



El volcán Arenal es uno de los principales atractivos turísticos de Costa Rica.
Fotografía cortesía de Jonathan-Serrano Hernández.

Investigación internacional

Motivaciones de los turistas cambian de acuerdo a su edad y condición económica

17 de Junio 2021 Por: [Johan Umaña Venegas](#) ^[1]

Primera etapa aplicada en volcán Arenal y Refugio Nacional de Vida Silvestre Caño Negro

Colaboración con investigadores ecuatorianos

Investigadores del **Campus Tecnológico Local San Carlos** ^[2] indagan las **motivaciones y satisfacciones de los visitantes, nacionales y extranjeros, en los principales polos turísticos de nuestro país**. Una primera etapa de esta investigación se centró en el **Parque Nacional Volcán Arenal**

y en el **Refugio Nacional de Vida Silvestre Caño Negro**.

Los máster **Ana Gabriela Víquez Paniagua** y **Allan Pérez Orozco**, de la **Escuela de Administración de Negocios** [3], están **colaborando con investigadores ecuatorianos para analizar las motivaciones del turismo**. Esa información sirve tanto para acciones de mercadeo, como para mejorar la atención a los visitantes.

¿Qué espera el turista cuando visita un parque nacional? ¿Volvería o recomendaría el sitio? Son algunas de las preguntas que contestó este estudio y el principal hallazgo es que no todas las personas quieren lo mismo. Las motivaciones varían significativamente, de acuerdo a las condiciones sociodemográficas.

“Uno de los principales resultados es que **el turista sí se va satisfecho con la riqueza natural** que encuentran en los parques, también que tenemos una base de datos que compartimos con las autoridades de estos parques para que conozcan más de los intereses de los visitantes“, destacó Víquez.

Tanto en Caño Negro como en Arenal, descubrieron que **los turistas jóvenes se motivan más por el “auto desarrollo”**. Mientras que a **los de mayor edad y de más bajo ingreso económico les gusta más compartir con familia y amigos**.

Por otra parte, los investigadores encontraron que **los turistas con bajos niveles de escolaridad se sienten más motivados con la “novedad” y están más satisfechos con la visita**, por lo que están más dispuestos a recomendar el lugar.

También hay diferencias en las motivaciones de los turistas nacionales y los extranjeros, **pues mientras que los foráneos adujeron tener interés en conocer cultura y naturaleza; el principal incentivo de los costarricenses es compartir con seres queridos**.

“Aunque sea el mismo sitio, cada turista tiene cosas distintas en la mente cuando visita el lugar. Por ejemplo en la Fortuna, vamos a encontrar gente más joven que va querer lanzarse de un cable a 60 kilómetros por hora, o gente mayor que lo que quiere es relajarse en las aguas termales”, explicó Pérez.

Para llegar a esas conclusiones se aplicaron cerca de **350 encuestas**, con ayuda de estudiantes de Administración de Empresas, en Arenal y Caño Negro.

El estudio parte de una investigación hecha en Ecuador, con visitantes de zonas protegidas del país suramericano. Investigadores de ese país visitaron el país en 2018 y propusieron a Víquez y Pérez replicar la investigación en Costa Rica.



Caño Negro ofrece vistas espectaculares y la presencia de aves de paso. Fotografía cortesía de Moisés Brenes Arias.

Utilidad para pequeñas y medianas empresas

Los investigadores facilitaron los resultados del estudio a los encargados de las áreas de conservación y esperan comunicarlo a pequeños empresarios en las zonas aledañas. Pérez y Víquez concuerdan en que la finalidad es **mejorar las acciones de mercadeo en torno a los atractivos naturales del país y mejorar la oferta de servicios.**

“No se estudia mucho al turista para ver qué es lo que le gusta, sino que se hacen campañas de marketing sin involucrar al turista, o conocer qué es lo que le atrae o por qué volvería. Si uno conoce qué es lo que le gustó de la visita y por qué volvería, se puede canalizar la estrategia en ese sentido, para atraer más turistas”, explica Víquez.

Se espera que el estudio ayude a las empresas relacionadas con el turismo a prestar atención a las características sociodemográficas de los turistas, para diseñar mejor las actividades y los servicios que ofrecen.

“Para los turistas más jóvenes que están motivados por el autodesarrollo, se pueden planificar actividades y servicios relacionados con el aprendizaje de la naturaleza para fomentar su crecimiento personal, nuevas habilidades y habilidades individuales. En cuanto a los turistas mayores y de menores ingresos, que están motivados para estar con familiares y amigos, se pueden promover actividades recreativas para mejorar las relaciones familiares y de amistad”, se explica en un artículo producto de la investigación ^[5] **publicado en el *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*.**

Producción científica a disposición del sector

La investigación ya ha producido numerosos resultados, entre ellos **cinco artículos científicos publicados en revistas indexadas.** Los *papers* son **coautorías de Víquez y Pérez, con los académicos ecuatorianos Wilmer Carvache-Franco, Mauricio Carvache-Franco y Orly Daniel Carvache-Franco.**

La idea es continuar la línea de investigación y **ya este mes se estará aplicando un ejercicio similar en el polo turístico de Jacó,** para conocer las motivaciones de los visitantes de las zonas costeras y compararlas con los resultados ya obtenidos.

“Estos trabajos ayudan a los empresarios a planear sus productos y servicios. Por ejemplo, la parte gastronómica o el tipo de hoteles que van a desarrollar.

Son investigaciones que una PYME no puede pagar y que nosotros queremos poner a su disposición. El que el turista nos dé esos insumos de hacia a dónde se debe desarrollar, en servicios y calidad, de atención y trato, es sumamente valioso para un sector que representa una de nuestras mayores fuentes de ingreso en el país”, comentó Víquez.

La intención es continuar publicando artículos en revistas científicas, pero a la vez presentar la información recopilada a instituciones y empresarios locales, de forma que puedan sacar provecho a la investigación.

“Queremos reunirnos con cámaras de comercio y empresarios locales, porque no hacemos nada con publicar un paper en una revista de Inglaterra o España, si en las mismas comunidades no van a tener acceso a la información”, argumentó Pérez.

El investigador y docente agrega que el estudio además les ha resultado muy útil en su labor de enseñanza, pues les permite acercar a los estudiantes a la investigación de mercado: “Dentro de nuestra carrera hay un curso que se llama investigación de mercados, entonces uno de los temas que es importante es la recolección de información, que es vital para cualquier proyecto de investigación y para cualquier plan de mercado que quiera desarrollar una empresa”, ahondó el Pérez.

Mientras que Víquez destacó el alcance de investigaciones hechas gracias a las redes académicas internacionales. De hecho, de parte de los investigadores ecuatorianos se está trabajando con académicos de Perú y México, de forma que se pueda comparar información recopilada en los distintos destinos turísticos latinoamericanos. Mientras que también se analizan otras posibles líneas de investigación en relación a lo que se hace en el **Doctorado en Dirección de Empresas** [6].

Source URL (modified on 07/02/2021 - 17:37): <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/node/3911>

Enlaces

[1] <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/users/johan-umana-venegas>

[2] <https://www.tec.ac.cr/ubicaciones/campus-tecnologico-local-san-carlos>

[3] <https://www.tec.ac.cr/escuelas/escuela-administracion-empresas>

[4] <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/sites/default/files/styles/colorbox/public/media/img/paragraph/cano-negro-tec-moises-brenes-2.jpg>

[5] <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JCHMSD-12-2020-0184/full/html>

[6] <https://www.tec.ac.cr/programas-academicos/doctorado-direccion-empresas>