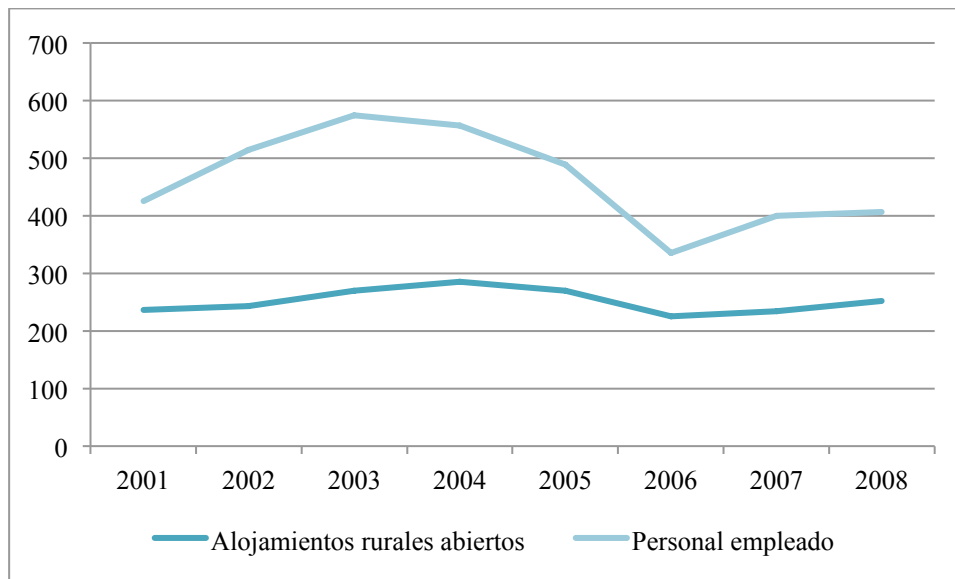


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Unidad de Estudios y Estadística. Consejería de Cultura y Turismo. Región de Murcia.



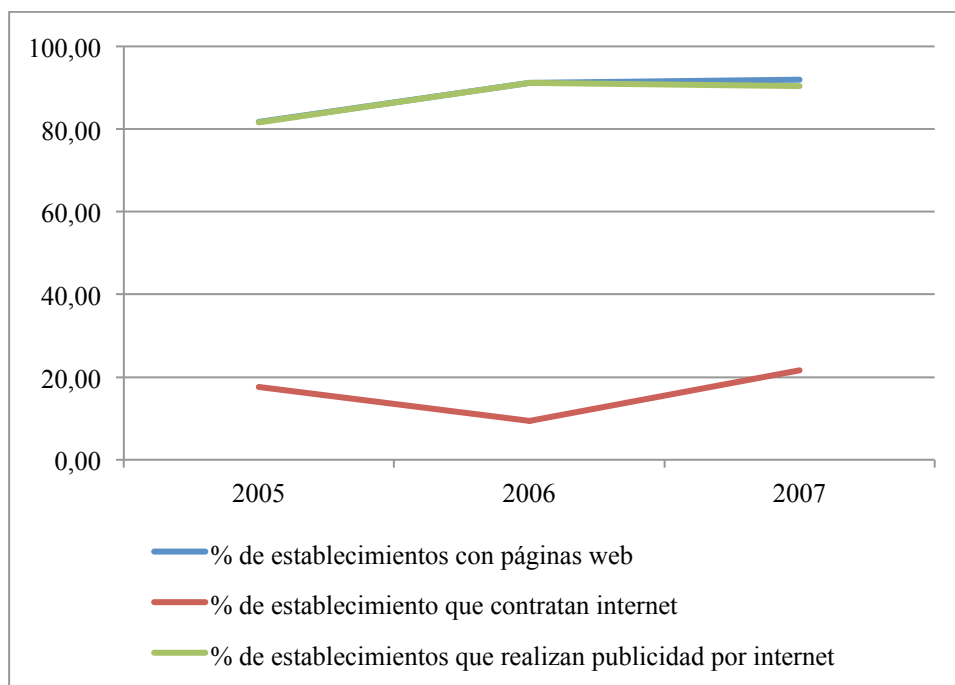
Gráfico 15. Alojamientos de turismo rural abiertos y personal empleado.

Región de Murcia



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Unidad de Estudios y Estadística. Consejería de Cultura y Turismo. Región de Murcia.

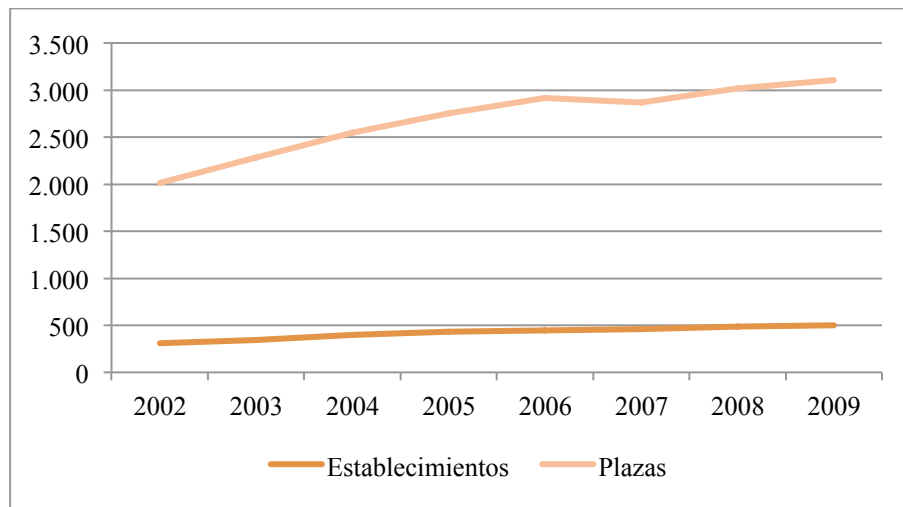
Gráfico 16. Establecimientos acceso a internet



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Unidad de Estudios y Estadística. Consejería de Cultura y Turismo. Región de Murcia.

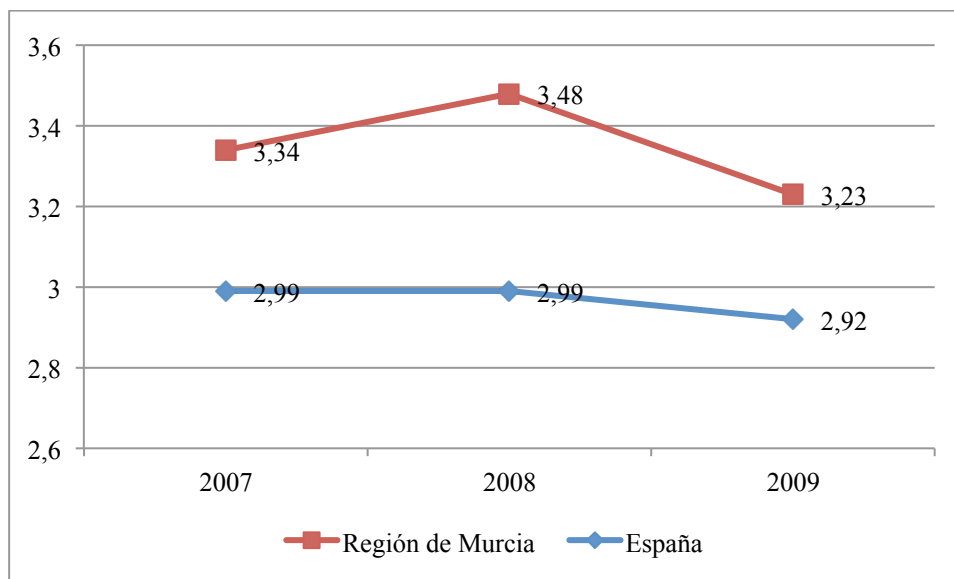


Gráfico 17. Evolución del número y plazas de casas rurales. Región de Murcia. Periodo 2002 - 2008



Fuente: Elaboración propia con datos del INE

Gráfico 18. Estancia media en alojamientos rurales. Período del 2007 al 2009



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Unidad de Estudios y Estadística. Consejería de Cultura y Turismo. Región de Murcia.

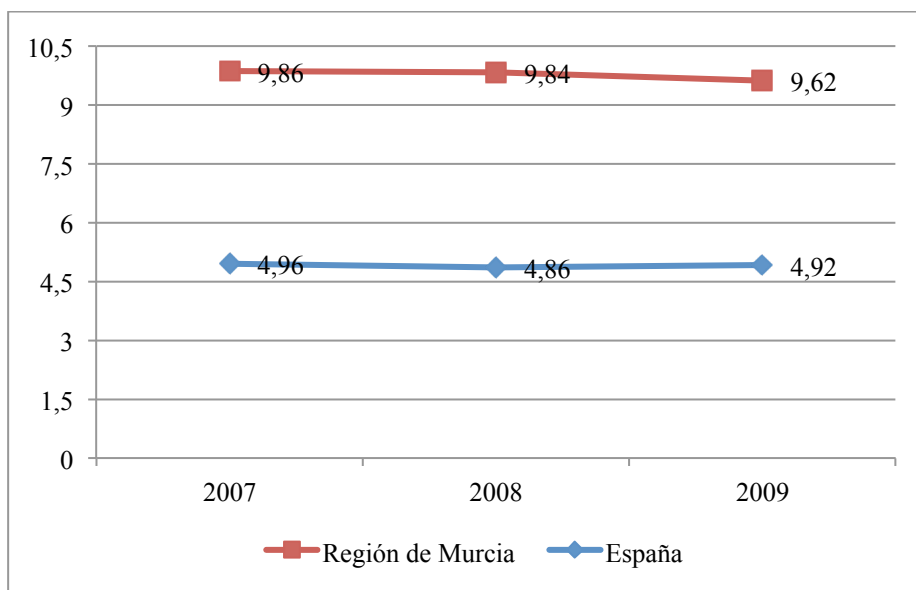
Es importante notar que la oferta de alojamientos no ha sufrido mayor cambio en el 2009 con respecto al año anterior. El cambio más significativo es en casa rural de alquiler, donde en el 2008 se registran 486 alojamientos con 3000 plazas, mientras que en el 2009 esos datos aumentan a 500 y 3092 respectivamente.



La estancia media de los visitantes en los alojamientos rurales es de aproximadamente tres días en España, mientras que en la Región de Murcia este dato aumenta de una manera importante en el 2008, donde se da el pico más alto (tres días y medio aproximadamente). En el 2007 y el 2009 sus valores rondan los 3,25 días. El gasto por día de una persona en este tipo de alojamiento, por lo menos en el año 2008 ascendía a un poco más de 70€⁶.

Por su parte la estancia media en camping se ha mantenido constante en la Región de Murcia igualmente que en España, aunque en éste último, su promedio es de 5 días, mientras que en el primero se mantiene casi en 10 días. El gasto por persona en este rubro, también en el 2008 era de casi 45€.

Gráfico 19. Estancia media en camping. Período del 2007 al 2009



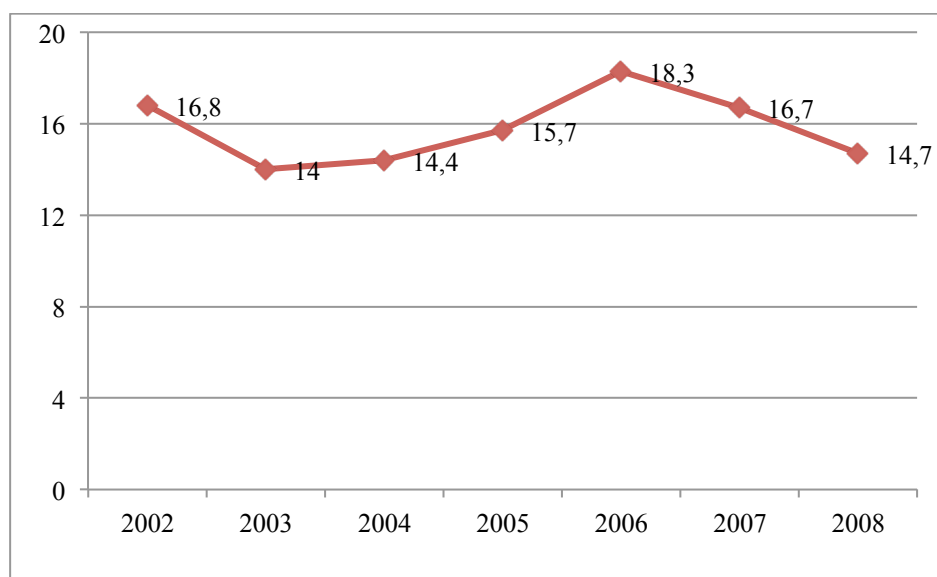
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Unidad de Estudios y Estadística. Consejería de Cultura y Turismo. Región de Murcia.

⁶ Consejería de Cultura y Turismo. Secretaría General. Unidad de Estudios y Estadísticas. (2008). Turismo en la Región de Murcia.



La ocupación en la Región de Murcia debido al turismo rural muestra su valor máximo en el 2006 (18,3), y empieza su descenso y en el 2008 llega a un valor de 14,7. El rendimiento ha disminuido, por tres factores básicos: la crisis, que hace cuidar más el dinero y hacer sacrificios, segundo, la venta de alojamientos es casi nula, pero reducir los precios empeora la situación ya que el turismo rural necesita también ser competitivo, y el tercero, la situación mundial frena la entrada de extranjeros que podrían reactivar este sector.

Gráfico 20. Evolución del grado de ocupación (%). Período del 2002 al 2008

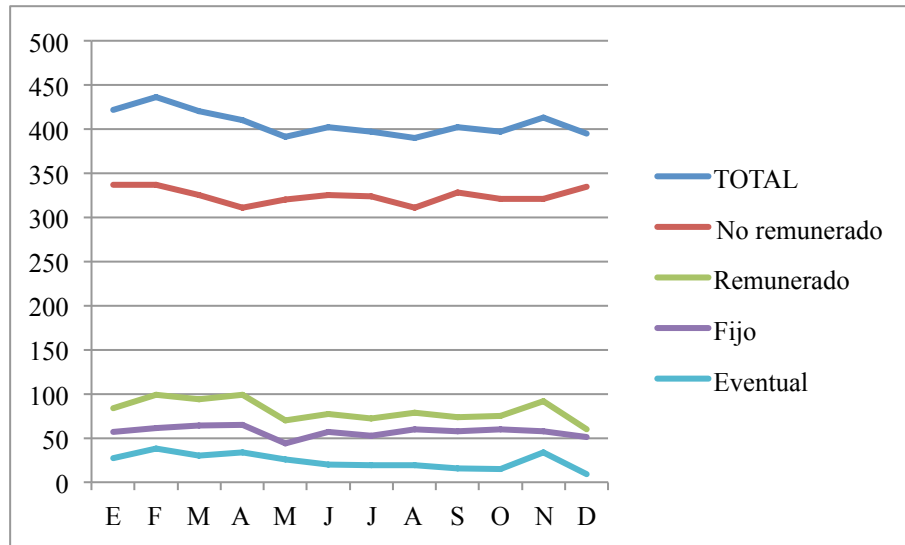


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Unidad de Estudios y Estadística. Consejería de Cultura y Turismo. Región de Murcia.

El personal ocupado no remunerado es el que tiene mayor importancia en el turismo rural, mientras que aquellos contratados con salario remunerado, fijo y eventual no sobrepasan más de los 100 puestos.

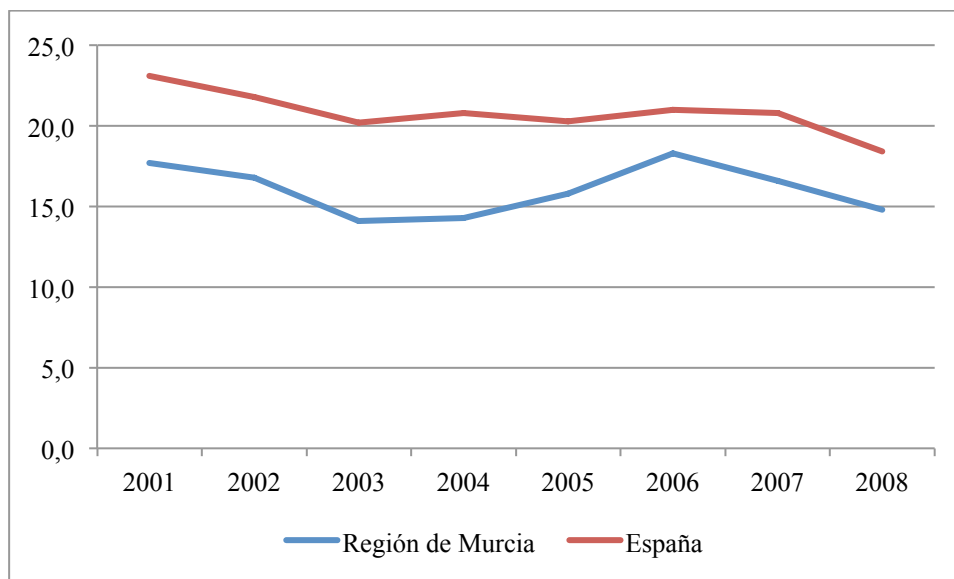


Gráfico 21. Personal ocupado según tipo de contratación por meses. Período 2008



Fuente: Elaboración propia con datos del INE

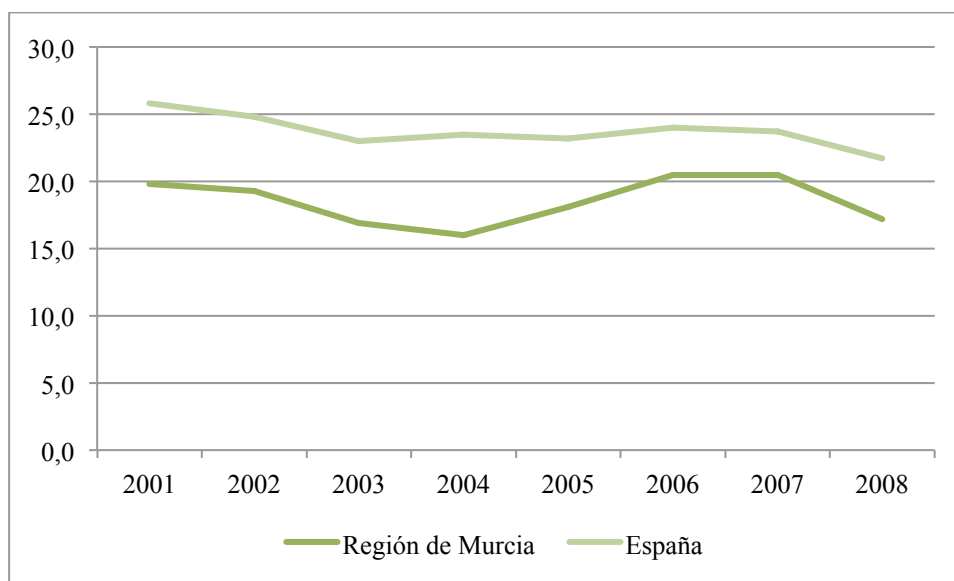
**Gráfico 22. Grado de ocupación por capacidad (%).
Total en España y la Región de Murcia. Período 2001-2008**



Fuente: Elaboración propia con datos del INE



**Gráfico 23. Grado de ocupación por habitaciones.
Total en España y la Región de Murcia. Período 2001-2008**



Fuente: Elaboración propia con datos del INE

3.3. Conclusiones importantes del capítulo

La siguiente tabla resume los principales aspectos analizados en la oferta para Costa Rica y la Región de Murcia (España).

Tabla 25. Características más importantes de la demanda en Costa Rica y la Región de Murcia

Característica	Costa Rica	Región de Murcia (España)
Hospedaje de turismo	2468	516
Plazas de turismo rural	21019	18898
Turistas	2 millones	676 mil

Fuente: Elaboración propia



III. MARCO EMPÍRICO



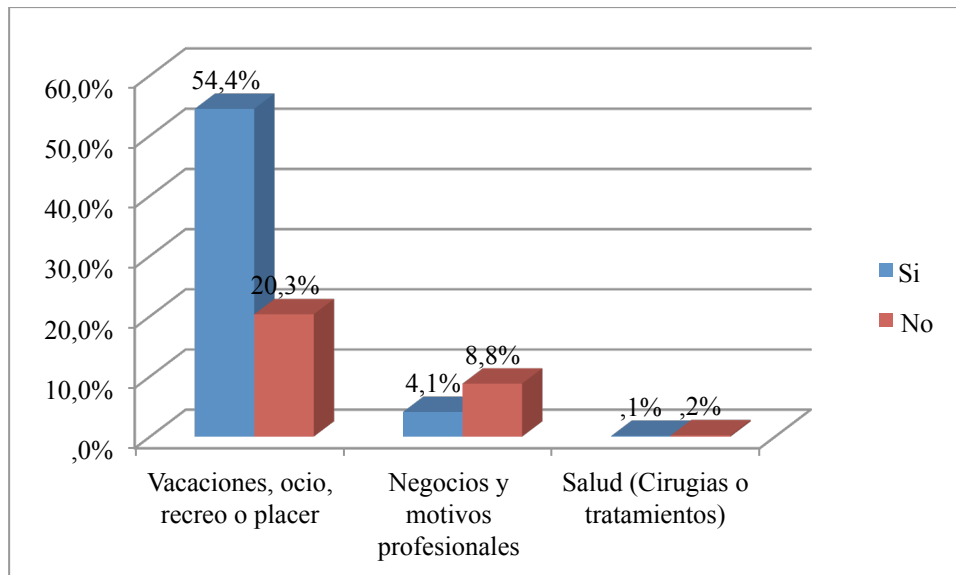
CAPÍTULO VI. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

1. Costa Rica

1.1. Motivo de la visita a Costa Rica

Los motivos principales para los turistas que visitan Costa Rica son las vacaciones, el ocio, el recreo o el placer, más de la mitad escogen Costa Rica para vacaciones. En menor medida los turistas que vienen por motivos profesionales y negocios, en menor medida los turistas de salud.

Gráfico 24. Motivo de la visita a Costa Rica



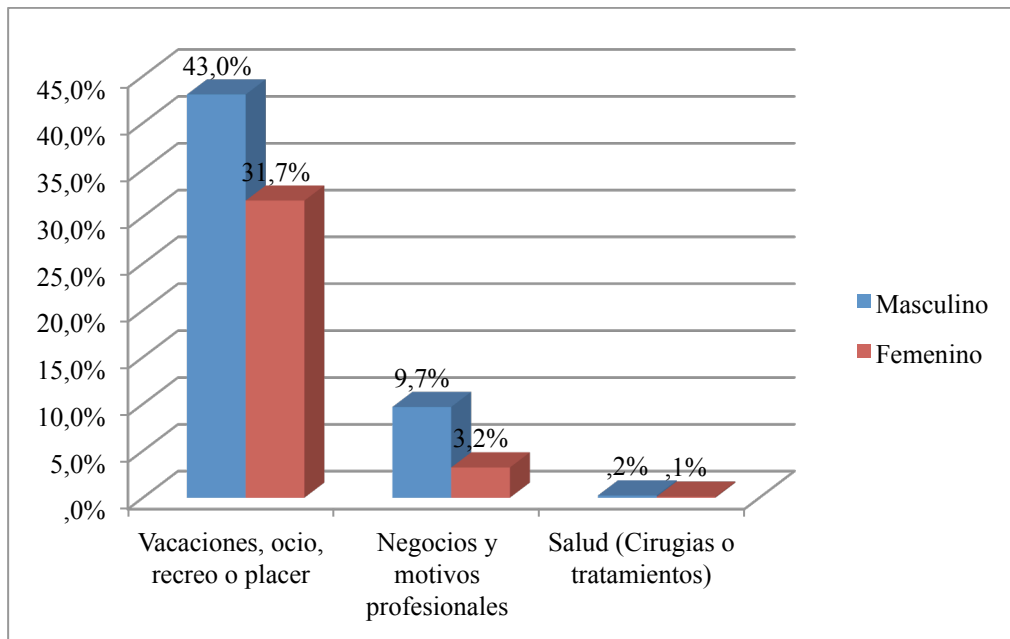
Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo, 2010



1.2. Sexo del entrevistado

Los hombres es el principal segmento del mercado que se dirige o viaja a Costa Rica para vacacionar.

Gráfico 25. Sexo del entrevistado



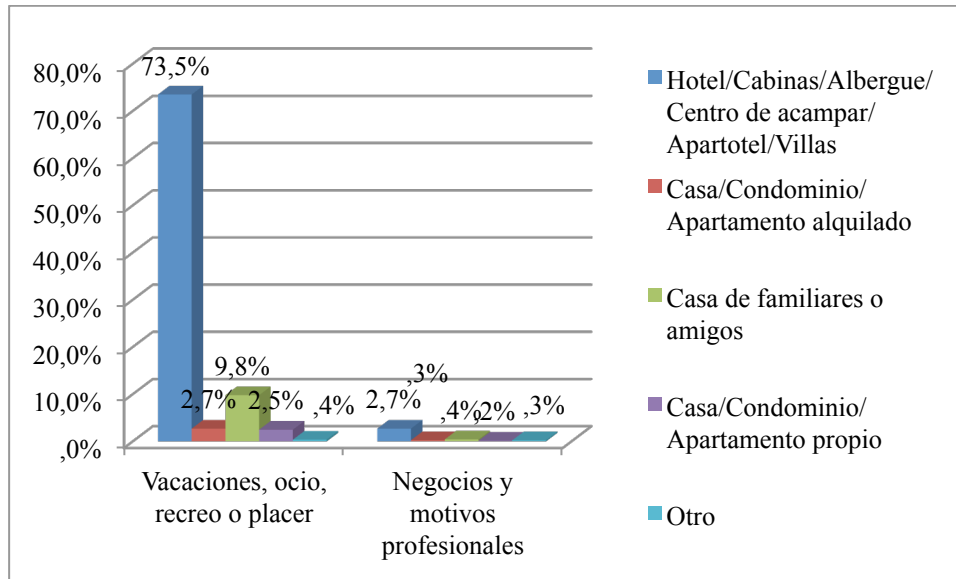
Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo, 2010

1.3. Tipo de hospedaje

Los visitantes que vienen a vacacionar a Costa Rica se hospedan principalmente en hoteles, pero igualmente en cabinas, albergues, centros especializados para acampar, apartoteles o villas. En segundo lugar su hospedaje es casa, condominio o apartamento alquilado.



Gráfico 26. Tipo de hospedaje



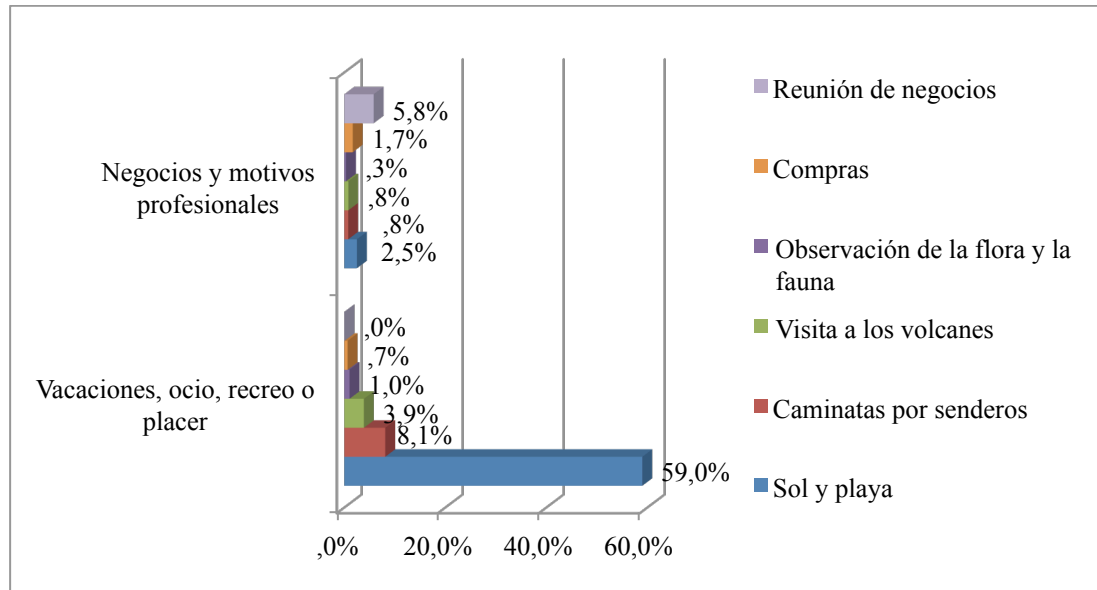
Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo, 2010

1.4. Actividades realizadas

Las principales actividades que realizan los turistas son, en primer lugar, actividades relacionadas al sol y playa, en segundo orden de importancia es la caminata por senderos, y en tercer lugar, la visita a los volcanes.



Gráfico 27. Actividades realizadas por el turista



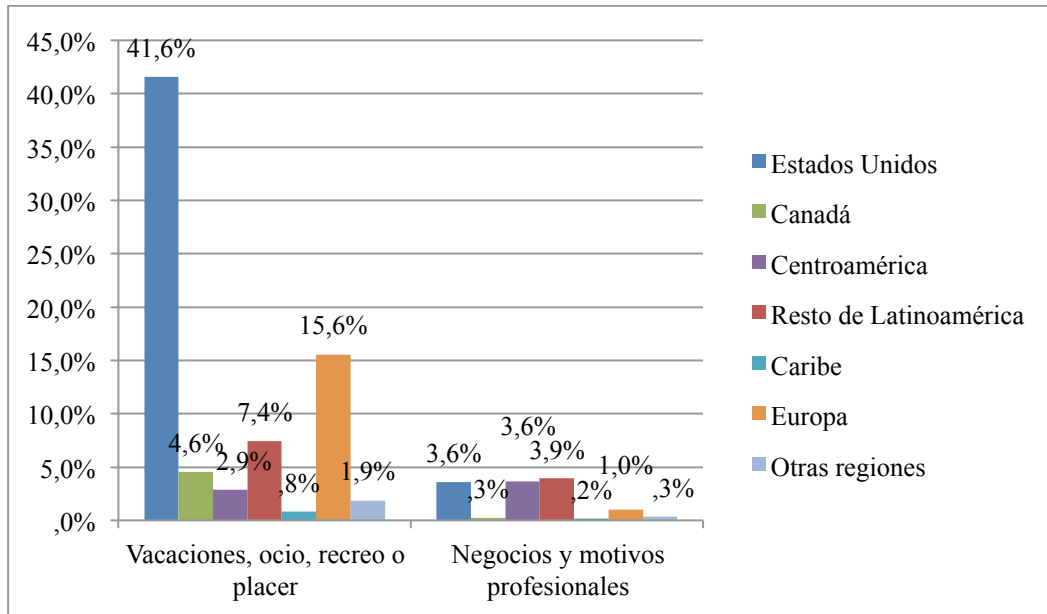
Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo, 2010

1.5. Regiones

El principal destino emisor de turistas para Costa Rica es Estados Unidos, le sigue Europa y en un tercer lugar, el resto de Latinoamérica. Luego Centroamérica, otras regiones y en última instancia el Caribe.



Gráfico 28. Regiones de donde provienen los turistas

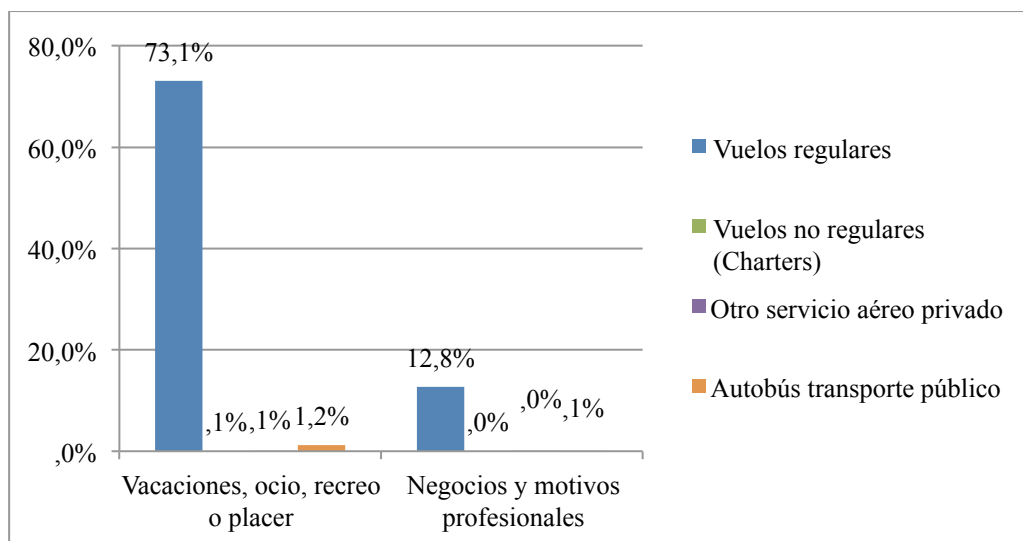


Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo, 2010

1.6. Medio de transporte utilizado

El principal medio de transporte utilizado por los turistas es la vía aérea.

Gráfico 29. Medio de transporte utilizado

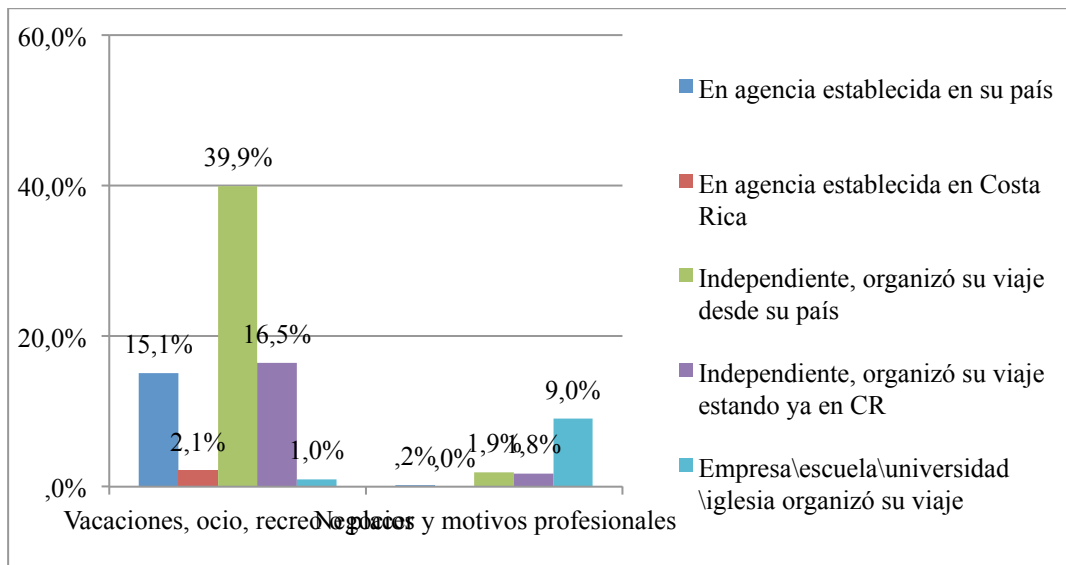


Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo, 2010



1.7. Modalidad del viaje

Gráfico 30. Modalidad del viaje



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo, 2010

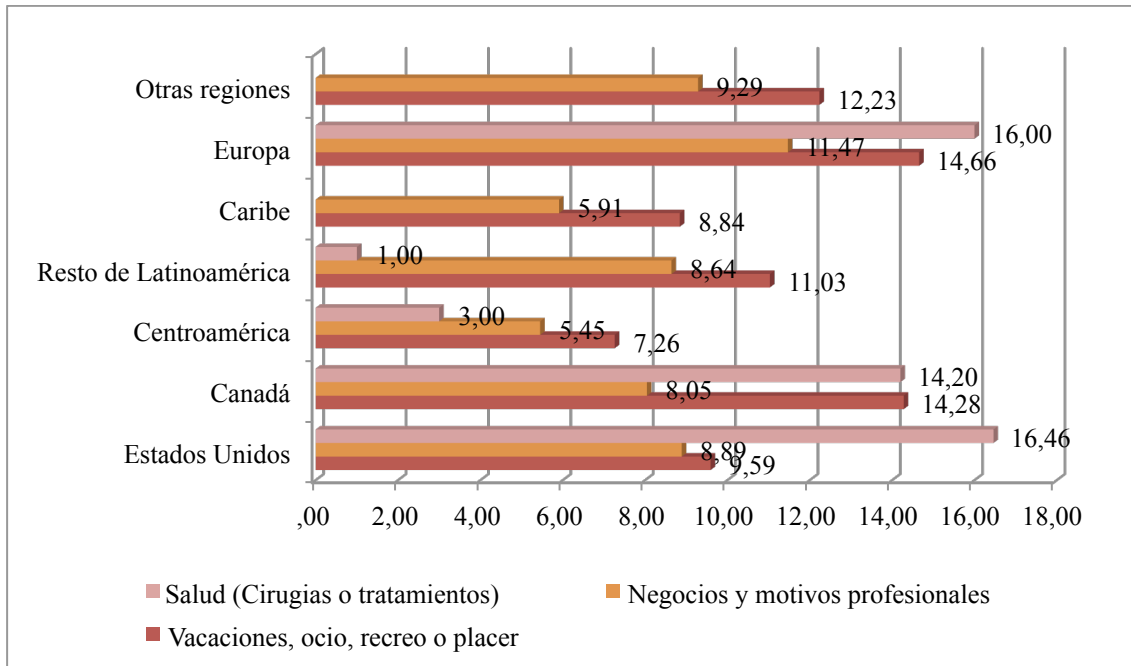
Los turistas que viajan a Costa Rica organizan su viaje independientemente y desde su país de origen. En segundo lugar, aquellos que organizaron su viaje estando ya en Costa Rica. Luego las agencias establecidas en su país.



1.8.Noches que pasó en Costa Rica

Aquellos turistas que vienen a Costa Rica por vacaciones, ocio, recreo o placer pasaron la noche en Costa Rica un promedio de 16 noches, es decir pernoctaron 16 días.

Gráfico 31. Noches que pasó en Costa Rica



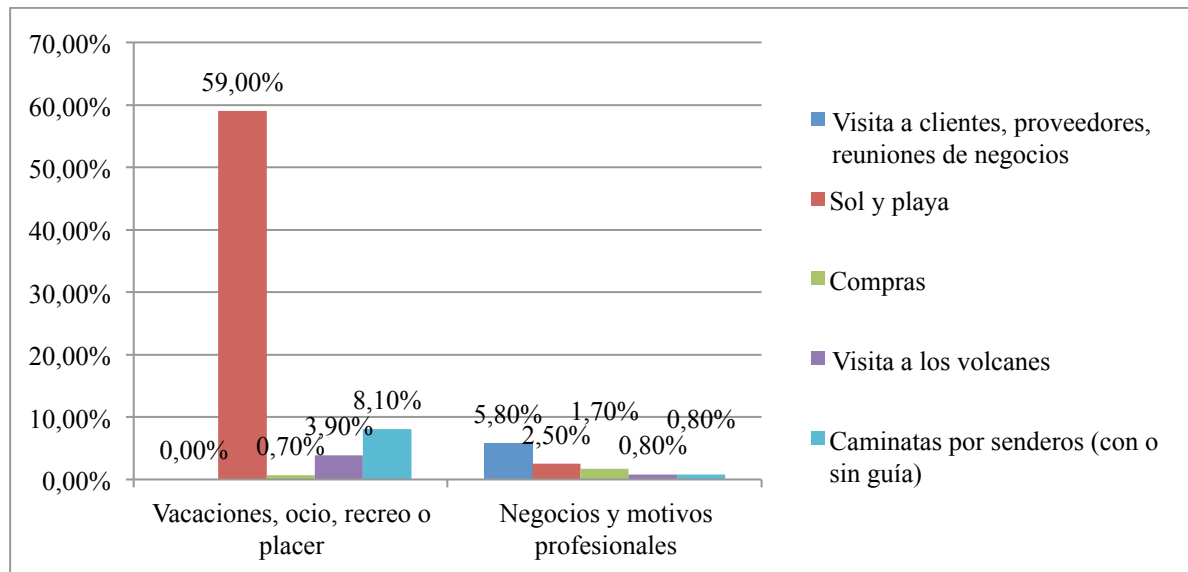
Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo, 2010



1.9. Actividades realizadas por los turistas en Costa Rica

Las principales actividades de los turistas se refieren a actividades de sol y playa, en segundo lugar a las caminatas por senderos, en tercer lugar las visitas a los volcanes.

Gráfico 32. Actividades realizadas por los turistas en Costa Rica



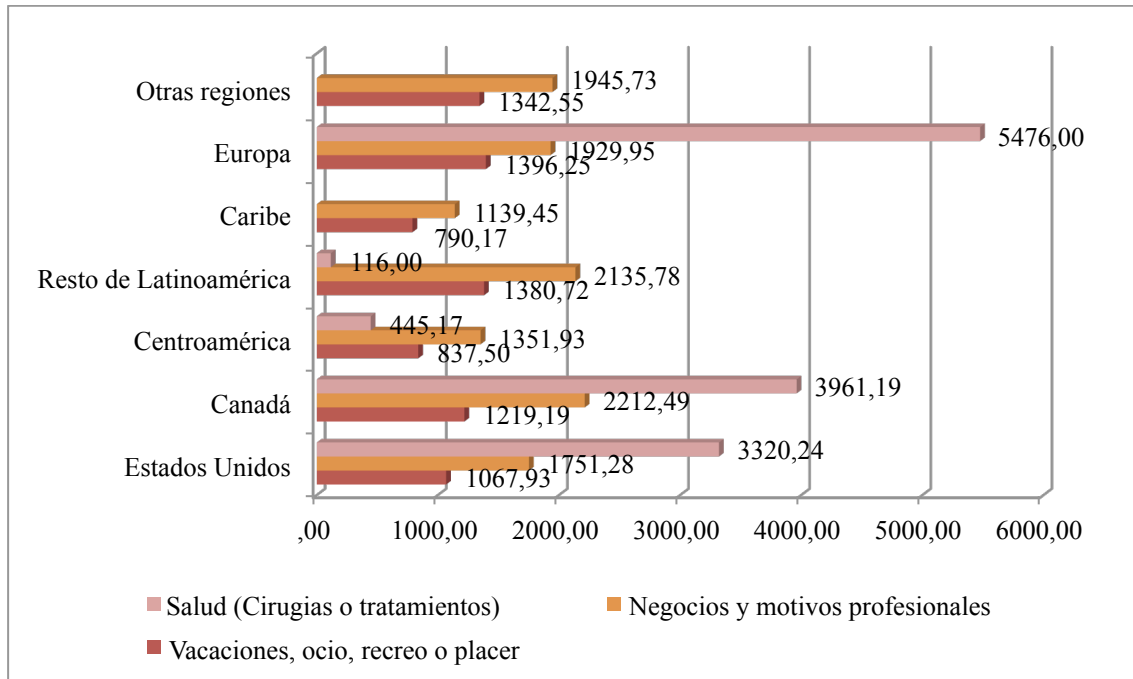
Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo, 2010

1.10. Gasto medio por persona (en dólares)

El promedio de gasto por persona en dólares, en esos 16 días, implica para los europeos, un gasto total de \$1.396,25 (997,3 euros), mientras que para los turistas de Estados Unidos este gasto representa casi \$1.100 (785,41 euros).



Gráfico 33. Gasto medio por persona (en dólares)



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Costarricense de Turismo, 2010



2. Región de Murcia

2.1. Turistas según la zona de alojamiento

Las principales zonas de alojamiento por las que tienen preferencia los turistas rurales son principalmente el Noroeste de la Región (53,2%) y el Valle de Ricote (26,8%). Otro destino con un alto porcentaje de importancia es Sierra Espuña, Mula (19,7%) y el resto de la Región sólo ocupa un 0,3% en la preferencia del visitante (Tabla 26). El gráfico 34 muestra claramente esta distribución porcentual.

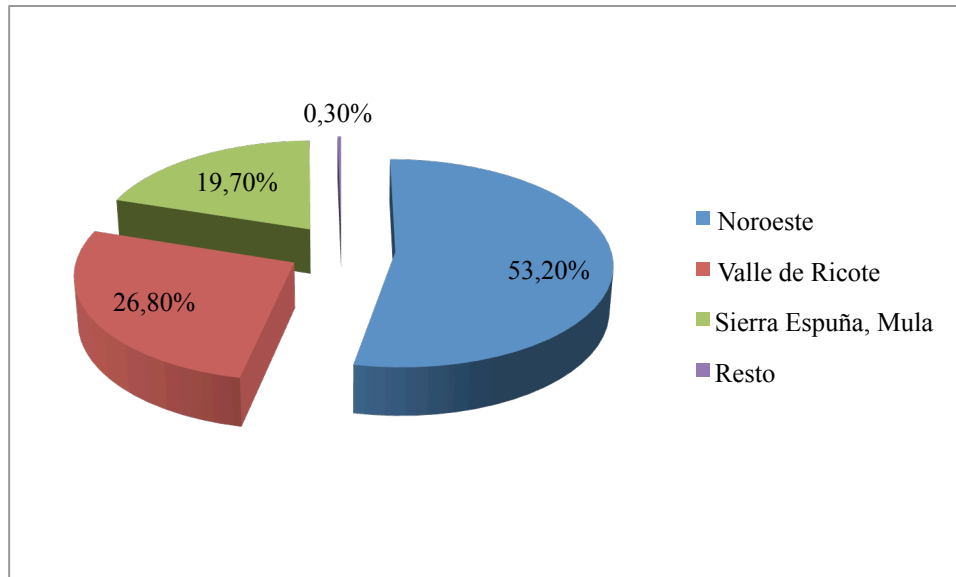
Tabla 26. Principales zonas de alojamiento de los turistas rurales. 2004-2008

Zonas de alojamiento	Turistas
Noroeste	595
Valle de Ricote	300
Sierra Espuña, Mula	221
Resto	3

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.



Gráfico 34. Distribución porcentual de las principales zonas de alojamiento de los turistas rurales. 2004-2008



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Las tablas de contingencia permiten identificar la zona de alojamiento de los turistas para cruces relevantes con su perfil, en este caso el género del turista. Una vez realizados estos cruces de variables, se aplica el test estadístico de la Chi-cuadrado de Pearson, contraste cuya hipótesis nula plantea la existencia de homogeneidad, no existencia de diferencias significativas, con respecto a una determinada variable a estudiar, entre los grupos o segmentos definidos por una variable de control.

El análisis desarrollado permite observar que el género del turista se ve influenciado por la zona de alojamiento de su preferencia. La variable relevante de control que muestra un rechazo de la hipótesis nula de igualdad es la zona en que alojan los turistas.



Tabla 27. Tabla de contingencia por género y zona de alojamiento

	Zona de alojamiento				Total
	Noroeste	Valle de Ricote	Sierra Espuña, Mula	Resto	
Hombre	336	171	159	3	669
Mujer	259	129	62	0	450
Total	595	300	221	3	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Los resultados del contraste (Tabla 27) utilizando las zonas de alojamiento como variables de control, al objeto de estimar diferencias significativas en el género del turista, permiten rechazar la hipótesis nula de homogeneidad de medias entre grupos con una significatividad asintótica del 100%, por lo que podemos identificar la existencia de diferencias significativas entre el género del turista según la zona de alojamiento. **Se observa en la Tabla 27 que la mayoría de personas alojadas en los destinos analizados son hombres.**

Tabla 28. Pruebas de chi-cuadrado desprendidas de la tabla 27

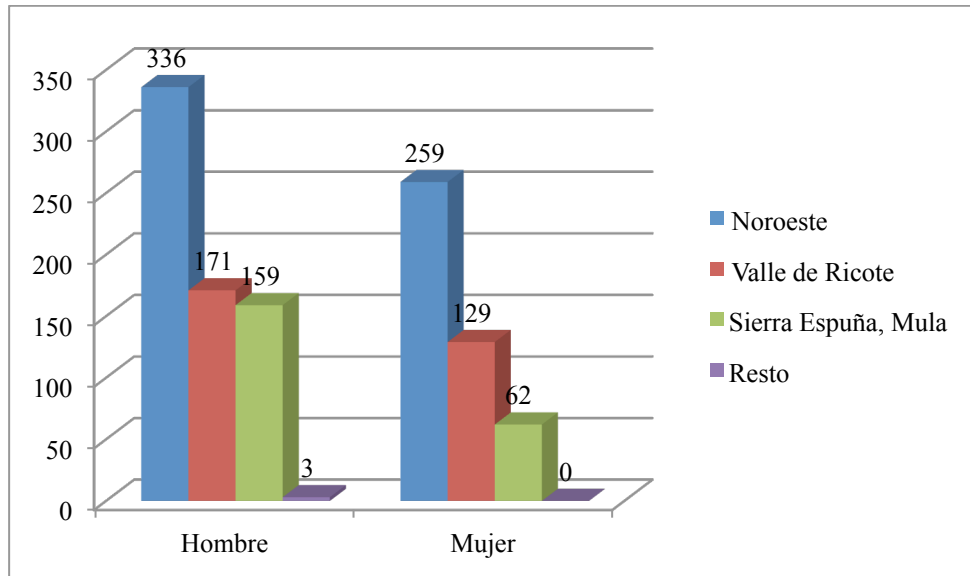
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19.298	3	.000
Razón de verosimilitudes	20.972	3	.000
Asociación lineal por lineal	17.502	1	.000

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

El Gráfico 54 muestra la distribución porcentual de los turistas por su género y por la zona de preferencia de su alojamiento.



Gráfico 35. Distribución porcentual por género y las zonas de alojamiento



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

En el caso del cruce entre la variable edad y zona de alojamiento existen diferencias significativas entre ellas, debido a los resultados del contraste (Tabla 30). La zona de mayor preferencia por parte de los turistas, según su grupo de edad es el Noroeste de la Región. **Aquellos turistas que tienen edades comprendidas entre los 36 a 45 años son los que predominan en todas las zonas de alojamiento, es decir, es el grupo de edad que más viaja a las regiones analizadas (Tabla 29).**

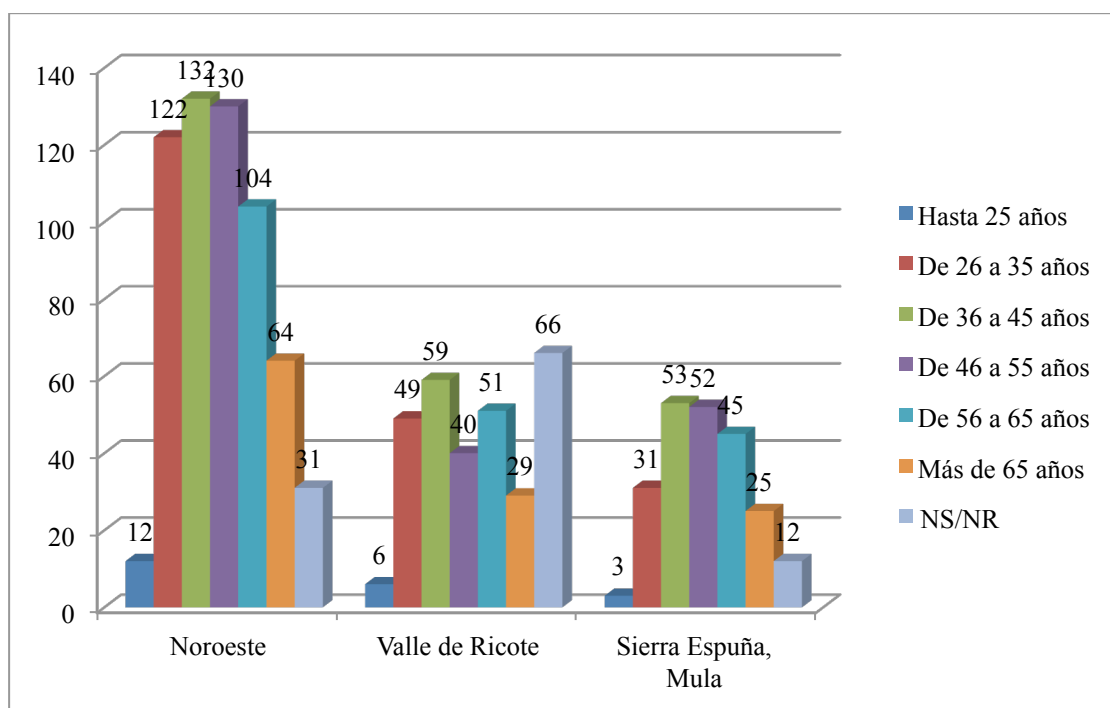


Tabla 29. Tabla de contingencia por edad y zona de alojamiento

	Zona de alojamiento				Total
	Noroeste	Valle de Ricote	Sierra Espuña, Mula	Resto	
Hasta 25 años	12	6	3	0	21
De 26 a 35 años	122	49	31	0	202
De 36 a 45 años	132	59	53	0	244
De 46 a 55 años	130	40	52	0	222
De 56 a 65 años	104	51	45	1	201
Más de 65 años	64	29	25	2	120
NS/NR	31	66	12	0	109
Total	595	300	221	3	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Gráfico 36. Zona de alojamiento y edad



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.



Tabla 30. Pruebas de chi-cuadrado desprendidas de la Tabla 29

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	90.793	18	.000
Razón de verosimilitudes	79.983	18	.000
Asociación lineal por lineal	2.254	1	.133

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Tabla 31. Tabla de contingencia por acompañamiento y zona de alojamiento

	Noroeste	Valle de Ricote	Sierra Espuña, Mula	Resto	
Sola/o	31	52	34	0	117
Con la familia	232	68	119	0	419
Con los amigos	175	63	33	0	271
En pareja	153	106	35	3	297
NS/NR	4	11	0	0	15
Total	595	300	221	3	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Tabla 32. Pruebas de chi-cuadrado desprendidas de la Tabla 31

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	127.688	12	.000
Razón de verosimilitudes	130.151	12	.000
Asociación lineal por lineal	30.664	1	.000

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Según el análisis de contraste realizado (Tabla 31). **Las zonas de alojamiento en las que realizan más viajes en compañía de familiares es el Noroeste y la Sierra Espuña, Mula. Por otro lado el Valle Ricote es preferido especialmente por las parejas como destino de alojamiento.**



2.2. Edad del turista

Tabla 33. Edad del turista rural. 2004-2008

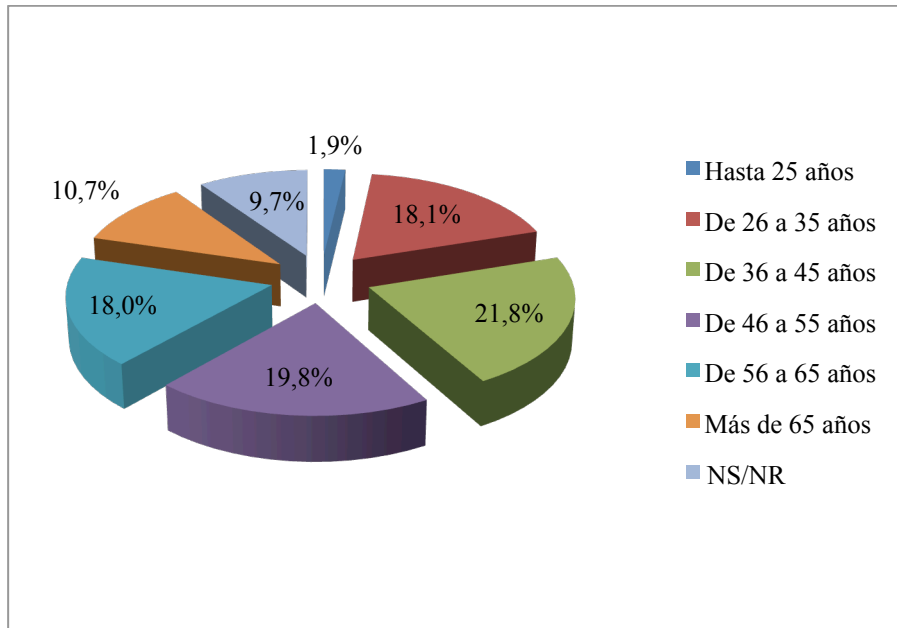
Edad	Turistas	Porcentaje (%)
Hasta 25 años	21	1.9
De 26 a 35 años	202	18.1
De 36 a 45 años	244	21.8
De 46 a 55 años	222	19.8
De 56 a 65 años	201	18.0
Más de 65 años	120	10.7
NS/NR	109	9.7
Total	1119	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Los turistas rurales de la Región de Murcia son adultos con edades comprendidas entre los 36 a 45 años y representan el 21,8% del total, el segundo segmento comprende edades entre los 46 a 55 años de edad (19,8) y los terceros en importancia serían en edades de 26 a 35 años (18,1%). **Es decir, casi el 60 % de los turistas rurales que visitan la Región de Murcia se distribuyen en edades de 26 a 65 años.**



Gráfico 37. Distribución porcentual de la edad del turista rural



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

La relación entre género y edad, según la prueba de contrastes muestra que se rechaza la hipótesis nula aceptando que no existe ninguna relación entre las variables género y edad.

El análisis realizado muestra que existen diferencias significativas entre la edad del turista y aquellos con quien decide visitar la región. La Tabla 34 muestra que aquellos más jóvenes (antes de 26 a 35 años) prefieren viajar con amigos, pero también lo hacen en una buena medida solos, mientras que los de los demás segmentos lo hacen en su mayoría con la familia.



Tabla 34. Tabla de contingencia por edad y acompañamiento

	Acompañamiento					Total
	Sola/o	Con la familia	Con los amigos	En pareja	NS/NR	
Hasta 25 años	4	4	10	2	1	21
De 26 a 35 años	27	45	76	54	0	202
De 36 a 45 años	20	105	60	57	2	244
De 46 a 55 años	14	117	36	54	1	222
De 56 a 65 años	12	88	35	61	5	201
Más de 65 años	14	44	21	40	1	120
NS/NR	26	16	33	29	5	109
Total	117	419	271	297	15	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Tabla 35. Pruebas de chi-cuadrado desprendidas de la Tabla 34

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	135.415 ^a	24	.000
Razón de verosimilitudes	134.206	24	.000
Asociación lineal por lineal	.237	1	.626

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.



2.3. Acompañamiento del turista

Tabla 36. Acompañamiento del turista rural. 2004-2008

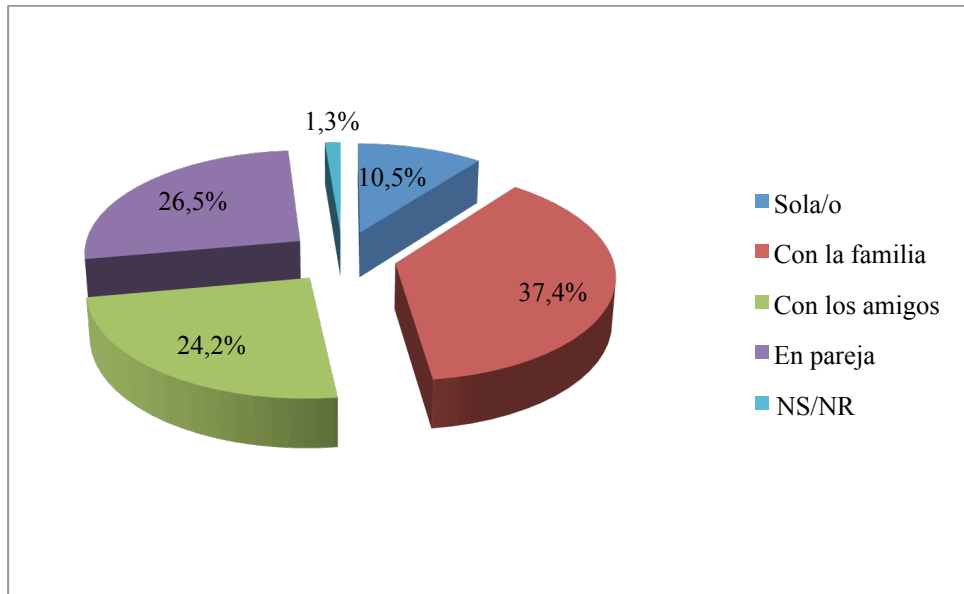
Acompañamiento	Turistas
Sola/o	117
Con la familia	419
Con los amigos	271
En pareja	297
NS/NR	15
Total	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

La familia es quien disfruta más de los viajes de turismo rural, ya que según se muestra en la Tabla 36, se comprueba que es este segmento de la demanda quienes aprovechan este tiempo para viajar (37,4%), siguen las parejas (26,5%) y en tercer orden de importancia con los amigos (24,2%).



Gráfico 38. Distribución porcentual del acompañamiento del turista



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Aquellos turistas que viajan solos o con amigos tienen edades que rondan entre los 26 a 35 años, mientras que los demás segmentos de edades lo hacen con su familia. La Tabla 37, muestra las relaciones entre la edad y el acompañamiento del turista rural y en la Tabla 38, se detalla que existen diferencias significativas en esta relación de variables.



Tabla 37. Tabla de contingencia por edad y acompañamiento

	Acompañamiento					Total
	Sola/o	Con la familia	Con los amigos	En pareja	NS/NR	
Hasta 25 años	4	4	10	2	1	21
De 26 a 35 años	27	45	76	54	0	202
De 36 a 45 años	20	105	60	57	2	244
De 46 a 55 años	14	117	36	54	1	222
De 56 a 65 años	12	88	35	61	5	201
Más de 65 años	14	44	21	40	1	120
NS/NR	26	16	33	29	5	109
Total	117	419	271	297	15	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Tabla 38. Pruebas de chi-cuadrado desprendidas de la Tabla 37.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	135.415 ^a	24	.000
Razón de verosimilitudes	134.206	24	.000
Asociación lineal por lineal	.237	1	.626

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

2.4. Tipo de alojamiento

La vivienda propia/gratuita es la preferida por los turistas rurales para realizar sus viajes (30,8%), así lo muestra la Tabla 39, en donde como segunda preferencia son los hoteles/apartotel (27,7%). Las casas rurales ocupa el tercer lugar en preferencia (16.6%).

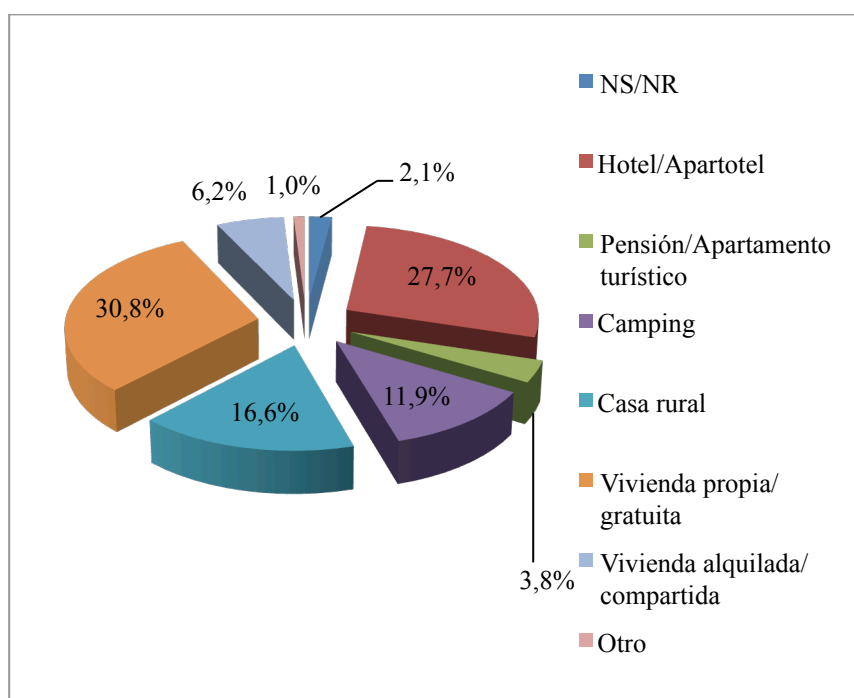


Tabla 39. Tipo de alojamiento del turista rural. 2004-2008

Tipo de alojamiento	Turistas
NS/NR	23
Hotel/Apartotel	310
Pensión/Apartamento turístico	42
Camping	133
Casa rural	186
Vivienda propia/gratuita	345
Vivienda alquilada/compartida	69
Otro	11
Total	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Gráfico 39. Distribución porcentual del tipo de alojamiento del turista rural



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Las relaciones entre la edad y el tipo de alojamiento muestran diferencias significativas que se detallan en la Tabla 40. Los jóvenes menores de 25 a 35 utilizan como alojamiento la vivienda propia/gratuita, mientras que los de 36 a 65 prefieren hospedarse en hoteles/apartoteles. Pero los mayores, al igual que en el caso de los jóvenes lo hacen en su propia vivienda.



Tabla 40. Tabla de contingencia por edad y tipo de alojamiento

	Tipo de alojamiento								Total
	A	B	C	D	E	F	G	H	
Hasta 25 años	1	3	0	3	5	8	0	1	21
De 26 a 35 años	3	50	8	25	40	69	4	3	202
De 36 a 45 años	15	53	5	42	65	44	14	6	244
De 46 a 55 años	2	68	14	24	37	60	17	0	222
De 56 a 65 años	0	80	6	22	20	52	20	1	201
Más de 65 años	0	36	8	10	13	44	9	0	120
NS/NR	2	20	1	7	6	68	5	0	109
Total	23	310	42	133	186	345	69	11	1119

A: NS/NR; B: Hotel/Apartotel; C: Pensión/Apartamento turístico; D: Camping; E: Casa rural;
F: Vivienda propia/gratuita; G: Vivienda alquilada/compartida; H: Otro

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Tabla 41. Pruebas de chi-cuadrado desprendidas de la Tabla 40

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	184.398 ^a	42	.000
Razón de verosimilitudes	184.843	42	.000
Asociación lineal por lineal	1.275	1	.259

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Igualmente, en la Tabla 42, se observan son significativas las relaciones entre el acompañamiento y el tipo de alojamiento. Aquellos visitantes que viajan solos lo hacen a su propia casa, los que viajan con sus familias, con amigos o en pareja prefieren los hoteles/apartoteles.



Tabla 42. Tabla de contingencia acompañamiento y tipo de alojamiento

	Tipo de alojamiento								Total
	A	B	C	D	E	F	G	H	
Sola/o	11	21	1	3	5	65	10	1	117
Con la familia	1	106	13	68	92	104	32	3	419
Con los amigos	4	85	21	26	43	75	11	6	271
En pareja	6	96	7	36	44	91	16	1	297
NS/NR	1	2	0	0	2	10	0	0	15
Total	23	310	42	133	186	345	69	11	1119

A: NS/NR; **B:** Hotel/Apartotel; **C:** Pensión/Apartamento turístico; **D:** Camping; **E:** Casa rural;
F: Vivienda propia/gratuita; **G:** Vivienda alquilada/compartida; **H:** Otro

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Tabla 43. Pruebas de chi cuadrado desprendidas de la Tabla 42

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	149.521 ^a	28	.000
Razón de verosimilitudes	142.701	28	.000
Asociación lineal por lineal	6.886	1	.009

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

2.5. Duración de estancia categorizada

Los turistas rurales se hospedan de 4 a 7 noches en su mayoría y representan el 34,2%, en segundo lugar los que lo hacen de 1 a 3 noches (29,7%) y un 22,4% los que lo hacen de 8 a 15 noches.

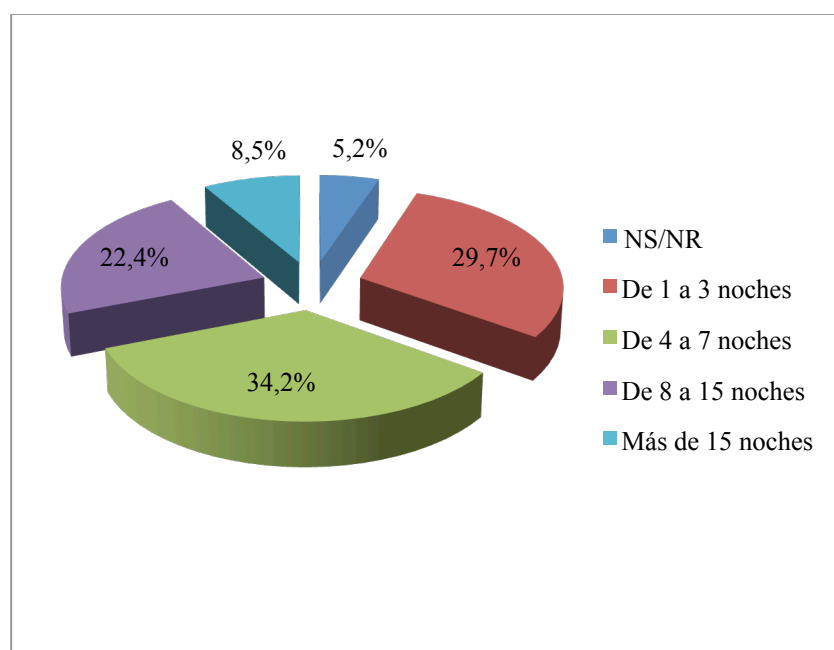


Tabla 44. Duración de la estancia de los turistas rurales

Duración de estancia categorizado	Turistas
NS/NR	58
De 1 a 3 noches	332
De 4 a 7 noches	383
De 8 a 15 noches	251
Más de 15 noches	95
Total	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Gráfico 40. Distribución porcentual de la duración de la estancia del turista rural



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.



2.6. Comunidad Autónoma de residencia

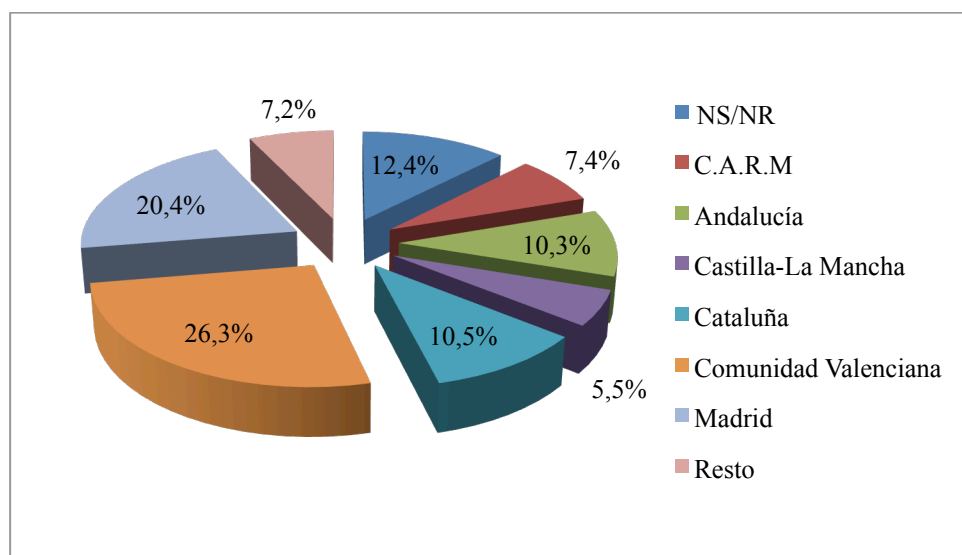
Tabla 45. Comunidad Autónoma de residencia de los turistas rurales

Comunidad autónoma de residencia	Turistas
NS/NR	139
C.A.R.M	83
Andalucía	115
Castilla-La Mancha	61
Cataluña	118
Comunidad Valenciana	294
Madrid	228
Resto	81
Total	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

La Comunidad Valenciana y Madrid son los principales lugares de los que provienen los turistas rurales, 26,3% y 20,4%.

Gráfico 41. Distribución porcentual de la Comunidad Autónoma de residencia de los turistas rurales



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.



En el caso de la edad y la Comunidad Autónoma de residencia se puede observar que existe una relación significativa entre las variables, por lo que aquellos turistas menores de 25 provienen principalmente de la CARM, los de edades entre 26 y 55 años los hacen desde la Comunidad Valenciana, mientras que los mayores de 56 lo hacen desde Madrid.

Tabla 46. Tabla de contingencia por edad y Comunidad Autónoma de residencia

	Tabla de contingencia								Total
	Comunidad autónoma de residencia								
	A	B	C	D	E	F	G	H	
Hasta 25 años	3	6	1	3	2	4	2	0	21
De 26 a 35 años	18	28	22	13	23	54	32	12	202
De 36 a 45 años	24	17	24	10	35	73	42	19	244
De 46 a 55 años	28	14	29	10	25	57	45	14	222
De 56 a 65 años	26	14	21	9	20	42	50	19	201
Más de 65 años	29	4	6	10	7	25	29	10	120
NS/NR	11	0	12	6	6	39	28	7	109
Total	139	83	115	61	118	294	228	81	1119

A: NS/NR; B: CARM; C: Andalucía; D: Castilla-La Mancha; E: Cataluña;

F: Comunidad Valenciana; G: Madrid; H: Resto

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Tabla 47. Pruebas de chi cuadrado desprendidos de la Tabla 46.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	95.600 ^a	42	.000
Razón de verosimilitudes	96.117	42	.000
Asociación lineal por lineal	4.421	1	.036

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.



2.7. Profesión del turista

Entre las profesiones que más se destacan son los funcionarios, empleados y jubilados que forman casi el 50% de la muestra.

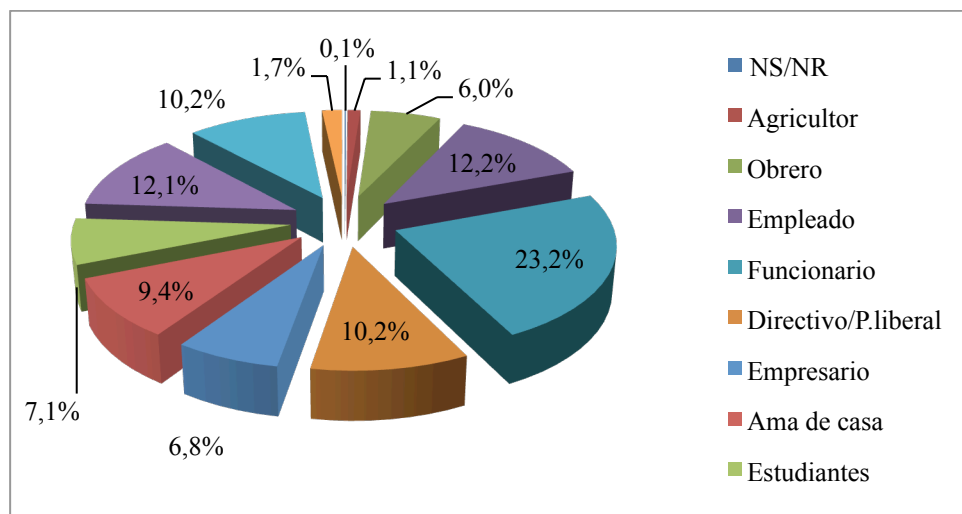
Tabla 48. Profesión del turista

Profesión del entrevistado	Turistas
NS/NR	1
Agricultor	12
Obrero	67
Empleado	136
Funcionario	260
Directivo/P.liberal	114
Empresario	76
Ama de casa	105
Estudiantes	80
Jubilado	135
Parado	114
Otro	19
Total	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.



Gráfico 42. Distribución porcentual de la profesión del turista



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

2.8. Número de personas que acompañan al turista rural

Tabla 49. Número de personas que acompañan al turista rural. 2004-2008

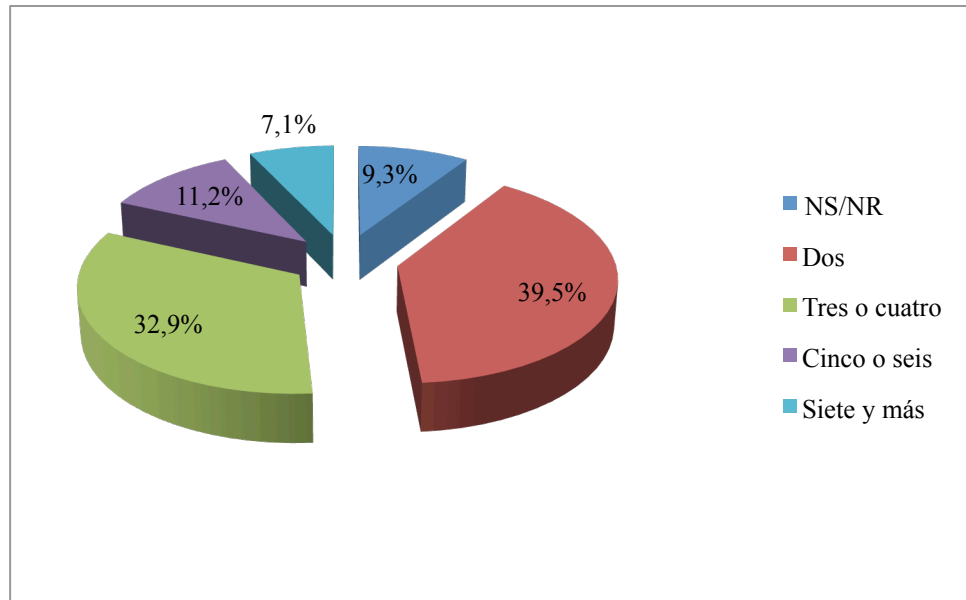
Número de personas	Turistas
NS/NR	104
Dos	442
Tres o cuatro	368
Cinco o seis	125
Siete y más	80
Total	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Los turistas rurales en el momento del estudio viajaban con dos personas más, aparte del turista (39,5%) y en segundo orden de importancia con tres o cuatro personas (32,9%).



Gráfico 43. Distribución porcentual del número de personas que acompañan al turista rural



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Las variables que relacionan el grupo de edad de los turistas con el número de personas que lo acompaña muestran diferencias significativas, según la tabla de contrastes realizada. Se observa que aquellos más jóvenes, hasta los 25 vienen en su mayoría con tres o cuatro personas más. Los de edades de 26 a 35 años de edad, con dos más, los de 36 a 45 años de edad igualmente con 3 o 4, los mayores de 46 con dos personas.



Tabla 50. Tabla de contingencia por edad y número de personas que acompañan al turista rural

	Número de personas					Total
	NS/NR	Dos	Tres o cuatro	Cinco o seis	Siete y más	
Hasta 25 años	4	5	6	3	3	21
De 26 a 35 años	30	84	56	17	15	202
De 36 a 45 años	14	80	93	38	19	244
De 46 a 55 años	23	79	85	21	14	222
De 56 a 65 años	11	92	62	24	12	201
Más de 65 años	17	56	31	10	6	120
NS/NR	5	46	35	12	11	109
Total	104	442	368	125	80	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Tabla 51. Pruebas de chi cuadrado desprendidas de la Tabla 50.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	49.768 ^a	24	.002
Razón de verosimilitudes	49.137	24	.002
Asociación lineal por lineal	.042	1	.837

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

2.9. Medio de transporte utilizado

Tabla 52. Medio de transporte utilizado por el turista

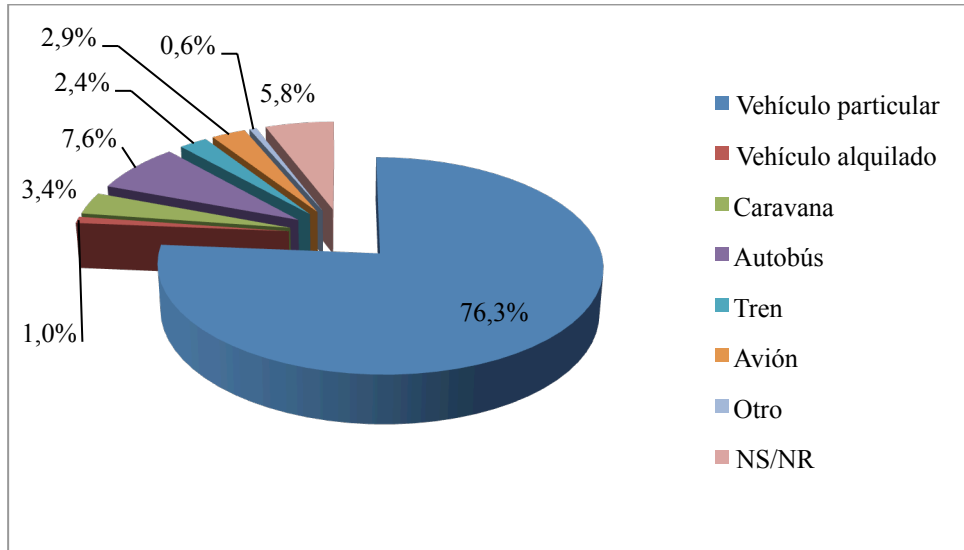
Medio de transporte utilizado	Turistas
Vehículo particular	854
Vehículo alquilado	11
Caravana	38
Autobús	85
Tren	27
Avión	32
Otro	7
NS/NR	65
Total	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010



El vehículo particular es sin duda alguna, el medio de transporte más utilizado por el turista rural, un 75% de ellos lo utiliza y complementa este aspecto el viaje por avión con un 7%.

Gráfico 44. Distribución porcentual del tipo de vehículo utilizado por el turista rural



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.



2.10. Localidad de pernoctación de los turistas rurales

Tabla 53. Localidad de pernoctación de los turistas rurales

Localidad de pernoctación	Turistas	Porcentaje
NS/NR	20	1.8
Abarán	13	1.2
Águilas	11	1.0
Alhama de Murcia	114	10.2
Archena	97	8.7
Blanca	28	2.5
Bullas	69	6.2
Calasparra	26	2.3
Caravaca de la Cruz	79	7.1
Cartagena	7	.6
Cehegin	13	1.2
La Manga Cartagena	36	3.2
Mazarrón	24	2.1
Moratolla	123	11.0
Murcia	59	5.3
Lorca	3	.3
Ojós	7	.6
Ricote	8	.7
Totana	58	5.2
Ulea	1	.1
Villanueva del río Segura	1	.1
Otros	322	28.8
Total	1119	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Como se observa, Moratolla y Alhama de Murcia son los lugares de preferencia por los turistas rurales para pernoctar, respectivamente con 10,99% y 10,19%.



4.11. Cantidad prevista de gasto en la CARM

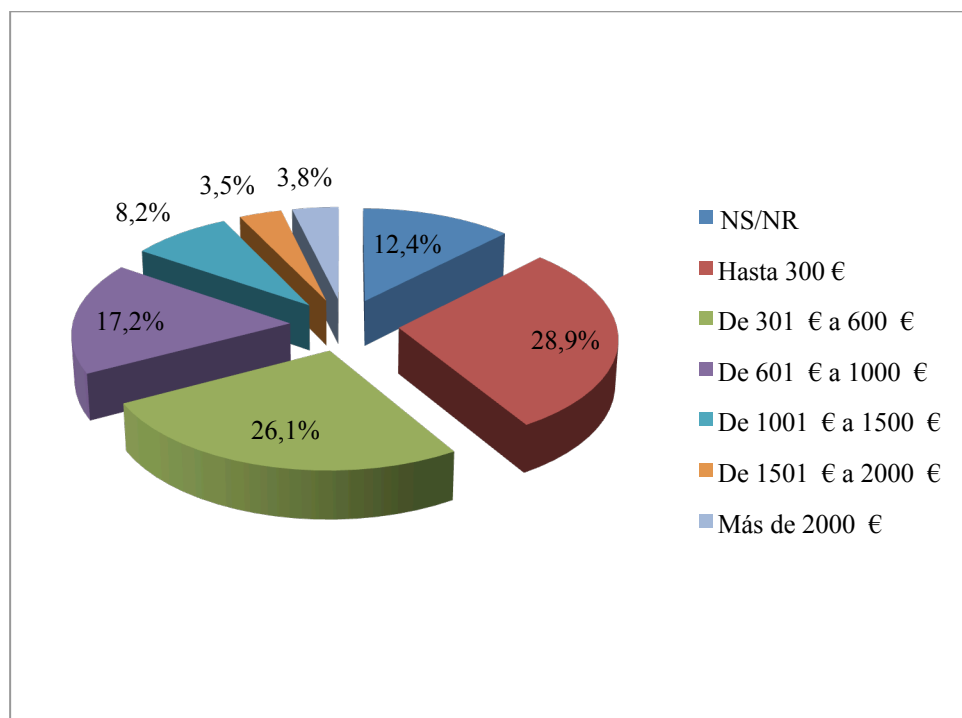
Tabla 54. Cantidad prevista de gasto en la CARM

Cantidad prevista de gasto en la CARM	Turistas
NS/NR	139
Hasta 300 €	323
De 301 € a 600 €	292
De 601 € a 1000 €	192
De 1001 € a 1500 €	92
De 1501 € a 2000 €	39
Más de 2000 €	42
Total	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

La cantidad prevista de gasto en la CARM por parte de los turistas rurales es de hasta 300 € (29,9%), continúan aquellos que gastan de 300 € hasta 600 € con un 26,1%.

Gráfico 45. Distribución porcentual de la cantidad prevista de gasto en la CARM



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.



Como se observa en la Tabla 56, el análisis de contrastes muestra que existen diferencias significativas entre los cruces de variables, por lo que los hombres gastan mucho más dinero (de 301 € a 600 €), mientras que las mujeres gastan no más de 300 €.

Tabla 55. Tabla de contingencia por género y cantidad prevista de gasto

	NS/NR	Cantidad prevista de gasto en la CARM						Total
		Hasta 300 €	De 301 € a 600 €	De 601 € a 1000 €	De 1001 € a 1500 €	De 1501 € a 2000 €	Más de 2000 €	
Hombre	74	169	182	124	64	26	30	669
Mujer	65	154	110	68	28	13	12	450
Total	139	323	292	192	92	39	42	1119

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

Tabla 56. Pruebas de chi-cuadrado desprendidos de la tabla 55

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19.382 ^a	6	.004
Razón de verosimilitudes	19.510	6	.003
Asociación lineal por lineal	15.944	1	.000

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.



4.12. Actividades realizadas o a realizar durante las vacaciones

Las principales actividades realizadas por los turistas cuando vienen a la Región, es sin duda, disfrutar del sol, playa, montaña y naturaleza.

Tabla 57. Actividades realizadas o a realizar durante las vacaciones

Actividades realizadas o a realizar durante las vacaciones	Turistas	Porcentaje
Disfrutar del sol/playa-montaña/naturaleza	137	12.2
Senderismo	1	.1
Pasear/disfrutar de la naturaleza	4	.4
Visitar monumentos y museos	16	1.4
Compras/servicios personales	32	2.9
Realizar excursiones	9	.8
Entretenimiento nocturno	6	.5
Asistir a fiestas y conciertos	3	.3
Otras	60	5.4
NS/NR	851	76.1
Total	1119	100.0

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Consejería de Cultura y Turismo, Unidad de Estudios y Estadística de la Región de Murcia, 2010.

5. Principales conclusiones del estudio estadístico:

Tabla 58. Variables principales de comparación para Costa Rica y la Región de Murcia

Variable	Costa Rica	Región de Murcia
Nacionalidad	Internacional	Nacional
Sexo del turista	Masculino	Masculino
Tipo de hospedaje	Hotel/Cabinas	Vivienda propia gratuita
Medio de transporte	Aérea	Vehículo propio
Promedio de noches	14 noches	4-7 noches
Gasto total (euros)	1000	300

Fuente: Elaboración propia



Resulta interesante observar que muchos de los turistas que llegan a la Región de Murcia, son nacionales, mientras que en Costa Rica, la mayoría son internacionales, como se aclaró en el punto de demanda, principalmente del Norte y Sur de América.

El tipo de turista principalmente que llega es masculino para ambas regiones. Su lugar de hospedaje para el visitante de Costa Rica es en hotel o en cabinas (cabañas de hospedaje con todos los servicios básicos) mientras que los turistas de la Región lo hacen en su vivienda, lo que implica una segunda residencia.

El medio de transporte para llegar a Costa Rica es por vía aérea, mientras que la Región de Murcia, es por medio de vehículo propio. El promedio de noches entre uno y otro tiene una marcada diferencia porque mientras en Costa Rica, el turista promedio descansa 14 noches, en la Región de Murcia, lo hace de 4 a 7 noches.

Por otro lado, el gasto también presenta una marcada diferencia, mientras que en la Región de Murcia el gasto aproximado es de 300 euros, en Costa Rica, se eleva a casi 1000 euros, por lo que se puede explicar el cambio en el hospedaje, ya que los turistas de la Región de Murcia no contabilizan ese gasto.



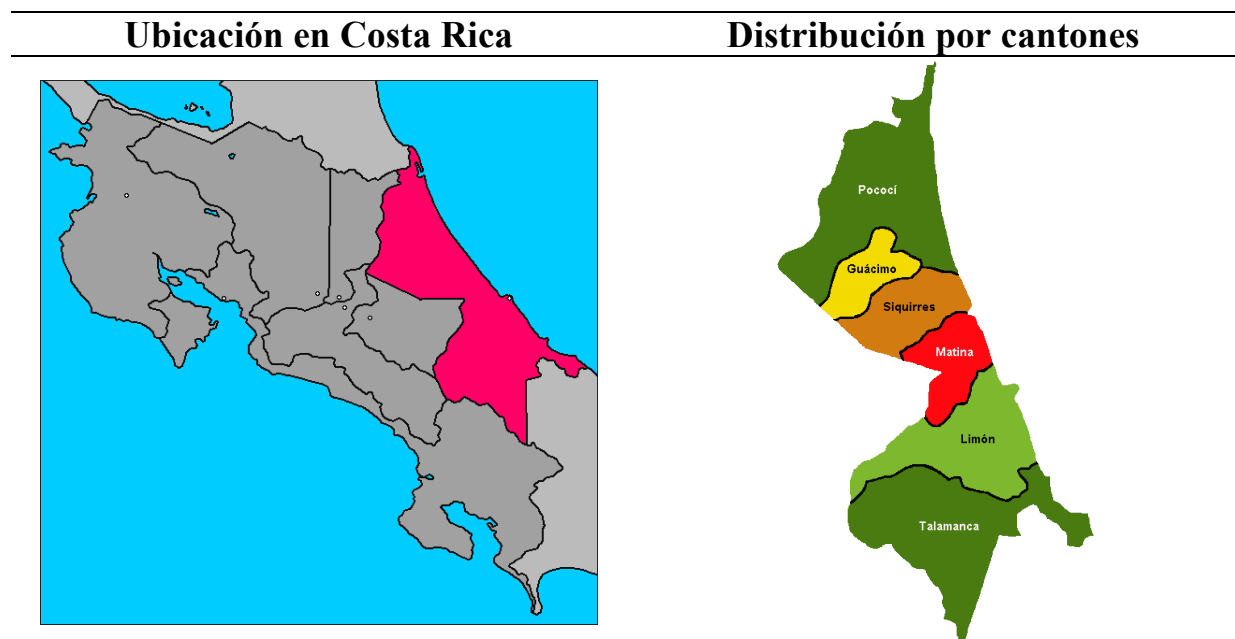
CAPÍTULO VIII. UN CASO DE ESTUDIO: EL CARIBE

1. Aspectos conceptuales

1.1. La provincia de Limón

La provincia de Limón colinda al norte con el Mar Caribe y Nicaragua, al sur con la provincia de Puntarenas y Panamá, al este con el Mar Caribe y al oeste con la provincia de Cartago. Está dividido en seis cantones (o municipalidades): Guácimo, Pococí, Siquirres, Matina, Limón y Talamanca (García et al. 2010).

Figura 6. Ubicación de la provincia de Limón y distribución por cantones



Fuente: www.luventicus.org

Fuente: <http://sindecalescr.blogspot.com>



1.2. Modelo de desarrollo turístico de la Provincia de Limón

El estilo de desarrollo turístico en Limón corresponde a un turismo rural y un modelo integrado tendiente a relativamente integrado ya que presenta una mayor participación de las poblaciones locales en la gestión del turismo (Hiernaux, 2002 citado por García 2010). Consta de empresas pequeñas y de mediana magnitud, como principales actores de la actividad, que buscan conservar lo autóctono de la zona. La infraestructura hotelera está en manos nacionales y extranjeros residentes principalmente.

Asimismo, es importante resaltar como origina de este modelo un tipo de turismo comunitario, donde las empresas o miniempresas se desarrollan gracias al uso de los recursos naturales sin alterar su equilibrio.

Sin embargo, la poca iniciativa comercial en la zona, ha propiciado el desarrollo de proyectos con inversión extranjera que poco a poco se han ido apoderando de las tierras, especialmente de las costeras. Si bien es cierto que se integran en las comunidades como habitantes del lugar, mantienen la condición de los lugareños originales como asalariados, lo que le da un tinte de modelo de enclave sin llegar a serlo, pues en su mayoría son conscientes de que los dos atractivos principales del Caribe costarricense son sus recursos naturales y su particularidad cultural por lo cual asumen políticas conservacionistas y de respecto a lo autóctono creando así una especie de híbrido cultural.

La actividad comercial dirigida a la captación y servicio de turistas en esta zona es muy restringida, esto no es por causa de falta de áreas con potencial turístico sino que, al igual que las zonas costeras, las iniciativas comerciales son muy pocas y la infraestructura y servicios idóneos son extremadamente limitados por lo cual sus atractivos turísticos son subutilizados.

La zona central limonense no ha resultado atractiva para la inversión privada y el Estado ha hecho inversiones muy pequeñas. Asimismo, presenta problemas que van en total desarmonía con un desarrollo turístico sostenible, lo cual sugiere la necesidad de realizar modificaciones sustanciales que permitan a la provincia el desarrollo de todo su potencial y que responda a las expectativas del turismo ecológico. Esto significa fortalecer una actitud conservacionista



pues, aún en las zonas que promocionan como principal atractivo sus recursos naturales, existen problemáticas serias como es el limitado y casi inexistente manejo de desechos sólidos, problemas de deficiencias o carencias de infraestructura adecuada para evacuación de aguas negras, y la deforestación.

Pero ha habido iniciativas comunales para buscar respuesta a esta problemática, especialmente en el manejo de desechos sólidos. El crecimiento de turismo en Limón, como en prácticamente todo el país, ha obedecido a un desarrollo turístico de crecimiento espontáneo, propiciado por los recursos naturales existentes.

Es importante tomar en cuenta que existe la carencia de un ordenamiento territorial adecuado y la ausencia de planes reguladores actualizados acordes con las políticas de sostenibilidad requeridas.

Es por esta razón que se hace necesario el estudio de diferentes factores que afectan a la provincia de Limón en su desarrollo turístico. El análisis que se realiza pretende dar un panorama de las principales características del turista, es decir se pretende crear el perfil del turista que visita la zona de Limón.



2. Perfil del turista que presenta la provincia de Limón

2.1. Zona Turística

La zona turística más visitada en la provincia de Limón en Costa Rica, es la región denominada Puerto Viejo, con casi el 40,40% de las visitas, como segundo lugar se encuentra Tortuguero con un 36,70% de las visitas.

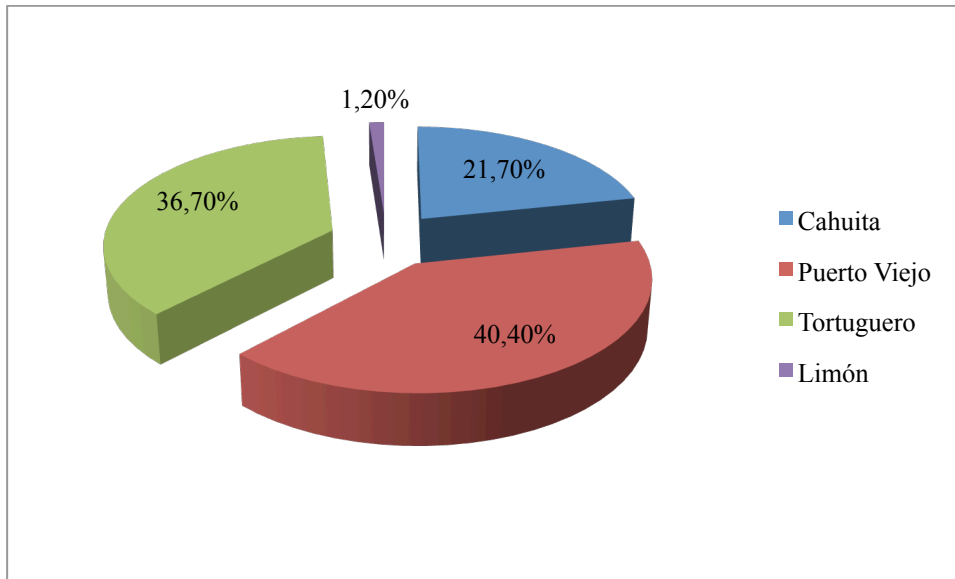
Tabla 59. Turistas por zona turística

Zona turística	Frecuencia
Cahuita	71
Puerto Viejo	132
Tortuguero	120
Limón	4
Total	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Gráfico 46. Distribución porcentual de los turistas por zona turística



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



2.2.Zona Turística de procedencia

Tabla 60. Zona turística de procedencia

Zona turística	Frecuencia	Porcentaje
Venezuela	3	0,9%
Estados Unidos	67	20,5%
Costa Rica	99	30,3%
Francia	17	5,2%
España	21	6,4%
Inglaterra	12	3,7%
Suiza	10	3,1%
Israel	6	1,8%
Alemania	18	5,5%
Finlandia	3	0,9%
Holanda	12	3,7%
Noruega	2	0,6%
Canadá	13	4,0%
Argentina	5	1,5%
Italia	2	0,6%
Colombia	1	0,3%
Uruguay	4	1,2%
Nicaragua	2	0,6%
Chile	2	0,6%
Australia	1	0,3%
Irlanda	4	1,2%
Marruecos	1	0,3%
Escocia	1	0,3%
Dinamarca	5	1,5%
Sueca	2	0,6%
Perú	2	0,6%
Guatemala	1	0,3%
Bélgica	3	0,9%
Panamá	1	0,3%
México	5	1,50%
Republica Checa	1	0,3%
Austria	1	0,3%
Total	327	100,0%

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Estados Unidos y España son los países de los que proceden la mayoría de turistas. Pero existe un alto porcentaje de costarricenses que hacen turismo a esa zona (30,3%).



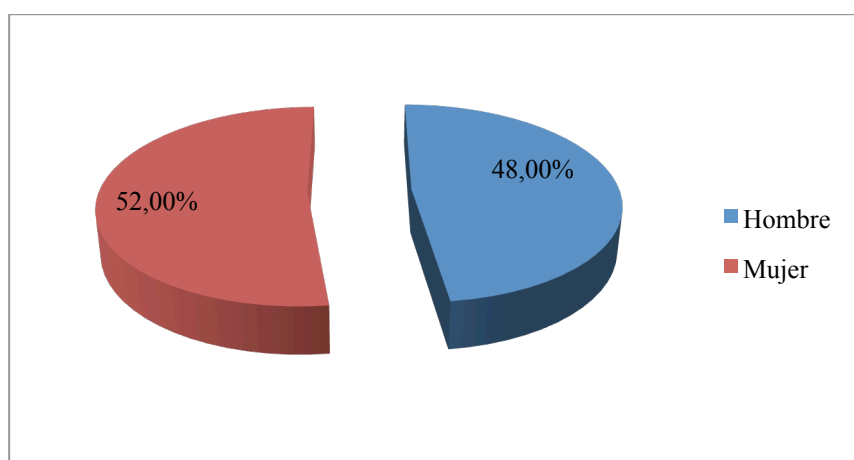
2.3. Sexo

Tabla 61. Sexo del turista

Sexo	Frecuencia
Hombre	157
Mujer	170
Total	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Gráfico 47. Distribución porcentual por sexo del turista



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



2.4. Estudios finalizados

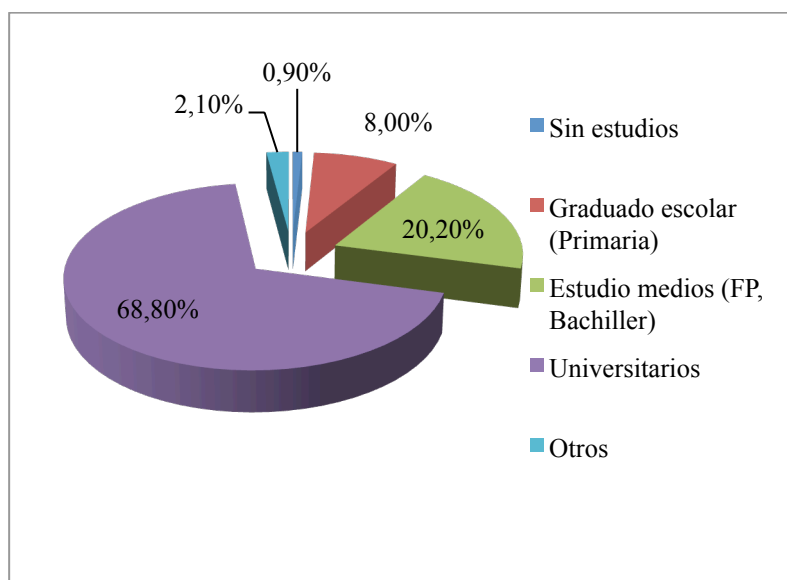
Si se toman en cuenta las características de género y estudios finalizados del turista, se puede destacar que la mayoría, tanto hombres como mujeres son universitarios, por lo que su nivel de estudios es elevado.

Tabla 62. Estudios finalizados del turista

Estudios finalizados	Frecuencia
Sin estudios	3
Graduado escolar (Primaria)	26
Estudio medios (FP, Bachiller)	66
Universitarios	225
Otros	7
Total	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Gráfico 48. Distribución porcentual de los estudios finalizados de los turistas



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Tabla 63. Sexo y estudios finalizados del turista

	Estudios finalizados					Total
	Sin estudios	Graduado escolar (Primaria)	Estudio medios (FP, Bachiller)	Universitarios	Otros	
Hombre	2	17	34	102	2	157
Mujer	1	9	32	123	5	170
Total	3	26	66	225	7	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Tabla 64. Tabla de contingencia por sexo y estudios finalizados

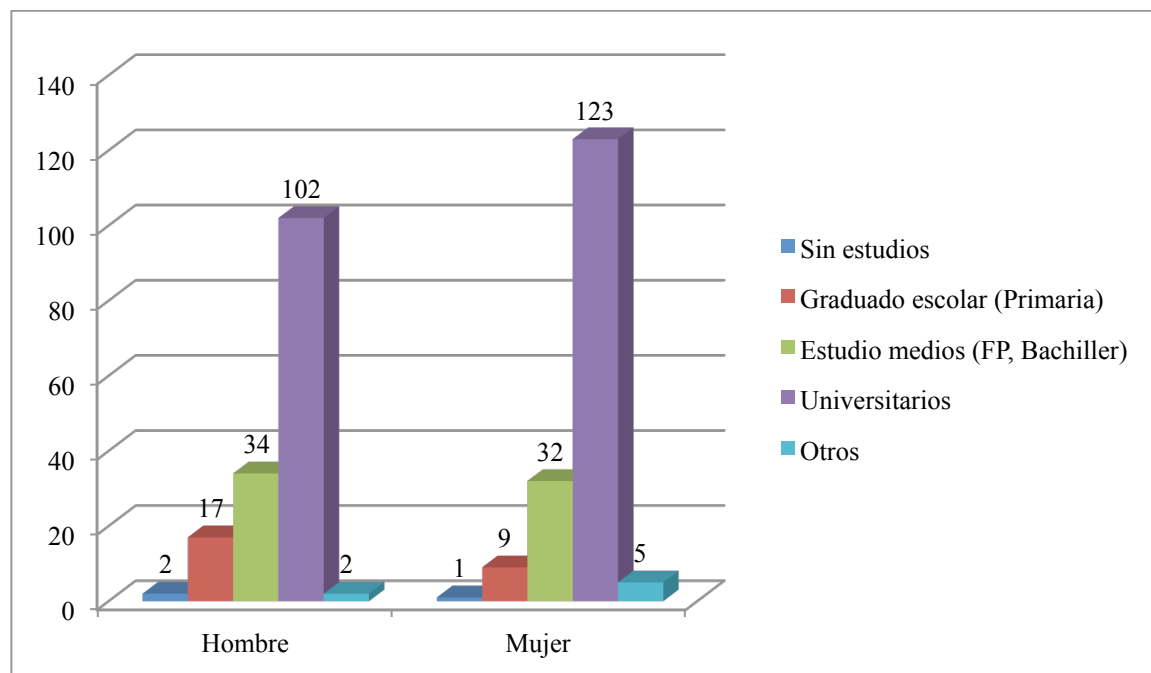
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,593 ^a	4	,232
Razón de verosimilitudes	5,677	4	,225
Asociación lineal por lineal	5,167	1	,023
N de casos válidos	327		

a. 4 casillas (40,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,44.

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Gráfico 49. Estudios finalizados por sexo del turista



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

2.5. Edad

Con respecto a la edad del turista que visita la zona turística, se puede observar que la mayoría son entre 26 y 35 años.

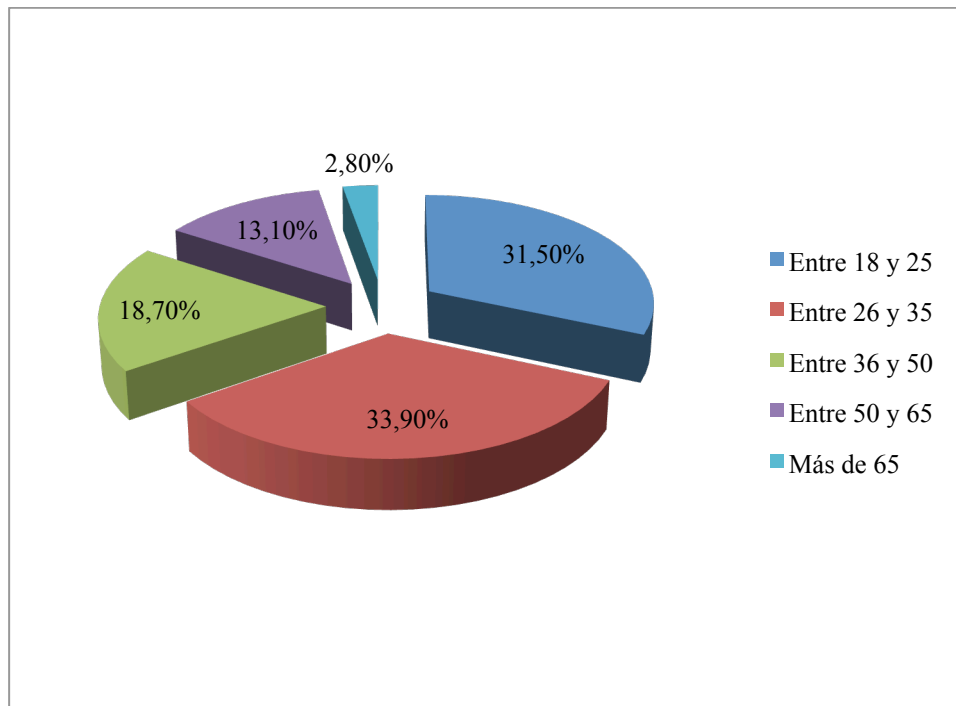
Tabla 65. Edad de los turistas

Edad	Frecuencia
Entre 18 y 25	103
Entre 26 y 35	111
Entre 36 y 50	61
Entre 50 y 65	43
Más de 65	9
Total	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Gráfico 50. Distribución porcentual de la edad del turista



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



2.6. Edad del turista y estudios finalizados

Con respecto a la edad y estudios finalizados del turista, se hace notable que aquellos turistas que tienen edades comprendidas entre 26 y 35 años, son los que presentan un mayor nivel educativo de los otros segmentos de edades.

Tabla 66. Edad y estudios finalizados del turista

	Sin estudios	Graduado escolar (Primaria)	Estudio medios (FP, Bachiller)	Universitarios	Otros	Total
Entre 18 y 25	1	3	25	73	1	103
Entre 26 y 35	2	9	20	76	4	111
Entre 36 y 50	0	5	13	42	1	61
Entre 50 y 65	0	6	7	29	1	43
Más de 65	0	3	1	5	0	9
Total	3	26	66	225	7	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

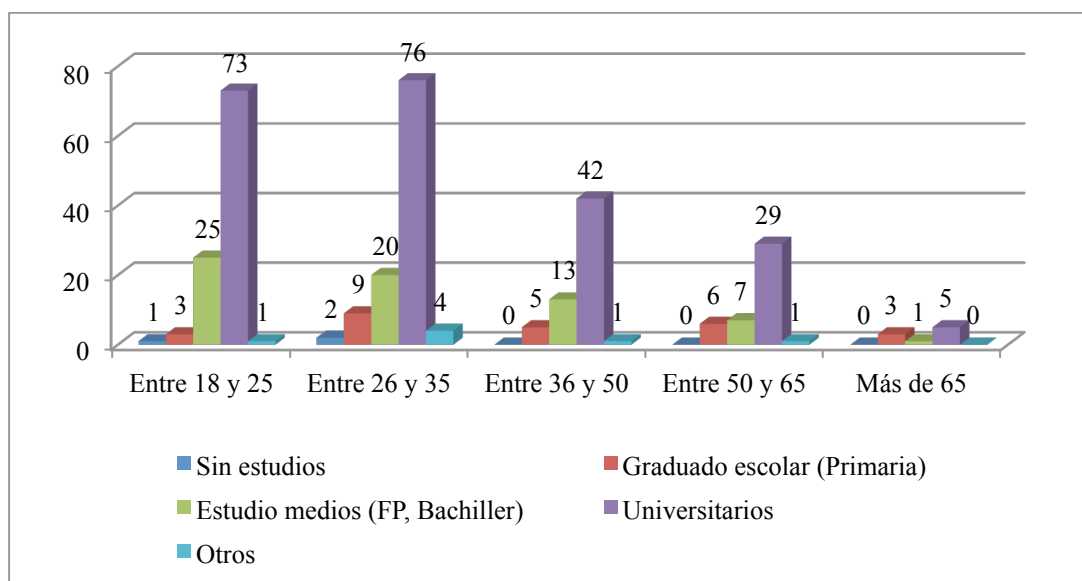
Tabla 67. Tabla de contingencia para la tabla de 66

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,711 ^a	16	,284
Razón de verosimilitudes	17,226	16	,371
Asociación lineal por lineal	2,019	1	,155
N de casos válidos	327		

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Gráfico 51. Distribución porcentual de los estudios finalizados del turista



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

2.7. Edad y sexo del turista

Con respecto a la edad del turista y su preparación académica, se puede observar que la mayoría que se encuentran en el rango de entre 26 y 35 años, son hombres en su mayoría.

Tabla 68. Edad y sexo del turista

Edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Entre 18 y 25	39	64	103
Entre 26 y 35	62	49	111
Entre 36 y 50	32	29	61
Entre 50 y 65	20	23	43
Más de 65	4	5	9
Total	157	170	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

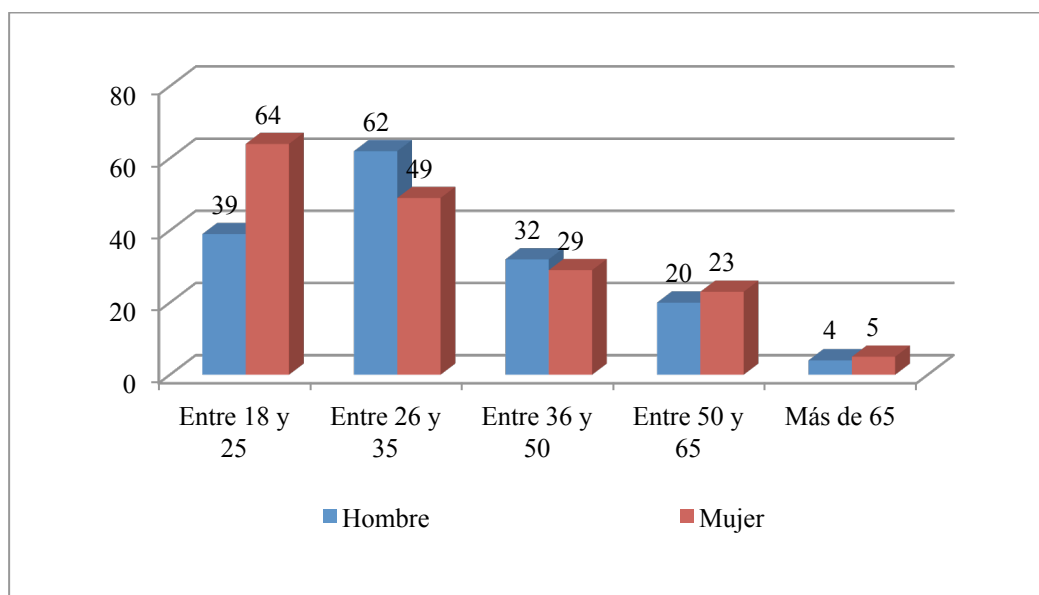


Tabla 69. Tabla de contingencia para la tabla 68

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,554 ^a	4	,109
Razón de verosimilitudes	7,606	4	,107
Asociación lineal por lineal	1,184	1	,277
N de casos válidos	327		

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Gráfico 52. Distribución porcentual de la edad y el sexo del turista



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



2.8. Profesión/ Actividad

La actividad del turista es principalmente un trabajador cualificado, técnico y en segundo lugar los estudiantes, también los directivos/empresarios son un segmento importante.

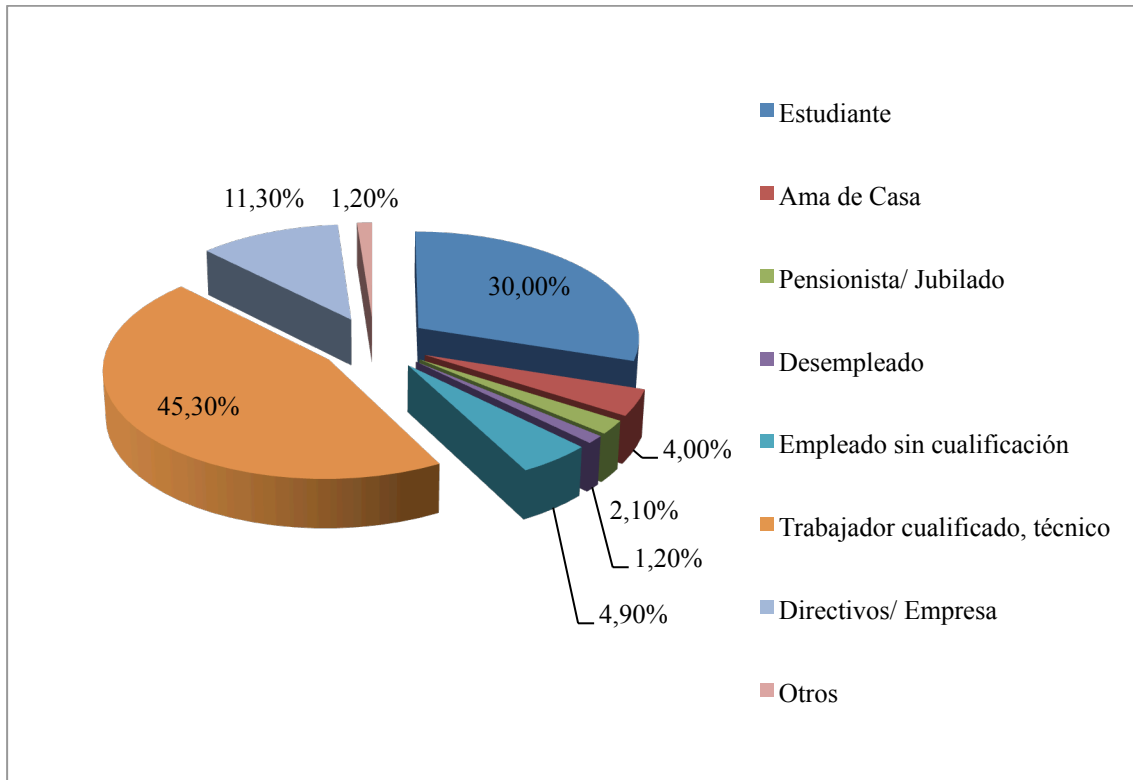
Tabla 70. Profesión/actividad del turista

Profesión/actividad	Frecuencia
Estudiante	98
Ama de Casa	13
Pensionista/ Jubilado	7
Desempleado	4
Empleado sin cualificación	16
Trabajador cualificado, técnico	148
Directivos/ Empresa	37
Otros	4
Total	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Gráfico 53. Distribución porcentual de la profesión/actividad del turista



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

2.9. La principal actividad que le ha impulsado a elegir este lugar

Aquellas actividades principales que eligen los turistas se encuentran disfrutar de la naturaleza, disfrutar del sol y la playa y aquellas actividades relacionadas con negocios.



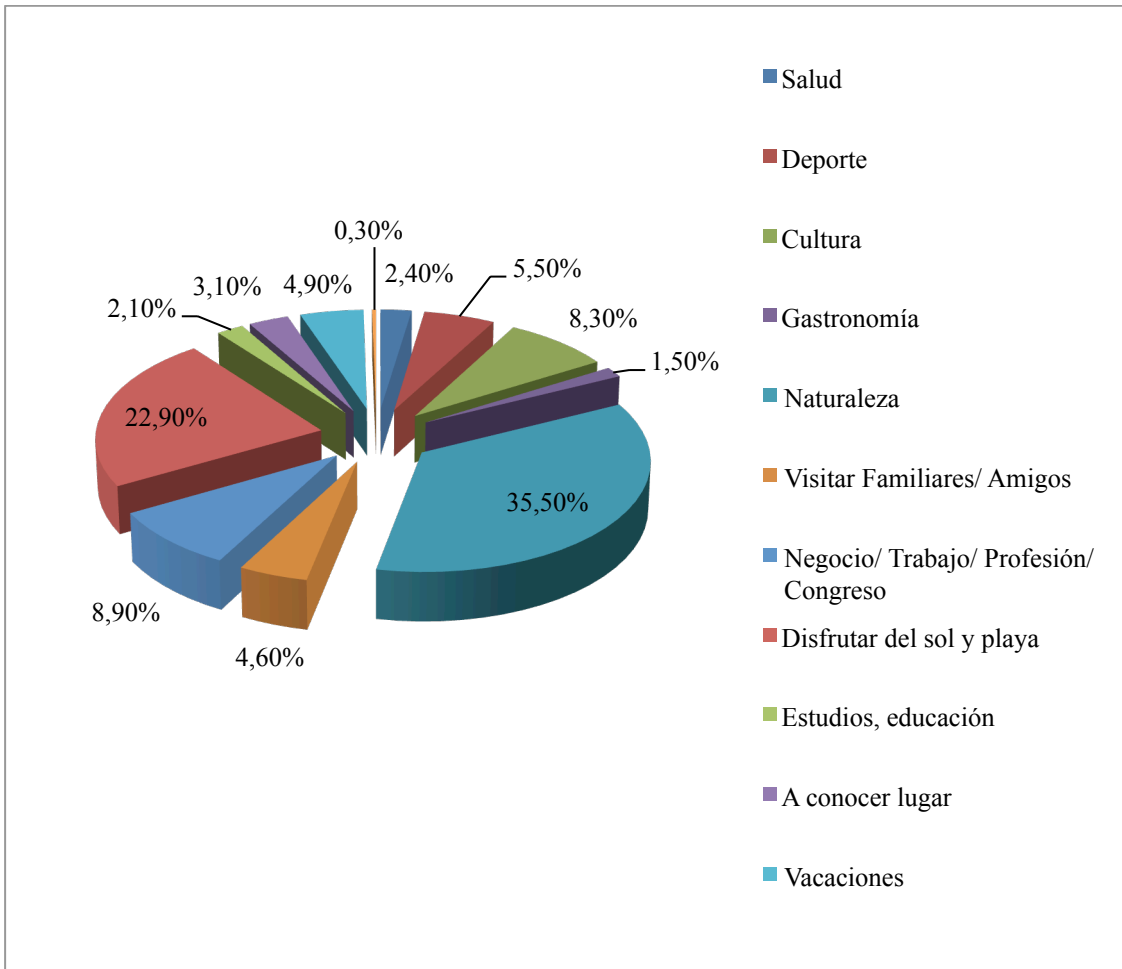
Tabla 71. Principal actividad a elegir del turista

Principal actividad	Frecuencia
Salud	8
Deporte	18
Cultura	27
Gastronomía	5
Naturaleza	116
Visitar Familiares/ Amigos	15
Negocio/ Trabajo/ Profesión/ Congreso	29
Disfrutar del sol y playa	75
Estudios, educación	7
A conocer lugar	10
Vacaciones	16
Vivo aquí	1
Total	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Gráfico 54. Distribución porcentual de la actividad elegida del turista



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



La principal actividad que ha impulsado al turista para elegir Limón como destino turístico es, según hombres y mujeres la naturaleza, y disfrutar del sol y la playa.

Tabla 72. Principal actividad que les impulsa a elegir este lugar

Actividad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Salud	4	4	8
Deporte	12	6	18
Cultura	12	15	27
Gastronomía	2	3	5
Naturaleza	57	59	116
Visitar Familiares/ Amigos	5	10	15
Negocio/ Trabajo/ Profesión/ Congreso	13	16	29
Disfrutar del sol y playa	37	38	75
Estudios, educación	4	3	7
A conocer lugar	3	7	10
Vacaciones	8	8	16
Vivo aquí	0	1	1
Total	157	170	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Tabla 73. Tablas de contingencia de la tabla 72

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,795 ^a	11	,815
Razón de verosimilitudes	7,290	11	,775
Asociación lineal por lineal	,592	1	,442
N de casos válidos	327		

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



2.10 . Medio de conocimiento del destino

El principal medio para conocer el destino es por medio de amigos y familiares, también como un segundo medio importante es el internet.

Tabla 74. Medio de conocimientos del destino

Medio de conocimiento del destino	Frecuencia	Porcentaje
A través de folletos turísticos	20	6,1
Por reportajes de televisión	7	2,1
Por reportajes de prensa	2	,6
Por una feria de turismo a la que asistí	2	,6
Por medio de folletos de las agencias de viajes	14	4,3
Por información de amigos y familiares	178	54,4
Por publicidad en televisión, prensa o radio	10	3,1
Por información en Internet	39	11,9
Vivo aquí	18	5,5
Por estudios	6	1,8
Por trabajo	14	4,3
Viajando	8	2,4
Embajada de Costa Rica	1	,3
Libros, guías de viaje	7	2,1
Total	326	99,7
Perdidos Sistema	1	,3
Total	327	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Tabla 75. Medio de conocimiento del destino por estudios finalizados

Medio de conocimiento del destino	Estudios Finalizados					Total
	Sin estudios	Graduado escolar (Primaria)	Estudio medios (FP, Bachiller)	Universitarios	Otros	
A través de folletos turísticos	0	2	3	0	0	20
Por reportajes de televisión	0	0	2	0	0	7
Por reportajes de prensa	0	0	0	0	0	2
Por una feria de turismo a la que asistí	0	0	0	0	0	2
Por medio de folletos de las agencias de viajes	0	0	3	0	0	14
Por información de amigos y familiares	1	17	39	4	4	178
Por publicidad en televisión, prensa o radio	0	0	2	0	0	10
Por información en Internet	0	0	7	3	3	39
Vivo aquí	1	4	4	0	0	18
Por estudios	0	0	2	0	0	6
Por trabajo	1	1	1	0	0	14
Viajando	0	2	1	0	0	8
Embajada de Costa Rica	0	0	1	0	0	1
Libros, guías de viaje	0	0	0	0	0	7
Total	3	26		65	7	326

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Tabla 76. Tabla de contingencia de la tabla 75

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	47,143 ^a	52	,665
Razón de verosimilitudes	48,417	52	,616
Asociación lineal por lineal	,160	1	,689
N de casos válidos	326		

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Tabla 77. Medio de conocimiento del destino por edad

	Entre 18 y 25	Entre 26 y 35	Entre 36 y 50	Entre 50 y 65	Más de 65	Total
A través de folletos turísticos	7	7	3	3	0	20
Por reportajes de televisión	1	4	0	1	1	7
Por reportajes de prensa	0	1	0	1	0	2
Por una feria de turismo a la que asistí	1	0	1	0	0	2
Por medio de folletos de las agencias de viajes	4	6	2	2	0	14
Por información de amigos y familiares	62	55	28	26	7	178
Por publicidad en televisión, prensa o radio	3	0	5	2	0	10
Por información en Internet	11	12	10	5	1	39
Vivo aquí	3	10	5	0	0	18
Por estudios	6	0	0	0	0	6
Por trabajo	2	8	4	0	0	14
Viajando	0	3	3	2	0	8
Embajada de Costa Rica	0	1	0	0	0	1
Libros, guías de viaje	3	3	0	1	0	7
Total	103	110	61		43	3269

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Tabla 78. Tabla de contingencia para la tabla 77

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	63,372 ^a	52	,134
Razón de verosimilitudes	75,903	52	,017
Asociación lineal por lineal	,162	1	,687
N de casos válidos	326		

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Tabla 79. Medio de conocimiento por sexo del turista

	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
A través de folletos turísticos	10	10	20
Por reportajes de televisión	4	3	7
Por reportajes de prensa	0	2	2
Por una feria de turismo a la que asistí	1	1	2
Por medio de folletos de las agencias de viajes	6	8	14
Por información de amigos y familiares	78	100	178
Por publicidad en televisión, prensa o radio	4	6	10
Por información en Internet	23	16	39
Vivo aquí	13	5	18
Por estudios	1	5	6
Por trabajo	7	7	14
Viajando	4	4	8
Embajada de Costa Rica	1	0	1
Libros, guías de viaje	4	3	7
Total	156	170	326

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Tabla 80. Tabla de contingencia de la tabla 79

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,593 ^a	13	,403
Razón de verosimilitudes	15,117	13	,300
Asociación lineal por lineal	1,070	1	,301
N de casos válidos	326		

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



2.11. ¿Dónde se aloja durante este viaje dentro de la provincia de Limón?

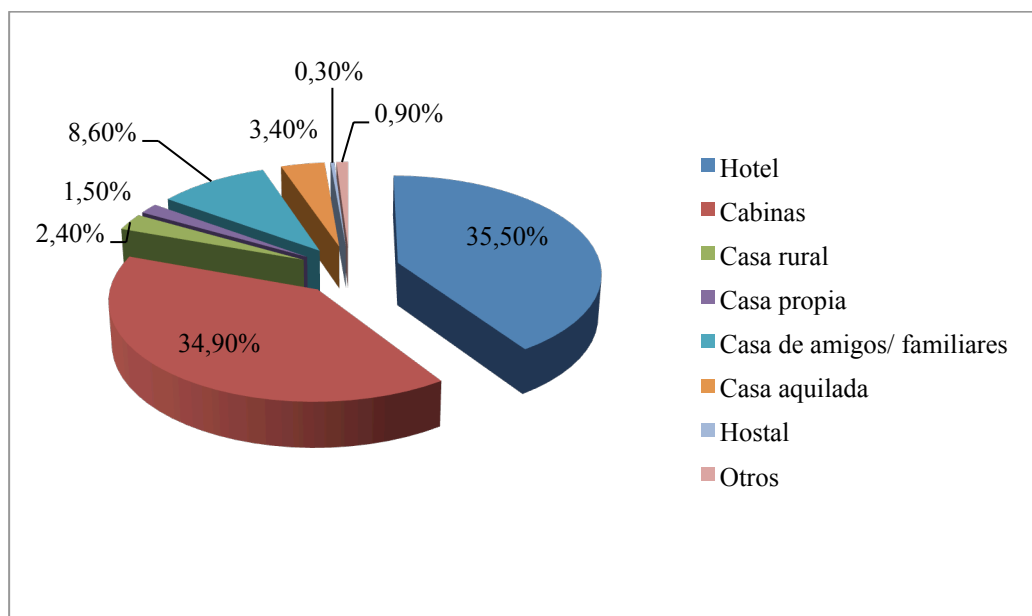
Los turistas que se alojan en la provincia de Limón, se hospedan principalmente en hoteles, luego en cabinas, y en un tercer lugar en casa de amigos/familiares.

Tabla 81. Alojamiento en la provincia de Limón

Alojamiento		Frecuencia
	Hotel	116
	Cabinas	114
	Casa rural	8
	Casa propia	5
	Casa de amigos/ familiares	28
	Casa alquilada	11
	Hostal	1
	Otros	3
	Total	286
Perdidos	Sistema	41
Total		327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Gráfico 55. Distribución porcentual del alojamiento en la provincia de Limón



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



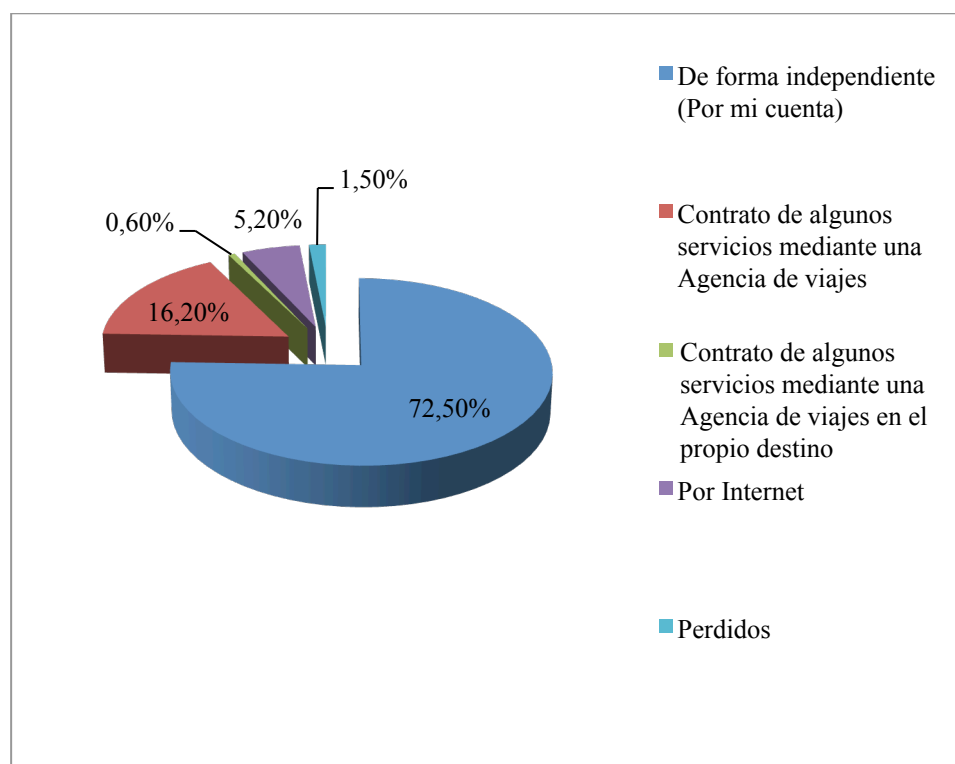
2.12. ¿De qué forma ha organizado este viaje?

Tabla 82. Forma de organización del viaje

Forma de organización	Frecuencia
De forma independiente (Por mi cuenta)	237
Contrato de algunos servicios mediante una Agencia de viajes	53
Contrato de algunos servicios mediante una Agencia de viajes en el propio destino	2
Por Internet	17
Contrato de un paquete turístico con una Agencia de viajes/ empresa	13
Total	322
Perdidos	Sistema
	5
Total	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Gráfico 56. Distribución porcentual de la forma de organización del viaje



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



La organización del viaje se hace principalmente de manera independiente, es decir, por la cuenta del propio turista que organiza su viaje.

Tabla 83. Forma de organización del viaje por estudios finalizados

	Sin estudios	Graduado escolar (Primaria)	Estudio medios (FP, Bachiller)	Universitarios	Otros	Total
De forma independiente (Por mi cuenta)	2	16	54	160	5	237
Contrato de algunos servicios mediante una Agencia de viajes	0	7	8	37	1	53
Contrato de algunos servicios mediante una Agencia de viajes en el propio destino	0	0	0	2	0	2
Por Internet	0	0	1	15	1	17
Contrato de un paquete turístico con una Agencia de viajes/ empresa	0	1	2	10	0	13
Total	2	24	65	224	7	322

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

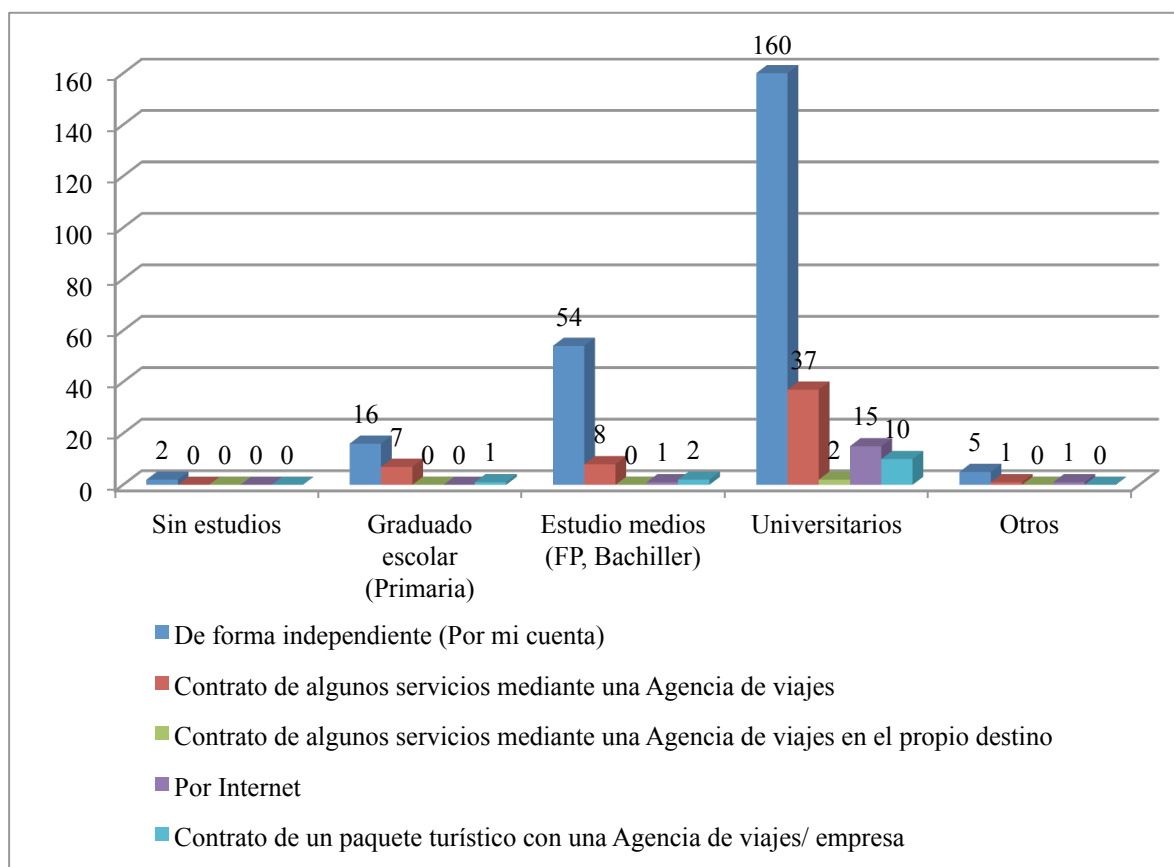
Tabla 84. Tabla de contingencia que se desprende de la tabla 83

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,184 ^a	16	,798
Razón de verosimilitudes	13,675	16	,623
Asociación lineal por lineal	2,217	1	,136
N de casos válidos	322		

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Gráfico 57. Distribución de la forma de organización del viaje



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Tabla 85. Forma de organización del viaje por sexo

	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
De forma independiente (Por mi cuenta)	116	121	237
Contrato de algunos servicios mediante una Agencia de viajes	23	30	53
Contrato de algunos servicios mediante una Agencia de viajes en el propio destino	1	1	2
Por Internet	8	9	17
Contrato de un paquete turístico con una Agencia de viajes/ empresa	7	6	13
Total	155	167	322

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



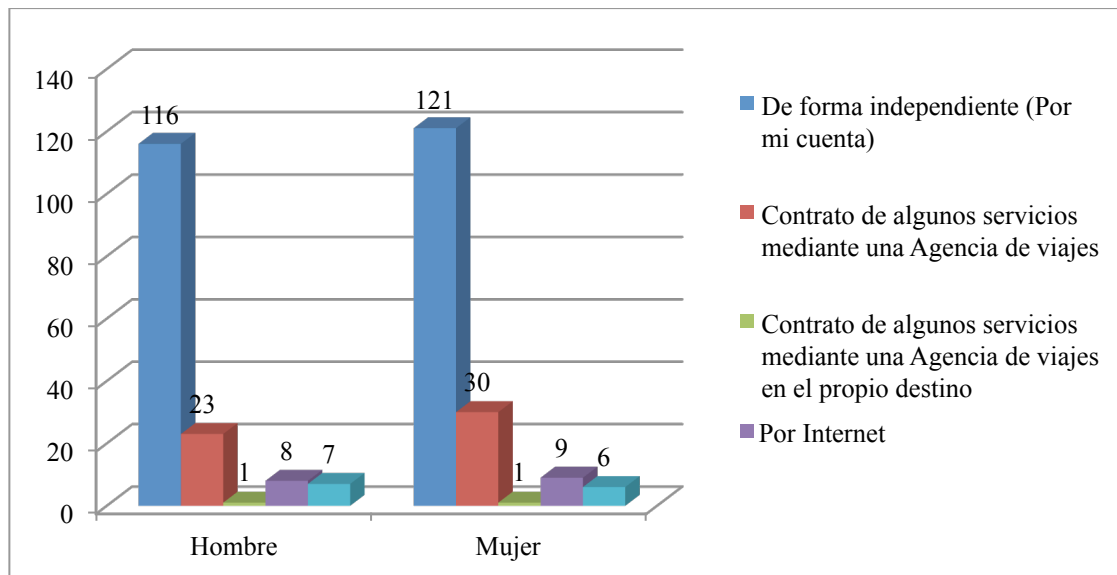
Tabla 86. Tabla de contingencia que se desprende de la tabla 85

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,720 ^a	4	,949
Razón de verosimilitudes	,721	4	,949
Asociación lineal por lineal	,000	1	,998
N de casos válidos	322		

a. 2 casillas (20,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,96.

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Gráfico 58. Distribución de la forma de organización del turista



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

2.13. Compañía del turista

La mayoría de los turistas vienen acompañados. La mayoría que viene acompañados oscilan entre edades de entre 26 y 35 años.

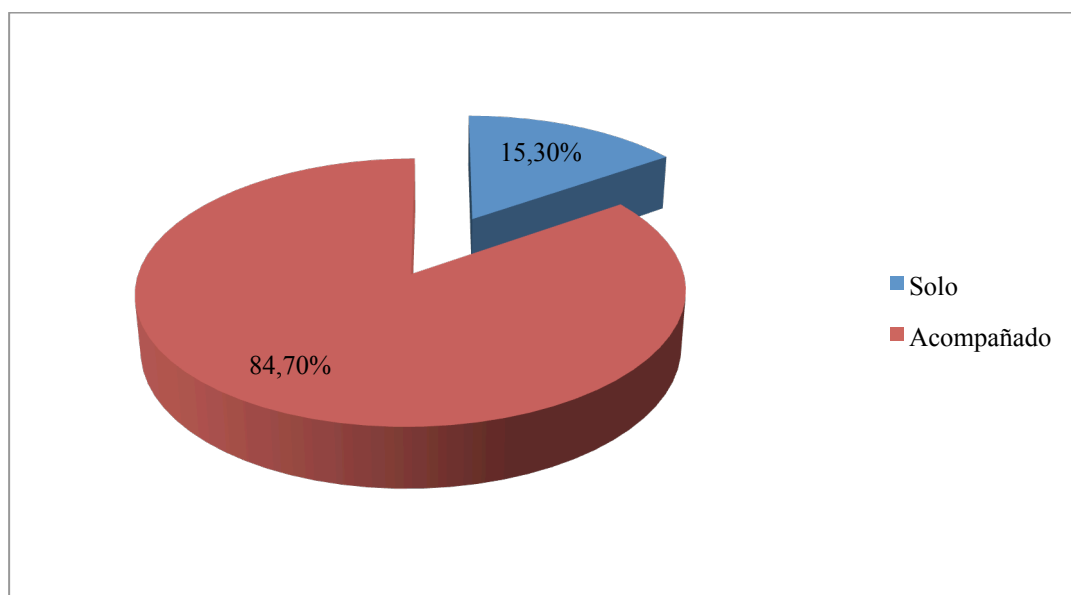


Tabla 87. Ha viajado solo o acompañado

Compañía	Frecuencia
Solo	50
Acompañado	277
Total	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Gráfico 59. Distribución porcentual de la compañía del turista



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Tabla 88. Compañía del turista por edad

	Edad					Total
	Entre 18 y 25	Entre 26 y 35	Entre 36 y 50	Entre 50 y 65	Más de 65	
Solo	14	21	13	1	1	50
Acompañado	89	90	48	42	8	277
Total	103	111	61	43	9	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

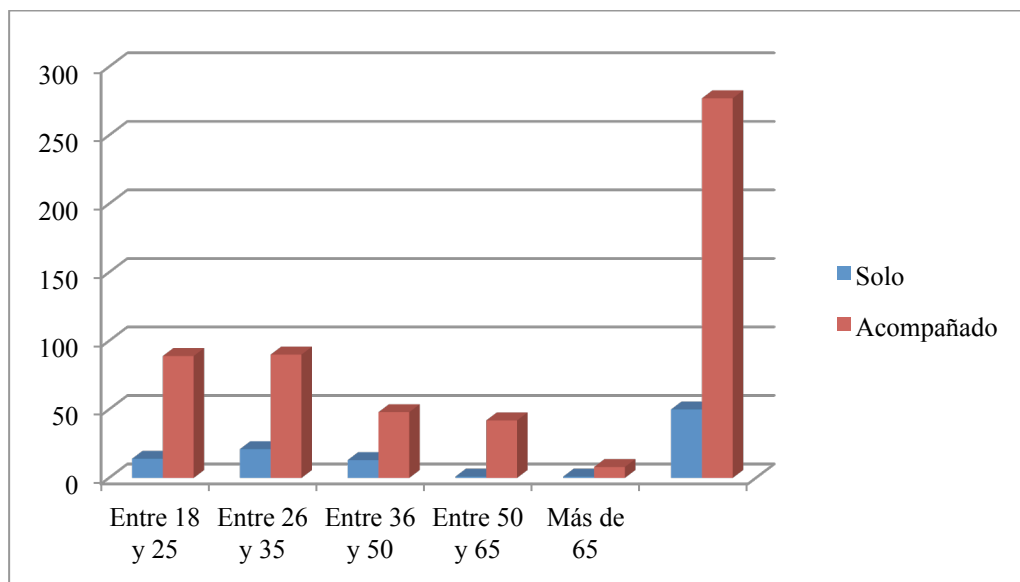


Tabla 89. Tabla de contingencia que se desprende de la tabla 88

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,767 ^a	4	,067
Razón de verosimilitudes	11,182	4	,025
Asociación lineal por lineal	,901	1	,343
N de casos válidos	327		

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Gráfico 60. Distribución de la compañía del turista



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

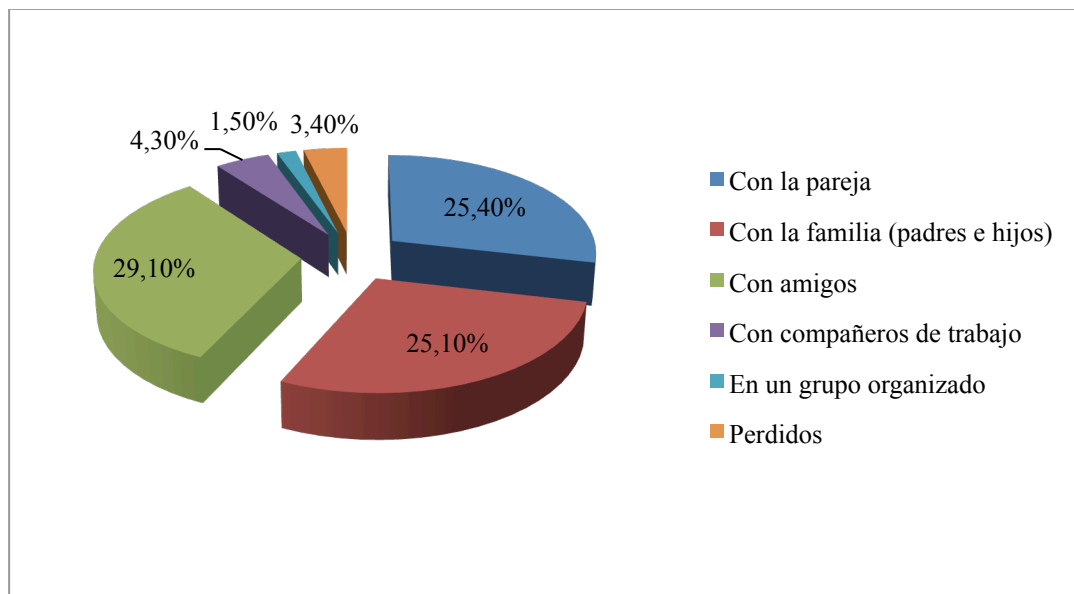


Tabla 90. ¿Con quienes vino?

	Frecuencia
Con la pareja	83
Con la familia (padres e hijos)	82
Con amigos	95
Con compañeros de trabajo	14
En un grupo organizado	3
Total	277
Perdidos	50
Total	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Gráfico 61. Distribución porcentual de la compañía que llevó al viaje



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Tabla 91. ¿Con quiénes ha realizado este viaje? por sexo

	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Con la pareja	44	39	83
Con la familia (padres e hijos)	44	38	82
Con amigos	41	54	95
Con compañeros de trabajo	5	9	14
En un grupo organizado	1	2	3
Total	135	142	277

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

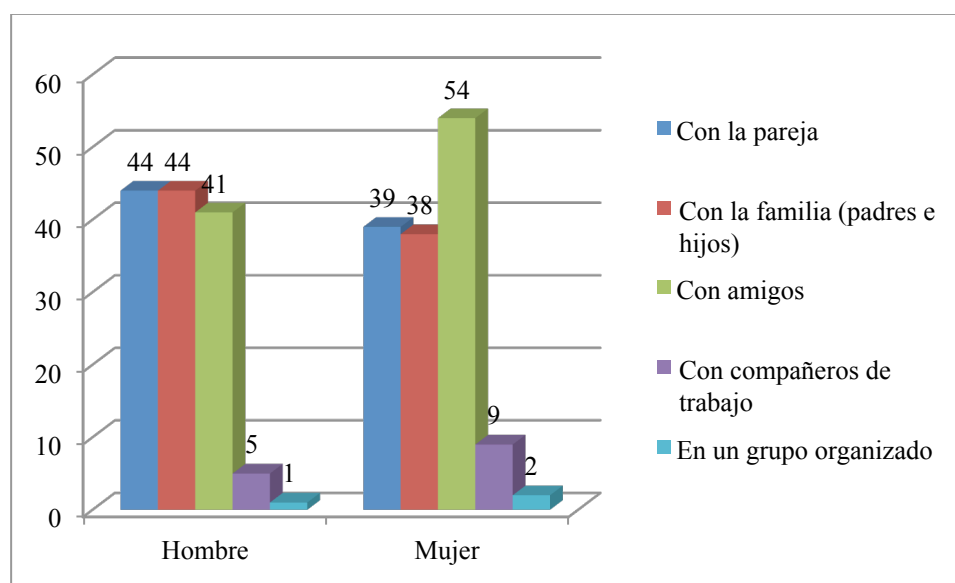
Tabla 92. Tabla de contingencia Con quiénes ha realizado este viaje por Sexo

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,821 ^a	4	,431
Razón de verosimilitudes	3,847	4	,427
Asociación lineal por lineal	3,045	1	,081
N de casos válidos	277		

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Gráfico 62. Distribución de la compañía del turista



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



2.14. ¿Con qué medio de transporte llegó a este destino?

El medio de transporte más importante para los turistas es el autobús de línea regular y de viaje organizado. En tercer lugar, el automóvil es el medio más importante para trasladarse a la provincia.

Tabla 93. Medio de transporte con el que llegó al destino

Medio de transporte	Frecuencia
Otros	4
Autobús de línea regular	127
Autobús de viaje organizado	44
Automóvil propio	36
Automóvil alquilado	21
Taxis	8
En motocicleta, bicicleta	1
A pie	2
Vuelo	4
Bote, lancha	80
Total	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Tabla 94. Medio de transporte para llegar al destino por sexo

	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Otros	3	1	4
Autobús de línea regular	61	66	127
Autobús de viaje organizado	19	25	44
Automóvil propio	19	17	36
Automóvil alquilado	11	10	21
Taxis	5	3	8
En motocicleta, bicicleta	1	0	1
A pie	2	0	2
Vuelo	4	0	4
Bote, lancha	32	48	80
Total	157	170	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

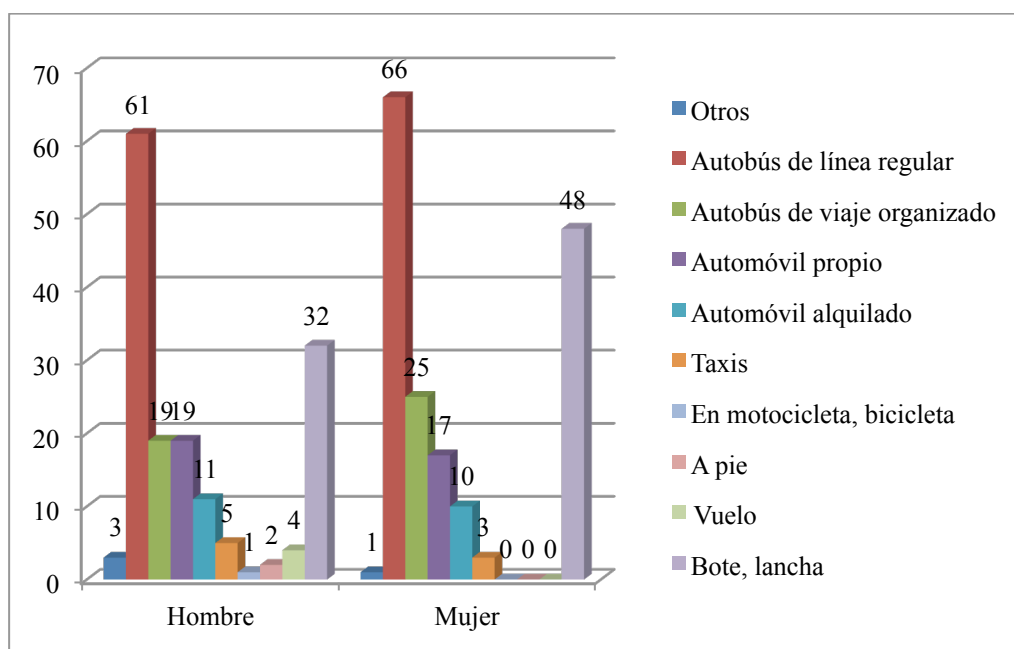


Tabla 95. Tablas de contingencia desprendidas de la tabla 99

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,377 ^a	9	,193
Razón de verosimilitudes	15,137	9	,087
Asociación lineal por lineal	,428	1	,513
N de casos válidos	327		

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Gráfico 63. Distribución de las visitas al lugar por sexo



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Tabla 96. Visitas realizadas a la región

Visitas realizadas a la región	Frecuencia
La primera vez	215
Las segunda vez	24
Más de tres veces	88
Total	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

2.15. Días en la provincia de Limón por sexo

Las personas o los turistas que vienen a la provincia de Limón se quedan mayoritariamente 2 noches.

Tabla 97. ¿Cuántos días en total prevé pasar en este lugar?

	Frecuencia	Porcentaje
Vivo aquí	3	,9
Un día (sin pernoctación)	34	10,4
Dos días (1 pernoctación)	89	27,2
Tres días (2 pernoctaciones)	96	29,4
Cuatro días (3 pernoctaciones)	29	8,9
Cinco días (4 pernoctaciones)	18	5,5
Más de 6 días	26	8,0
2 meses	6	1,8
7 días	4	1,2
8 días	3	,9
Algunos meses	1	,3
1 mes	3	,9
3 meses	3	,9
10 días	6	1,8
5 meses	1	,3
Más años	1	,3
2 semanas	3	,9
18 meses	1	,3
Total	327	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Aquellos turistas de entre edades 18 a 25 años son el principal segmento que disfruta de 2 días en la provincia de Limón.



Tabla 98. Días en la provincia de Limón por edad

	Edad					Total
	Entre 18 y 25	Entre 26 y 35	Entre 36 y 50	Entre 50 y 65	Más de 65	
NS/NC	1	4	0	2	0	7
De 2 a 4 días	44	30	20	9	2	105
De 5 a 7 días	6	6	5	1	0	18
Más de 7 días	6	16	7	4	1	34
Total	57	56	32	16	3	164

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Tabla 99. Tabla de contingencia desprendidas de la tabla 98

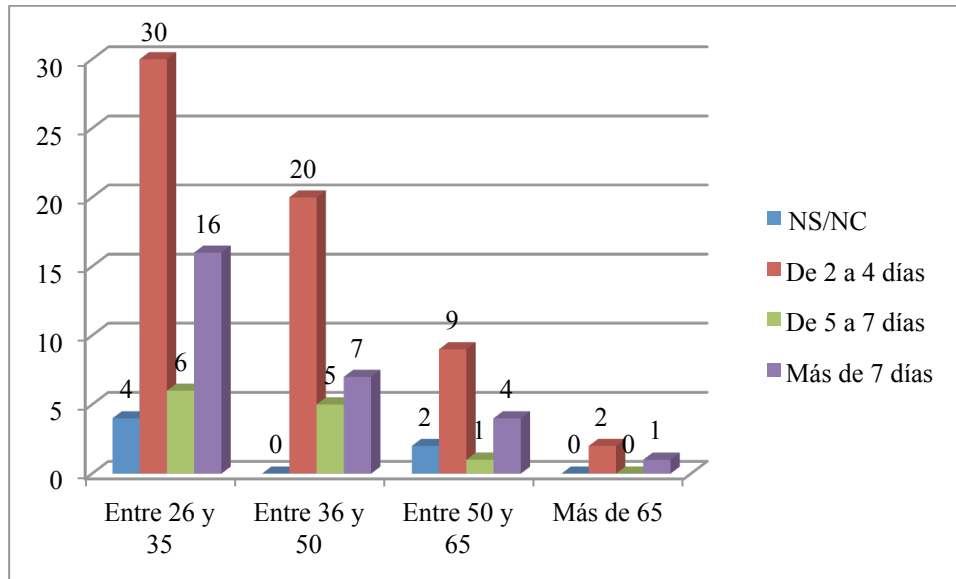
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,841 ^a	12	,250
Razón de verosimilitudes	16,216	12	,182
Asociación lineal por lineal	1,518	1	,218
N de casos válidos	164		

a. 11 casillas (55,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,13.

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Gráfico 64. Distribución de días en la provincia de Limón



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Tabla 100. Días en la provincia de Limón por sexo

	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
NS/NC	2	5	7
De 2 a 4 días	45	60	105
De 5 a 7 días	10	8	18
Más de 7 días	20	14	34
Total	77	87	164

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

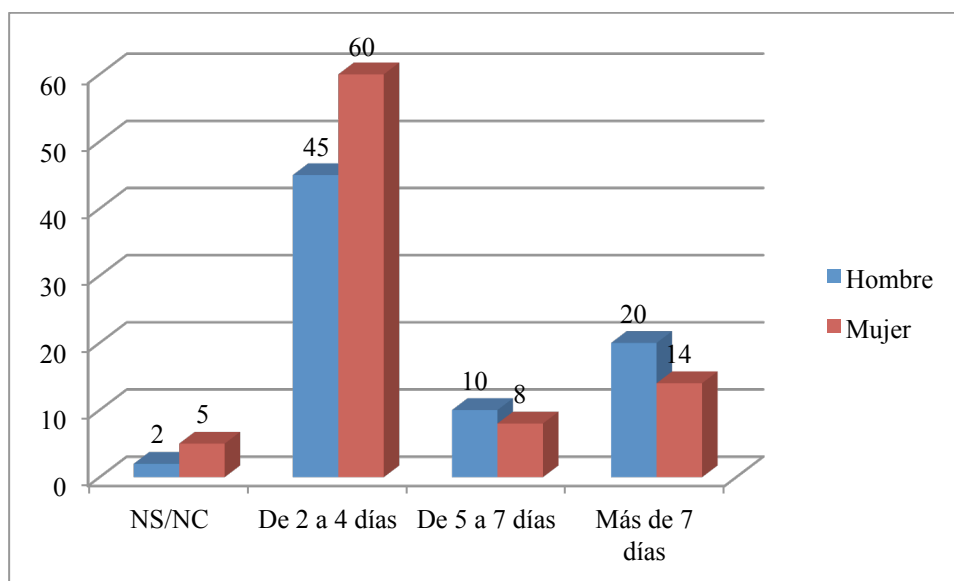
Tabla 101. Tablas de contingencia por días en la provincia de Limón

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,115 ^a	3	,249
Razón de verosimilitudes	4,155	3	,245
Asociación lineal por lineal	3,862	1	,049
N de casos válidos	164		

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Gráfico 65. Distribución de días en la provincia de Limón por sexo



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

2.16. ¿Piensa que volverá a visitar Costa Rica?

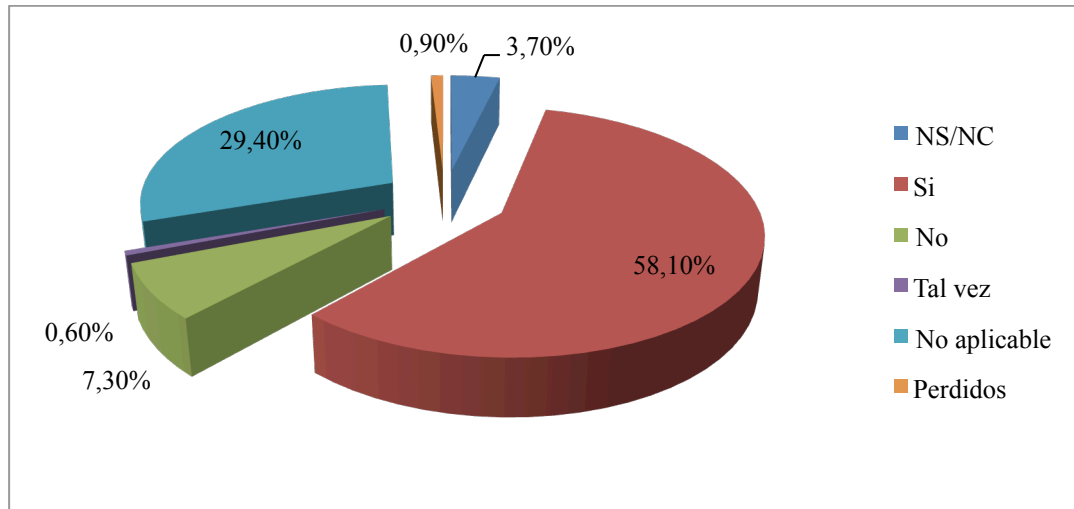
Tabla 102. ¿Piensa que volverá a visitar Costa Rica?

		Frecuencia
Válidos	NS/NC	12
	Si	190
	No	24
	Tal vez	2
	No aplicable	96
	Total	324
Perdidos	Sistema	3
Total		327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Gráfico 66. Distribución porcentual de deseo de volver a Costa Rica



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Tabla 103. Deseo de volver a Costa Rica por sexo

	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
NS/NC	4	8	12
Si	85	105	190
No	16	8	24
Tal vez	1	1	2
No aplicable	49	47	96
Total	155	169	324

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010



Tabla 104. Tabla de contingencia desprendidos de la tabla 103

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,552 ^a	4	,235
Razón de verosimilitudes	5,623	4	,229
Asociación lineal por lineal	1,278	1	,258
N de casos válidos	324		

a. 2 casillas (20,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,96.

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

2.17. Gasto aproximado

El gasto aproximado que se realiza en la provincia de Limón, es de 20 a 35 euros, y son los hombres los que realizan un gasto mayor que las mujeres.

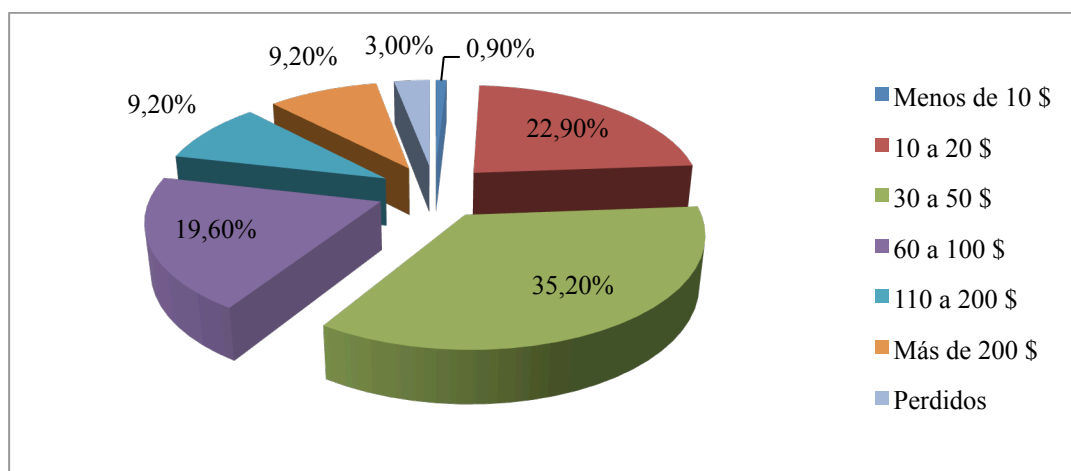
Tabla 105. Gasto aproximado efectuado en el destino por día incluyendo pernoctación

	Frecuencia
Menos de 10 \$	3
10 a 20 \$	75
30 a 50 \$	115
60 a 100 \$	64
110 a 200 \$	30
Más de 200 \$	30
Total	317
Perdidos	Sistema
	10
Total	327

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



Gráfico 67. Distribución porcentual del gasto turístico



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Tabla 106. Gasto aproximado efectuado en el destino por día incluyendo pernoctación por sexo

	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menos de 10 \$	0	3	3
10 a 20 \$	33	42	75
30 a 50 \$	60	55	115
60 a 100 \$	30	34	64
110 a 200 \$	14	16	30
Más de 200 \$	17	13	30
Total	154	163	317

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

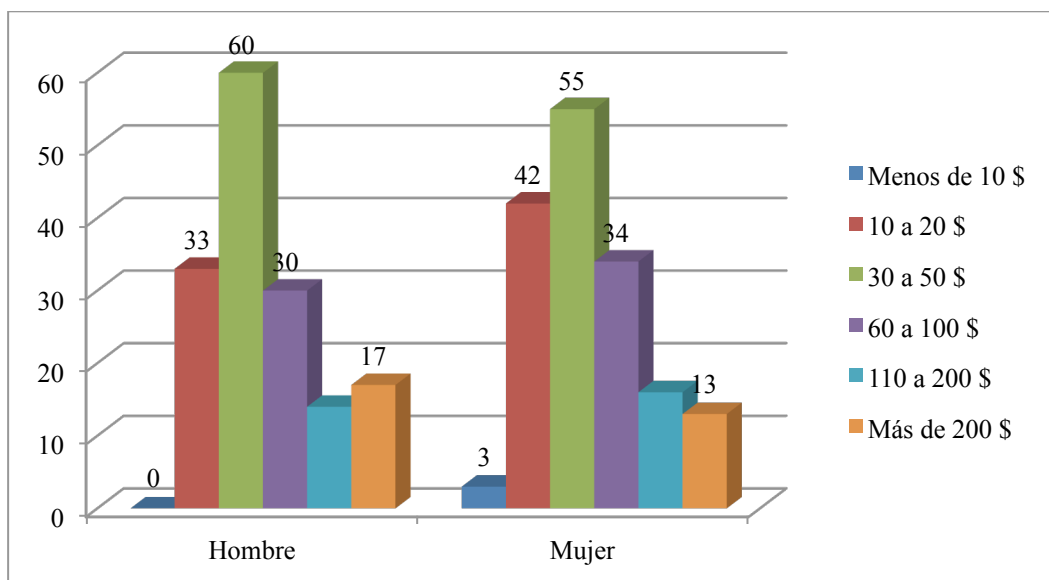


Tabla 107. Tabla de contingencia para el gasto aproximado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,963 ^a	5	,420
Razón de verosimilitudes	6,122	5	,295
Asociación lineal por lineal	1,067	1	,302
N de casos válidos	317		

Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.

Gráfico 68. Distribución para el gasto aproximado según sexo



Fuente: Elaboración propia con datos del Proyecto de Cooperación para el Desarrollo Turístico de la provincia de Limón, 2010.



3. Perfil del turista que visita la provincia de Limón

Las características que presenta el turista de la provincia de Limón se pueden resumir en las siguientes características:

- La zona turística que más visita el turista es la localidad conocida como Puerto Viejo.
- Los turistas provienen principalmente de Estados Unidos y España.
- Un gran porcentaje (30%) son turistas nacionales.
- La mayoría de turistas son mujeres, y tienen estudios universitarios; son trabajadores cualificados o técnicos, y tienen un rango de edad de entre 26 y 35 años.
- Las actividades principales que realizan los turistas son disfrutar de la naturaleza además del sol y la playa.
- El medio principal para conocer el destino es por medio de información de amigos y familiares, además otro medio importante es internet.
- El alojamiento del turista en la región es principalmente el hotel y las cabinas
- La mayoría organiza su viaje de forma independiente y viene acompañado por amigos.
- La principal vía de acceso a la provincia es por medio de la línea regular de autobús.
- El promedio de pernoctación es de 3 días (2 pernoctaciones).
- Un 58,10% de los turistas piensa en visitar nuevamente Costa Rica
- El gasto aproximado diario es entre 20 y 35 euros.



CAPÍTULO VIII. FACTORES DE ÉXITO DEL TURISMO RURAL⁷

En este apartado se muestran los datos obtenidos a partir de la entrevista realizada a 21 empresas del sector del turismo rural en el cual se le formulan una serie de preguntas abiertas y cerradas. Una vez obtenidos los datos se tratarán por medio de programas estadísticos y se intentará determinar cuáles son los factores de éxito que hacen que un alojamiento rural funcione o no. Las preguntas serán variadas e irán desde el número de plazas que tiene hasta dónde se publicita, pasando por la ocupación que ha tenido o las actividades que ofrece.

Se ha dividido la encuesta en 4 bloques principales y en un quinto de preguntas variadas puntuables de 1 a 5, siendo 1 la peor valoración y 5 la mejor en cada caso.

El primer bloque está dedicado a datos generales, donde aparecen la fecha de realización, el nombre del complejo, la dirección, el teléfono, el nº de plazas, el nº de aparcamientos, el tipo de establecimiento, los metros del complejo, el tipo de empresa, los empleados del complejo, el año de inicio, los servicios que prestan y a los que dan opción al usuario. Si están asociados a algún órgano turístico, si están señalizados los accesos al complejo o si están preparados para personas con movilidad reducida.

El segundo centrado en cuestiones de la oferta, con datos de la ocupación, en porcentaje, el tipo de ocupación, estacional o no, los periodos de mayor y menor ocupación, el precio medio por plaza, y la percepción de los empresarios sobre la oferta turística rural de la comarca.

El tercer bloque, centrado en la demanda trata de determinar si hay un cliente modelo de este tipo de alojamientos, su edad, sus costumbres y gustos.

El cuarto bloque hace referencia a la organización interna de la empresa, la política de compras, la calidad, el asociacionismo empresarial etc.

⁷ Estudio realizado como Tesis Final de Máster por Nicolás Martínez Gómez. Máster en Desarrollo Local y Empleo. 2011



Para seleccionar a los empresarios y sus complejos se pretendía aplicar un criterio, el de representatividad de la localidad en es sector del turismo rural de la comarca del noroeste, inicialmente planteadas 30 encuestas, con el fin de obtener una muestra del 10% de las empresas dedicadas al turismo rural, finalmente se han podido realizar 21, dado que en ocasiones localizar a los propietarios seleccionados para la entrevista ha sido realmente complejo por lo que, y muy a mi pesar, hemos tenido que dar por terminado el estudio con 21 encuestas realizadas, lo que supone que abarca el 7% del total del sector.

Las 21 encuestas finalmente se han dividido de la siguiente manera:

En Moratalla, que representa el 54 % del total del sector en la comarca se han realizado 6 encuestas. En Caravaca, que representa el 30 % se han realizado 8 encuestas El 8 % de Cehegin se ve representado en 3 encuestas realizadas. Bullas, que representa el 6 % tiene 3 encuestas realizadas.

Y por último, Calasparra, en la que se ha realizado 1 encuesta, representando el 2 % del sector en la comarca.

Las preguntas aplicadas se detallan a continuación:

1.- BLOQUE DATOS BÁSICOS

- 0 LOCALIDAD
- 1 TIPO DE ESTABLECIMIENTO
- 2 N° DE PLAZAS:
- 3 TIPO DE EMPRSA
- 4 PERSONAS QUE TRABAJA EN COMPLEJO
- 5 AÑO DE INICIO DE LA ACTIVIDAD
- 6 SERVICIOS DEL COMPLEJO:
- 7 ACTIVIDADES PROPIAS OFERTADAS:
- 8 ACTIVIDADES ACCESIBLES PARA EL USUARIO:
- 9 ASOCIADO A ORGANOS TURISTICOS:
- 10 ACCESIBILIDAD Y SEÑALIZACION: EXISTEN SEÑALES QUE GUIEN A LOS USUARIOS
- 11 ESTABLECIMIENTO ADAPTADO A PERSONAS DE MOVILIDAD REDUCIDA



2.- CUESTIONES SOBRE LA OFERTA

- 12 WEB PROPIA
- 13 APARICION EN OTRAS WEB
- 14 DIFERENCIACION DE PRECIOS POR TEMPORADA
- 15 PRECIO MEDIO POR PERSONA T BAJA
- 16 PRECIO MEDIO POR PERSONA T ALTA
- 17 REALIZA ALGUNA PUBLICIDAD O MARKETING
- 18 ESTACINOALIDAD DEL NEGOCIO
- 19 ETAPA DE MENOR OCUPACION
- 20 ETAPA DE MAYOR OCUPACION
- 21 REALIZA ACTIVIDADES PARA MEJORAR E MENOR OCUPACION
- 22 CUALES
- 23 OCUPACION ESTIMADA
- 24 EN QUE SE DIFERENCIA SU COMPLEJO DE LOS DEMAS
- 25 TIENE LA PERCEPCION DE QUE HAY EXCESO DE OFERTA
- 26 CONOCE LA EXISTENCIA DE ECONOMIA SUMERGIDA EN EL SECTOR

3.- CUESTIONES SOBRE LA DEMANDA

- 27 EXISTE UN USUARIO O DEMANDANTE MODELO DE ESTE TIPO DE ESTABLECIMIENTOS
- 28 ENTRE QUE MARGEN DE EDAD SE MUEVEN LOS USUARIOS DE SU NEGOCIO:
- 29 USTED RECIBE MAS CLIENTES QUE SON
- 30 HACE DIFERENCIACION DE PRECIOS EN FUNCION DE LA EDA
- 31 REALIZA ALGUN TIPO DE ENCUESTA DE SATISFACCION ENTRE SUS CLIENTES
- 32 TOMA ALGUNA MEDIDA O MODIFICA ALGO EN SU ESTABLECIMIENTO EN FUNCION DE LAS ENCUEST.
- 33 SUELEN REPETIR LOS CLIENTES
- 34 TIENE ALGUN DETALLE CON LOS CLIENTES
- 35 TIENE CLIENTES QUE PODRIAMOS CATALOGAR COMO "FIJOS"
- 36 REALIZA ALGUN TIPO DE ACTIVIDAD DEDICADA A LA FIDELIZACION DE LOS CLIENTES



4.- SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

- 37 UTILIZA ALGUN METODO DE GESTION EMPRESARIAL PREESTABLECIDO
- 38 PARTICIPA USTED EN ALGUN GRUPO DE COMPRAS PARA REDUCIR LOS COSTES
- 39 CONOCE ALGUNO,
- 39,1 PARTICIPARIA SI LO CONOCIERA
- 40 HA RECIBIDO ALGUNA AYUDA DE LA ADMINISTRACION
- 41 TIENE SU EMPRESA ALGUN TIPO DE DISTINTIVO DE CALIDAD
- 41.1 LO TENIA
- 41.2 CUAL
- 42 TIENE CONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA DE ALGUN TIPO DE ASOCIACION EMPRESARIAL TR
- 43 PERTENECE O HA PERTENECIDO A ALGUN TIPO DE ASOCIACION DE T. RURAL
- 43,1 CUAL
- 44 CONOCE LAS ACTUACIONES DE PUESTA EN MARCHA DE LA FED DE ASOCIACIONES DE T.R.
- 45 QUE MEDIDAS TOMARIA USTED PARA MEJORAR LA IMAGEN DEL SECTOR:

5.- BATERIA DE PREGUNTAS VARIAS

- 46 HACE USTED PROMOCION DE SU NEGOCIO A TRAVES DE INTERNET
- 47 SEGÚN SU PERCEPCION CUANTOS CLIENTES CONOCEN SU NEGOCIO POR INTERNET
- 48 TIENEN LOS USUARIOS LA POSIBILIDAD DE OPINAR SOBRE SU ESTANCIA EN INTERNET
- 49 LA MAYORIA DE LAS OPINIONES DE LOS USUARIOS DE SU ESTABLECIMIENTO SON
- 50 TIENE SU PAGINA WEB LA POSIBILIDAD DE RESERVAR ON LINE
- 51 LOS CLIENTES RESERVAN EN MI ESTABLECIMIENTO A TRAVES DE INTERNET
- 52 TIENE USTED UN CONOCIMIENTO DE LA COMPETENCIA
- 53 COMO PERCIBE SU NEGOCIO EN RELACION CON LOS DE SU COMPETENCIA
- 54 CONSIDERA QUE SISTEMAS DE CALIDAD COMO LA "Q" SON IMPORTANTES
- 55 COMO HA AFECTADO LA CRISIS A SU NEGOCIO
- 56 TIENE USTED PERCEPCION DE QUE SU NEGOCIO ESTA MEJORANDO
- 57 COMO CONSIDERA LAS ACTUACIONES DE LA AAPP EN LO REFERENTE AL SECTOR
- 58 LA ECONOMIA SUMERGIDA ESTA AFECTANDO AL SU EMPRESA
- 59 CREE QUE SU NEGOCIO PODRIA IR MEJOR
- 60 PIENSA QUE PERTENECIENDO A UNA ASOCIACION EMPRESARIAL MEJORARIA



Los principales resultados del estudio se detallan a continuación:

La idoneidad del noroeste de la Región de Murcia para el turismo rural se hace patente entre los años 2002 y 2008, con un aumento de 650 plazas para turismo rural, mientras entre 2002 y 2010, el número de plazas se ha incrementado en un 60%.

Moratalla es la localidad más representativa de este tipo de turismo, y no solo en la comarca del noroeste, donde representa más de la mitad de las plazas, sino en el total regional, con un tercio de las plazas totales. Junto a Caravaca y a Cehegin, suponen más del 50% de todas las plazas existentes de este tipo de turismo.

Sobre la demanda de turismo de alojamiento rural podemos decir que la tendencia es similar en nuestra región que a nivel nacional, de bajada de porcentajes, pero existen diferencias en el porcentaje de ocupación, siendo siempre superior a nivel nacional. La mayor diferencia fue de casi 6 puntos porcentuales, y la más corta en el año 2006, el porcentaje regional fue del 18% y el nacional del 21%.

De los resultados obtenidos en la encuesta realizada se puede concluir que:

La mayoría de los complejos cuentan con casas cuyo número máximo de plazas está entre 6 y 8. La gran mayoría de las empresas de este sector en la comarca son empresas familiares, y no se trata de un sector que cree mucho empleo dado que más del 75% de las empresas solo cuentan con una persona trabajando, y en muchos ocasiones no de forma exclusiva en el complejo, por tanto podemos decir que es un negocio complementario de la actividad habitual de los empresarios del sector.

Dentro de los complejos existen barbacoas y piscina en la mayoría, en la mitad hay algún tipo de pista o instalación deportiva y más de la cuarta parte de la muestra tiene algún tipo de servicio de bar o cafetería.

El asociacionismo empresarial tiene muy poca representatividad en la comarca, además casi nadie conoce las iniciativas de confederar las asociaciones rurales de la región y, una parte



importante de los empresarios encuestados no tiene buena percepción de las asociaciones que conocen.

La presencia de las empresas en internet es absoluta, aunque algunas no disponen de página web propia. Determinadas páginas web son muy mejorables e incluso los datos que aparecen en ellas sobre ciertos complejos rurales son incorrectos y no se actualizan ya.

En cuanto a las reservas on-line y la posibilidad de contactar vía e-mail con los clientes, es un apartado con buenos resultados, más de la mitad de las empresas permiten a los clientes contactar vía internet para reservar. Cabría destacar sobre internet, que ninguno de los complejos encuestados ha indicado que sus establecimientos cuenten con acceso a la red para los clientes, es un dato que me resulta interesante resaltar.

En lo que se refiere a los precios, éstos aparecen bastante similares entre los complejos, con dos terceras partes de las empresas haciendo diferenciación de precios por temporada alta y baja.

Sobre publicidad y marketing nuestros resultados permiten concluir que se podría aún mejorar bastante, dado que más del 60% de los complejos rurales encuestados no realizan ningún tipo de publicidad.

En cuanto a la ocupación en el sector, el 66% de los encuestados consideran que es estacional, y la gran mayoría coinciden en fechar como periodos de alta ocupación las fechas de Navidad y mes de agosto y las de peor ocupación en otoño, de febrero hasta junio.

Sobre la ocupación de los complejos decir que todos coinciden en que en los últimos tres años el impacto de la crisis ha sido espectacular, incluso algunos de los encuestados están planteándose el cierre. A pesar de ello, más de la mitad de los encuestados no realizan ningún tipo de actuación para mejorar la ocupación de sus establecimientos en periodos de baja ocupación.



La totalidad de los empresarios encuestados consideran que existe un exceso de oferta en la zona y conocen la existencia de actividades al margen de la fiscalidad, causa a la que achacan el descenso de la calidad y la mala percepción de algunos usuarios de turismo rural que han visitado la zona del noroeste de la región.

A la hora de hablar de un modelo de demanda o tipología del consumidor, y a pesar de que los encuestados consideren que no existe un demandante modelo, podemos decir que éstos son mayoritariamente las familias y grupos de personas de entre 30 y 50 años. Casi la totalidad de los clientes suelen repetir según nos indican, y muchos establecimientos cuentan con clientela que podemos llamar fija o fidelizada.

Destacaremos del cuarto bloque, que sólo las empresas más grandes de la muestra cuentan con algún tipo de método de gestión de la empresa, que prácticamente ningún empresario conoce los grupos o centrales de compras, pero que casi todos participarían en ellos si los tuvieran al alcance.

En relación con la calidad, la mitad de los encuestados que tenían la “Q” de calidad la han perdido actualmente, dado que no han podido mantener las inversiones necesarias para su conservación; además muchos no consideran necesario tener distintivo alguno de calidad, y en la mayoría de los casos es por las trabas que plantea la obtención de estos distintivos. La forma más utilizada por los encuestados para mejorar la imagen del sector es la de controlar la economía sumergida y aumentar la calidad del servicio, dato que contrasta con el de los distintivos de calidad, solo un 23% lo tienen, pero más del 50% de los encuestados consideran que hay que incrementar la calidad en el sector.

Finalizaremos las conclusiones sobre la encuesta haciendo hincapié en que son pocos los síntomas de mejora que perciben los empresarios, todos piensan que podrían mejorar sus negocios y ninguno valora demasiado positivamente las actuaciones de la sociedad y la administración al respecto.



En definitiva, la impresión que puede dar el sector del turismo rural regional en general es la de estar inmerso en un proceso de reconversión del que debiera salir un nuevo modelo de turismo de interior y rural. De las 21 encuestas realizadas, sólo una persona parecía mostrar entusiasmo y agrado por el trabajo que realizaba firmemente, en los demás casos se veía como una actividad complementaria de tiempo parcial que permite obtener ingresos alternativos a sus puestos de trabajo principales. Por lo que queda mucho por hacer en el sector, máxime con el evidente impacto que la crisis ha tenido en el mismo.



IV. CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

El análisis realizado, tanto en términos conceptuales como en términos estadísticos, lleva a enmarcar las conclusiones más importantes del estudio realizado, tanto para Costa Rica, como para la Región de Murcia:

- El turismo no tiene como único objetivo la rentabilidad económica, sino también la conservación del medio ambiente, del patrimonio cultural y el desarrollo social de la región en que ocurre.
- El turismo es una actividad con gran facilidad de adaptación. La relación que este sector mantiene con los diversos procesos económicos, sociales, culturales, políticos, tecnológicos, ambientales y territoriales, la hacen vulnerable a cualquier cambio y/o fluctuación.
- El turismo se ha convertido en una de las actividades más importantes del mundo ya que tiene un impacto sobre la economía en su conjunto a través de la generación de ingresos, también se la he relacionado con el fortalecimiento de la identidad cultural de las comunidades receptoras. Desde esta perspectiva la identidad y la cultura se construyen a partir del intercambio viajero, del flujo de ideas y el cruce de experiencias
- La distribución de la actividad turística tiene como principal mercado Europa como la región que recibe los mayores flujos de visitantes con alrededor del 50,4% de la cuota del mercado del 2010, seguido de Asia y Pacífico (21,8%), América (16,2%), Oriente Medio (6,4%) y África (5,2%).
- En el caso particular de América Latina, se le considera una región receptora de turismo, en algunos países del Caribe representa la base de sus economías, en otros es una actividad en fuerte desarrollo, por ejemplo Centroamérica, que muestra tasas de crecimiento en Guatemala de un 5% y El Salvador con un 4% y en Costa Rica de casi un 9%.



- En sus diferentes modalidades, el turismo se apoya en los bienes de la naturaleza y deriva importantes beneficios económicos a partir de los componentes intrínsecos de esos bienes naturales. A su vez, el turismo es capaz de producir impactos, tanto positivos como negativos, sobre los componentes de la diversidad biológica e histórica. Por esta razón, para que sea capaz de maximizar los beneficios y minimizar posibles costos, el turismo debe encararse como una actividad de desarrollo sostenible.
- El turismo rural comunitario es una de estas iniciativas que, poco a poco, se va constituyendo en una importante herramienta de desarrollo de aquellas comunidades rurales que cuentan con este potencial y están en capacidad de competir con otros atractivos de alta calidad. Articulándose así: activos, historia, naturaleza, talentos y esperanzas del mundo rural en una receta única en el mundo, imposible de imitar, tan auténtica como propia. Ese es el turismo rural comunitario: un inimitable producto turístico, una importante herramienta de desarrollo de las comunidades, y de fortalecimiento de la identidad.
- El turismo es un sector dinámico y generador de desarrollo. Específicamente, el Turismo Rural Comunitario (TRC), que está orientado a promover actividades turísticas con participación local, es un segmento nuevo que está creciendo día con día y presenta características muy positivas, contrapuestas a los ya conocidos problemas provocados por el desarrollo del turismo tradicional.
- A diferencia del turismo rural ofrecido por otros países, las empresas de turismo rural comunitario en Costa Rica, por su dinámica comunitaria y la escala de su actividad, para articular un producto turístico requieren de la participación de varias familias o de la comunidad en su conjunto.
- La principal diferencia entre turismo rural y turismo rural comunitario es que esta actividad económica es planificada por la organización comunal y son los residentes de las comunidades quienes participan en forma directa en la gestión de los emprendimientos y en sus beneficios.



- El concepto de turismo rural establece una gama amplia de conceptos respecto a esta actividad, que se pueden agrupar fundamentalmente en tres tendencias:
 - **Primera tendencia:** concibe el turismo rural a través de una óptica socioeconómica exclusivamente, resaltando elementos como la revitalización socioeconómica de las comunidades, la oferta y la demanda turística, la rentabilidad, precios, entre otros.
 - **Segunda tendencia:** concibe el turismo rural a través de una óptica ambientalista de conservación y protección, resaltando elementos respecto a la cultura local, niveles bajos de impacto, conservación del medio natural, e incluso se acuñan nuevos términos derivados de ésta óptica como el “ecoturismo” definido como turismo rural sustentable.
 - **Tercera tendencia:** concibe el turismo como una simple delimitación geográfica, haciendo énfasis en términos como zona rural, espacio rural y mundo rural.

- La base del modelo turístico de España supone la adaptación del destino turístico a las características de la demanda actual o potencial: se parte del análisis pormenorizado de los gustos y preferencias de la demanda y, a partir de ello, se diseñan, articulan y construyen sitios o polos turísticos en los cuales todo el conjunto -la planta turística, los servicios y las atracciones- responden a esas necesidades de la demanda. El modelo conlleva un uso intensivo del espacio turístico que en la mayoría de los casos requiere una modificación sustancial del medio natural y una alta dosis de inversión en planta e infraestructura que minuciosamente se apega a un diseño artificial de destino turístico.



- Costa Rica optó por una vía alternativa de desarrollo totalmente diferente a la expuesta anteriormente. Contrariamente, no se diseñan sitios ni polos turísticos, sino que se utilizan los atractivos existentes con el menor grado de modificación posible para crear un producto turístico de corte natural. El motivador de viaje no es la visita y permanencia en un atractivo turístico ajustado artificialmente a las necesidades del turista (como la playa en el modelo anterior), sino que responde a la posibilidad que se ofrece al turista de entrar en contacto con algo que es real y que involucra el ambiente, la cultura y la sociedad. Este modelo, que se define como enfocado en la oferta o, simplemente, modelo de ecoturismo, resultó más que apropiado para el país, básicamente porque en sus inicios no demandaba grandes inversiones en infraestructura y planta turística ni la necesidad de desarrollar nuevos servicios que posiblemente nunca fueron necesarios en el pasado para atender y competir con base en las actividades productivas tradicionales; por el contrario, sólo bastó utilizar toda la riqueza que el país tenía en sus áreas protegidas, en sus comunidades y en la manera de ser del costarricense para articular productos de alta calidad turística. Desde luego, toda esta articulación se logra con la participación de grupos empresariales que, en un plano muy amplio de innovación, fueron capaces de reconvertir y ajustar el enfoque tradicional de negocio para hacerlo coincidir con esta ruta de desarrollo.
- El modelo ecoturístico presenta ventajas importantes: Los consumidores exigen productos y servicios que incorporen la variable ambiental, lo que permite el desarrollo de la actividad en armonía con el ambiente. Los objetivos de las empresas son compatibles con la ética y la responsabilidad social, con el fin de contribuir a una mejor calidad de vida a largo plazo. Existe una amplia dispersión de la actividad turística, se impacta positivamente el factor derrame económico en la población local y se asigna el valor real y potencial a los recursos naturales y culturales.
- También maneja una serie de desventajas que se deben considerar: Existe una explotación publicitaria abusiva en términos como ecológico o ecoturismo sin tener una estricta correspondencia con la esencia del producto que se comercializa. Utilización abusiva de términos ambientales, que son utilizados sin ningún criterio y que pueden llevar al desgaste de algunas marcas atractivas como pantanal, ecoturismo, amazonia, entre otras. El retorno financiero de la inversión es más lento que en otros modelos de ecoturismo, ya que éstos últimos, representan ventajas por efectos del



retorno social y los beneficios directos e indirectos.

- Los principales factores que pueden encontrar su comparación para ambas regiones, se encuentran resumidos en la Tabla 108.
- En definitiva, la impresión que puede dar el sector del turismo rural en general es la de estar inmerso en un proceso de reconversión del que debiera salir un nuevo modelo de turismo de interior y rural. Se ve esta actividad complementaria de tiempo parcial que permite obtener ingresos alternativos a sus puestos de trabajo principales. Por lo que queda mucho por hacer en el sector, máxime con el evidente impacto que la crisis ha tenido en el mismo.

Tabla 108. Resumen de las características principales del perfil del turista rural

Característica	Costa Rica	Caribe (Costa Rica)	Región de Murcia
Nacionalidad	Norteamericanos (Estados Unidos y Canadá)	Estados Unidos y España, con un porcentaje alto de costarricenses	Mayormente turista nacional
Características demográficas			
Edad	De entre 30 a 45 años	De 26 a 35 años	De entre 26 a 35 años
Compañía	La mayoría viaja con amigos o familiares		La mayoría viaja en pareja y con amigos
Medio de transporte	Principalmente por vía aérea	Línea regular de autobús	Vehículo propio
Promedio de estadía	Más de 7 noches	3 días	3-4 días
Gasto medio diario	70 euros	20 a 35 euros	50 euros
Actividades realizadas	Sol y playa, observación de la naturaleza y caminatas por senderos	Disfrutar de la naturaleza, disfrutar del sol y la playa	Disfrutar de la naturaleza, deportes y excursión, visita de monumentos y museos, asistir a conciertos y entretenimiento nocturno



Tabla 109. Aspectos relacionados a la oferta y la demanda

Demanda		
Característica	Costa Rica	Región de Murcia (España)
Llegada de turistas	2,1 millones	52 millones
Principales países	América del Norte (1 millón) América Central (0,6 millones)	Reino Unido (12 millones) Alemania (8,8 millones)
Mes de mayor movimiento turístico	Enero (0,232 millones)	Julio-Agosto (14 millones)
Vía de acceso		
Aéreo	67,5%	81,6%
Terrestre	32,2%	15,8%
Otros	0,3	2,6%
Ingreso (en euros)		
2008	52 mil millones	1,5 mil millones
2009	48 mil millones	1,3 mil millones
2010	49 mil millones	1,4 mil millones
Oferta		
Característica	Costa Rica	Región de Murcia (España)
Hospedaje de turismo	2468	516
Plazas de turismo rural	21019	18898
Turistas	2 millones	676 mil



RECOMENDACIONES

El turismo es una actividad con gran facilidad de adaptación. La relación que este sector mantiene con los diversos procesos económicos, sociales, culturales, políticos, tecnológicos, ambientales y territoriales, la hacen vulnerable a cualquier cambio y/o fluctuación. Es interesante ver como los actores que forman parte de esta esfera, se han situado en diferentes lugares de este amplio escenario. Este dinamismo constante es de gran ayuda al momento de ordenar y reordenar las fichas del juego para poder seguir de pie a pesar de los cambios. El análisis realizado aquí es la piedra angular para iniciar el estudio entre regiones, ya que el concepto de turismo rural es versátil y se adapta a las condiciones propias de las regiones, pero es una manera de encontrar semejanzas o diferencias que permitan enriquecer el concepto y las actividades que se ofertan, implementando el aspecto ambiental en cada paso del camino.

Una investigación más profunda donde se apliquen modelos econométricos, donde se aplique un instrumento de medición a partir de las similitudes entre ambas regiones queda a la espera de ser desarrollado. Esa investigación debe estar basada en varios aspectos fundamentales, que se numeran a continuación

Nuevos consumidores: Las necesidades humanas fundamentales son las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos. Lo que cambia a través del tiempo y de las culturas es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades.

Nuevas tecnologías: No es casualidad que la tecnología sea un componente fundamental de nuestra actividad. El turismo es, en esencia, una actividad que estuvo y está relacionada con los avances en los procedimientos tecnológicos. No hay que olvidarse que el sector turístico fue impulsado por los avances relacionados con los medios de transporte, que permitieron agilizar el desplazamiento.

Nuevas formas de producción: Hablar de producción en turismo, implica hablar del espacio. Las actividades turísticas no están separadas de los lugares que son visitados. Y es el espacio entonces espacio productivo, allí se produce y se consume.



Nuevas teorías de gestión: La planificación intenta ser proactiva, anticiparse a los hechos y prever acontecimientos no deseados. Se caracteriza por ser descentralizada, participativa, estratégica y concertada entre las instancias pública y privada. La planificación hoy, integra a sus procesos conceptos novedosos como son la sustentabilidad, renovación, calidad, equilibrio, desarrollo local y regional, la imagen marca, entre otras. La planificación es una herramienta que atraviesa los procesos turísticos en forma transversal a través de su gestión.

Cambios en el entorno: Planificar el desarrollo sustentable de un destino, preservar sus recursos, establecer su capacidad de carga y generar conciencia de la importancia de controlar el crecimiento del mismo, habla de la intención de continuar con esta actividad por mucho tiempo. Pero también habla del desarrollo de un destino en cuyos procesos existe la gestión de la calidad.



V. BIBLIOGRAFÍA



- Albadejo, I., Molera, L., Díaz, M. (2005). Le demanda de turismo rural en Murcia. *Revista de Economía Aplicada*. VIII Encuentro de Economía Aplicada.
- Annessi, G. 2001. El espacio rural ante los nuevos desafíos. El surgimiento de nuevas actividades en el espacio rural. El turismo rural como estrategia de desarrollo local (en línea). Disponible en <http://regional.iespana.es/regional/geoar.htm>
- Arrieta, D. (2000). "El turismo rural en Costa Rica. Una visión agroecoturística."
- Bellat, J. El turismo rural va tomando color. En *Presencia* (Argentina), Año XIII, No 43, pp 5-8.
- Berdegué, J; Reardon, T; Escobar, G; Echeverria, R. 2001. Opciones para el desarrollo del empleo rural no agrícola en América Latina y el Caribe. Washington, D. C. Banco Interamericano de Desarrollo. (Serie de informes técnicos del Departamento de Desarrollo Sostenible).
- Blanco, M. (2006). Análisis del potencial del turismo rural en los Cantones de Upala, Los Chiles, Guatuso y La Cruz. Programa de Desarrollo de la Agroindustria Rural para América Latina y el Caribe (PRODAR). Recuperado de: <http://www.territorioscentroamericanos.org/turismorural>
- Bonilla, E. (2008). Realidad de las comunidades rurales de Costa Rica. *Educare*. XII: 47-59.
- Bravo, Y., Partido, D., Pérez, R., Leyva A. (2009). El despliegue de la función calidad en el diseño de productos turísticos con atractivos rurales. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*. Vol 2, N°5.
- Budowski, G. 2001. Modalidades agroturísticas y sus limitaciones. (en línea). San José. Disponible en www.una.ac.cr/ambi/ambientico/107/budowski.htm
- Cawley, M., Gilmor, D. (2008). Integrated rural tourism. Concepts and Practice. *Annals of Tourism Research*. Vol 35, N°2, pp 316-337.
- Chamorro, A. (2001). El Marketing Ecológico” [en línea] *5campus.org, Medio Ambiente*. Disponible en: <http://www.5campus.org/leccion/ecomarketing>
- Chavarría, C. (2009). "Estudio sobre Turismo Rural en Costa Rica.". Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura.
- Consejo Español de Turismo. Plan del Turismo Español Horizonte 2020. Documento Base. Recuperado de: <http://www.turismo2020.es>



- Cordero, P. (2003). Diagnóstico de experiencias en turismo rural: Informe final. Proyecto de conservación del bosque y desarrollo sostenible en zonas de amortiguamiento en el Caribe Norte Costarricense (COBOES). Recuperado de <http://www.acto.go.cr>
- Costa, A., Barretto, M. (2007). Los cambios socioculturales y el turismo rural: el caso de una posada familiar. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol 5, N°1, pp 45-52.
- Decreto N° 34717 Ministerio de Economía, Industria y comercio-Ministerio de Turismo, publicado en *La Gaceta* N°175 del 10 de setiembre del 2008.
- De la Puerta, C. 1999. Agroindustria en Israel: visitas realizadas a Kibutzim, empresas industriales y actividades rurales (en línea). *Revista Agropecuaria*, No. 800. Disponible en www.embaajadaisrael.es/economía/agric-1.html
- Díaz, R. (abr/jun 2008). Marketing ecológico y turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php>
- Echeverri R; Rivero M. P. (2001). *La nueva ruralidad en América Latina y el Caribe. Versión definitiva para discusión*. Panamá, PA, IICA
- España, A. (2009). "Estudio de mercados de turismo rural para las cuencas de los ríos Aranjuez y Sardinal."
- Estévez, L. (2009). El turismo después del turismo. Escenario actual y proyecciones. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*. Vol, 2, N°4.
- Fallas, G. (2005). "Turismo Rural en Costa Rica y la Región Brunca." San José, Costa Rica.
- Fallas, Y. (2005). Evaluación del Potencial de las comunidades de Hojanca y Monte Romo de Hojanca para el Turismo Rural. Sistema de Estudios de Posgrado. . San José, Universidad de Costa Rica. Maestría en Gestión Ambiental y Ecoturismo: 156.
- Francès, G. (2006). Turismo rural: las ventajas de la promoción y comercialización conjunta. *Estudios Turísticos*. N° 171, pp 105-114.
- García, L. 2003. Proyecto Combinado GEF/IBRD "Manejo Integrado de Ecosistemas y Recursos Naturales en Uruguay". Subcomponente Turismo Rural. Informe consultoría. Montevideo, Uruguay, 56p.



- García, M., De la Calle, M. (2006). Turismo en el medio rural: Conformación y evolución de un sector productivo en plena transformación. El caso del Valle del Tiétar (Ávila). N°17, pp 75-101.
- García, P.J., Albertos M, Gil, M.D., Martínez del Vals, G., Lepe, I., Anderson, W., Barquero, M. (2010). Cooperación España Costa Rica para el Desarrollo Local. Responsabilidad ambiental y socioeconómica como elementos clave de la sostenibilidad del turismo. Análisis de normativa, política y escenario turístico, orientado a la puesta en marcha de iniciativas para la creación de un turismo solidario/responsable. Universidad Católica San Antonio. 392 pp.
- Gerritsen, P., Gutiérrez, M., Zepeda A. (2008). Turismo rural sustentable en la costa sur de Jalisco, Occidente de México. Estudios Turísticos. N° 178, pp 95-112.
- Gómez, S. (2010). El origen del turismo de sol y playa en España. Recuperado de: <http://www.suite101.net>
- Gómez, N. 2011. El turismo rural en el Noroeste de la Región de Murcia. Trabajo Fin de Máster para optar por el Título de Máster en Desarrollo Local y Empleo. Universidad Politécnica de Cartagena. España.
- González, M. Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México: las rutas agro-culturales. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol 9, N°1, pp 129-145.
- Gurría Di-Bella, M. 2000. Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo (en línea). IV Feria Ecoturística y de Producción, Santo Domingo.
- Instituto Nacional de Fomento Cooperativo. (2008). III Censo Nacional Cooperativo: 80. San José, Costa Rica
- Leiva V. 1997. Turismo y Gestión Municipal. Serie de Manuales Didácticos para la Gestión Municipal, N°9. Asociación Chilena de Municipalidades. Santiago, Chile. 198 p.
- Lizano, R. (1998). El ecoturismo como modelo de desarrollo. Revista Ambientico. Disponible en: www.una.ac.cr/ambi/Ambien-Tico/98/lizano.htm
- Lizano, R. (Noviembre, 2001). El ecoturismo como modelo de desarrollo. Ambientico. Recuperado de: <http://www.una.ac.cr/ambi/Ambien-tico/98/index.htm>



- Madrid, E. (2010). "Aporte del turismo al PIB mundial cayó 4,5% en 2009."
- Murillo, K. (2010). Lo que hace única a Costa Rica. Instituto Costarricense de Turismo. Disponible en: www.visitcostarica.com
- Moreira, M., Segre, L. 2010. ¿Cuál es el papel del turismo en el desarrollo local? Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 19. Pp 812-834.
- Navarro, F., Schlüter, R. (2010). El turismo en los pueblos rurales de Argentina ¿es la gastronomía una opción de desarrollo? Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 19 (2010). Pp 909-929.
- Nel-lo, M., Pérez, Y. (2007). La política turística en Panamá. Resultados y perspectivas. Cuadernos de Turismo. N°20, pp 199-221.
- Noveno Estado de la Nación. (2003). Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible. San José, Costa Rica.
- Paredes, F. 1998. El factor alojamiento en el panorama del turismo rural. Ponencia del Seminario "Turismo Social en la Región Centroamericana: una alternativa para equidad, la calidad de vida y el ambiente" . IDESPO/ UNA, 28-30 de octubre 1998, Heredia, Costa Rica
- Pereira de Moura, L., Cortez, R. (2009). Un análisis comparativo de la organización del turismo rural en Brasil y España. Turismo. Revista Turismo Visão e Ação. Vol. 11, N°3, pp 395-407.
- Pratt, L. (2002). Logros y retos del turismo costarricense. Centro Latinoamericano de Competitividad y Desarrollo Sostenible del INCAE. INCAE. Disponible en:
- Ramos A. (2009). Pluma Hidalgo potencial de desarrollo Turístico sustentable. Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local. Vol 2, N°6.
- Reinoso, N. 2002. Programa Provincial de Agroturismo. Provincia de Chubut, Argentina.
- Riveros H., Blanco, M. (2003). El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo rural. Programa de Desarrollo de la Agroindustria Rural para América Latina y el Caribe (PRODAR). Recuperado de: <http://www.infoagro.net/shared/docs/a5/ACF2DB6.pdf>
- Rodríguez, A., Saborío, M. (2008). Lo rural es lo diverso: Evidencia para el caso de Costa Rica. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Recuperado de:



<http://webiica.iica.ac.cr/bibliotecas/repiica/B0706e/B0706e.pdf>

- Rodríguez, S., Oliveros, A., Estévez P. (2000). Turismo rural y desarrollo local en Cuba. Geographicalia. P. 37-52. Recuperado de <http://www.dialnet.unirioja.es>
- Roman M., Ciccolella M. (2009). Turismo rural en la Argentina: Concepto, situación y perspectivas. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Recuperado de: <http://webiica.iica.ac.cr>
- Sancho, A. (2001). Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo. Organización Mundial del Turismo. 341 p.
- Santana, A. 1997. Antropología y turismo ¿nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona. Ariel
- Santana, A. (2001). Seminario de Antropología y turismo. PUCP, Lima.
- Sanz, C. 2008. Fundamentos de sostenibilidad y desarrollo en la implantación de actividades turísticas en el medio rural. Estudios Turísticos, N° 177, pp 91-98.
- Sexena, G., Ilbery, B. (2008). Integrated rural tourism. A border case study. Annals of Tourism Research, Vol 35, N°1 pp 233-254.
- Solano L. (2007). El turismo rural comunitario en Costa Rica: Análisis de esfuerzos conjuntos e incidencia en la política pública. Ponencia presentada en el I Seminario Internacional de Turismo Rural, Bolivia 2007. La Paz, Bolivia.
- Toledano, N., Gessa, A. (2002). El turismo rural en la provincia de Huelva. Un análisis de las nuevas iniciativas creadas al amparo de los programas LEADER II y PRODER. Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario. N°6, pp 107-121.
- Trejos, B. (2009). Redes de apoyo al turismo comunitario en Costa Rica, Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local. Vol 2, N°6.
- Troncoso, B. 1999. Turismo sostenible y ecoturismo. Ponencia, IX Convención Nacional de Estudiantes de Hotelería y Turismo, 17-21 mayo. Isla Margarita, Venezuela (en línea). Disponible en www.unikarlsruhe.de/uu1a/agro.pdf.
- Universidad Nacional del Litoral. II Foro Mundial de Agroturismo y Turismo Rural, Santa Fé, 7 al 10 de noviembre de 2002 (en línea). Disponible en www.foroagroturismo.unl.edu.ar/
- Verardi Fialho, M. 2001. Turismo rural y el empleo rural no agrícola. El caso de la ruta colonial de Dos Irmaos, Rio Grande do Sul (en línea). Disponible en www.rimisp.cl/dfid/colonial-es.pdf



DEDICATORIA

Ante todo quiero dedicar este logro a Dios y a la Virgen de los Ángeles que me han permitido cumplir una meta más.

A mis papás, Luis y Eli, que me dieron la vida y por brindarme la oportunidad de seguir mi carrera profesional, a pesar de querer desistir muchas veces.

A mis hermanos por brindarme su cariño y amistad, pero principalmente a Titi, por demostrarme que la fortaleza reside en la persistencia, por enseñarme que la luz siempre se encuentra al final del camino, para vos amiga va este logro.

A Ale, mi esposo, por estar siempre ahí, por acompañarme de la mano en mis horas más oscuras, por la confianza depositada en mí, por nunca cortarme las alas y por ser siempre más que mi compañero, mi mejor amigo, para vos amore mío va este logro, no lo hubiese logrado sin tenerte a la par mía.