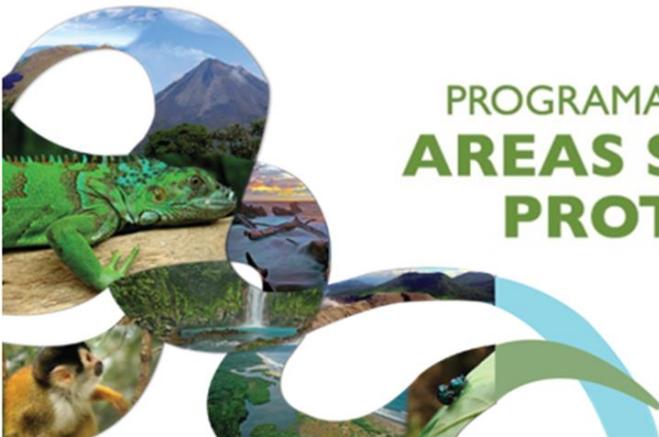




Estudio de percepción del visitante residentes y no residentes sobre los servicios turísticos ofrecidos en 10 Áreas Silvestres Protegidas.

Diciembre 2014



**PROGRAMA DE TURISMO EN
ÁREAS SILVESTRES
PROTEGIDAS**



Índice de Cuadros 3

Índice de Gráficos 3

Índice de Anexos 5

SECCIÓN 1: PROPÓSITO DEL ESTUDIO.....	6
1.1 INTRODUCCIÓN	6
1.2 ANTECEDENTES	6
1.3. OBJETIVOS	6
1.3.1. General	6
1.3.2. Específicos	7
1.4. LIMITACIONES	7
SECCIÓN 2: DISEÑO DEL PROYECTO.....	8
2.1. Pregunta de investigación:	8
2.2. Tipo de Investigación:.....	8
2.3. Población:	8
2.4. Fuentes de información:.....	9
2.4.1. Primarias	9
2.4.2. Secundarias	9
2.5. Variables:.....	9
2.6. Métodos de recolección:	10
2.7. Instrumentos de recolección:	10
2.8. Plan de muestreo:.....	10
2.8.1. Población:	10
2.8.2. Marco Muestral:.....	11
2.8.3. Muestra:	11
2.8.4. Tamaño de la Muestra:.....	11
2.8.5. Distribución de la Muestra:.....	12
SECCIÓN 3: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	13
3.1 Parque Nacional Cahuita (PNCah)	13
3.2. Parque Nacional Corcovado (PNC)	20
3.3 Parque Nacional Manuel Antonio (PNMA)	27
3.4 Parque Nacional Marino Ballena (PNMB).....	33
3.5 Parque Nacional Rincón de la Vieja (PNRV).....	38
3.6 Parque Nacional Tortuguero (PNT)	45
3.7 Parque Nacional Volcán Arenal (PNVA).....	51
3.8 Parque Nacional Volcán Irazú (PNVI).....	57
3.9 Parque Nacional Volcán Poás (PNVP).....	63
3.10 Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Caño Negro (RNVSM CN)	69
SECCIÓN 4: CONCLUSIONES GENERALES.	70
4.1. Servicios turísticos.	70
4.2. Infraestructura.	70
4.3. Servicios turísticos demandados del área de influencia.	71
4.4. Evaluación de los servicios demandados en el área de influencia.	71
4.5. Evaluación de rutas de acceso, señalización y estado de carreteras.	71
4.6. Primera vez de visita a esta área silvestre protegida.	72
4.7. Cumplimiento de expectativas.	72
4.8. Acompañantes de los visitantes.	72
4.9. Medio informativo de la existencia del ASP.	72
4.10. Medio de transporte utilizado para llegar a las ASP.	73
4.11. Principales atractivos para los visitantes en las ASP.	73
4.12. Actividades más importantes.	74

4.13. Nivel de satisfacción con cada una de las experiencias que vivió durante su visita.	74
4.14. Palabras claves.	74
4.15. Visitas a otras áreas silvestres protegidas.	74
4.16. Perfil visitante.	75

Índice de Cuadros

Cuadro A. Distribución de las entrevistas por ASP y tipo de visitante.	12
---	----

Índice de Gráficos

Gráfico 1.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Cahuita.	13
Gráfico 1.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Cahuita.	14
Gráfico 1.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Cahuita.	14
Gráfico 1.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Cahuita.	15
Gráfico 1.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Cahuita.	16
Gráfico 1.6. ¿Es la primera vez que visitan el Parque Nacional Cahuita.	17
Gráfico 1.7. Nivel en que se cumplió la expectativa que tenían del Parque Nacional Cahuita.	17
Gráfico 1.8. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Cahuita.	18
Gráfico 1.9. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Cahuita.	19
Gráfico 1.10. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Cahuita.	19
Gráfico 1.11. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Cahuita.	20
Gráfico 2.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Corcovado.	21
Gráfico 2.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Corcovado.	21
Gráfico 2.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Corcovado.	22
Gráfico 2.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Corcovado.	22
Gráfico 2.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Corcovado.	23
Gráfico 2.6. ¿Es la primera vez que visitan el Parque Nacional Corcovado.	24
Gráfico 2.7. Nivel en que se cumplió la expectativa que tenían del Parque Nacional Corcovado.	24
Gráfico 2.8. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Corcovado.	25
Gráfico 2.9. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Corcovado.	25
Gráfico 2.10. Nivel de satisfacción con cada una de las experiencias que vivieron durante la visita al Parque Nacional Corcovado.	26
Gráfico 2.11. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Corcovado.	27
Gráfico 3.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Manuel Antonio.	28
Gráfico 3.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Manuel Antonio.	28
Gráfico 3.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Manuel Antonio.	29
Gráfico 3.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Manuel Antonio.	29
Gráfico 3.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Manuel Antonio.	30
Gráfico 3.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Manuel Antonio.	31

Gráfico 3.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Manuel Antonio.	32
Gráfico 3.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Manuel Antonio.	32
Gráfico 4.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Marino Ballena.	33
Gráfico 4.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Marino Ballena.	34
Gráfico 4.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Marino Ballena.	34
Gráfico 4.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Marino Ballena.	35
Gráfico 4.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Marino Ballena.	35
Gráfico 4.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Marino Ballena.	36
Gráfico 4.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Marino Ballena.	37
Gráfico 4.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Marino Ballena.	38
Gráfico 5.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Rincón de la Vieja.	39
Gráfico 5.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Rincón de la Vieja.	40
Gráfico 5.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Manuel Antonio.	40
Gráfico 5.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Rincón de la Vieja.	41
Gráfico 5.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Rincón de la Vieja.	42
Gráfico 5.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Rincón de la Vieja.	43
Gráfico 5.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Rincón de la Vieja.	44
Gráfico 5.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Rincón de la Vieja.	45
Gráfico 6.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Tortuguero.	46
Gráfico 6.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Tortuguero.	46
Gráfico 6.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Tortuguero.	47
Gráfico 6.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Tortuguero.	48
Gráfico 6.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Tortuguero.	48
Gráfico 6.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Tortuguero.	49
Gráfico 6.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Manuel Antonio.	50
Gráfico 6.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Tortuguero.	51
Gráfico 7.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Volcán Arenal.	52
Gráfico 7.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Volcán Arenal.	53
Gráfico 7.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Volcán Arenal.	53
Gráfico 7.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Volcán Arenal.	54
Gráfico 7.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Volcán Arenal.	55
Gráfico 7.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Volcán Arenal.	55
Gráfico 7.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Volcán Arenal.	56
Gráfico 7.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Volcán Arenal.	57
Gráfico 8.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Volcán Irazú.	58
Gráfico 8.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Volcán Irazú.	58
Gráfico 8.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Volcán Irazú.	59
Gráfico 8.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Volcán Irazú.	60
Gráfico 8.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Volcán Irazú.	60

Gráfico 8.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Volcán Irazú.....	61
Gráfico 8.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Volcán Irazú.....	62
Gráfico 8.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Volcán Irazú.....	63
Gráfico 9.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Volcán Poás.....	64
Gráfico 9.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Volcán Poás.....	64
Gráfico 9.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Volcán Poás.	65
Gráfico 9.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Volcán Poás.....	66
Gráfico 9.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Volcán Poás.....	66
Gráfico 9.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Volcán Poás.	67
Gráfico 9.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Volcán Poás.....	68
Gráfico 9.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Volcán Poás.....	69

Índice de Anexos

ANEXO 1. Cuestionarios

76

SECCIÓN 1: PROPÓSITO DEL ESTUDIO

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene el reporte de los resultados obtenidos mediante la realización del proyecto denominado “Estudio de percepción del visitante residente y no residente sobre los servicios turísticos ofrecidos en las Áreas Silvestres Protegidas”, el cual se llevó a cabo durante el mes de diciembre del 2014.

A fin de facilitar la comprensión y el uso de la información, el presente reporte ofrece los resultados obtenidos del estudio, en el cual se presenta la metodología utilizada y un breve análisis de los resultados más significativos; así como en los apartados digitales correspondientes se presentan los cuadros y los gráficos de los resultados.

El análisis se concentra en la información resumen más representativa por Área Silvestre Protegida (ASP) y en forma integral, de manera que el usuario de este reporte pueda utilizarlo como herramienta de diagnóstico y como manual de referencia, de acuerdo a sus necesidades particulares. Asimismo, como un instrumento que habrá de fungir como elemento orientador para la toma de decisiones y la creación de estrategias de diagnóstico del proyecto.

1.2 ANTECEDENTES

El 18 de diciembre del 2006, el Directorio Ejecutivo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), aprobó el financiamiento para el Proyecto denominado: Fortalecimiento del Programa de Turismo en Áreas Silvestres Protegidas, suscribiéndose el Contrato de Préstamo N° 1824/OC/CR, cuyo ente ejecutor de la operación es el Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones (MINAET), por intermedio del Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC).

Las áreas silvestres protegidas determinadas para realizar las actividades del Proyecto, previa aprobación por parte del BID y la UCP son: Parque Nacional Corcovado, Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Caño Negro, Parque Nacional Tortuguero, Parque Nacional Volcán Poás, Parque Nacional Rincón de la Vieja, Parque Nacional Cahuita, Parque Nacional Manuel Antonio, Parque Nacional Volcán Arenal, Parque Nacional Volcán Irazú, Parque Nacional Marino BALLENA.

1.3. OBJETIVOS

A continuación se presentan los objetivos del presente estudio:

1.3.1. General

- ▶ Desarrollar una investigación de mercados para evaluar la percepción de los visitantes sobre el producto turístico en las 10 áreas silvestres protegidas contempladas en el proyecto: Fortalecimiento del Programa de turismo en Áreas Protegidas.

1.3.2. Específicos

- ▶ Clasificar los diferentes perfiles del turista residente o no residente que visita cada una de las 10 ASP contempladas en el Proyecto
- ▶ Evaluar la calidad de todos los servicios turísticos ofrecidos en las 10 ASP del Proyecto.
- ▶ Valorar las mejoras percibidas por los turistas en infraestructura turística de las 10 ASP del Proyecto
- ▶ Identificar los servicios turísticos más demandados en el área de influencia de cada una de las 10 ASP del Proyecto.

1.4. LIMITACIONES

A continuación se presentan una serie de limitación que conlleva el proyecto como tal:

- No se realizan las encuestas on – line propuestas en la metodología contratante debido a que la página web del contratante está en remodelación y por tanto no se puede utilizar el servidor respectivo.
- El Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Caño Negro (RNVSM CN) no presentará resultados en este informe debido a que la muestra del mismo es de una persona visitante no residente; por lo que no es representativo para un análisis como con las otras ASP. Dicha Reserva se analizará en las siguientes mediciones durante el período de contratación del estudio.

SECCIÓN 2: DISEÑO DEL PROYECTO

A continuación se describe la metodología que se desarrolló, tanto para alcanzar los objetivos como la contestación a la pregunta de investigación, propuesta por el contratante para el desarrollo del presente proyecto.

2.1. Pregunta de investigación:

Para el desarrollo de este proyecto se propone la siguiente pregunta realizada para cumplir con los objetivos propuestos, la cual se contestará con la presente investigación:

“¿Cuál es la percepción del visitante residente y no residente acerca de los servicios turísticos ofrecidos en cada una de las 10 ASP que encierra el Proyecto Fortalecimiento del Programa de Turismo en Áreas Protegidas?”.

2.2. Tipo de Investigación:

La investigación que se propone es del tipo descriptiva; ya que analizará la percepción actual, tanto del visitante residente como del no residente acerca de los servicios turísticos ofrecidos en cada una de las 10 ASP que encierra el Proyecto Fortalecimiento del Programa de Turismo en Áreas Protegidas durante el mes de diciembre del 2014.

Se recomendó este tipo de investigación debido a que se optó por recopilar información numérica para dar explicación a las respuestas de la presente investigación.

Según Hair y Ortinau (2009) la investigación descriptiva es: “el estudio que responde las preguntas quién, qué, cuándo, dónde y cómo.” (pág. 49)

2.3. Población:

Para el presente proyecto se tomará como población a todos(as) los(as) visitantes, residentes y no residentes, a las 10 ASP que encierra el Proyecto Fortalecimiento del Programa de Turismo en Áreas Protegidas durante el mes de diciembre del 2014.

Las 10 ASP de interés están comprendidas por:

1. PNV ARENAL
2. RNVSM CAÑO NEGRO
3. PN MARINO BALLENA
4. PNV IRAZÚ
5. PNV POÁS
6. PN RINCÓN DE LA VIEJA
7. PN CAHUITA
8. PN MANUEL ANTONIO
9. PN CORCOVADO
10. PN TORTUGUERO.

2.4. Fuentes de información:

Se utilizó las siguientes fuentes primarias y secundarias para contestar la pregunta de investigación y a su vez alcanzar los objetivos propuestos.

2.4.1. Primarias

Son todas aquellas fuentes que fueron desarrolladas de primera mano por los investigadores que están compuestos por los profesionales del proyecto y su personal respectivo.

Como fuentes primarias se realizaron las encuestas personales que se explican en el apartado de métodos de recolección.

2.4.2. Secundarias

Son todas aquellas fuentes que ya existen y sirvieron de ayuda para contestar y alcanzar tanto la pregunta de investigación como los objetivos propuestos.

Para este proyecto se utilizaron como fuente secundarias: el Informe Anual de Estadísticas SEMEC, información del SINAC, el FODA institucional, resultados de un estudio de la comunicación interna y externa del SINAC, así como los diferentes públicos con los que cuenta la institución; e información del Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

2.5. Variables:

A continuación se detallan las variables a investigar en el presente proyecto junto con los métodos de recolección propuestos:

OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE	MÉTODO DE RECOLECCIÓN
Clasificar los diferentes perfiles del turista residente y no residente que visita cada una de las 10 ASP contempladas en el Proyecto.	Perfiles del turista residente y no residente	Encuesta personal para el turista residentes y no residentes Fuentes secundarias
Evaluar la calidad de todos los servicios turísticos ofrecidos en las 10 ASP del Proyecto.	Calidad de los servicios turísticos	Encuesta personal para el turista residentes y no residentes Fuentes secundarias
Valorar las mejoras percibidas por los turistas en la infraestructura turística de las 10 ASP del Proyecto.	Mejoras percibidas de la infraestructura	Encuesta personal para el turista residentes y no residentes Fuentes secundarias

OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE	MÉTODO DE RECOLECCIÓN
Identificar los servicios turísticos más demandados en el área influencia de cada una de las 10 ASP del Proyecto.	Servicios turísticos demandados	Encuesta personal para el turista residentes y no residentes Fuentes secundarias

2.6. Métodos de recolección:

En este proyecto se utilizó el método de recolección: encuesta personal; la cual consistió en recolectar la información de los turistas residentes y no residentes en forma personal en cada uno de las ASP en estudio, durante el mes de diciembre del 2014.

Dicho método generó una base de datos de los visitantes encuestados, la cual incluirá por lo menos nombre del visitante, correo electrónico (opcional), país y estado o provincia en donde reside; así como la información de interés para este proyecto que se describe en el apartado de instrumento de recolección.

2.7. Instrumentos de recolección:

Los cuestionarios que se elaboraron para este método de recolección antes expuesto tomaron en consideración que los servicios turísticos, mejoras de infraestructura, tipos de turista y condiciones externas a cada ASP son diferentes; pero en el instrumento se colocan todas para poder utilizar un mismo instrumento para las diferentes ASP.

Dichos cuestionarios fueron elaborados por las profesionales en Estadística junto con el director de Análisis Turístico; y fueron probados por medio de una prueba piloto para medir su eficacia antes de salir a recolectar la información definitiva. Además fueron aprobados por la Unidad Coordinadora del Proyecto, a través del Fiscalizador Técnico, con la finalidad de verificar el cumplimiento a cabalidad con los objetivos propuestos. Estos instrumentos presentan una estructura pre codificada; con el fin de procesar la información con mayor eficiencia y eficacia.

Los cuestionarios se pueden observar en el archivo bajo el hipervínculo [PERSPECTIVE QUESTIONARY ASP.doc](#) y [CUESTIONARIO PERCEPCIÓN VISITANTES ASP.doc](#).

2.8. Plan de muestreo:

Para la recolección de la información se aplicó una muestra aleatoria del tipo estratificado proporcional a las características específicas que presentan las 10 ASP, el cual se describe a continuación:

2.8.1. Población:

La población del presente proyecto serán todos(as) los(as) visitantes, residentes y no residentes, a las 10 ASP que encierra el Proyecto Fortalecimiento del Programa de Turismo en Áreas Protegidas durante el mes de diciembre del 2014.

2.8.2. Marco Muestral:

Se tomó como marco muestral información del Informe Anual de Estadísticas SEMEC que presenta datos relevantes sobre la visitación, tanto de residentes como de no residentes, en cada una de las ASP; lo cual se muestra en los siguientes cuadros:

Número de Visitantes Residentes en ASP en 2013													
Área Silvestre Protegida	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
PNV Arenal	1.459	679	1.079	878	1.254	723	1.468	638	924	1.117	792	1.003	12.014
RNVSM Caño Negro	26	129	383	0	13	0		6	61	10	61	148	837
PNV Tenorio	2.397	1.181	2.898	1.533	1.433	1.039	1.837	1.162	802	583	692	1.510	17.067
PNV Irazú	19.490	12.791	16.016	10.175	9.574	9.925	17.462	11.189	6.963	8.010	9.612	21.403	152.610
PNV Poás	23.292	13.843	19.011	12.959	10.004	12.134	19.322	13.469	8.297	8.359	11.156	22.267	174.113
PN Rincón de la Vieja	1.770	896	1.707	891	854	1.083	1.299	848	499	636	726	1.563	12.772
PN Cahuita	4.945	2.178	5.050	1.435	1.564	1.340	3.422	1.679	2.224	2.063	1.894	4.306	32.100
Parque Nacional Manuel Antonio	18.831	9.851	12.963	6.560	6.473	6.219	13.438	7.598	4.940	5.272	6.977	14.494	113.616
Parque Nacional Corcovado	364	158	210	229	174	261	439	525	122	25	323	511	3.341
Parque Nacional Tortuguero	2.566	2.540	3.227	924	1.628	1.707							12.592

Fuente: Informe Estadístico Anual SEMEC 2013 (Resultados preliminares)

Número de Visitantes No Residentes en 2013													
Área Silvestre Protegida	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
PNV Arenal	5.492	5.771	4.088	4.581	3.489	4.083	5.698	5.393	2.224	2.105	4.077	6.434	53.435
RNVSM Caño Negro	26	55	43	4	16	0		0	6	15	47	56	268
PNV Tenorio	1.389	1.772	1.531	1.332	976	810	1.154	1.758	459	496	1.239	1.557	14.473
PNV Irazú	4.768	4.984	5.033	3.022	2.287	2.486	3.775	3.120	1.661	1.976	3.323	4.817	41.252
PNV Poás	17.473	17.580	21.484	12.965	8.430	14.084	14.107	12.547	6.302	9.032	12.028	19.397	165.429
PN Rincón de la Vieja	5.055	5.414	6.318	4.098	2.068	2.344	4.134	3.830	1.343	1.338	4.006	4.366	44.314
PN Cahuita	4.873	4.985	4.820	3.114	2.820	2.108	4.077	4.357	2.515	2.321	3.124	3.494	42.608
Parque Nacional Manuel Antonio	27.788	25.679	30.444	20.513	15.221	20.230	25.303	22.620	8.341	8.030	16.380	26.011	246.560
Parque Nacional Corcovado	3.245	3.992	3.827	2.955	2.202	1.994	3.211	3.709	1.309	145	3.640	4.961	35.190
Parque Nacional Tortuguero	9.170	11.397	13.209	2.919	3.772	4.599							45.066

Fuente: Informe Estadístico Anual SEMEC 2013 (Resultados preliminares)

2.8.3. Muestra:

Se solicita por parte del contratante la realización de un muestra aleatoria del tipo estratificada proporcional a las características que se muestran para cada ASP en el marco muestral anterior. Para ello se obtiene la proporcionalidad de las ASP para cada uno de los tipos de visitantes y se selecciona una muestra estratificada proporcional representativa para cada tipo de visitantes y por cada ASP.

2.8.4. Tamaño de la Muestra:

Para seleccionar el tamaño de muestra se utilizó la fórmula de muestras aleatorias para poblaciones finitas siguiente:

$$n = \frac{[(Z * (p*q)^{1/2}) / d]^2}{1 + (1/N) [(Z * (p*q)^{1/2}) / d]^2}$$

Donde:

- n = Tamaño de muestra buscado
- Z = Probabilidad de Confianza
- (p*q)^{1/2} = Variabilidad del estudio
- d = Error de muestreo
- N = Tamaño de la población

Para el presente proyecto se recomienda una muestra aleatoria con un nivel de confianza del 95% y un margen de error no mayor al 4%. Por tanto los valores de la fórmula son los siguientes:

Z = Probabilidad de Confianza: 1.96
 (p*q)1/2 = Variabilidad del estudio: 50%
 d = Error de muestreo: 4%
 N = Tamaño de la población del I semestre: 686143
 N = Tamaño de la población del II semestre: 591172.

Dando como resultado un tamaño de muestra total de 700 encuestas.

2.8.5. Distribución de la Muestra:

Una vez obtenido el tamaño de muestra representativo, se procede a distribuirla proporcionalmente para ASP y por cada tipo de visitantes para cada uno de los semestres de interés.

De lo cual se obtiene la siguiente distribución:

Cuadro A. Distribución de las entrevistas por ASP y tipo de visitante.

Área Silvestre Protegida	Frecuencia	Porcentaje
<input type="checkbox"/> PN CAHUITA	45	6%
Extranjero	25	3%
Nacional	20	3%
<input type="checkbox"/> PN CORCOVADO	22	3%
Extranjero	20	3%
Nacional	2	0%
<input type="checkbox"/> PN MANUEL ANTONIO	193	27%
Extranjero	126	18%
Nacional	67	9%
<input type="checkbox"/> PN MARINO BALLENA	17	2%
Extranjero	8	1%
Nacional	9	1%
<input type="checkbox"/> PN RINCON DE LA VIEJA	33	5%
Extranjero	25	3%
Nacional	8	1%
<input type="checkbox"/> PN TORTUGUERO	68	9%
Extranjero	53	7%
Nacional	15	2%
<input type="checkbox"/> PNV ARENAL	41	6%
Extranjero	32	4%
Nacional	9	1%
<input type="checkbox"/> PNV DE IRAZU	113	16%
Extranjero	22	3%
Nacional	91	13%
<input type="checkbox"/> PNV POAS	186	26%
Extranjero	87	12%
Nacional	99	14%
<input type="checkbox"/> RNVSM CAÑO NEGRO	1	0%
Extranjero	1	0%
Total general	719	100%

.Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C0.

SECCIÓN 3: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El siguiente apartado consiste en una descripción e interpretación de los resultados más relevantes para cada ASP. Dichos resultados se obtienen de los cuadros y gráficas que se muestran en el anexo digital [CUADROS PERCEPCIÓN ASP DIC. 2014.xlsx](#).

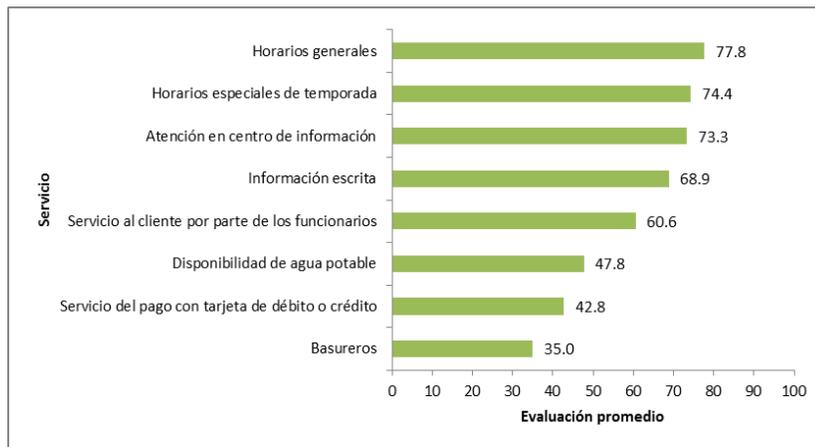
Para obtener la nota promedio de cada percepción se presentan los resultados con calificaciones bajo el rango de 0 a 100.

3.1 Parque Nacional Cahuita (PNCah)

Es importante recordar que se realizaron 45 entrevistas en total, subdivididas en 25 visitantes extranjeros y 20 nacionales.

Al evaluar los **servicios turísticos**, según se observa en el gráfico 1.1; las personas entrevistadas no evaluaron ningún servicio en un solo criterio con contundencia. En el criterio excelente la evaluación más alta dada por las personas entrevistadas fue la del horario general (47%); dando una nota promedio de 77.8. Mientras que el criterio evaluado con un porcentaje más alto de forma negativa fue el servicio de basureros (36% en el criterio pésimo), con una nota promedio de 35.

Gráfico 1.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Cahuita.

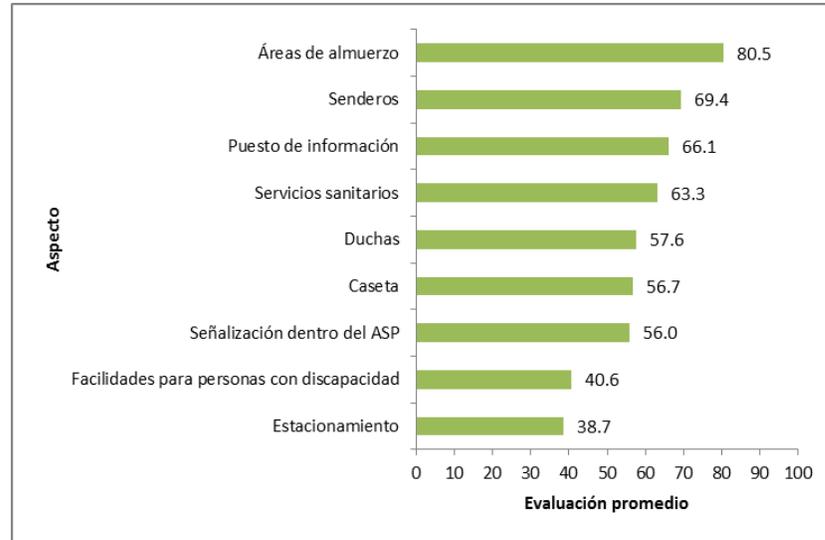


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C1.

En cuanto a la evaluación por tipo de visitante (residente y no residente), los datos indican una evaluación más estricta para todos los servicios, esto es evaluación de manera más negativa los mismos servicios. Por ejemplo, el extranjero fue más estricto con la evaluación de los basureros y el servicio de agua potable, dándole porcentajes más negativos. (Ver cuadro vinculado 1)

Al analizar la percepción de **la infraestructura**, se obtiene en el gráfico 1.2, la mejor evaluada (sin tener un nivel alto), fue la correspondiente a las áreas de almuerzo (80.5), seguida de los senderos, puestos de información y servicios sanitarios. La infraestructura con el porcentaje negativo más alto fue el estacionamiento, con una nota promedio de 38,7.

Gráfico 1.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Cahuita.

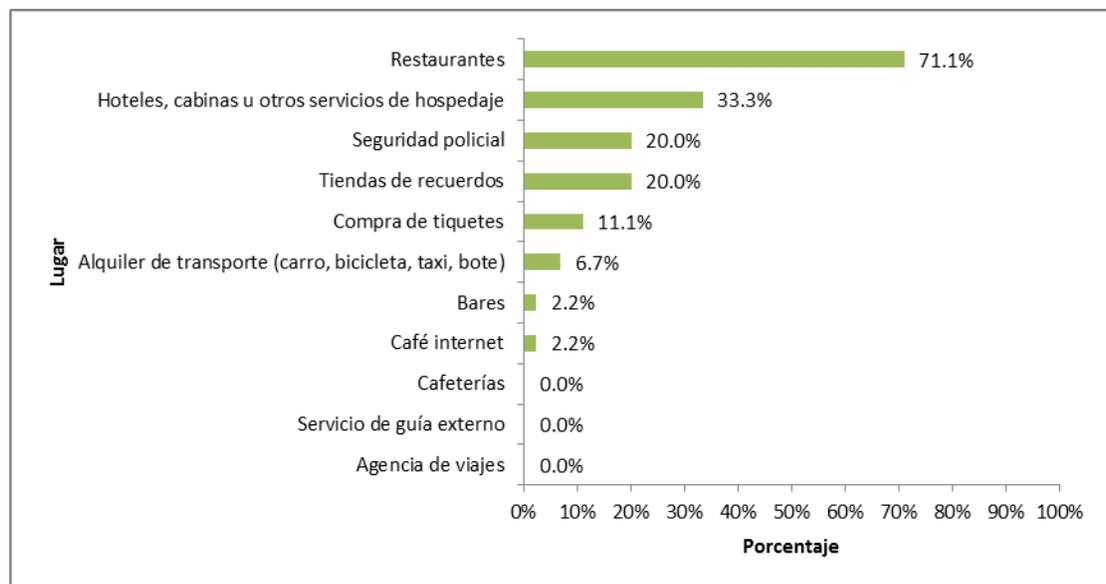


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C2.

Por tipo de visitante, el extranjero valora como lo más positivo el área de almuerzo pero con un valor menor al del visitante nacional. También, en la valoración más negativa el extranjero señala las facilidades para personas con discapacidad cuya nota promedio es de un 40; mientras que el nacional establece lo más negativo como el estacionamiento con una nota promedio de 33. (Ver cuadro vinculado 2)

Con respecto a los **servicios turísticos demandados**, se observa en el gráfico 1.3, que los servicios más utilizados en los alrededores del PNCah por parte de los visitantes encuestados, fueron los restaurantes con un 71%, seguido de los hoteles u otro tipo de hospedaje. Llama la atención el no uso de guías externos, cafeterías, agencias de viajes y café internet.

Gráfico 1.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Cahuita.



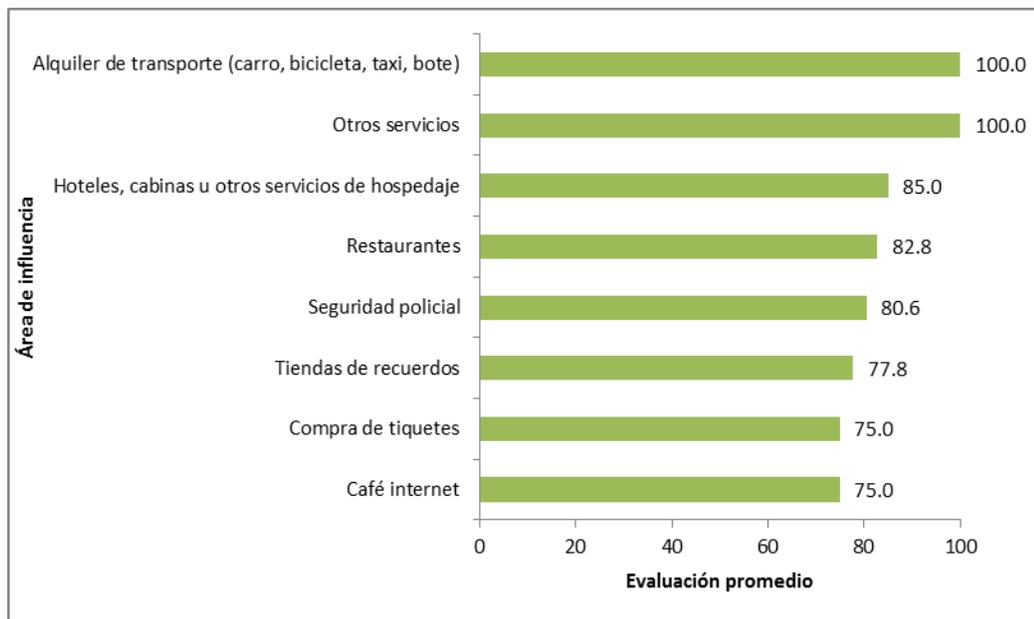
Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C3.

En cuanto a la valoración por tipo de visitante, la situación no cambia sustancialmente; ya que para los extranjeros el orden de los lugares visitados o utilizados son: restaurantes 72%, hoteles, cabinas u otros servicios de hospedaje 24%, tiendas de recuerdos 24%, seguridad policial 16%, compra de tiquetes 12%, alquiler de transporte (carro, bicicleta, taxi, bote) 8% y café internet 4%.

Para los nacionales el orden es el siguiente: restaurantes 70%, hoteles, cabinas u otros servicios de hospedaje 45%, seguridad policial 25%, tiendas de recuerdos 15%, compra de tiquetes 10%, bares 5% y alquiler de transporte (carro, bicicleta, taxi, bote) 5%.

Al evaluar los **servicios demandados en el área de influencia**, se observa en el gráfico 1.4, que los servicios fueron muy bien evaluados, todos por arriba del 70 como promedio. Por ejemplo, se indica el alquiler de transporte y otros servicios no tipificados con una evaluación del 100 de excelente.

Gráfico 1.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Cahuita.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C4.

La valoración de los servicios en el área de influencia por tipo de visitante no cambia, mostrando para los nacionales la siguiente evaluación:

● Alquiler de transporte (carro, bicicleta, taxi, bote)	100.0
● Otros servicios	100.0
● Restaurantes	89.3
● Compra de tiquetes	87.5
● Hoteles, cabinas u otros servicios de hospedaje	86.1
● Seguridad policial	80.0
● Tiendas de recuerdos	75.0.

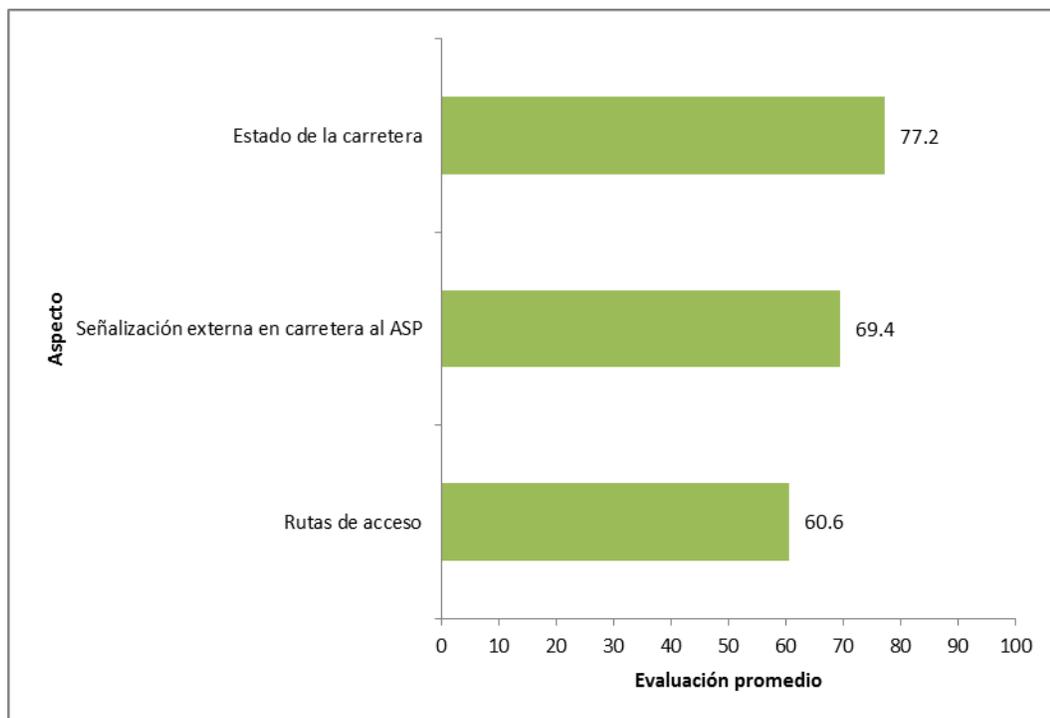
Y para los extranjeros:

● Alquiler de transporte (carro, bicicleta, taxi, bote)	100.0
● Hoteles, cabinas u otros servicios de hospedaje	83.3
● Seguridad policial	81.3
● Tiendas de recuerdos	79.2
● Restaurantes	77.8
● Café internet	75.0

En referencia a la **evaluación de las rutas de acceso, señalización y estado**, se obtiene en el gráfico 1.5, que la mayoría de los visitantes tanto nacionales como extranjeros señalan una evaluación promedio del 77,2 el estado de la carretera, seguido por la señalización y rutas de acceso.

Específicamente la valoración más positiva de excelente es para la señalización externa, con un 42%.

Gráfico 1.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Cahuita.

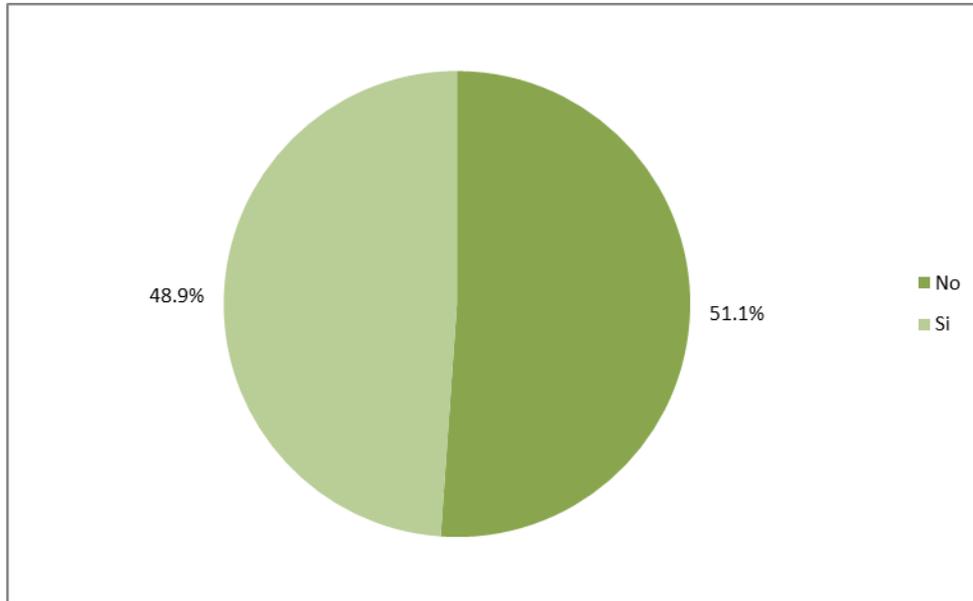


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C5.

Por tipo de visitante, el extranjero fue más estricto al evaluar los criterios; ya que muestra para el estado de la carretera una nota promedio de 73, para la señalización externa en carretera al ASP un 66 y para las rutas de acceso un 54. Mientras que los nacionales evalúan con un 82.5 para el estado de la carretera; un 73.8 para la señalización externa en carretera al ASP y un 68.8 para las rutas de acceso.

Con respecto a la **primera vez de visita a esta área silvestre protegida**, se observa en el gráfico 1.6, que el 49% de los entrevistados indicó que era la primera vez, contra un 51% que ya había visitado este parque nacional.

Gráfico 1.6. ¿Es la primera vez que visitan el Parque Nacional Cahuita?

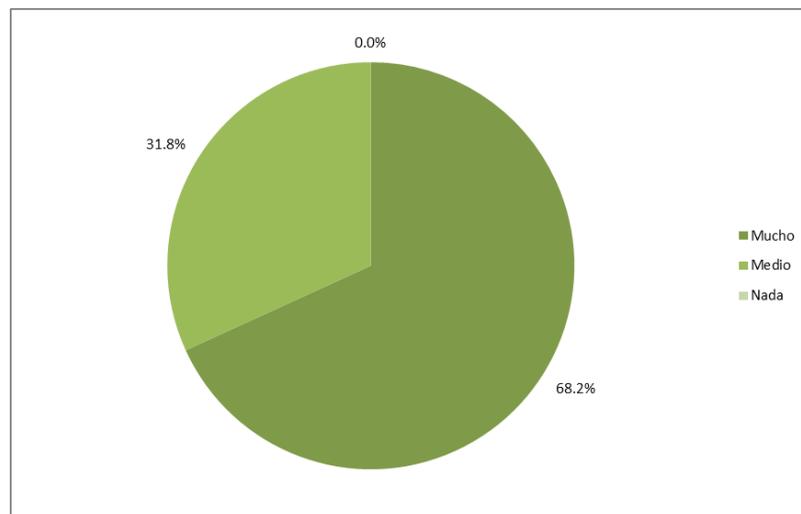


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C6.

Para el visitante nacional el porcentaje de primera vez en el Parque es de un 40%; mientras que para los extranjeros es un 56%.

Al consultarles sobre el **cumplimiento de las expectativas**, se observa en el gráfico 1.7, que la mayoría de los visitantes (68%) indicó que se cumplieron sus expectativas en el criterio mucho. Importante especificar que ningún visitante calificó como nada de cumplimiento de sus expectativas.

Gráfico 1.7. Nivel en que se cumplió la expectativa que tenían del Parque Nacional Cahuita.



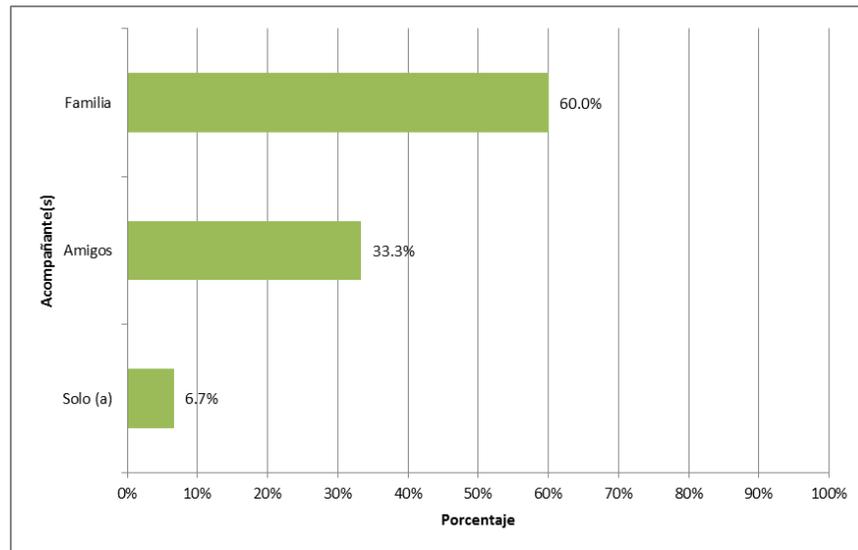
Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C7.

El cumplimiento de expectativas fue mayor para el visitante extranjero con un 79% en el criterio mucho, mientras que el nacional señaló un 50%.

Algunos comentarios de los visitantes que incidieron para que sus expectativas no se cumplieran del todo son: acceso complicado, falta más información y le falta más vida al Parque.

Con respecto a los **acompañantes de los visitantes**, se obtiene en el gráfico 1.8, que un 60% de las personas encuestadas viajaron al Parque acompañados de su familia, y únicamente el 7% lo hizo solo.

Gráfico 1.8. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Cahuita.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C8.

Por tipo de visitantes el extranjero en un 72% hizo la visita con familia, mientras que el porcentaje más alto para el visitante nacional fue acompañado con amigos en un 50%.

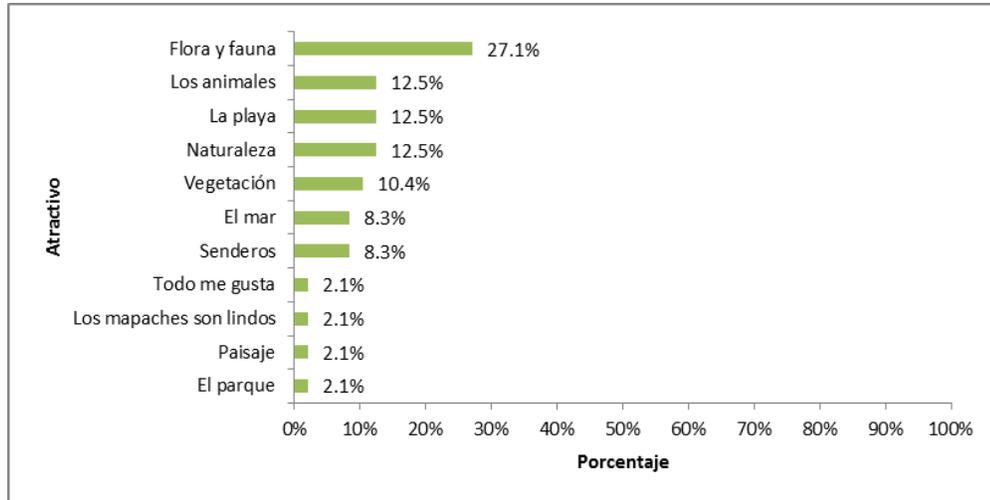
Al consultarles sobre el **medio informativo de la existencia del Parque**, se observa en el cuadro 9 del archivo vinculado, que el principal medio informativo de la existencia del Parque Nacional Cahuita para los visitantes encuestado fue amigos/familiares, tanto para los extranjeros como para los nacionales.

En relación al **medio de transporte utilizado para llegar** al PNCah, se obtiene en el cuadro 10 del archivo vinculado, que en la generalidad de los visitantes, hay dos medios de transporte muy similares en cuanto a los resultados, estos son el auto rentado y el vehículo propio o familiar.

Por tipo de visitante, para el extranjero es el auto rentado con un 52%, y para el nacional el auto familiar con un 45%. El segundo medio de transporte tanto para extranjeros como para visitantes nacionales es el bus de transporte público, con 24% y 30% respectivamente.

Con respecto a los **principales atractivos** para los visitantes en el PNCah, se señala en el gráfico 1.9 del archivo vinculado que para la mayoría de los visitantes encuestados el principal atractivo señalado fue flora y fauna (28%), seguido de playa, naturaleza y animales (12.5% cada una).

Gráfico 1.9. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Cahuita.



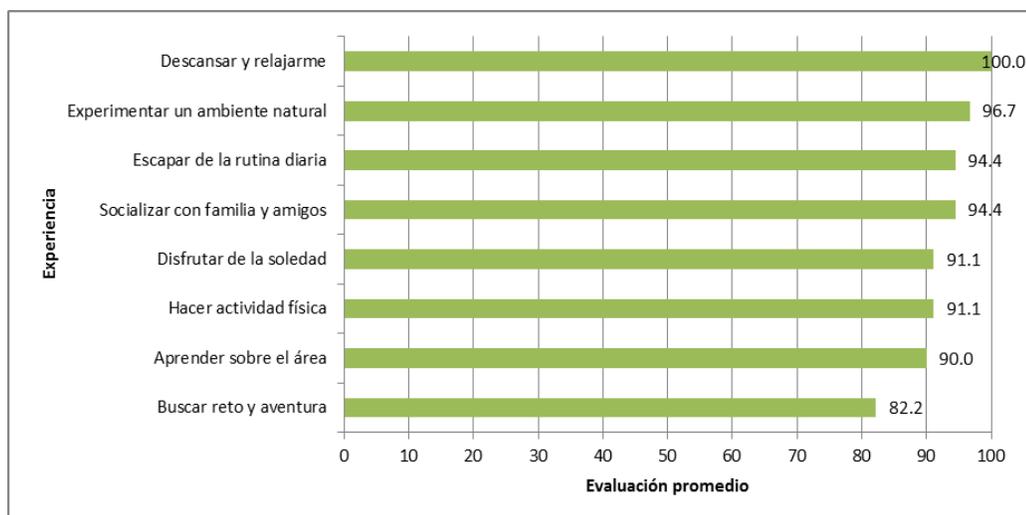
Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C11.

Separando la opinión por tipo de visitante, los resultados son similares, ya que para los extranjeros el principal atractivo es la flora y la fauna para el 22% y para los nacionales es para el 33% también la flora y la fauna.

Al consultarles sobre las **actividades más importantes que realizaron** en el parque, se obtiene en el cuadro vinculado 12 que los visitantes apuntaron como la más realizada la caminata por el bosque y senderos 89%, seguida por la actividad tomar fotografías 67%; actividades que se mantienen para ambos visitantes.

Al solicitarles que evaluaran la **satisfacción con cada una de las experiencias que vivió durante su visita**, se obtiene en el gráfico 1.10, que para la mayoría del tipo de experiencias experimentadas la calificación es muy positiva. El nivel de satisfacción más alto con un 100 fue el de descansar y relajarse, seguido de experimentar un ambiente natural. La experiencia menor calificada fue buscar reto y aventura, calificación que es consecuente con el tipo de atractivos presentes en el Parque.

Gráfico 1.10. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Cahuita.

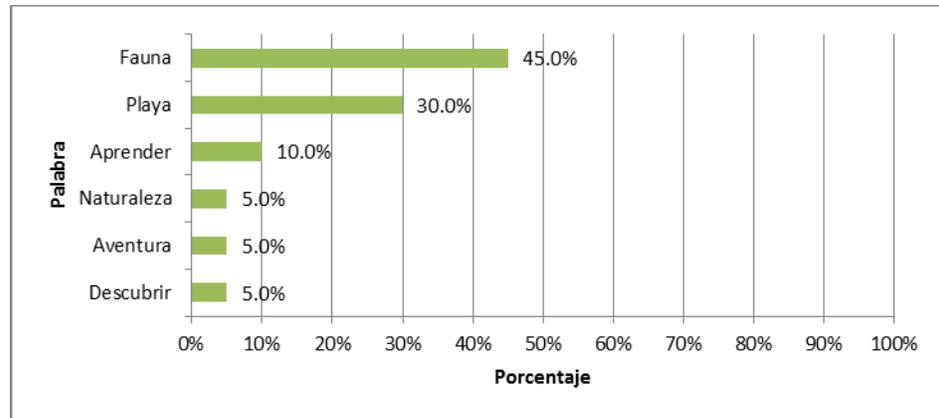


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C13.

Por tipo de visitante es similar el nivel de satisfacción más alto, 100 para descansar y relajarse, aunque para el nacional también la experiencia de experimentar un ambiente natural fue de un 100 de satisfacción. (Ver cuadro 13 vinculado)

En referencia a las **palabras claves**, se obtiene en el gráfico 1.11, que las tres palabras claves más importantes que los visitantes indicaron para el Parque Nacional Cahuita fueron en orden descendente: fauna, playa y aprender.

Gráfico 1.11. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Cahuita.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C14.

Por tipo de visitantes las palabras son las mismas y en el mismo orden. (Ver cuadro vinculado 14)

Al preguntarles sobre las **visitas a otras ASP**, se observa en el cuadro 15 vinculado, que el 87% indica haber visitado otras ASP, donde el nacional posee un 95% y el extranjero un 80%.

Las tres ASP señaladas como las más visitadas por los encuestados son Manuel Antonio (62%), Poás (33%) e Irazú (20%) respectivamente. Este dato es congruente con las estadísticas de áreas silvestres protegidas con mayor cantidad de visitantes en el país.

Al analizarlo por tipo de visitante, se observa que se mantiene el orden de visita a las ASP que se indicó anteriormente.

Por último, se observa en los cuadros vinculados 16 al 23, se tiene que el **perfil de los visitantes** nacionales se caracteriza por ser mujeres, con una edad promedio de 35 años, solteras, con 2 acompañantes adultos en promedio, residentes de San José y Limón.

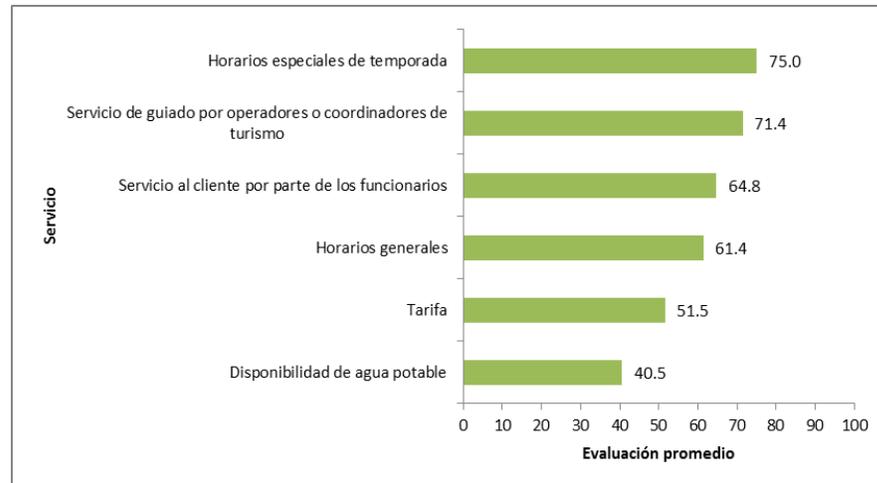
Y para los extranjeros el perfil de los visitantes es: mujeres, con una edad promedio de 36 años, casadas o solteras, con 2 acompañantes adultos en promedio, residentes de Francia, Ecuador e Italia.

3.2. Parque Nacional Corcovado (PNC)

Es importante recordar que se realizaron 22 entrevistas en total, subdivididas en 20 visitantes extranjeros y 2 nacionales.

Al evaluar los **servicios turísticos**, según se observa en el gráfico 2.1; Las personas entrevistadas en la evaluación promedio de los servicios turísticos, señala con el mejor porcentaje al horario especial de temporada, un 75, y la menor calificación promedio, al servicio disponibilidad de agua potable, con un 40,5.

Gráfico 2.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Corcovado.

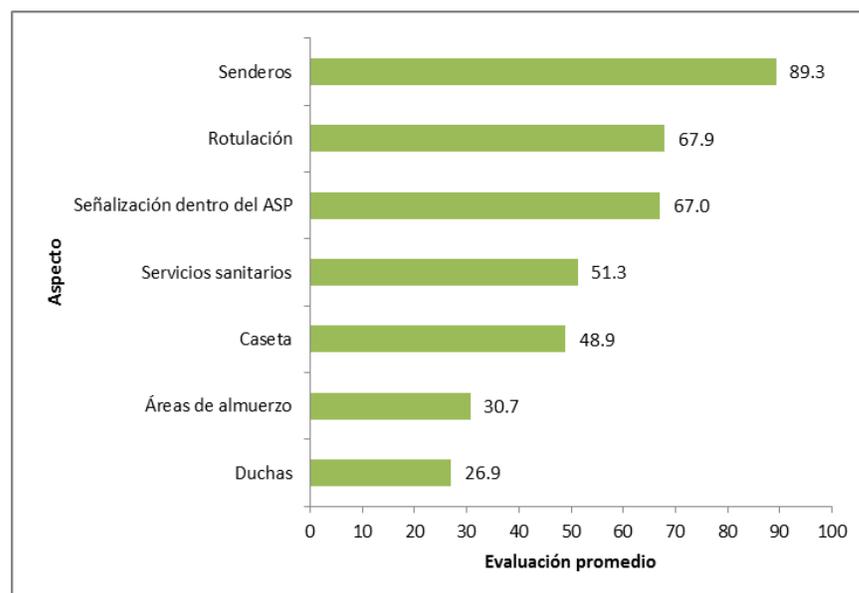


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C1.

En cuanto a la evaluación por tipo de visitante (residente y no residente), los datos no cambian significativamente. Valga indicar que el visitante extranjero valora el servicio de guiado por operadores o coordinadores de turismo en el criterio excelente con un 85%. (Ver cuadro vinculado1)

Al analizar la percepción de la **infraestructura**, se obtiene en el gráfico 2.2, mejor evaluada por parte de los entrevistados fue senderos, con un 62% en el criterio excelente. La infraestructura con el porcentaje negativo más alto fue áreas de almuerzo (41% criterio pésimo).

Gráfico 2.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Corcovado.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C2.

Por tipo de visitante, las valoraciones cambian el porcentaje pero no en el servicio calificado, senderos como lo mejor y área de almuerzo lo más negativo. (Ver cuadro vinculado 2)

Con respecto a los **servicios turísticos demandados**, se observa en el gráfico 2.3, que el servicio que utilizó el visitante en un 100% antes de ingresar al PNC fue el de hospedaje, seguido de guía externo y restaurantes, con 82% y 45% respectivamente.

El 100% del servicio hospedaje utilizado por todos los visitantes encuestados es lo lógico, dada la ubicación del PNC con respecto a los principales ciudades del país.

Gráfico 2.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Corcovado.

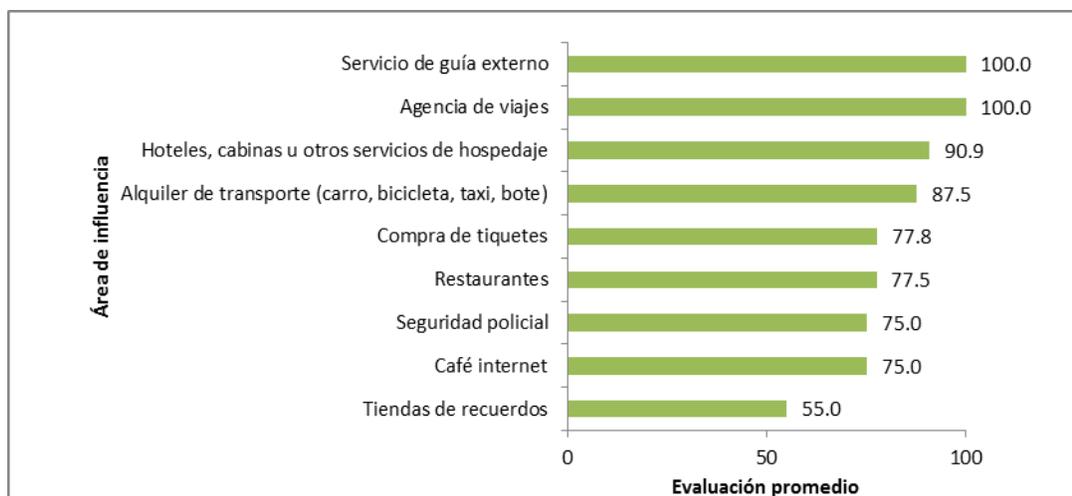


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C3.

En cuanto a la valoración por tipo de visitante, la situación no cambia en el orden de los servicios utilizados.

Al evaluar los **servicios demandados en el área de influencia**, se observa en el gráfico 2.4, que el servicio mejor evaluado fue el de guía externo y agencia de viajes con un 100 como excelente. También los servicios de hospedaje y transporte fueron bien evaluados, entre bueno y excelente.

Gráfico 2.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Corcovado.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C4.

La valoración de los servicios en el área de influencia por tipo de visitante no cambia, mostrando para los nacionales la siguiente evaluación:

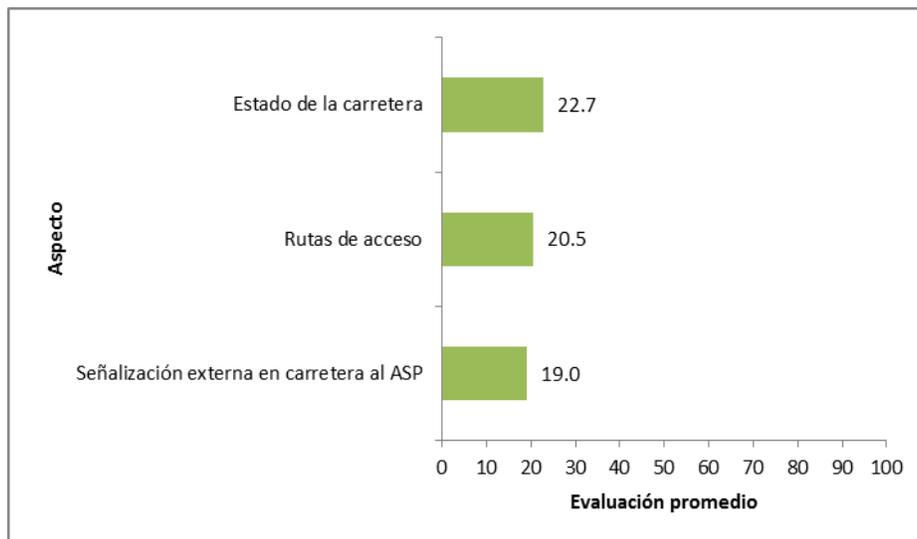
- Hoteles, cabinas u otros servicios de hospedaje 100.0
- Servicio de guía externo 100.0
- Restaurantes 75.0
- Compra de tiquetes 75.0

Y para los extranjeros:

- Servicio de guía externo 100.0
- Agencia de viajes 100.0
- Hoteles, cabinas u otros servicios de hospedaje 90.0
- Alquiler de transporte (carro, bicicleta, taxi, bote) 87.5
- Compra de tiquetes 78.1
- Restaurantes 77.8
- Seguridad policial 75.0
- Café internet 75.0
- Tiendas de recuerdos 55.0.

En referencia a la **evaluación de las rutas de acceso, señalización y estado**, se obtiene en el gráfico 2.5, que la mayoría de los visitantes tanto nacionales como extranjeros califican de manera muy contundente entre malo y pésimo: el estado de las carreteras, la señalización y la ruta de acceso.

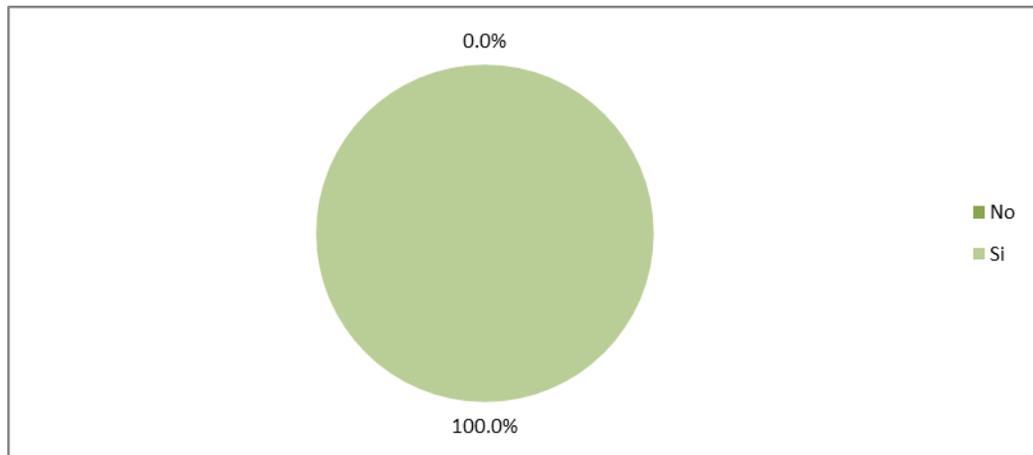
Gráfico 2.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Corcovado.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C5.

Con respecto a la **primera vez de visita a esta área silvestre protegida**, se observa en el gráfico 2.6, que el 100% de los visitantes entrevistados, tanto nacionales como extranjeros, indicó que era la primera vez que visitaba el Parque Nacional Corcovado.

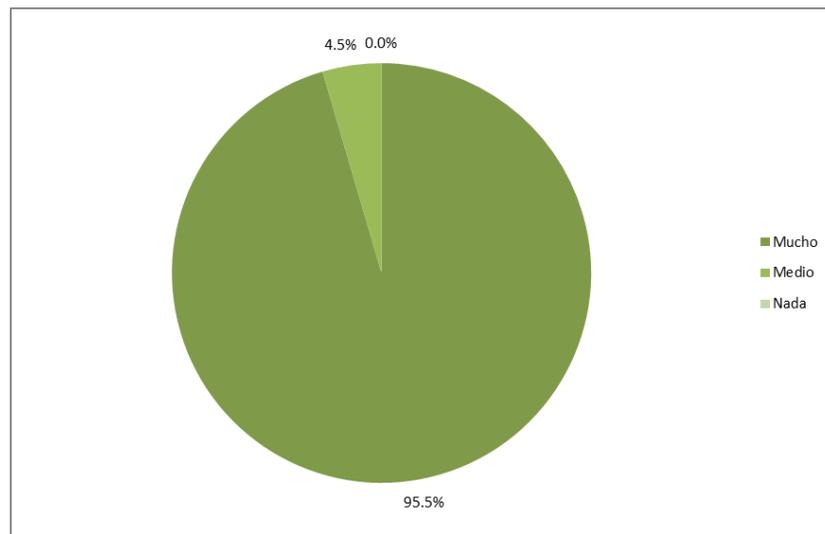
Gráfico 2.6. ¿Es la primera vez que visitan el Parque Nacional Corcovado?



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C6.

Al consultarles sobre el **cumplimiento de las expectativas**, se observa en el gráfico 2.7, que para el 96% las expectativas se cumplieron mucho, y un 5% de medio. Este es un buen dato en el tanto parece que los visitantes disfrutaron muy bien este Parque.

Gráfico 2.7. Nivel en que se cumplió la expectativa que tenían del Parque Nacional Corcovado.

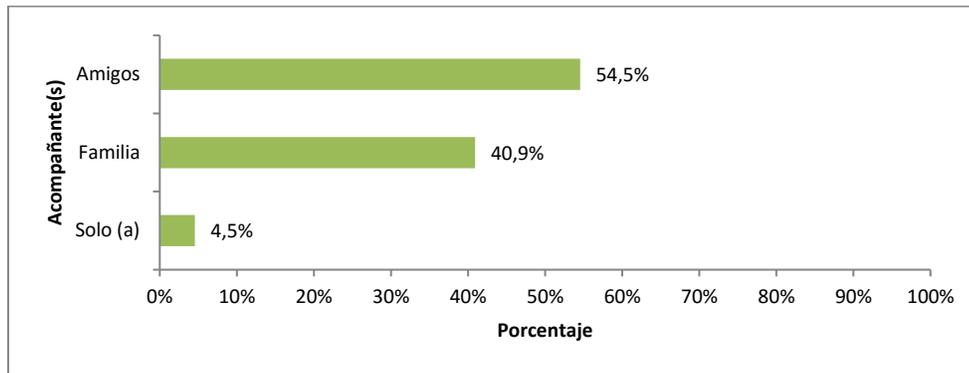


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C7.

Para el nacional el cumplimiento de sus expectativas se dio en un 100% de mucho; mientras que para los extranjeros solo 1 cita que medio; cuyo comentario para que el cumplimiento de expectativas no se diera al 100% es el mal clima.

Con respecto a los **acompañantes de los visitantes**, se obtiene en el gráfico 2.8, que un 55% de las personas encuestadas viajaron al PNC acompañados de amigos, y el 41% con su familia.

Gráfico 2.8. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Corcovado.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C7.

Por tipo de visitantes el extranjero en un 55% hizo la visita con amigos, mientras que el porcentaje más alto para el visitante nacional fue acompañado con tanto con amigos y familiares, en un 50% cada uno.

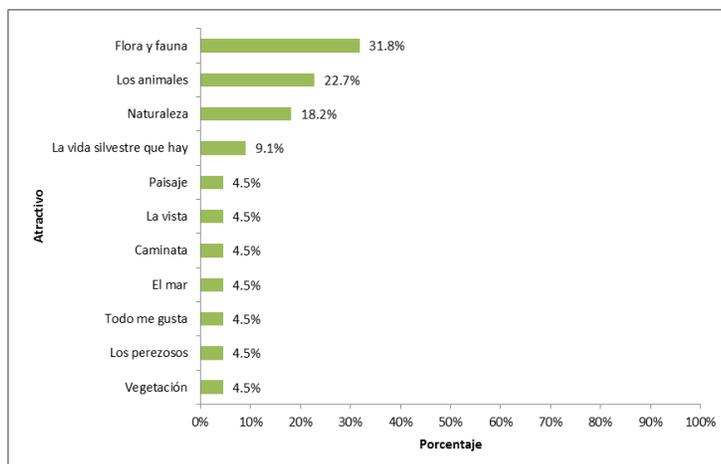
Al consultarles sobre el **medio informativo de la existencia del Parque**, se observa en el cuadro 9 del archivo vinculado, que el principal medio informativo de la existencia del Parque Nacional Corcovado para los visitantes encuestados fue guías de viajes e internet.

En relación al **medio de transporte utilizado para llegar** al parque, se obtiene en el cuadro 10 del archivo vinculado, que en la generalidad de los visitantes, hay dos medios de transporte muy similares en cuanto al uso para llegar a este Parque: el bus corriente (transporte público) 45,5% y el auto rentado con un 40,9%.

Por tipo de visitante, el extranjero que visita el PNC utiliza más el transporte bus corriente (50%), que el auto rentado 45%. Por su parte el visitante nacional utilizó en un 100% el vehículo familiar.

Con respecto a los **principales atractivos** para los visitantes en el parque, se señala en el gráfico 2.9, que para la mayoría de los visitantes encuestados los principales atractivos son: la flora y fauna, los animales, la naturaleza y la vida silvestre que hay.

Gráfico 2.9. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Corcovado.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C11.

Separando la opinión por tipo de visitante, los resultados son similares, ya que para los extranjeros el principal atractivo es la flora y la fauna para el 46% y para los nacionales es para el 50% también la flora y la fauna y el otro 50% el paisaje.

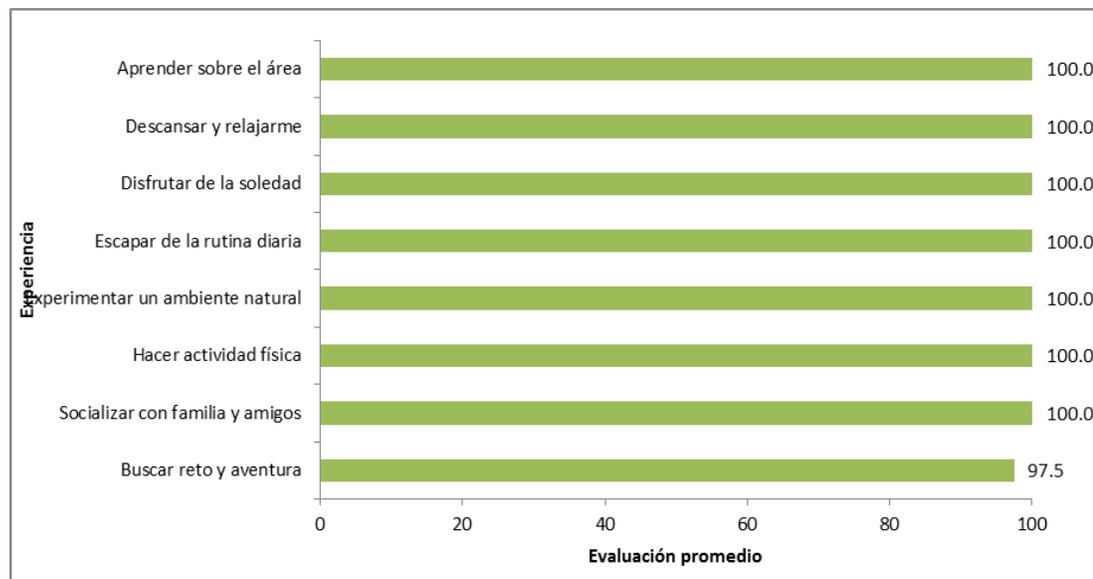
Al consultarles sobre las **actividades más importantes que realizaron** en el parque, se obtiene en el cuadro vinculado 12, que los visitantes apuntaron como la actividad más importante las caminatas por el bosque y senderos 100%, y tomar fotografías 49%.

Dichas actividades que se mantienen tanto para nacionales como para extranjeros.

Al solicitarles que evaluaran la **satisfacción con cada una de las experiencias que vivió durante su visita**, se obtiene en el gráfico 2.10, que en términos generales para la mayoría del tipo de experiencias experimentadas la calificación es muy positiva.

El nivel de satisfacción para 7 experiencias de 8 calificadas fue del 100% de satisfecho.

Gráfico 2.10. Nivel de satisfacción con cada una de las experiencias que vivieron durante la visita al Parque Nacional Corcovado.

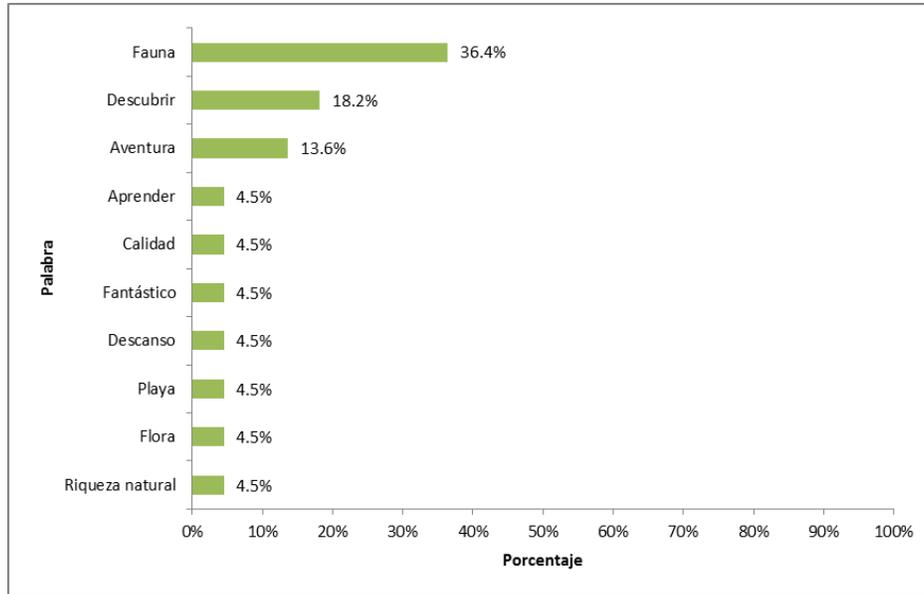


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C13.

Por tipo de visitante es similar el nivel de satisfacción con todas las experiencias vividas en el Parque Nacional Corcovado.

En referencia a las **palabras claves**, se obtiene en el gráfico 2.11, que las tres palabras claves más importantes que los visitantes indicaron para el Parque Nacional Corcovado fueron fauna, descubrir y aventura respectivamente.

Gráfico 2.11. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Corcovado.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C14.

Por tipo de visitantes, para el extranjero son las mismas, pero para el nacional son dos palabras claves: fauna y fantástico. (Ver cuadro vinculado 14)

Al preguntarles sobre las **visitas a otras ASP**, se observa en el cuadro 15 vinculado, que el 59% de las personas encuestadas indicaron el haber visitado otras ASP del país.

Las tres ASP señaladas como las más visitadas por los encuestados son señaladas como las más visitadas por los encuestados son Manuel Antonio (23%), Arenal (14%) y Cahuita (14%)

Al analizarlo por tipo de visitante, se observa que se mantiene el orden de visita a las ASP que se indicó anteriormente.

Por último, se observa en los cuadros vinculados 16 al 23, se tiene que el **perfil de los visitantes** nacionales se caracteriza por ser mujeres, con una edad promedio de 30 años, casadas, con 1 acompañantes adultos en promedio, residentes de San José.

Y para los extranjeros el perfil de los visitantes es: hombre, con una edad promedio de 33 años, soltero, con 1 acompañantes adultos en promedio, residentes de Estados Unidos y España.

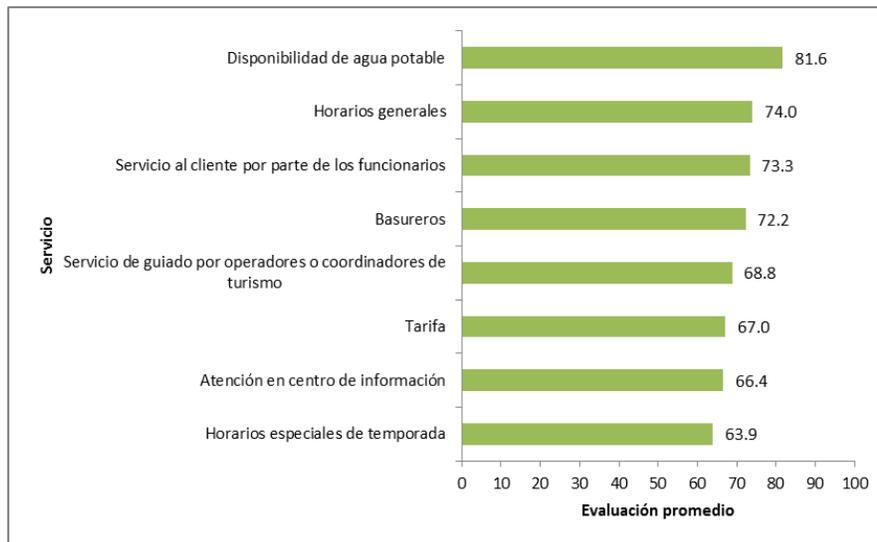
3.3 Parque Nacional Manuel Antonio (PNMA)

Es importante recordar que se realizaron 193 entrevistas en total, subdivididas en 26 visitantes extranjeros y 67 nacionales. Este Parque es uno de los más visitados en el país y se localiza en la costa del Pacífico Central. Es el principal destino turístico de esta región dada la belleza de sus playas, flora y fauna.

Al evaluar los **servicios turísticos**, según se observa en el gráfico 3.1; las personas entrevistadas no evaluaron ningún servicio en un solo criterio con contundencia. En el criterio excelente la evaluación más alta dada por las personas entrevistadas fue para la disponibilidad de agua potable (53%) con una nota promedio de 82; mientras que en el criterio pésimo las evaluaciones más negativas fueron para la atención

en el centro de información con un 66 como nota promedio y el horario especial de temporada (11%) con una calificación promedio de 64.

Gráfico 3.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Manuel Antonio.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C1.

En cuanto a la evaluación por tipo de visitante, los extranjeros calificaron como lo mejor la disponibilidad de agua potable (52% excelente), y lo peor la tarifa (15% pésimo). Por su parte el visitante nacional calificó el servicio tarifa en el criterio excelente con un 69%; mientras que en el criterio pésimo lo más negativo fue el servicio de guiado por operadores o coordinadores de turismo, con un 12%. (Ver cuadro vinculado 1)

Al analizar la percepción de la **infraestructura**, se obtiene en el cuadro vinculado 2, que la mejor evaluada fue la correspondiente a los senderos (69% excelente), seguida de miradores con un 60%. En la parte negativa, que no es para alarmarse, el porcentaje más alto del criterio pésimo fue para facilidades para personas con discapacidad (11%). Cuyas notas promedio se observan en el gráfico 3.2

Gráfico 3.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Manuel Antonio.

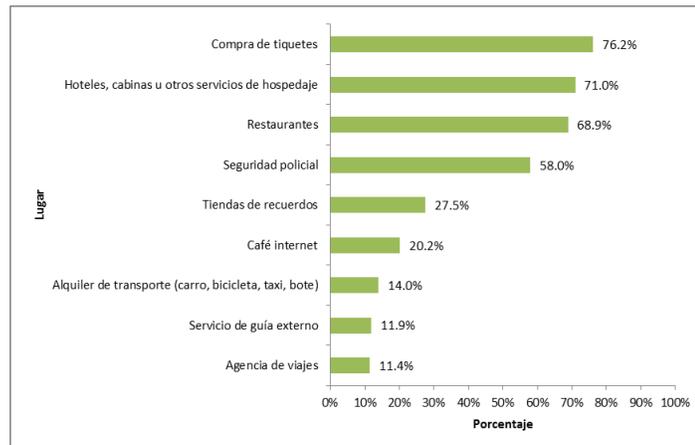


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C2.

Por tipo de visitante ambos valoraron también como lo más positivo los senderos; y lo más negativo las facilidades para personas con discapacidad, aunque con valores diferentes. (Ver cuadro vinculado 2)

Con respecto a los **servicios turísticos demandados**, se observa en el gráfico 3.3, que los servicios más utilizados en los alrededores del PNMA por parte de los visitantes encuestados fueron: compra de tiquetes de ingreso (76%), hospedaje (71%) y restaurantes (69%).

Gráfico 3.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Manuel Antonio.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C3.

En cuanto a la valoración por tipo de visitante, llama la atención el servicio seguridad policial demandado por el visitante nacional (57%) por arriba de restaurantes.

Al evaluar los **servicios demandados en el área de influencia**, se observa en cuadro vinculado 4, que el servicio seguridad policial está evaluado con los porcentajes extremos de excelente (57%) y pésimo (4%).

En la evaluación promedio de los servicios demandados en el área de influencia del Parque, lo mejor es el servicio de guía externo, con un 85%. Ver gráfico 3.4.

Gráfico 3.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Manuel Antonio.

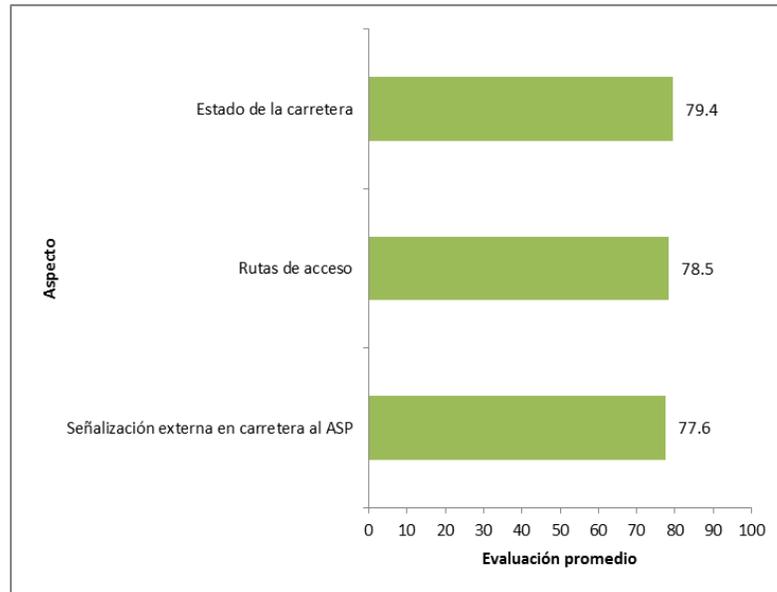


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C4.

En referencia a la **evaluación de las rutas de acceso, señalización y estado**, se obtiene en el gráfico 3.5, que considerando los criterios bueno y excelente, los tres temas evaluados están aproximadamente por el 80.

La mayoría de los visitantes tanto nacionales como extranjeros señalan una evaluación promedio del 79,4 el estado de la carretera, seguido por la señalización y rutas de acceso.

Gráfico 3.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Manuel Antonio.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C5.

Con respecto a la **primera vez de visita a esta área silvestre protegida**, se observa en el cuadro vinculado 6, que el 55% de los entrevistados indicó que era la primera vez que visitaba el PNMA, contra un 45% que dijo que si lo había hecho.

Por tipo de visitante, el porcentaje aumenta para el extranjero con un 88% como primera vez; mientras que para el visitante nacional el número cambia radicalmente, solo el 27% indica que es primera vez.

Al consultarles sobre el **cumplimiento de las expectativas**, se observa en el cuadro vinculado 7, que el 82% de las personas encuestadas indicaron que la visita cumplió sus expectativas en el nivel mucho. Ningún visitante calificó en el nivel nada de cumplimiento de sus expectativas.

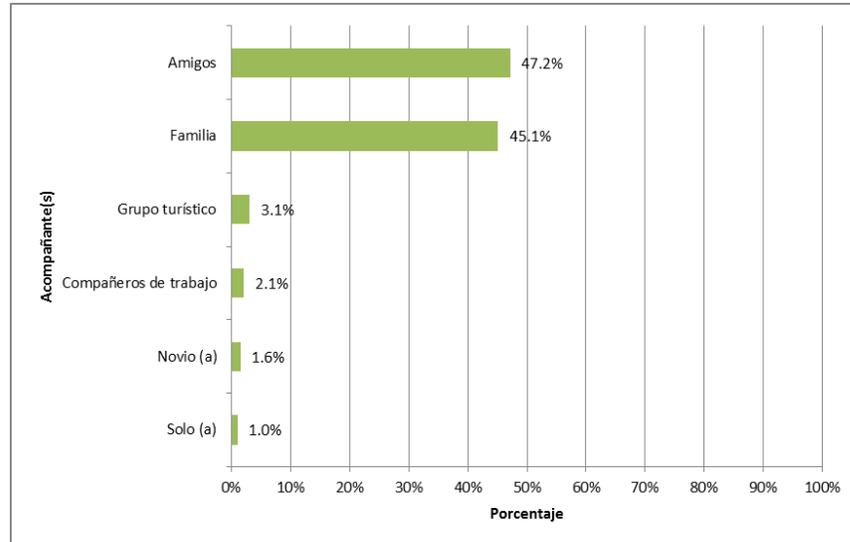
El cumplimiento de expectativas en el nivel mucho, fue mayor para el visitante nacional con un 83%, mientras que para el extranjero el cumplimiento fue de 82%.

Algunos comentarios de los visitantes que incidieron para que sus expectativas no se cumplieran del todo son: faltan animales, señalización y seguridad.

Con respecto a los **acompañantes de los visitantes**, se obtiene en el gráfico 3.6, que un 47% de las personas encuestadas viajaron al Parque acompañados de sus amigos, seguido de un 45% acompañado por su familia. Un porcentaje muy bajo lo hizo con grupo turístico.

Por tipo de visitantes los porcentajes no cambian significativamente. Es evidente que los visitantes en Manuel Antonio disfrutaron el Parque acompañados.

Gráfico 3.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Manuel Antonio.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C8.

Al consultarles sobre el **medio informativo de la existencia del Parque**, se observa en el cuadro 9 del archivo vinculado, que el principal medio informativo de la existencia del Parque Nacional Manuel Antonio que utilizó el turista fue el medio amigos/familiares e internet.

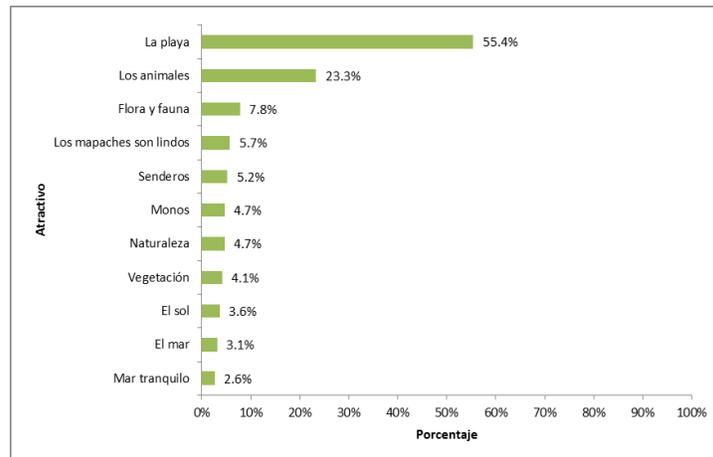
En relación al **medio de transporte utilizado para llegar** al parque, se obtiene en el cuadro 10 del archivo vinculado, que hay dos medios de transporte muy similares en cuanto a los resultados y que son los que la mayoría de los visitantes utilizan, el vehículo propio/familiar (38,5%) y el bus de turismo (37%). En tercer lugar está el medio auto rentado con un 16% del total.

Para el visitante extranjero los principales medios de transporte son el bus de turismo y el auto rentado. Para el visitante nacional se indica el vehículo propio/familiar.

Con respecto a los **principales atractivos** para los visitantes en el parque, se señala en el gráfico 3.7, que para la mayoría de los visitantes encuestados el principal atractivo señalado fue la playa. Otros con menor importancia son los animales y la flora y fauna.

El visitante nacional enfatiza su preferencia como principal atractivo la playa; mientras que para el extranjero es la playa y los animales.

Gráfico 3.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Manuel Antonio.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C11.

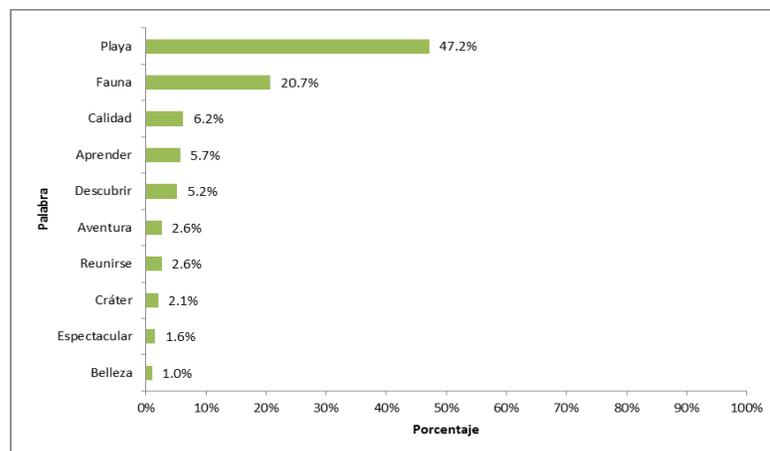
Al consultarles sobre las **actividades más importantes que realizaron** en el parque, se obtiene en el cuadro vinculado 12, que Los visitantes apuntaron como la actividad más realizada la caminata por el bosque y senderos. También, las actividades de sol y playa y tomar fotografías. Actividades que se mantienen por tipo de visitante.

Al solicitarles que evaluaran la **satisfacción con cada una de las experiencias que vivió durante su visita**, se obtiene en el cuadro vinculado 13, que para la mayoría del tipo de experiencias experimentadas por los visitantes la calificación es muy positiva. El nivel de satisfacción más alto fue experimentar un ambiente natural con un 98, seguido de descansar y relajarse, y escapar de la rutina diaria (97).

Para el visitante extranjero la experiencia mejor calificada fue experimentar un ambiente natural con un 99; mientras que para el nacional es descansar y relajarse con un 96.

En referencia a las **palabras claves**, se obtiene en el gráfico 3.8, que dos palabras claves más importantes que los visitantes indicaron para el Parque Nacional Manuel Antonio son: playa y fauna.

Gráfico 3.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Manuel Antonio.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C14.

Por tipo de visitantes las palabras son las mismas y en el mismo orden. (Ver cuadro vinculado 14)

Al preguntarles sobre las **visitas a otras ASP**, se observa en el cuadro 15 vinculado, que la mayoría de las personas encuestadas indica haber visitado otras ASP (52%).

Por tipo de visitante, el nacional señala haber visitado con mayor porcentaje otras áreas protegidas (72%).

Las tres ASP señaladas como las más visitadas son Poás, Arenal y Tortuguero respectivamente; áreas que se mantiene para los extranjeros; mientras que los nacionales agregan a Marino Ballena.

Por último, se observa en los cuadros vinculados 16 al 23, se tiene que el **perfil de los visitantes** nacionales se caracteriza por ser mujeres, con una edad promedio de 31 años, solteras, con 5 acompañantes adultos en promedio, residentes de San José y Heredia.

Y para los extranjeros el perfil de los visitantes es: hombres, con una edad promedio de 35 años, solteros, con 4 acompañantes adultos en promedio, residentes de Estados Unidos, Colombia y México.

3.4 Parque Nacional Marino Ballena (PNMB)

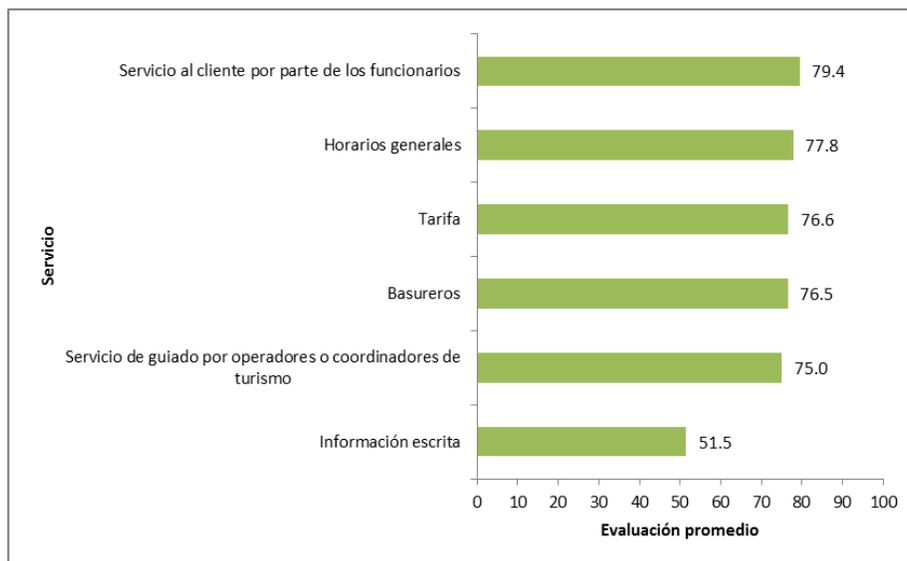
Es importante recordar que se realizaron 17 entrevistas en total, subdivididas en 8 visitantes extranjeros y 9 nacionales.

Al evaluar los **servicios turísticos**, según se observa en el gráfico 4.1; en el criterio excelente la evaluación más alta dada por las personas entrevistadas fue el de horarios generales, con un 56%; mientras que en el criterio pésimo la evaluación más negativa fue para información escrita, un 18%.

En la calificación promedio, lo mejor evaluado fue el servicio al cliente por parte de los funcionarios con un 79,4. Información escrita también quedó como la peor evaluada.

En cuanto a la evaluación por tipo de visitante, la calificación es la misma en cuanto al servicio.

Gráfico 4.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Marino Ballena.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C1.

Al analizar la percepción de la **infraestructura**, se obtiene en el cuadro vinculado 2, que la infraestructura mejor evaluada fue la correspondiente al estacionamiento (50% excelente), seguida de áreas de almuerzo con un 60%. Lo más negativo fue facilidades para personas con discapacidad, con un 19% pésimo; aunque el extranjero fue más crítico y califica este servicio de manera negativa en un 29%. La evaluación promedio califica como primer servicio a estacionamiento y último servicio rotulación, como se observa en el gráfico 4.2

Gráfico 4.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Marino Ballena.

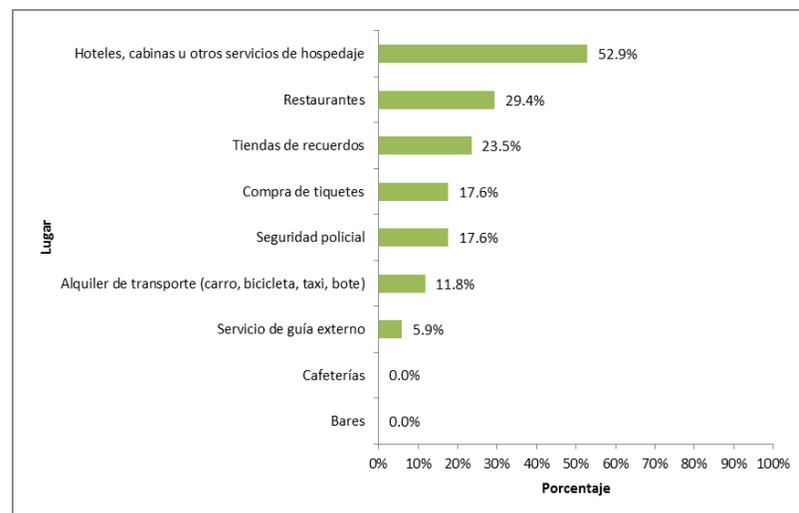


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C2.

Por tipo de visitante ambos valoraron también como lo más positivo al estacionamiento y lo más negativo la rotulación. (Ver cuadro vinculado 2)

Con respecto a los **servicios turísticos demandados**, se observa en el gráfico 4.3, que los tres servicios más utilizados en los alrededores del PNMB por parte de los visitantes encuestados fueron: hospedaje (53%), restaurantes (29%) y tiendas de compra de recuerdos (24%).

Gráfico 4.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Marino Ballena.



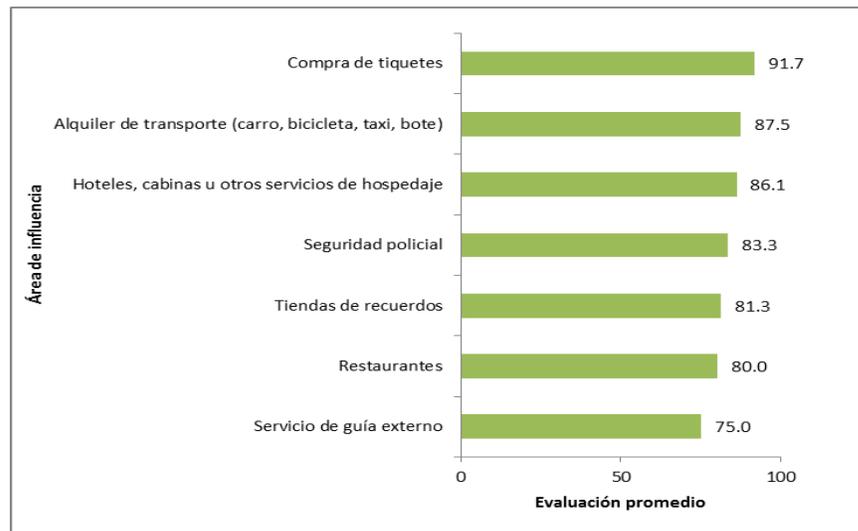
Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C3.

En cuanto a la valoración por tipo de visitante, llama la atención que como segundo lugar de mayor frecuencia esta para los extranjeros el alquiler de transporte y para los nacionales las tiendas de recuerdo.

Al evaluar los **servicios demandados en el área de influencia**, se observa en cuadro vinculado 4, que el servicio compra de tiquetes fue lo mejor evaluado 67% excelente.

En cuanto a la evaluación promedio de los servicios demandados en el área de influencia del PNMB, lo mejor es el servicio de compra de tiquetes de ingreso al Parque y el porcentaje más bajo es para servicio de guía externo. Ver gráfico 4.4.

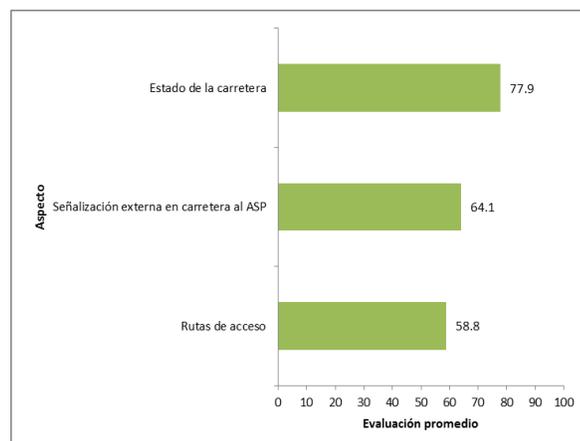
Gráfico 4.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Marino Ballena.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C4.

En referencia a la **evaluación de las rutas de acceso, señalización y estado**, se obtiene en el gráfico 3.5, que el porcentaje mayor se encuentra en el criterio bueno, un 88 que corresponde al estado de las carreteras. Los porcentajes más altos de localizan están en el criterio bueno para los tres temas evaluados.

Gráfico 4.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Marino Ballena.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C5.

Con respecto a la **primera vez de visita a esta área silvestre protegida**, se observa en el cuadro vinculado 6, que el 71% de los entrevistados indicó que era la primera vez que visitaba el Parque, contra un 29% que dijo que si lo había hecho.

Por tipo de visitante, el porcentaje para el extranjero es de 63% que dice que es primera vez y para el nacional es de un 78%.

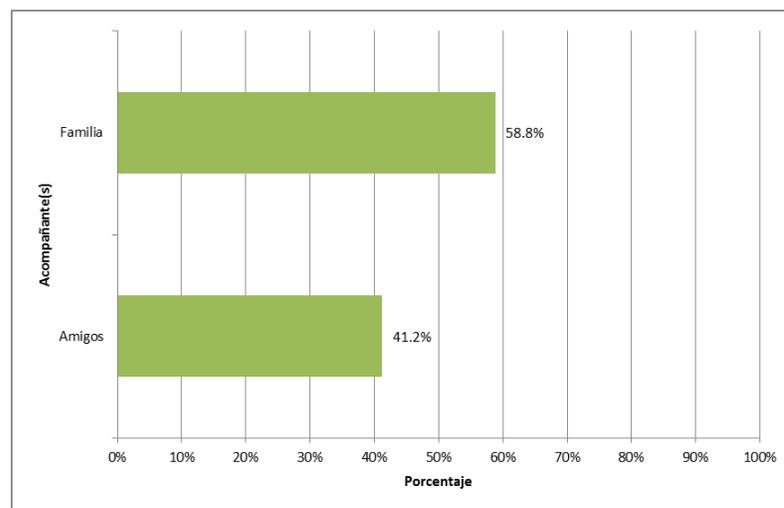
Al consultarles sobre el **cumplimiento de las expectativas**, se observa en el cuadro vinculado 7, que en el criterio mucho fue de un 75%. No hay calificaciones de nada de cumplimiento.

Para el extranjero se cumplieron en un 100% mucho sus expectativas; mientras que para el visitante nacional, la calificación es de un 57% en el criterio mucho.

Con respecto a los **acompañantes de los visitantes**, se obtiene en el gráfico 4.6, que un 59% de las personas encuestadas indicó que lo hizo con su familia; y un 41% con amigos.

Por tipo de visitantes el extranjero hizo su viaje más con amigos (63%), mientras que el nacional con su familia (78%).

Gráfico 4.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Marino Ballena.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C8.

Al consultarles sobre el **medio informativo de la existencia del Parque**, se observa en el cuadro 9 del archivo vinculado, que el principal medio informativo de la existencia del Parque Nacional Marino Ballena que utilizó el turista fue el medio amigos/familiares, seguido de internet y guías de viaje.

En cuanto a la valoración por tipo de visitante, llama la atención el medio informativo escuela o colegio, para los visitantes nacionales.

En relación al **medio de transporte utilizado para llegar** al parque, se obtiene en el cuadro 10 del archivo vinculado, que el medio de transporte más utilizado por el visitante que llega al PNMB es el vehículo propio/familiar, con un 59%. El segundo medio de transporte más utilizado es el auto rentado.

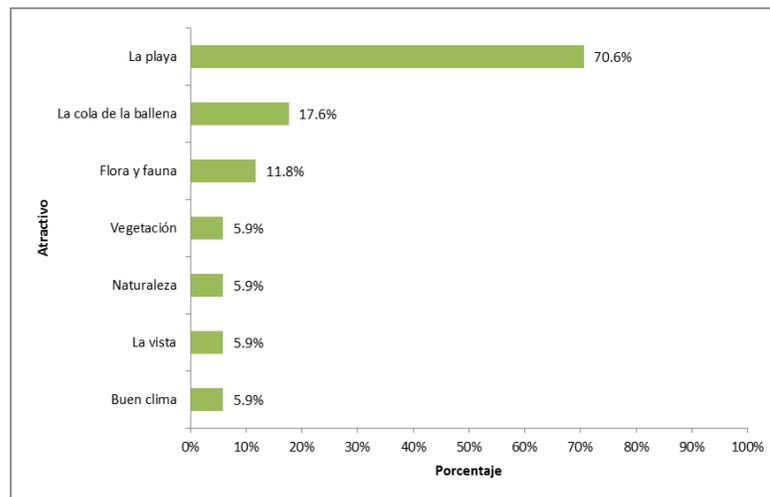
Viendo los resultado por tipo de visitante, el medio auto propio/familiar es para los nacionales; y para los extranjeros es el auto rentado.

Con respecto a los **principales atractivos** para los visitantes en el parque, se señala en el gráfico 4.7, que para la mayoría de los visitantes encuestados el principal atractivo señalado fue la playa.

Otros con menor importancia son la formación cola de ballena que se puede ver y caminar en marea baja, y la flora y fauna.

El visitante nacional enfatiza su preferencia como principal atractivo la playa.

Gráfico 4.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Marino Ballena.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C11.

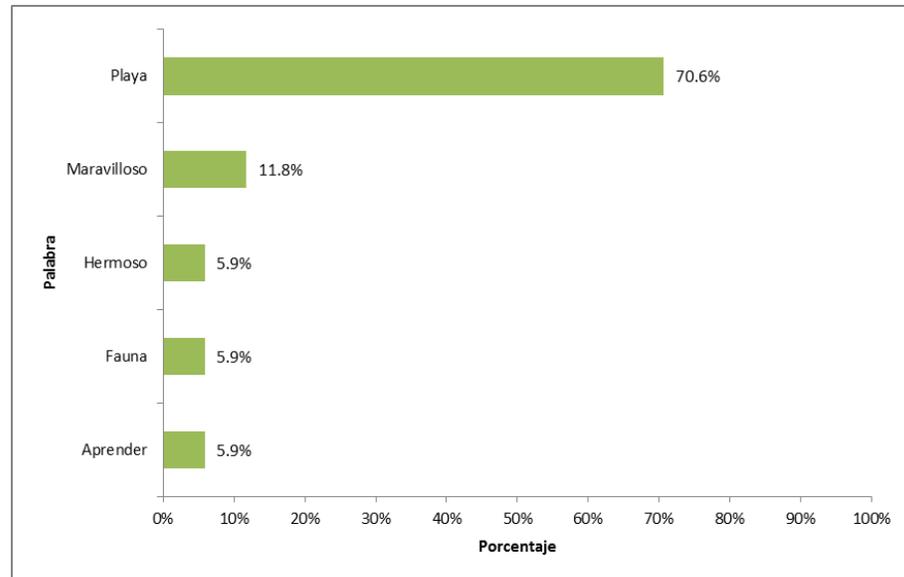
Al consultarles sobre las **actividades más importantes que realizaron** en el parque, se obtiene en el cuadro vinculado 12, que indicaron como la actividad más realizada la de tomar fotografías, seguida de actividades de sol y playa, y caminar por el bosque y senderos.

Al solicitarles que evaluaran la **satisfacción con cada una de las experiencias que vivió durante su visita**, se obtiene en el cuadro vinculado 13, que las experiencias mejor calificadas (100%), son escapar de la rutina diaria y experimentar un ambiente natural. Otras experiencias bien valoradas son descansar y relajarse, y hacer actividad física.

El visitante extranjero calificó las experiencias vividas con un mayor porcentaje que el visitante nacional.

En referencia a las **palabras claves**, se obtiene en el gráfico 4.8, que la palabra clave señalada por los visitantes de manera categórica, es playa.

Gráfico 4.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Marino Ballena.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C14.

Por tipo de visitantes las palabras son las mismas y en el mismo orden. (Ver cuadro vinculado 14)

Al preguntarles sobre las **visitas a otras ASP**, se observa en el cuadro 15 vinculado, que la mayoría de las personas encuestadas indica haber visitado otras ASP (71%).

Por tipo de visitante, el nacional señala haber visitado con mayor porcentaje otras áreas protegidas (78%).

Las tres **ASP señaladas como las más visitadas** son Manuel Antonio, Irazú y Poás, respectivamente.

Por último, se observa en los cuadros vinculados 16 al 23, se tiene que el **perfil de los visitantes** nacionales se caracteriza por ser mujeres y hombres, con una edad promedio de 31 años, en unión libre, con 6 acompañantes, de los cuales 5 son adultos y 1 niño(a) en promedio, residentes de San José y Heredia.

Y para los extranjeros el perfil de los visitantes es: mujer, con una edad promedio de 40 años, casada, con 3 acompañantes adultos en promedio, residentes de Canadá, e Inglaterra.

3.5 Parque Nacional Rincón de la Vieja (PNRV)

Es importante recordar que se realizaron 33 entrevistas en total, subdivididas en 25 visitantes extranjeros y 8 nacionales.

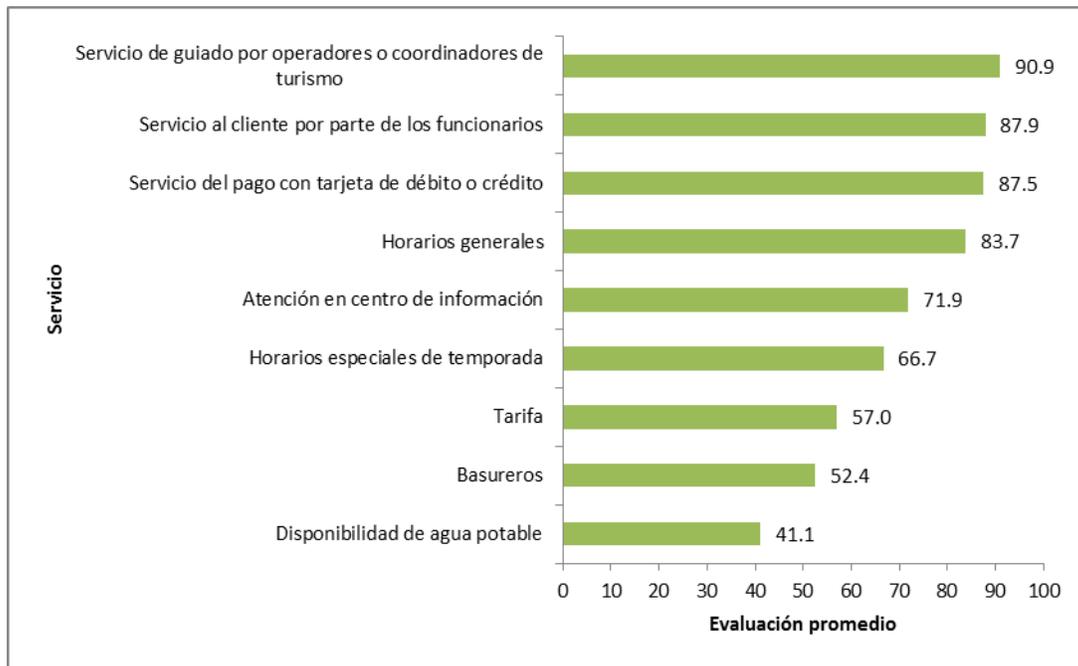
Al evaluar los **servicios turísticos**, según se observa en el gráfico 5.1, que en la evaluación promedio, lo mejor calificado fue el servicio de guiado por operadores o coordinadores de turismo (90,9). Le sigue servicio al cliente por parte de los funcionarios (87,9) y servicio de pago con tarjeta de débito o crédito. La disponibilidad de agua potable quedó con la nota más baja, un 41,1.

Los resultados más específicos de la evaluación indican que en el criterio excelente, la evaluación más alta dada por las personas entrevistadas fue la de servicio de guiado por operadores o coordinadores de turismo

con un 73%, mientras que la calificación más negativa en el criterio pésimo, fue disponibilidad de agua potable, un 18%.

En cuanto a la evaluación por tipo de visitante, los nacionales calificaron como mejor el servicio la tarifa, y la calificación negativa a basureros. Y el extranjero calificó lo mejor el servicio de guiado por operadores de turismo; y lo más negativo en el criterio pésimo, los horarios especiales de temporada. (Ver cuadro vinculado 1)

Gráfico 5.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Rincón de la Vieja.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C1.

Al analizar la percepción de la **infraestructura**, se obtiene en el gráfico 5.2, que la evaluación promedio califica como primer servicio a los senderos con un 87,9; y el servicio con menor calificación a las áreas de almuerzo, con un 53.

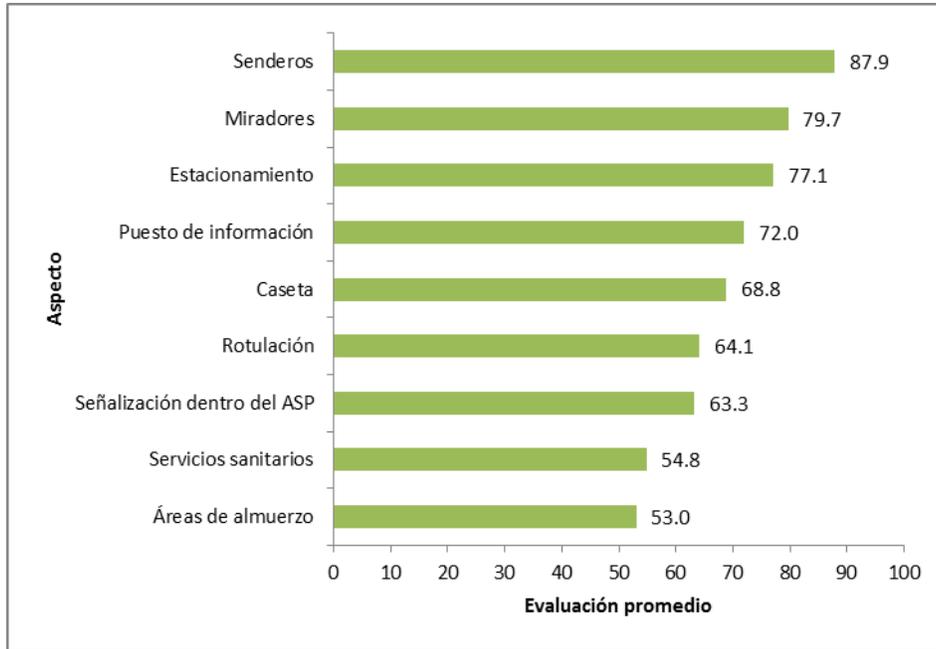
Específicamente por criterio evaluado, los visitantes dieron a los senderos el mejor porcentaje en el criterio excelente, un 61%, seguido de miradores con un 41%.

En la parte negativa los datos del criterio pésimo no son relevantes, sí en el criterio malo donde servicios sanitarios y áreas de almuerzo tienen un porcentaje negativo importante, con un 27% y 24%; respectivamente.

Por tipo de visitante encuestado, el visitante nacional califica la infraestructura indicada anteriormente de manera más crítica, en senderos un 50% excelente, y en áreas de almuerzo un 50% malo.

Mientras que el extranjero un 64% califica de excelente los senderos, pero un 22% de malo los servicios sanitarios.

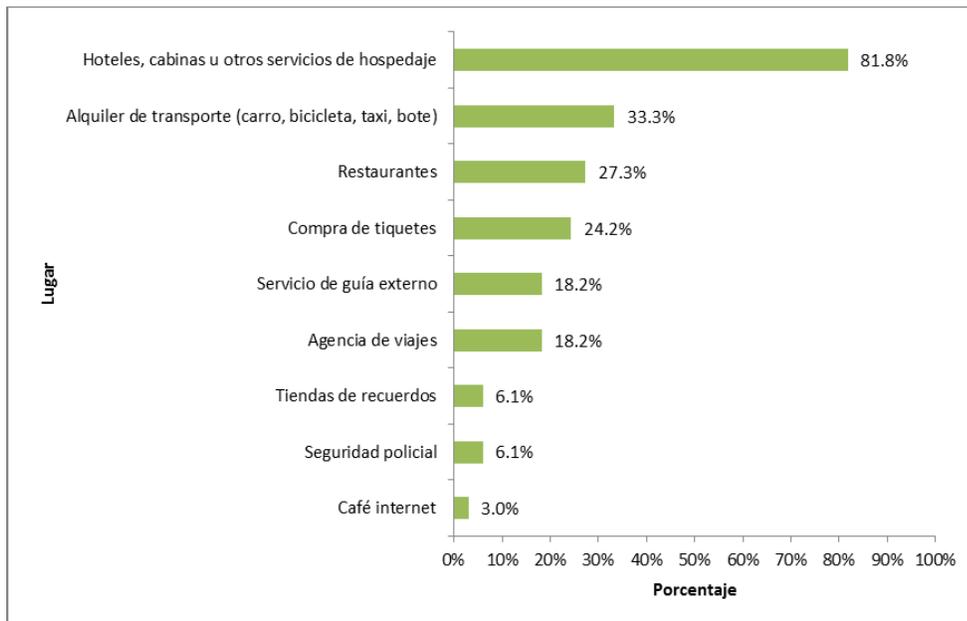
Gráfico 5.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Rincón de la Vieja.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C2.

Con respecto a los **servicios turísticos demandados**, se observa en el gráfico 5.3, que los tres servicios más utilizados en los alrededores del PNRV por parte de los visitantes encuestados fueron: hospedaje (82%), alquiler de transporte (33%) y restaurantes (27%).

Gráfico 5.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Manuel Antonio.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C3.

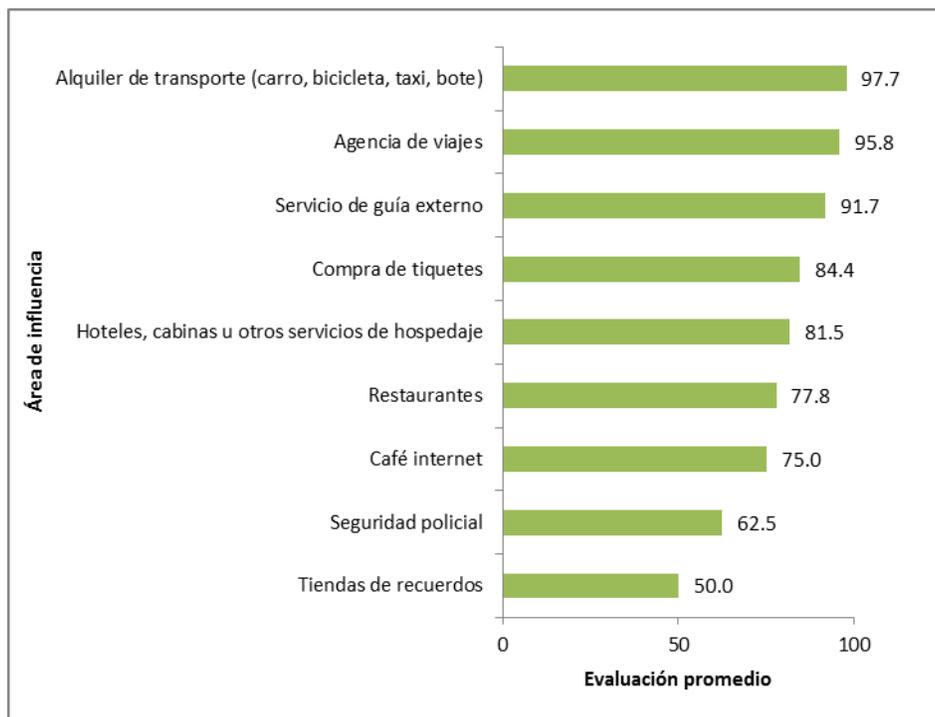
En cuanto a la valoración por tipo de visitante, se observa en el cuadro vinculado 3 que los extranjeros presentan los mismos servicios demandados, pero para los nacionales son: compra de tiquetes, hospedaje y restaurantes.

Al evaluar los **servicios demandados en el área de influencia**, se observa en cuadro vinculado 4, que la evaluación de los servicios demandados en el área de influencia del PNRV son muy positivos, en los criterios pésimo no hay ningún valor y en el malo solo se califica a la seguridad social.

El servicio mejor evaluado fue el de alquiler de transporte, con un 91% del criterio excelente, mientras que seguridad policial fue el servicio con evaluación más negativa, un 50% en el criterio malo. El visitante nacional le dio un 100% a este último servicio, en el criterio malo.

En cuanto a la evaluación promedio de los servicios demandados en el área de influencia del Parque lo mejor evaluado es el alquiler de transporte (97,7) y el porcentaje más bajo es para tiendas de recuerdos (50). Ver siguiente gráfico.

Gráfico 5.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Rincón de la Vieja.

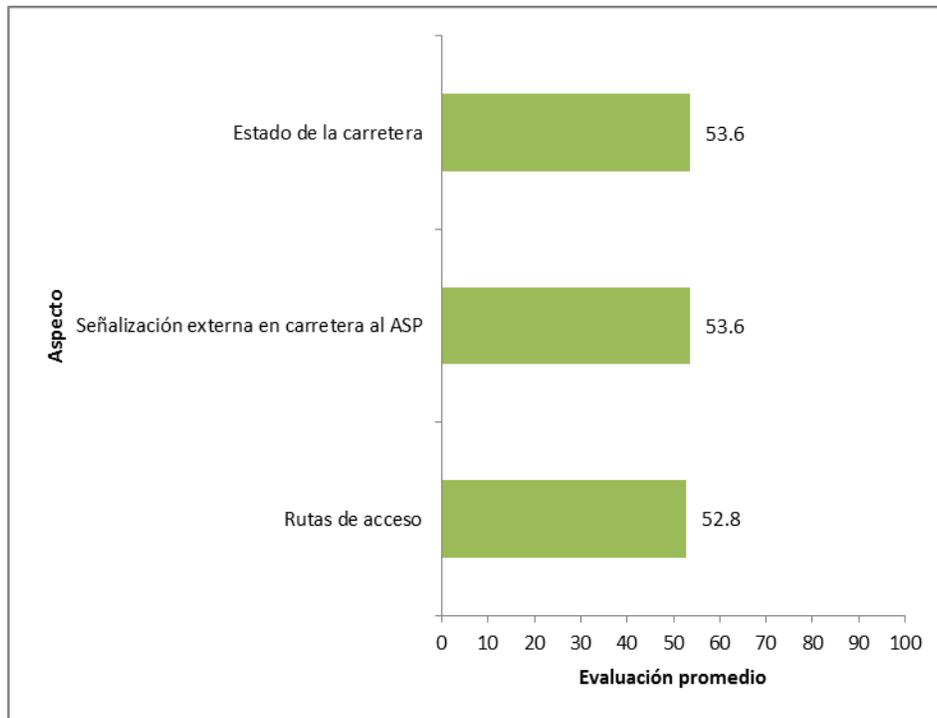


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C4.

En referencia a la **evaluación de las rutas de acceso, señalización y estado**, se obtiene en el gráfico 5.5, que los porcentajes más altos de las calificaciones se encuentran en el criterio regular, así que; lo mejor evaluado en el criterio bueno es la señalización externa en carretera, con un 32%.

El visitante nacional califica de manera más negativa los puntos evaluados. Por ejemplo en el criterio pésimo le dio un 25% a los tres puntos evaluados. Mientras que los extranjeros califica todos los aspectos en su mayoría como regular.

Gráfico 5.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Rincón de la Vieja.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C5.

Con respecto a la **primera vez de visita a esta área silvestre protegida**, se observa en el cuadro vinculado 6, que el 91% de los entrevistados (nacionales y extranjeros) indicó que era la primera vez que visitaba el PNRV. Para el visitante extranjero la respuesta fue de un 100% que era su primera visita.

Al consultarles sobre el **cumplimiento de las expectativas**, se observa en el cuadro vinculado 7, que el cumplimiento de expectativas en el criterio mucho fue de un 80%.

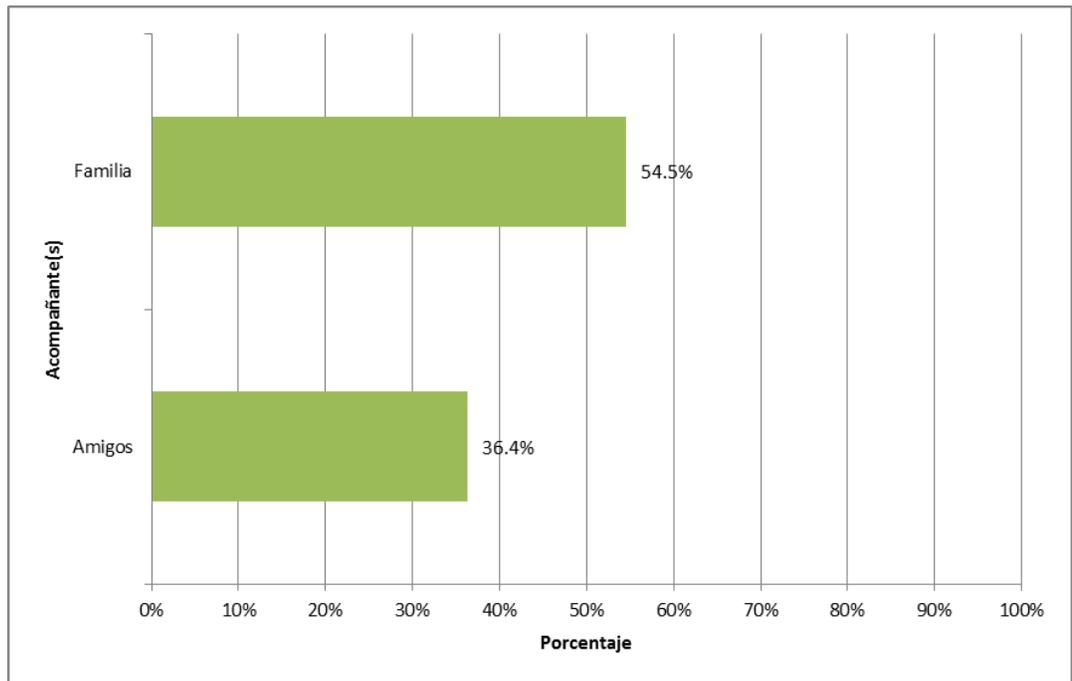
No hay calificaciones en la casilla, nada de cumplimiento. Comportamiento que se mantiene para el tipo de visitante.

En cuanto a los motivos por los cuales las expectativas no se cumplieron en un nivel medio (20%), los visitantes señalan pocos animales, más información y faltó conocer más.

Con respecto a los **acompañantes de los visitantes**, se obtiene en el gráfico 5.6, que un 55% de las personas encuestadas indicó que hizo la visita al área silvestre protegida acompañado de su familia; un 36% con amigos y un 9% acompañado con un grupo de turistas.

Por tipo de visitantes los porcentajes no cambian significativamente. Es evidente que los visitantes en este parque no van acompañados por grupos turísticos.

Gráfico 5.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Rincón de la Vieja.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C8.

Al consultarles sobre el **medio informativo de la existencia del Parque**, se observa en el cuadro 9 del archivo vinculado, que el principal medio informativo de la existencia del Parque Nacional Rincón de la Vieja fue la guía de viajes, además por el medio familia/amigos. Otros medios señalados son el hotel, internet y agencia de viajes.

Por tipo de visitante, el extranjero indicó los mismos medios informativos; mientras que para el visitante nacional el principal medio informativo fue amigo/familiares.

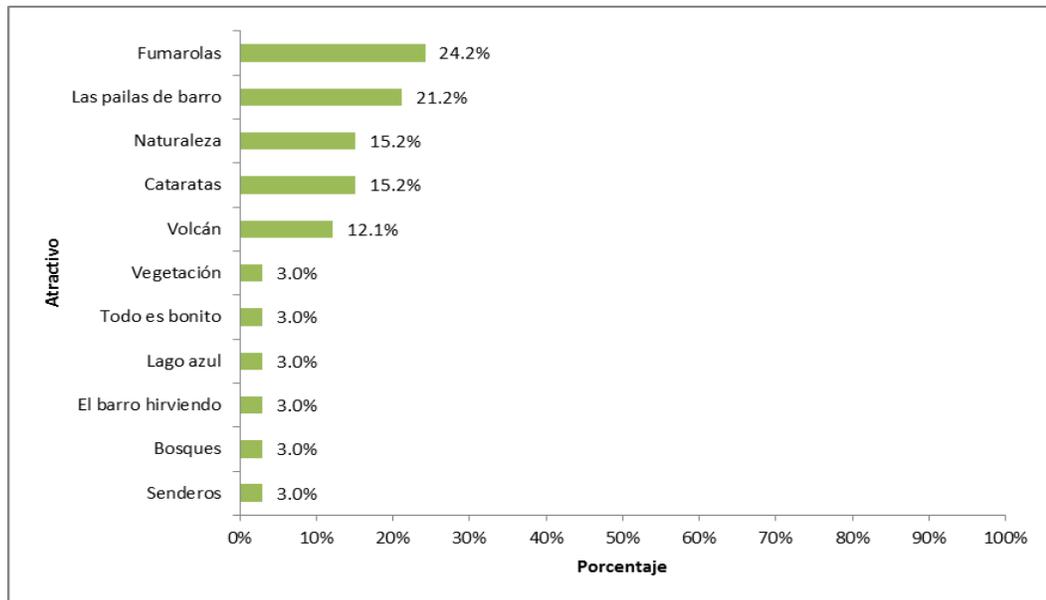
En relación al **medio de transporte utilizado para llegar** al parque, se obtiene en el cuadro 10 del archivo vinculado, que el más utilizado por el visitante que llega al PNRV es el auto rentado y el bus turístico. Otros medios de transporte utilizados son el vehículo propio/familiar, la buseta y el taxi.

Viendo los resultados por tipo de visitante, el extranjero llegó más al parque en bus turístico y auto rentado; mientras que el visitante nacional lo hizo en el auto propio/familiar.

Con respecto a los **principales atractivos** para los visitantes en el parque, se señala en el gráfico 5.7, que para la mayoría de los visitantes encuestados el principal atractivo señalado fue las fumarolas. Otros atractivos importantes son las pailas de barro, las cataratas, la naturaleza y el volcán.

Al analizarlo pro tipo de visitante, se obtiene que el nacional principalmente las pailas de barro; y para el extranjero fueron las fumarolas, las pailas de barro y la naturaleza.

Gráfico 5.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Rincón de la Vieja.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C11.

Al consultarles sobre las **actividades más importantes que realizaron** en el parque, se obtiene en el cuadro vinculado 12, que las dos actividades que practicaron los visitantes en orden descendente fueron: caminar por los senderos y el bosque, y tomar fotografías. Actividades que se mantienen para el tipo de visitante.

Al solicitarles que evaluaran la **satisfacción con cada una de las experiencias que vivió durante su visita**, se obtiene en el cuadro vinculado 13, que las experiencias mejor calificadas con un nivel de satisfacción del 100%, fueron descansar y relajarse, escapar de la rutina diaria, experimentar un ambiente natural y hacer actividad física.

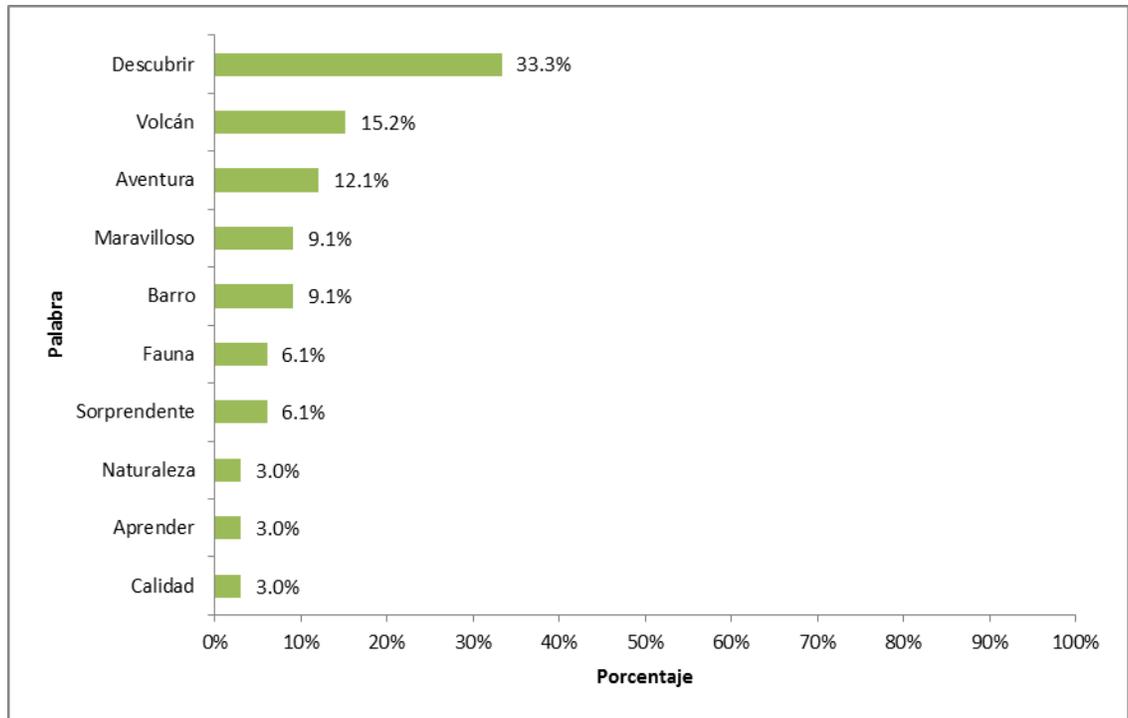
Otras experiencias bien valoradas dentro del nivel de satisfecho son: buscar reto y aventura, disfrutar de la soledad, socializar con familia y amigos, y aprender sobre el área.

Por tipo de visitante, el nacional tuvo un mejor nivel de satisfacción que el visitante extranjero; ya que el nacional calificó la mayoría de los aspectos con una nota de 100.

En referencia a las **palabras claves**, se obtiene en el gráfico 5.8, que las tres palabras claves señalada por los visitantes para esta área protegida son: descubrir, volcán y aventura.

Por tipo de visitantes la palabra clave es la misma: Descubrir. (Ver cuadro vinculado 14)

Gráfico 5.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Rincón de la Vieja.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C14.

Al preguntarles sobre las **visitas a otras ASP**, se observa en el cuadro 15 vinculado, que la mayoría de las personas encuestadas indica haber visitado otras ASP, un 85%.

Por tipo de visitante, el nacional señala en un 75% haber visitado otras áreas protegidas; mientras que el visitante extranjero indica un 88%.

Las tres ASP señaladas como las más visitadas son: Manuel Antonio, Arenal y Poás, respectivamente. Agregando Cahuita para el nacional.

Por último, se observa en los cuadros vinculados 16 al 23, se tiene que el **perfil de los visitantes** nacionales se caracteriza por ser hombre, con una edad promedio de 36 años, casado – unión libre, con 2 acompañantes adultos y un niño(a) en promedio, residentes de Guanacaste, San José o Heredia.

Y para los extranjeros el perfil de los visitantes es: mujeres, con una edad promedio de 35 años, soltera - casada, con 3 acompañantes adultos en promedio, residentes de Estados Unidos, Alemania o Francia.

3.6 Parque Nacional Tortuguero (PNT)

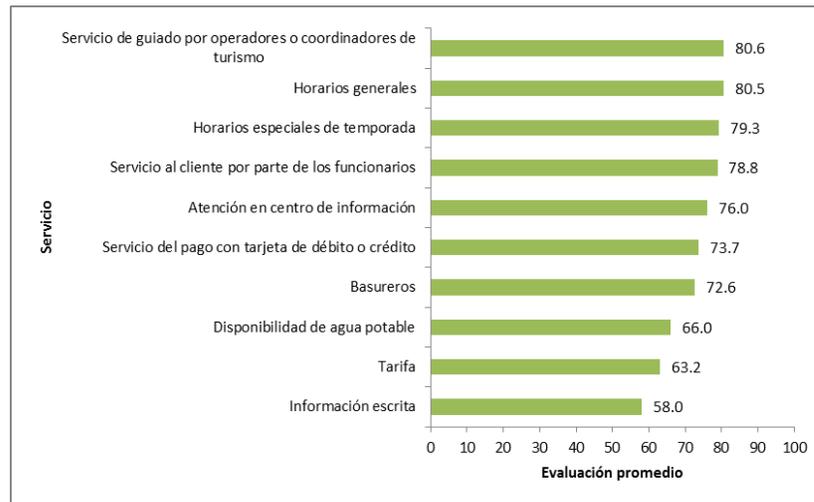
Es importante recordar que se realizaron 68 entrevistas en total, subdivididas en 53 visitantes extranjeros y 15 nacionales.

Al evaluar los **servicios turísticos**, según se observa en el cuadro vinculado 1; la mayoría de los servicios evaluados tienen calificación porcentual positiva en los criterios bueno y excelente. En el criterio excelente la evaluación más alta fue para horarios generales, y en el criterio bueno, para basureros. En la evaluación negativa, se encuentra el servicio tarifa con un porcentaje de 11% en el criterio pésimo.

En la calificación promedio, lo mejor evaluado fue el servicio guiado por operadores de turismo con un 80,6; mientras que el porcentaje más bajo fue para información escrita con un 58. Ver gráfico 6.1.

En cuanto a la evaluación por tipo de visitante, la calificación más alta del extranjero es de un 60% en el criterio bueno. Por su parte el visitante nacional calificó con un 67% a la atención en centro de información y tarifa del criterio excelente.

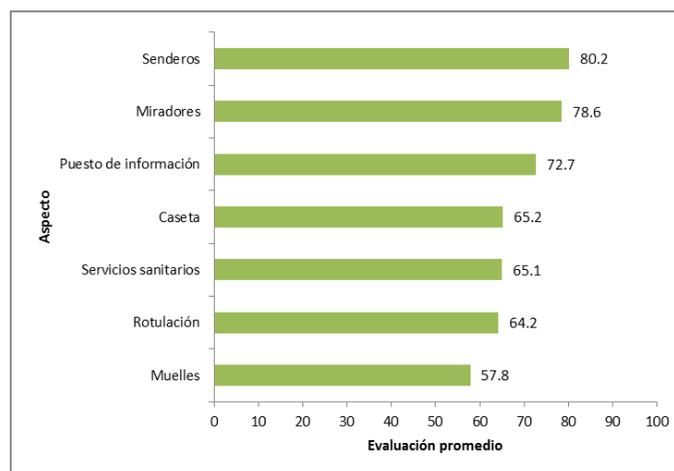
Gráfico 6.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Tortuguero.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C1.

Al analizar la percepción de la **infraestructura**, se obtiene en el gráfico 6.2, que la evaluación promedio califica como primer servicio a senderos, con un 80,2; y la más baja al muelle con un 57,8. Lo mejor evaluado en el criterio bueno fue miradores con un 59%. Lo más negativo fue rotulación y servicios sanitarios, pero en criterio malo. Al analizarlo por tipo de visitante, se obtiene que se presenta la misma tendencia antes descrita.

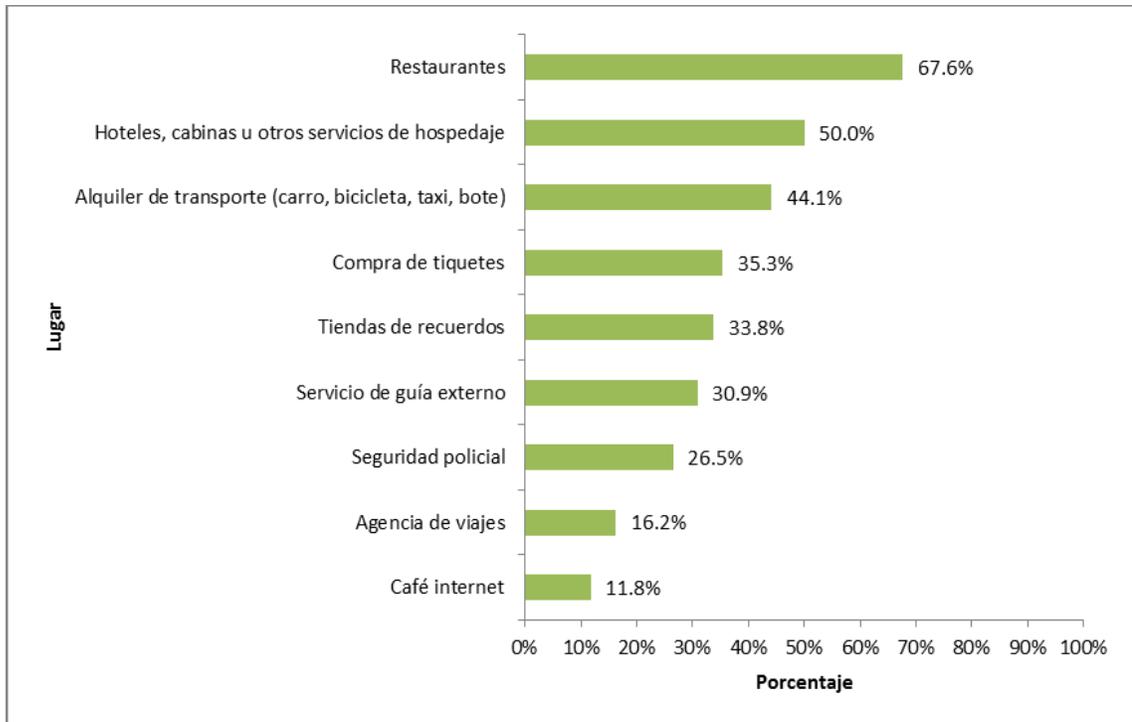
Gráfico 6.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Tortuguero.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C2.

Con respecto a los **servicios turísticos demandados**, se observa en el gráfico 6.3, que los tres servicios más demandados en el área de influencia del Parque Nacional Tortuguero, por parte de las persona encuestadas fueron: restaurantes (68%), hospedaje (50%), y alquiler de transporte con un 44%.

Gráfico 6.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Tortuguero.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C3.

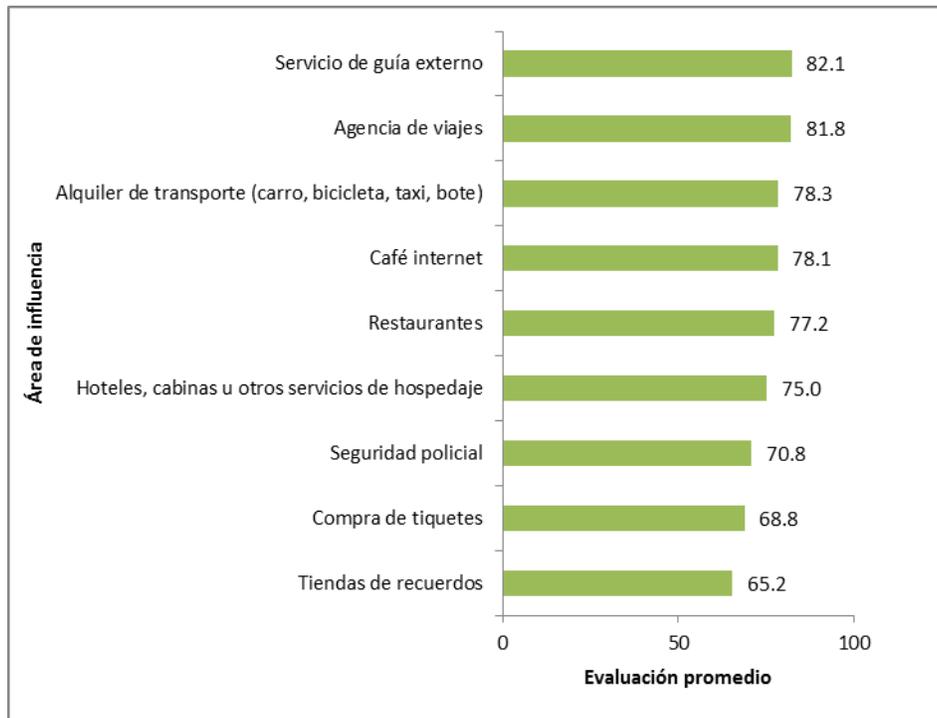
En cuanto a la valoración por tipo de visitante, el nacional indica el alquiler de transporte (carro, bicicleta, taxi, bote), restaurantes y hospedaje; mientras que los extranjeros señalan restaurantes, hospedaje y compra de tiquetes.

Al evaluar los **servicios demandados en el área de influencia**, se observa en cuadro vinculado 4, que el servicio café internet fue lo mejor evaluado en el criterio bueno (88%), seguido de compra de tiquetes (75%); mientras que en el criterio excelente fue el alquiler de transporte (47%). No hay calificaciones negativas del criterio pésimo.

En cuanto a la evaluación promedio de los servicios demandados en el área de influencia del PNT, la nota mayor es para el servicio de guía externo, mientras que la más baja es para tienda de recuerdos. Ver gráfico 6.4.

El visitante extranjero evaluó como lo mejor el servicio de agencia de viajes y en nacional la seguridad policial.

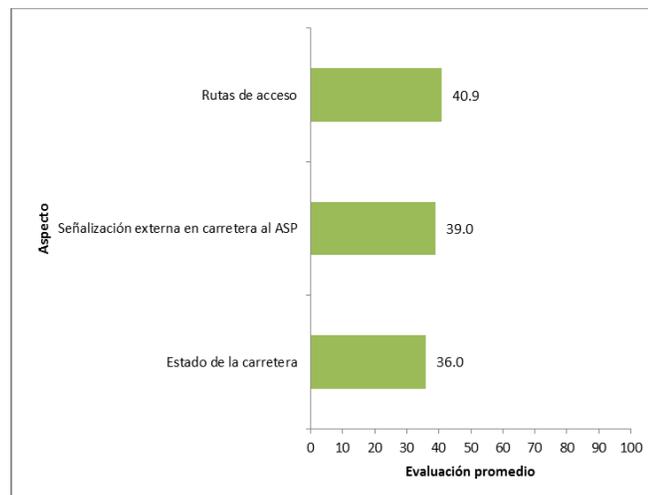
Gráfico 6.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Tortuguero.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C4.

En referencia a la **evaluación de las rutas de acceso, señalización y estado**, se obtiene en el cuadro vinculado 5 y el gráfico 6.5, que la evaluación de los criterios indica resultados negativos de los puntos evaluados. Por ejemplo la evaluación de señalización externa al ASP los visitantes la califican con un 28% en el criterio pésimo. Y la evaluación promedio apenas llega al 40,9%. De lo anterior se obtienen las siguientes notas que se muestran en la gráfica.

Gráfico 6.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Tortuguero.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C5.

Con respecto a la **primera vez de visita a esta área silvestre protegida**, se observa en el cuadro vinculado 6, que la mayoría de las personas entrevistadas (79%), indicaron que era la primera vez que visitaban el Parque Nacional Tortuguero; tanto nacionales como extranjero.

Al consultarles sobre el **cumplimiento de las expectativas**, se observa en el cuadro vinculado 7, que el cumplimiento de expectativas para los visitantes se cumplió en un 74% del criterio mucho y 26% del criterio medio. No hay datos que digan nada de cumplimiento de expectativas.

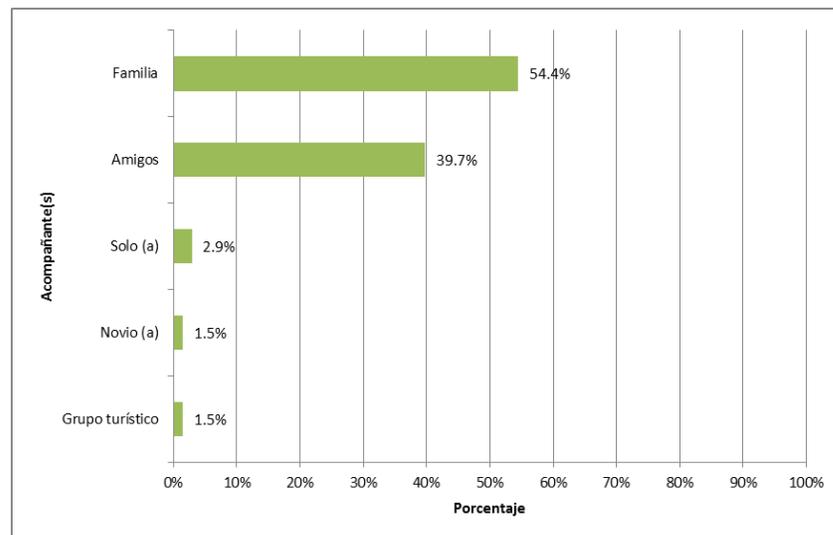
Separando la valoración por tipo de visitante, las expectativas de la visita se cumplieron en mayor porcentaje para los visitantes extranjeros.

Algunas de las opiniones por las cuales no se cumplieron las expectativas son: mal clima y muy descuidado el Parque. El visitante nacional además agregó poca rotulación.

Con respecto a los **acompañantes de los visitantes**, se obtiene en el gráfico 6.6, que en cuanto a los acompañantes, el 54% de las personas indicó que lo hizo con su familia; y un 40% con amigos.

El visitante nacional hizo la visita al Parque acompañado con su familia en un 80%; y los extranjeros con familia y amigos (47% y 45% respectivamente).

Gráfico 6.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Tortuguero.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C8.

Al consultarles sobre el **medio informativo de la existencia del Parque**, se observa en el cuadro 9 del archivo vinculado, que el principal medio informativo por el cual los visitantes se informaron de la existencia del Parque Nacional Tortuguero fue el medio amigos/familia, seguido por internet y guías de viaje.

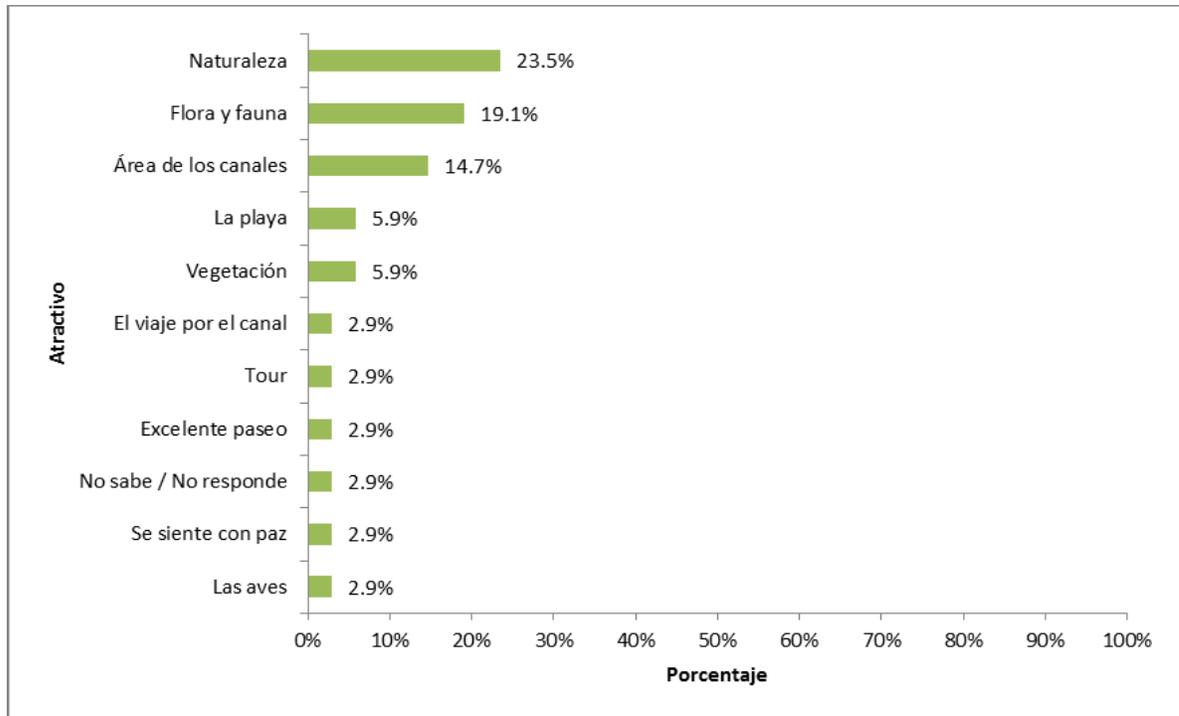
Para el visitante extranjero el principal medio fue internet; y para el nacional amigos/familia.

En relación al **medio de transporte utilizado para llegar** al parque, se obtiene en el cuadro 10 del archivo vinculado, que el medio de transporte más demandado por el visitante para llegar al PNT es la lancha pública/privada, un 88,2%. Este dato es contundente porque la lancha es el principal medio de transporte para llegar a esta área protegida, no hay muchas opciones.

Con respecto a los **principales atractivos** para los visitantes en el parque, se señala en el gráfico 6.7, que para la mayoría de los visitantes encuestados el principal atractivo señalado es la naturaleza. También mencionan los animales, la flora y fauna. Es importante indicar que los visitantes mencionan muchos atractivos en este parque.

El visitante nacional enfatiza su preferencia como principal atractivo es la naturaleza y la flora y fauna; mientras que para el extranjero es la naturaleza y el área de los canales.

Gráfico 6.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Tortuguero.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C11.

Al consultarles sobre las **actividades más importantes que realizaron** en el parque, se obtiene en el cuadro vinculado 12, que los visitantes indicaron como la actividad más realizada la de tomar fotografías, seguida por actividades como caminar por el bosque y senderos, y de sol y playa. Actividades que se mantienen para el tipo de visitante.

Al solicitarles que evaluaran la **satisfacción con cada una de las experiencias que vivió durante su visita**, se obtiene en el cuadro vinculado 13, que los visitantes indicaron en porcentajes altos el estar satisfechos con las 8 experiencias vividas en el PNT. La calificación más alta de satisfecho se presentó en la experiencia experimentar un ambiente natural con un 99%.

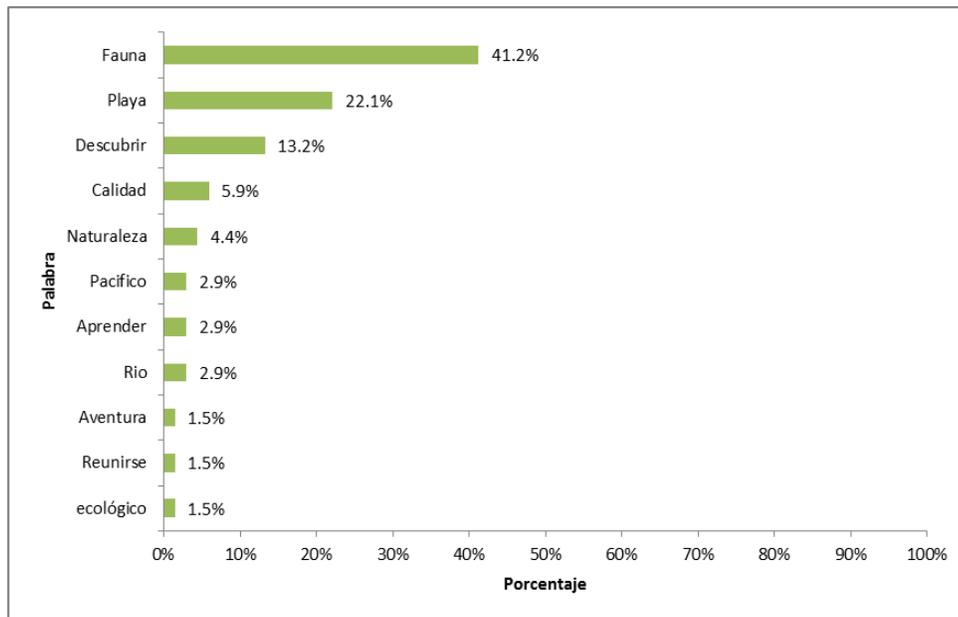
La experiencia disfrutar de la soledad es la que tiene el porcentaje más alto de insatisfecho, un 21%.

En la evaluación promedio, la más alta es experimentar un ambiente natural (99,3), mientras que la más baja es disfrutar de la soledad (73,8).

Para el visitante nacional la mayor satisfacción con un 100 es para experimentar un ambiente natural y socializar con familia y amigos; mientras que para los extranjeros es descansar y relajarme; así como experimentar un ambiente natural con un 99.1.

En referencia a las **palabras claves**, se obtiene en el gráfico 6.8, que las dos palabras claves mencionadas por los visitantes son fauna y playa. Para el extranjero son fauna y descubrir y para los nacionales son playa y fauna.

Gráfico 6.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Tortuguero.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C14.

Al preguntarles sobre las **visitas a otras ASP**, se observa en el cuadro 15 vinculado, que el 50% de los visitantes indica haber visitado otras ASP.

Las tres ASP señaladas como las más visitadas son Manuel Antonio, Poás e Irazú, respectivamente.

Por tipo de visitante, el nacional señala haber visitado con mayor porcentaje el Irazú; mientras que el extranjero señala a Manuel Antonio en mayor porcentaje de vista.

Por último, se observa en los cuadros vinculados 16 al 23, se tiene que el **perfil de los visitantes** nacionales se caracteriza por ser hombres, con una edad promedio de 29 años, solteros, con 4 acompañantes adultos y un niño(a) en promedio, residentes de San José o Alajuela.

Y para los extranjeros el perfil de los visitantes es: hombres, con una edad promedio de 36 años, solteros, con 2 acompañantes adultos en promedio, residentes de Estados Unidos o España.

3.7 Parque Nacional Volcán Arenal (PNVA)

Es importante recordar que se realizaron 41 entrevistas en total, subdivididas en 32 visitantes extranjeros y 9 nacionales.

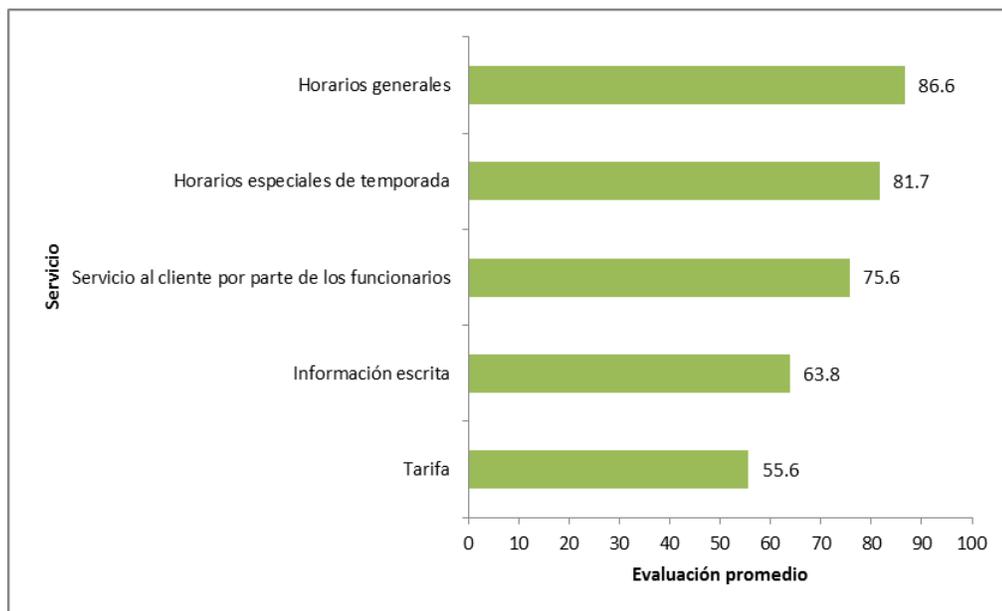
Al evaluar los **servicios turísticos**, según se observa en el gráfico 7.1; que en esta área protegida se evaluaron únicamente 5 servicios: horarios generales, horarios especiales de temporada, servicio al cliente por parte de los funcionarios, información escrita y tarifa.

La mayoría de los servicios evaluados tienen calificación porcentual positiva en el criterio bueno, donde horario especiales de temporada fue el servicio con un mayor porcentaje, un 60%.

El servicio tarifa es lo evaluado de manera negativa, tanto en el criterio pésimo como en el criterio malo, 13% y 15% respectivamente.

En la evaluación promedio de todos los servicios, el porcentaje mayor es para horarios generales; mientras que el porcentaje más bajo es para la tarifa.

Gráfico 7.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Volcán Arenal.



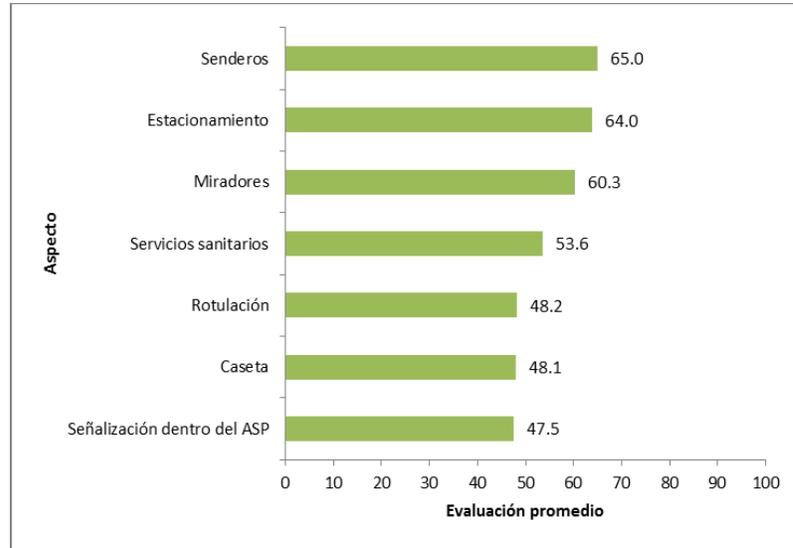
Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C1.

En cuanto a la evaluación por tipo de visitante, los extranjeros calificaron como lo mejor los horarios especiales de temporada; mientras que los nacionales los horarios generales. (Ver cuadro vinculado 1)

Al analizar la percepción de la **infraestructura**, se obtiene en el gráfico 7.2, que la evaluación promedio de todos los servicios indica que senderos tiene la nota más alta (65); y la calificación más baja a señalización dentro del ASP (47,5).

Por tipo de visitante ambos valoraron también como lo más positivo los senderos y el estacionamiento; y lo más negativo para los nacionales los servicios sanitarios; mientras que para los extranjeros la señalización dentro del parque. (Ver cuadro vinculado 2)

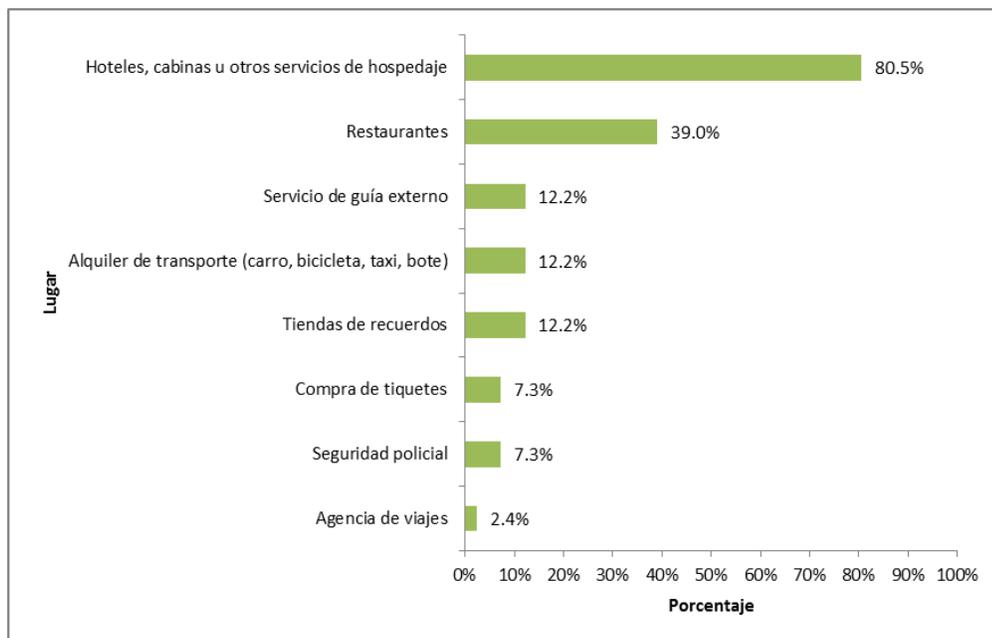
Gráfico 7.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Volcán Arenal.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C2.

Con respecto a los **servicios turísticos demandados**, se observa en el gráfico 7.3, que los tres servicios más demandados en el área de influencia del Parque Nacional Volcán Arenal por parte de las personas encuestadas fueron: hospedaje, restaurantes y servicio de guía externo.

Gráfico 7.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Volcán Arenal.



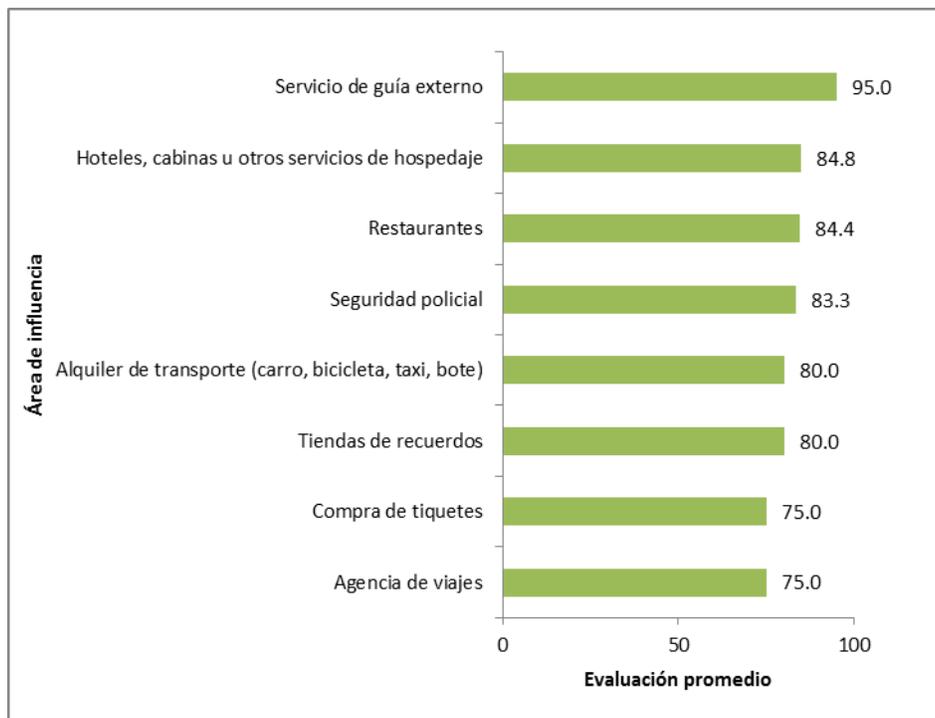
Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C3.

En cuanto a la valoración por tipo de visitante, tanto nacionales como extranjeros mencionan el hospedaje y los restaurantes.

Al evaluar los **servicios demandados en el área de influencia**, se observa en cuadro vinculado 4 y gráfico 7.4, que en el criterio excelente, el servicio de guía externo fue lo mejor evaluado por todos los visitantes con un 80%; mientras que en el criterio bueno la evaluación más alta la obtuvo el servicio compra de tiquetes, con un 100%.

La evaluación promedio de los servicios demandados en el área de influencia del PNVA, indica al servicio de guía externo con la mayor nota, mientras que la más baja es para agencias de viajes.

Gráfico 7.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Volcán Arenal.



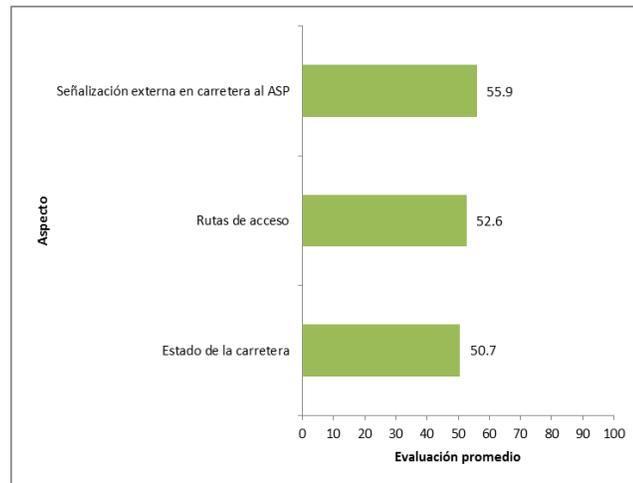
Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C4.

Al analizar por tipo de visitante, se observa en el cuadro vincula 4, que los extranjeros califican con un 100 a la seguridad policial y los nacionales los restaurantes; mientras que lo que califican más bajo los extranjeros son la compra de tiquetes, las tiendas de recuerdos y la agencia de viajes; y los nacionales el alquiler de transporte.

En referencia a la **evaluación de las rutas de acceso, señalización y estado**, se obtiene en el gráfico 7.5, que la evaluación de este punto por criterios está muy distribuida, no hay un criterio con datos significativos. La evaluación promedio más alta apenas llega al 55,9 correspondiendo a la señalización externa.

Comportamiento que se mantiene para los tipos de visitantes.

Gráfico 7.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Volcán Arenal.



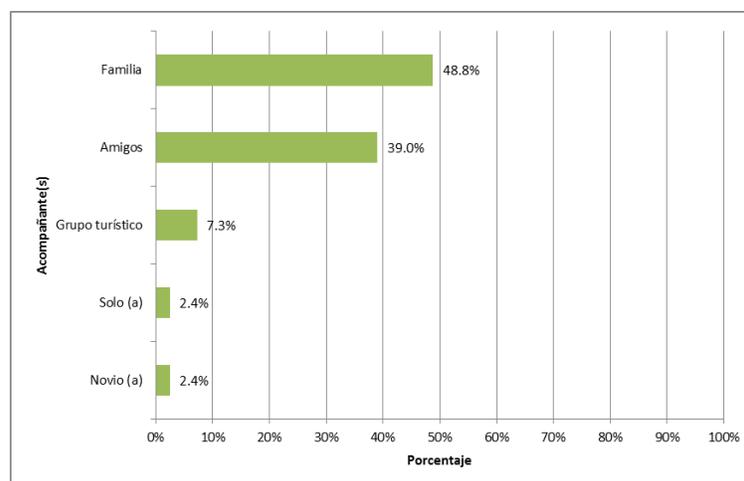
Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C5.

Con respecto a la **primera vez de visita a esta área silvestre protegida**, se observa en el cuadro vinculado 6, que el 93% de las personas encuestadas indicaron que era la primera vez que visitaban el Parque Nacional Volcán Arenal. Este porcentaje cambia a un 100% para extranjeros que indicaron que era su primera vez, y un 67% a nacionales.

Al consultarles sobre el **cumplimiento de las expectativas**, se observa en el cuadro vinculado 7, que el cumplimiento de expectativas para los visitantes a este Parque es muy positivo. El 97% indicó que se cumplieron en el criterio mucho y el 3% en el nivel medio. Para el visitante nacional el cumplimiento de expectativas es de un 100%; mientras que para los extranjeros únicamente uno lo califica de medio. Por lo que, no existen opiniones negativas relacionadas con el cumplimiento de expectativas.

Con respecto a los **acompañantes de los visitantes**, se obtiene en el gráfico 7.6, que los acompañantes más importantes para visitar esta ASP son la familia, con un 49%, seguido de amigos con un 39%. Este orden no cambia si se separa por tipo de visitante.

Gráfico 7.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Volcán Arenal.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C8.

Al consultarles sobre el **medio informativo de la existencia del Parque**, se observa en el cuadro 9 del archivo vinculado, que los medios informativos internet y guías de viaje, son los medios más importantes que utilizaron los visitantes para conocer de la existencia del Parque Nacional Volcán Arenal.

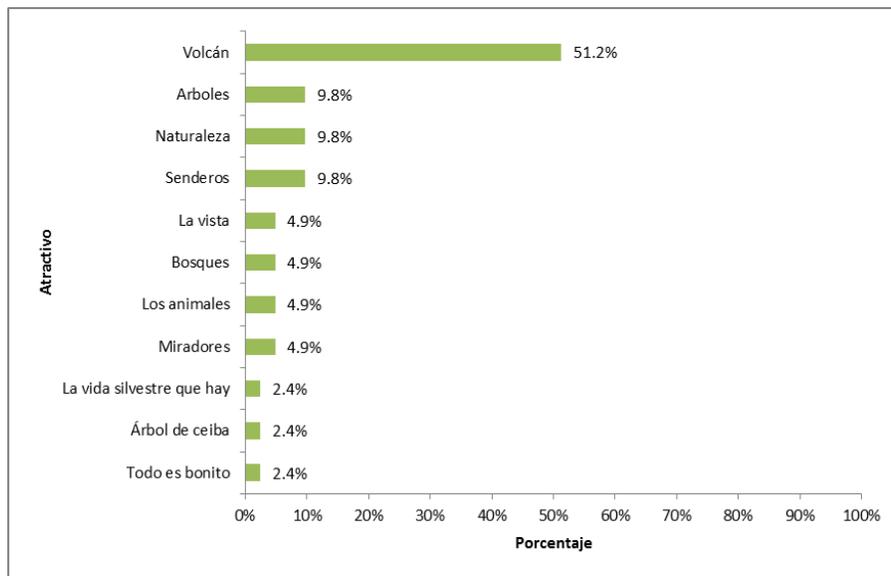
Para el visitante nacional hay otro medio informativo importante como la escuela y colegio.

En relación al **medio de transporte utilizado para llegar** al parque, se obtiene en el cuadro 10 del archivo vinculado, que los visitantes al PNVA utilizan el auto rentado como el principal medio de transporte, seguido por el del vehículo propio/familiar.

Para el extranjero el principal medio de transporte es el auto rentado, seguido del bus de turismo. Para el nacional es el auto propio/familiar.

Con respecto a los **principales atractivos** para los visitantes en el parque, se señala en el gráfico 7.7, que el principal atractivo para los visitantes encuestados es el volcán. Otros atractivos mencionados son: naturaleza, senderos y árboles. Atractivos que se mantienen por tipo de visitante.

Gráfico 7.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Volcán Arenal.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C11.

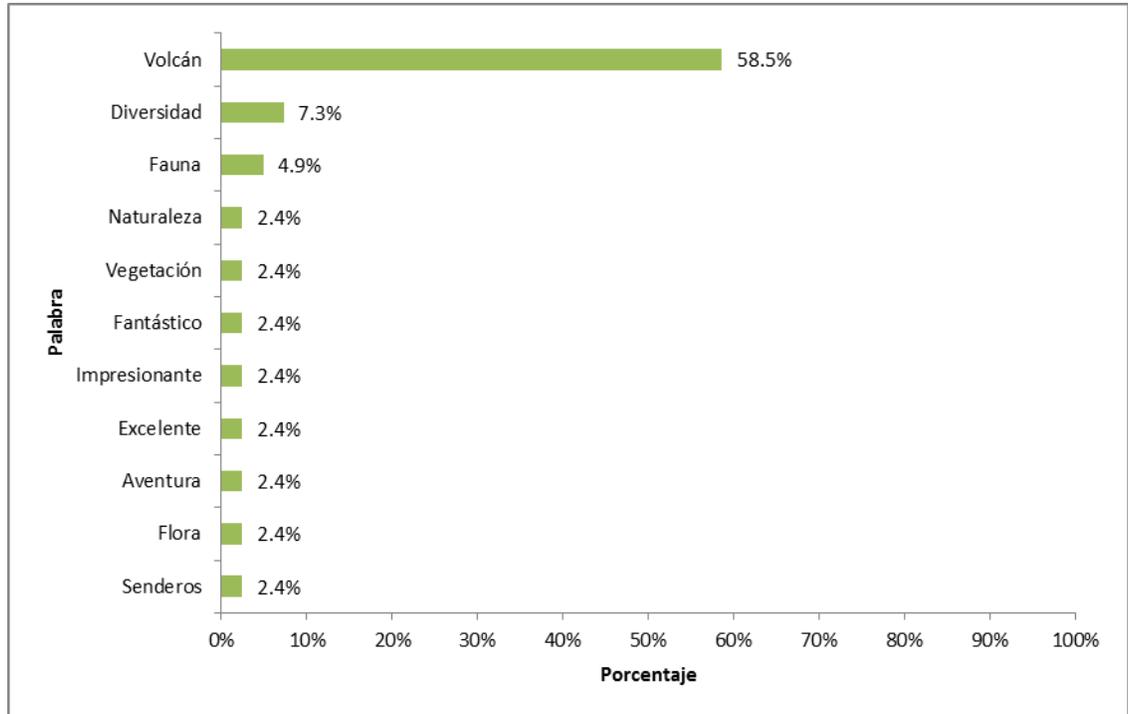
Al consultarles sobre las **actividades más importantes que realizaron** en el parque, se obtiene en el cuadro vinculado 12, que las dos principales actividades realizadas por los visitantes, tanto nacionales como extranjeros, son caminatas por el bosque o senderos y tomar fotografías.

Al solicitarles que evaluaran la **satisfacción con cada una de las experiencias que vivió durante su visita**, se obtiene en el cuadro vinculado 13, que para la mayoría de los visitantes indicaron estar satisfechos con las 8 experiencias vividas en el PNVT, en 4 experiencias calificaron un 100% de satisfecho; siendo descansar y relajarme, escapar de la rutina diaria, experimentar un ambiente natural y socializar con familia y amigos.

Comparativamente entre tipos de visitantes, el nacional indicó que está más satisfecho con las experiencias vividas que el visitante extranjero; ya que el nacional de las 8 experiencias calificó 6 con nota de 100.

En referencia a las **palabras claves**, se obtiene en el gráfico 7.8, que la palabra clave indicada de manera contundente, es volcán; para ambos tipos de visitantes.

Gráfico 7.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Volcán Arenal.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C14.

Al preguntarles sobre las **visitas a otras ASP**, se observa en el cuadro 15 vinculado, que el 66% de los visitantes indicó haber visitado otras ASP del país. La respuesta positiva fue mayor en la de visitantes nacionales que la de los extranjeros.

Las tres ASP señaladas como las más visitadas son Tortuguero, Poás y Monteverde, respectivamente.

Por último, se observa en los cuadros vinculados 16 al 23, se tiene que el **perfil de los visitantes** nacionales se caracteriza por ser hombre, con una edad promedio de 32 años, casado - soltero, con 3 acompañantes adultos en promedio, residentes de San José o Alajuela.

Y para los extranjeros el perfil de los visitantes es: hombres y mujeres, con una edad promedio de 30 años, solteros, con 2 acompañantes adultos y un niño(a) en promedio, residentes de Estados Unidos.

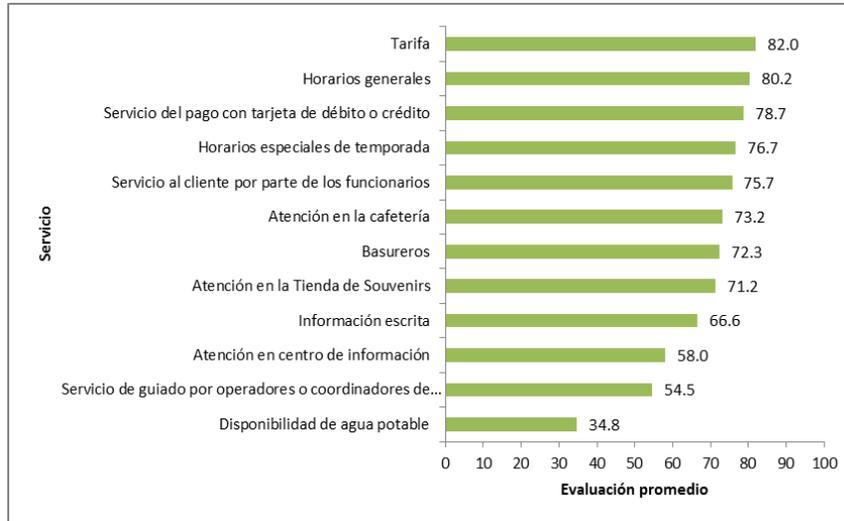
3.8 Parque Nacional Volcán Irazú (PNVI)

Es importante recordar que se realizaron 113 entrevistas en total, subdivididas en 22 visitantes extranjeros y 91 nacionales.

Al evaluar los **servicios turísticos**, según se observa en el gráfico 8.1; que en la evaluación promedio de todos los servicios, la nota mayor es para el servicio tarifa; mientras que la más baja es para disponibilidad de agua potable.

La mayoría de los servicios evaluados por los cinco criterios no tienen porcentajes contundentes. En el criterio excelente, tarifa tiene el porcentaje de 60%: y sí es de preocuparse por el servicio disponibilidad de agua potable, ya que lo calificaron con un porcentaje alto en el criterio pésimo, con un 43%.

Gráfico 8.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Volcán Irazú.

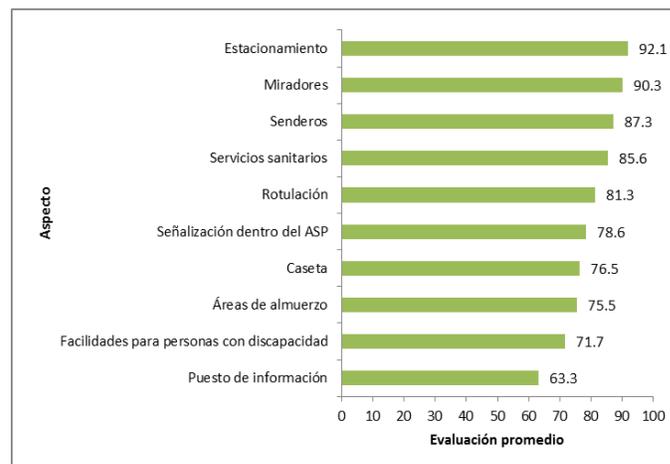


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C1.

En cuanto a la evaluación por tipo de visitante, los nacionales calificaron como lo mejor Tarifa y los extranjeros el servicio del pago con tarjeta de débito o crédito; mientras que la nota menor por ambos es la disponibilidad de agua potable. (Ver cuadro vinculado 1)

Al analizar la percepción de la **infraestructura**, se obtiene en el gráfico 8.2, que la evaluación promedio de la infraestructura es muy positiva, estacionamiento tiene la nota mayor (92,1); y la calificación más baja es el puesto de información con un 63,3.

Gráfico 8.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Volcán Irazú.



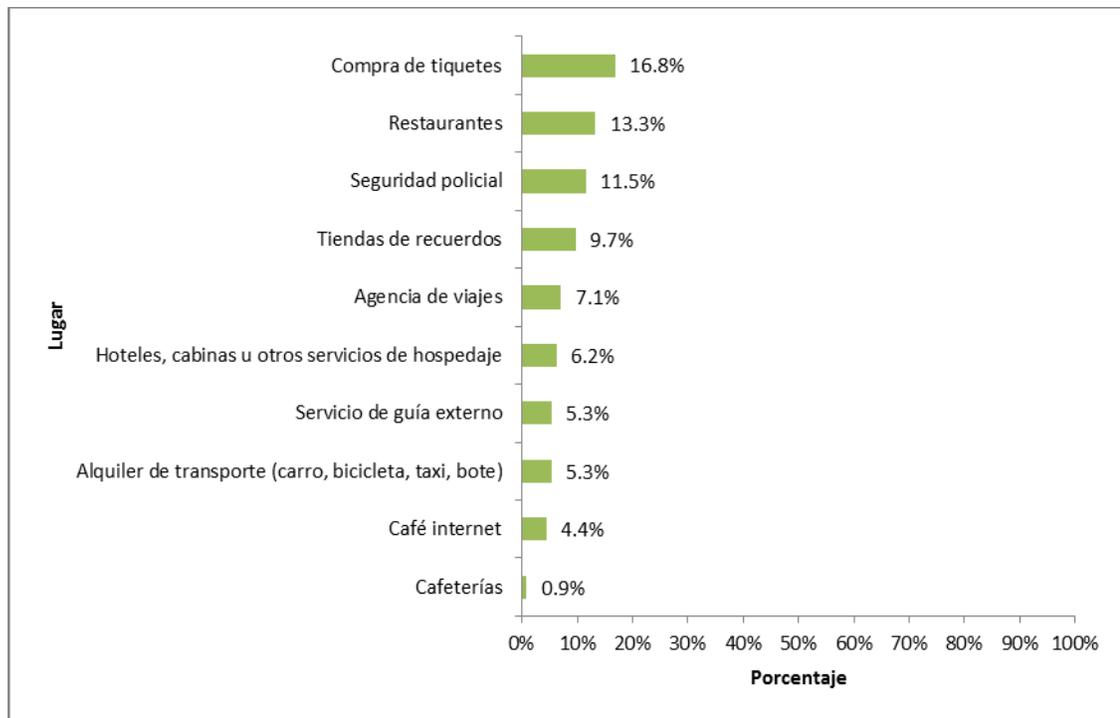
Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C2.

Por tipo de visitante ambos valoraron como lo más bajo el puesto de información; mientras que como lo más alto para los extranjeros es el mirador y para los nacionales el estacionamiento.

Con respecto a los **servicios turísticos demandados**, se observa en el gráfico 8.3, que los tres servicios más demandados en el área de influencia del Parque Nacional Volcán Irazú son: compra de tiquetes de ingreso al ASP, restaurantes y seguridad policial.

El visitante extranjero demandó más el servicio hoteles, cabinas u otros servicios de hospedaje en el área de influencia del Parque; mientras que el nacional la compra de tiquetes, la seguridad policial y los restaurantes.

Gráfico 8.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Volcán Irazú.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C3.

Al evaluar los **servicios demandados en el área de influencia**, se observa en cuadro vinculado 4, que en el criterio excelente, lo mejor evaluado fue el servicio hoteles; en el criterio bueno la compra de tiquetes. Por su parte en el criterio pésimo hay dos evaluaciones negativas muy significativas: seguridad policial y café internet, con 62% y 60% respectivamente.

La evaluación promedio de los servicios demandados en el área de influencia del PNVI, indica al servicio de hospedaje con el mayor porcentaje, mientras que el más bajo es para seguridad policial. Ver gráfico 8.4

La evaluación promedio por tipo de visitante, señala que el extranjero calificó como lo mejor el alquiler de transporte; y los nacionales la compra de tiquetes; mientras que lo evaluado con la nota más baja es la seguridad policial por ambos tipos de visitantes.

Gráfico 8.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Volcán Irazú.

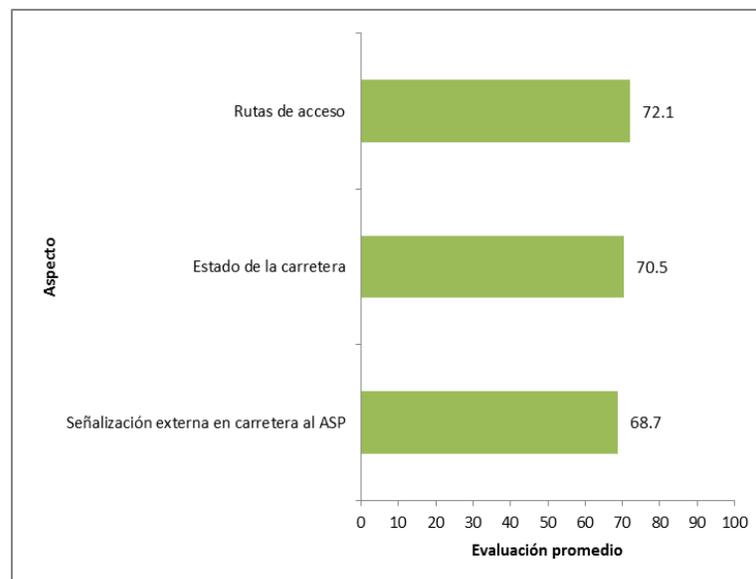


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C4.

En referencia a la **evaluación de las rutas de acceso, señalización y estado**, se obtiene en el gráfico 8.5 y cuadro vinculado 5, que el conjunto de estos puntos son bien evaluados, con porcentajes por arriba del 63% en los criterios bueno y excelente. Los porcentajes de los criterios malo y pésimo no son tan significativos.

En la evaluación promedio la calificación mayor es para rutas de acceso. El visitante extranjero calificó con la nota el estado de la carretera y el nacional las rutas de acceso, ambos indican la señalización como el valor más bajo.

Gráfico 8.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Volcán Irazú.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C5.

Con respecto a la **primera vez de visita a esta área silvestre protegida**, se observa en el cuadro vinculado 6, que el 58% de las personas encuestadas indicaron que era la primera vez que visitaban el Parque Nacional Volcán Irazú. Este porcentaje cambia a un 91% para los visitantes extranjeros.

El número de veces que el visitante nacional indicó con mayor porcentaje haber visitado el PNVI es de dos veces (37%), seguido de tres veces con un 26%.

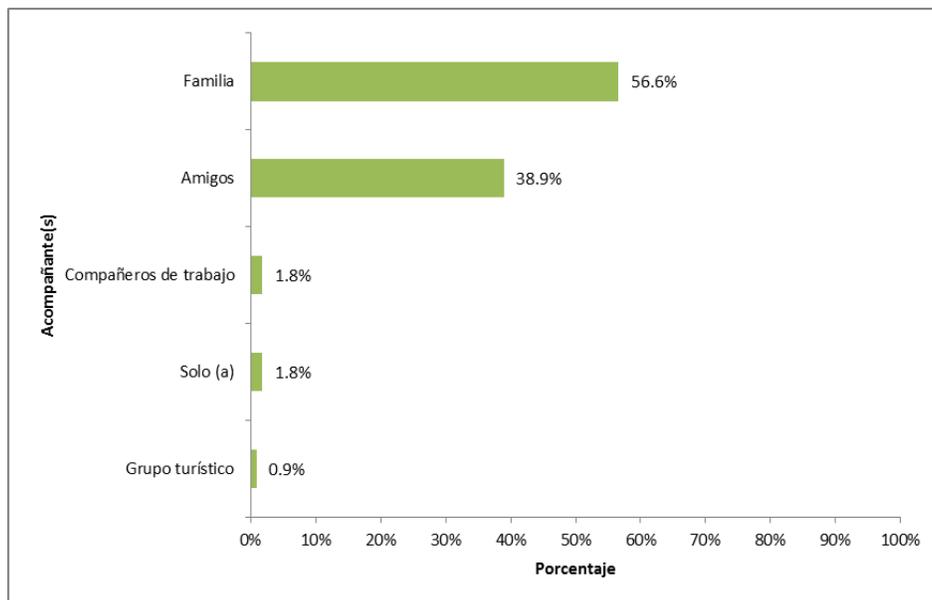
Al consultarles sobre el **cumplimiento de las expectativas**, se observa en el cuadro vinculado 7, que el cumplimiento de expectativas para los visitantes a este Parque es de un 66% en el nivel mucho, un 28% en el nivel medio.

Por tipo de visitante, el cumplimiento de expectativas es mayor para los visitantes nacionales.

Lo que más incidió para que las expectativas no se cumplieran fue el clima (lluvia, neblina, viento, temperatura), un factor que no se puede controlar en la gestión de visitantes en un Parque como este.

Con respecto a los **acompañantes de los visitantes**, se obtiene en el gráfico 8.6, que los acompañantes más importantes para visitar esta ASP son familia con un 57%, seguido de amigos con un 39%. Este orden no cambia si se separa la evaluación por tipo de visitante.

Gráfico 8.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Volcán Irazú.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C8.

Al consultarles sobre el **medio informativo de la existencia del Parque**, se observa en el cuadro 9 del archivo vinculado, que el medio informativos más relevante para los visitantes es familia/amigos, seguido del medio internet, y escuela y colegio.

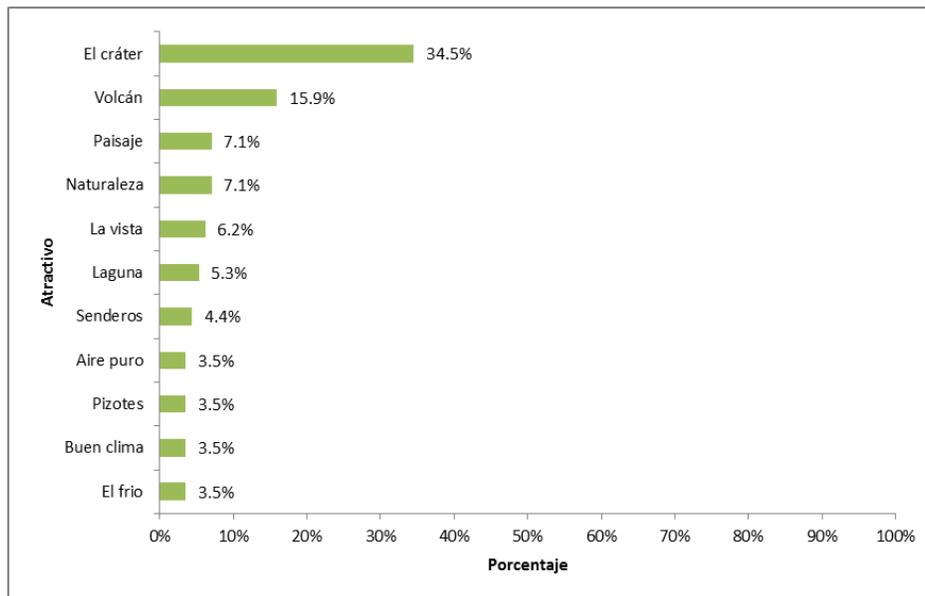
Para el visitante extranjero el segundo medio informativo es guías de viaje; mientras que para el visitante nacional, el medio informativo es escuela y colegio.

En relación al **medio de transporte utilizado para llegar** al parque, se obtiene en el cuadro 10 del archivo vinculado, que los dos medios de transporte más utilizados para llegar al PNVI es el vehículo propio/familiar, con un 61%; seguido por el bus turístico y el bus corriente (transporte público).

Para el extranjero el principal medio de transporte es el bus turístico; mientras que para el nacional es el vehículo propio o familiar.

Con respecto a los **principales atractivos** para los visitantes en el parque, se señala en el gráfico 8.7, que el principal atractivo para los visitantes encuestados en el PNVI, es el cráter. Otros atractivos mencionados son: volcán, paisaje y naturaleza. Manteniéndose por tipo de visitante

Gráfico 8.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Volcán Irazú.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C11.

Al consultarles sobre las **actividades más importantes que realizaron** en el parque, se obtiene en el cuadro vinculado 12, que las dos principales actividades realizadas por los visitantes en el Parque Nacional Volcán Irazú son caminatas por los senderos y tomar fotografías, actividades que se mantienen para ambos tipos de visitantes.

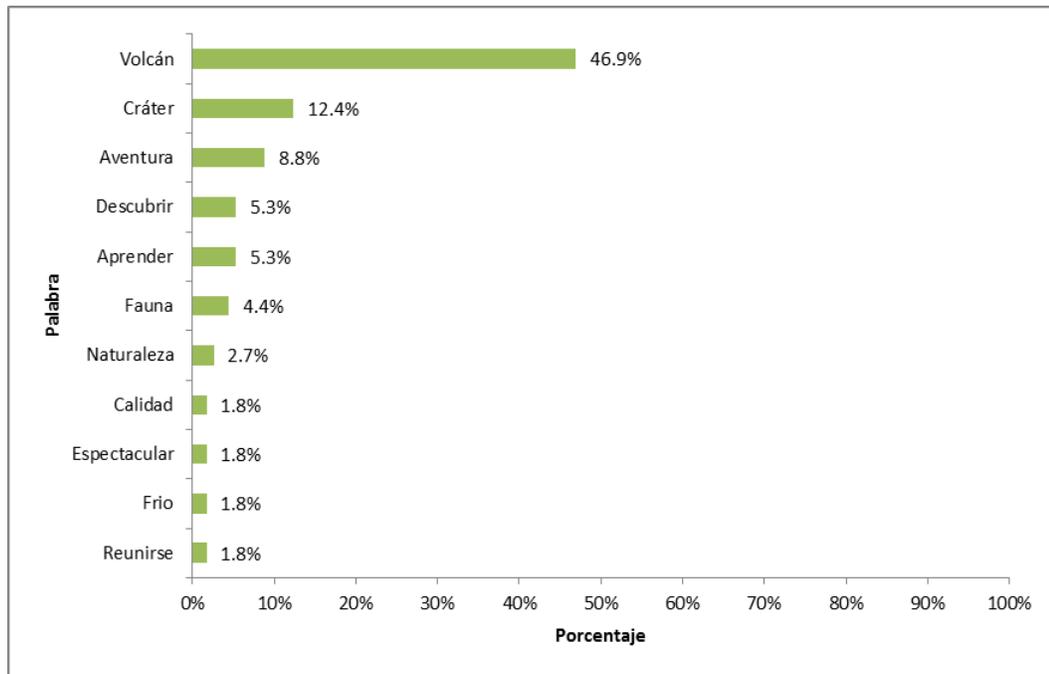
Al solicitarles que evaluaran la **satisfacción con cada una de las experiencias que vivió durante su visita**, se obtiene en el cuadro vinculado 13, que la mayoría de los visitantes indicaron estar satisfechos con las nueve experiencias vividas en el PNVI.

El nivel de satisfacción más bajo es para la experiencia disfrutar de la soledad, con un 32% de insatisfacción. La calificación mejor de nivel de satisfacción fue para la experiencia de tomar fotografía, un 100 de satisfecho.

Para el visitante extranjero la experiencia mejor calificada fue escapar de la rutina diaria; mientras que para el nacional la fotografía, ambas con nota de 100 en satisfacción.

En referencia a las **palabras claves**, se obtiene en el gráfico 8.8, que las tres palabras claves señaladas por los visitantes: volcán, cráter y aventura, respectivamente.

Gráfico 8.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Volcán Irazú.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C14.

Por tipo de visitantes las palabras son las mismas y en el mismo orden. (Ver cuadro vinculado 14)

Al preguntarles sobre las **visitas a otras ASP**, se observa en el cuadro 15 vinculado, que el 65% de los visitantes indicó haber visitado otras ASP del país, porcentaje que es significativo por la respuesta de los visitantes nacionales, ya que los extranjeros solo el 41% respondió que sí.

Las tres ASP señaladas como las más visitadas son Poás, Arenal y Manuel Antonio, respectivamente.

Por último, se observa en los cuadros vinculados 16 al 23, se tiene que el **perfil de los visitantes** nacionales se caracteriza por ser mujeres, con una edad promedio de 32 años, solteras, con 5 acompañantes adultos y un niños(a) en promedio, residentes de la GAM, pero especialmente de San José.

Y para los extranjeros el perfil de los visitantes es: mujeres, con una edad promedio de 35 años, solteras - casadas, con 3 acompañantes adultos en promedio, residentes de Colombia, Estados Unidos o Canadá.

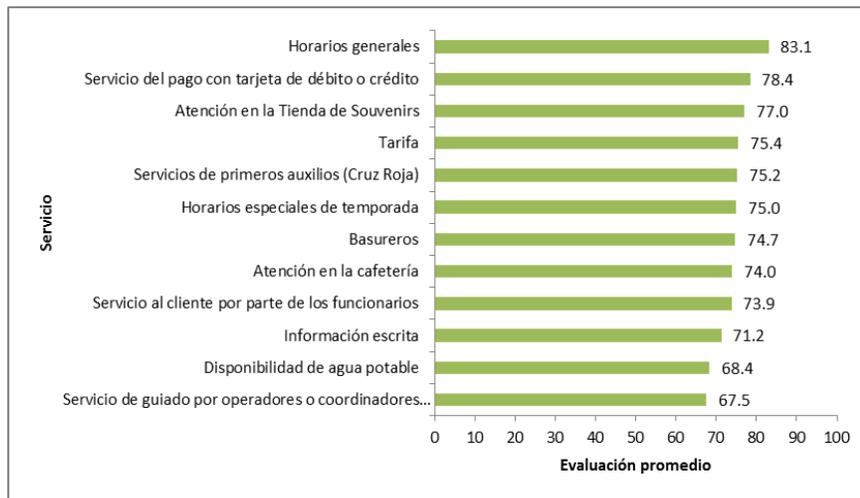
3.9 Parque Nacional Volcán Poás (PNVP)

Es importante recordar que se realizaron 186 entrevistas en total, subdivididas en 87 visitantes extranjeros y 99 nacionales.

Al evaluar los **servicios turísticos**, según se observa en el gráfico 9.1 y cuadro vinculado 1; que la mayoría de los servicios evaluados en el PNVP tienen calificación porcentual positiva en los criterios bueno y excelente, aunque no hay porcentajes contundentes. Por tipo de visitante, el extranjero califica la tarifa en el criterio pésimo con un 11%; y en el criterio malo con un 13%.

En la evaluación promedio de todos los servicios, el porcentaje mayor es para horarios generales; mientras que el porcentaje más bajo es el servicio de guiado.

Gráfico 9.1. Evaluación de los servicios turísticos ofrecidos en el Parque Nacional Volcán Poás.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C1.

En cuanto a la evaluación por tipo de visitante, los extranjeros calificaron como lo mejor los horarios y la más baja la tarifa; mientras que los nacionales la tarifa es lo mejor calificado y el servicio Guiado el de menor valor.

Al analizar la percepción de la **infraestructura**, se obtiene en el gráfico 9.2 y cuadro vinculado 2, que la evaluación promedio de todos los servicios indica que rotulación tiene la nota más alta (83,8); y la calificación más baja es para facilidades para personas con discapacidad (73,4).

Se puede afirmar una evaluación muy positiva de la infraestructura en el PNVP, ya que las calificaciones están por arriba del 65% en los criterios, bueno y excelente.

Gráfico 9.2. Evaluación de la infraestructura en el Parque Nacional Volcán Poás.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C2.

Por tipo de visitante, los extranjeros evalúan con la nota más alta la rotulación; mientras que para los nacionales es el mirador; aun así ambos valoraron con la nota mejor las facilidades para personas con discapacidad.

Con respecto a los **servicios turísticos demandados**, se observa en el gráfico 9.3, que los servicios más demandados en el área de influencia del Parque Nacional Volcán Poás por parte de las personas encuestadas fueron: compra de tiquetes de ingreso, tiendas de recuerdos, seguridad policial y restaurantes.

Gráfico 9.3. Lugares que visitaron o utilizaron antes de llegar al Parque Nacional Volcán Poás.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C3.

En cuanto a la valoración por tipo de visitante, ambos demandan la compra de tiquetes y las tiendas de recuerdos con mayor frecuencia.

Al evaluar los **servicios demandados en el área de influencia**, se observa en cuadro vinculado 4 y gráfico 9.4, que en general los visitantes encuestados valoraron bien los servicios demandados en los alrededores del PNVP.

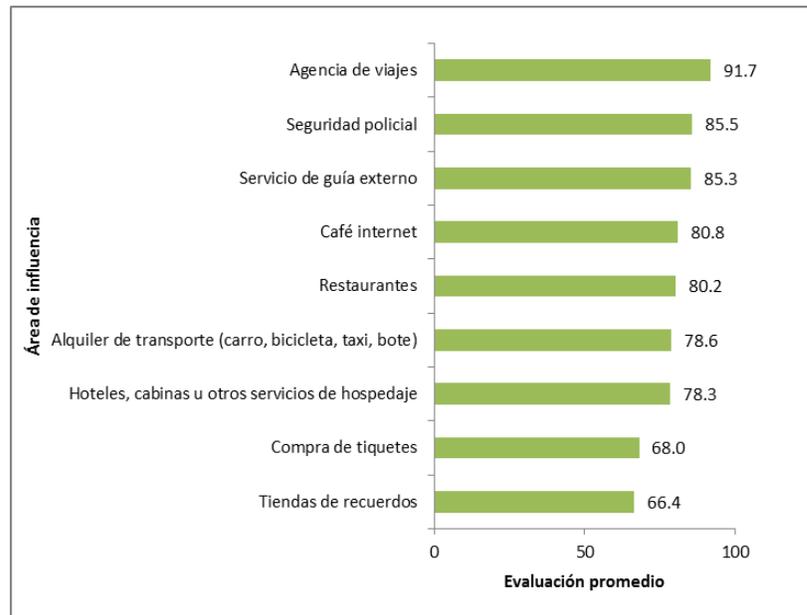
Todos los servicios calificados con los cinco criterios, tienen porcentajes por arriba del 60% en el criterio excelente, el servicio de agencia de viajes es lo mejor evaluado por todos los visitantes con un 67%.

La calificación más negativa se da en el criterio malo, para el servicio compra de tiquetes con un 12%.

La evaluación promedio de los servicios demandados en el área de influencia del PNVP, señala agencia de viajes con la mayor nota, mientras que la más baja es tienda de recuerdos.

Al analizarlo por tipo de visitante, se obtiene que el nacional lo que mejor califica es el servicio guiado y la seguridad policial; y el extranjero la agencia de viajes; mientras que lo que califican con la nota menor es la compra de tiquetes por los extranjeros y el alquiler de transporte por los nacionales.

Gráfico 9.4. Evaluación del servicio ofrecido en los lugares del área de influencia del Parque Nacional Volcán Poás.

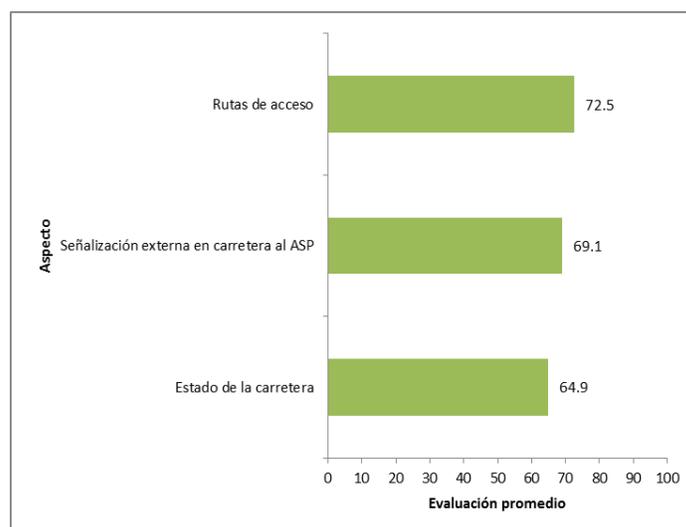


Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C4.

En referencia a la **evaluación de las rutas de acceso, señalización y estado**, se obtiene en el cuadro vinculado 5 y gráfico 9.5, que la evaluación de este punto da como resultado una evaluación positiva, todos los porcentajes importantes se muestran en los criterios bueno y excelente. A pesar de ello existen unos valores significativos en regular. Lo cual da como resultado que ruta de acceso sea la de mayor nota promedio con un 72.5.

La mayoría de los visitantes tanto nacionales como extranjeros señalan con la mejor nota a la ruta de acceso, seguido por la señalización y estado de las carreteras.

Gráfico 9.5. Evaluación del estado o disponibilidad de diversos aspectos del área de influencia del Parque Nacional Volcán Poás.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C5.

Con respecto a la **primera vez de visita a esta área silvestre protegida**, se observa en el cuadro vinculado 6 y 6.1, que el 57% de las personas encuestadas indicaron que era la primera vez que visitaban el Parque Nacional Volcán Poás. Este resultado cambia a un 78% primera vez, si la respuesta es de los visitantes extranjeros; mientras que para los visitantes nacionales primera vez de visita al PNVP, es un 38% de los entrevistados.

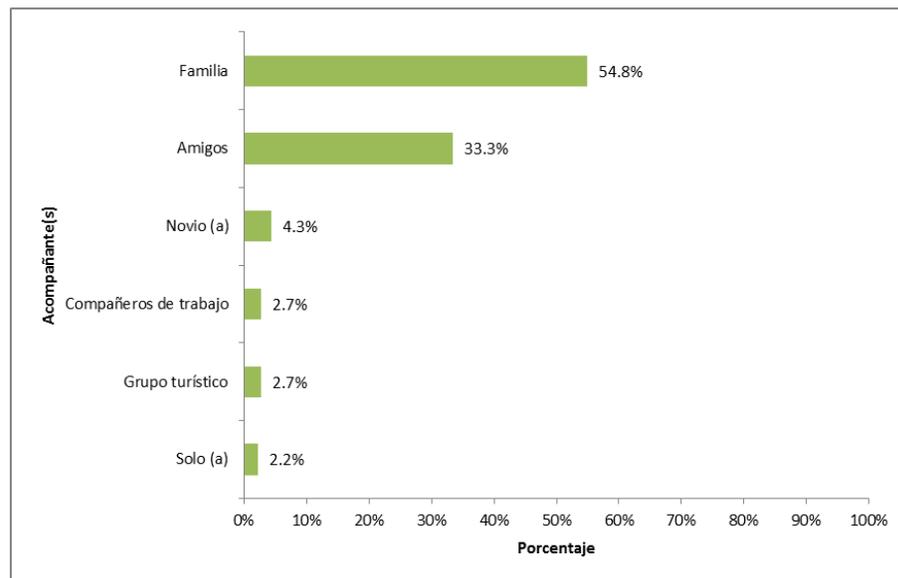
La cantidad de visitas que las personas indicaron haber visitado esta ASP es de dos en promedio. Para el visitante nacional la cantidad es de tres visitas en promedio.

Al consultarles sobre el **cumplimiento de las expectativas**, se observa en el cuadro vinculado 7, que el nivel de cumplimiento de expectativas de los visitantes se dio en un 71% del nivel mucho y un 25% en el nivel medio. Es mayor el cumplimiento de expectativas del visitante nacional que del visitante extranjero.

Los motivos que incidieron a que las expectativas de los visitantes no se cumplieran fue de manera categórica el mal clima. Al igual que en otras ASP, este factor no es controlable de manera directa.

Con respecto a los **acompañantes de los visitantes**, se obtiene en el gráfico 9.6, que los acompañantes más importantes para visitar esta ASP son la familia, en un 55%; seguido de amigos con un 33%. Este orden no cambia si se separa por tipo de visitante.

Gráfico 9.6. Acompañantes de las personas visitantes al Parque Nacional Volcán Poás.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C8.

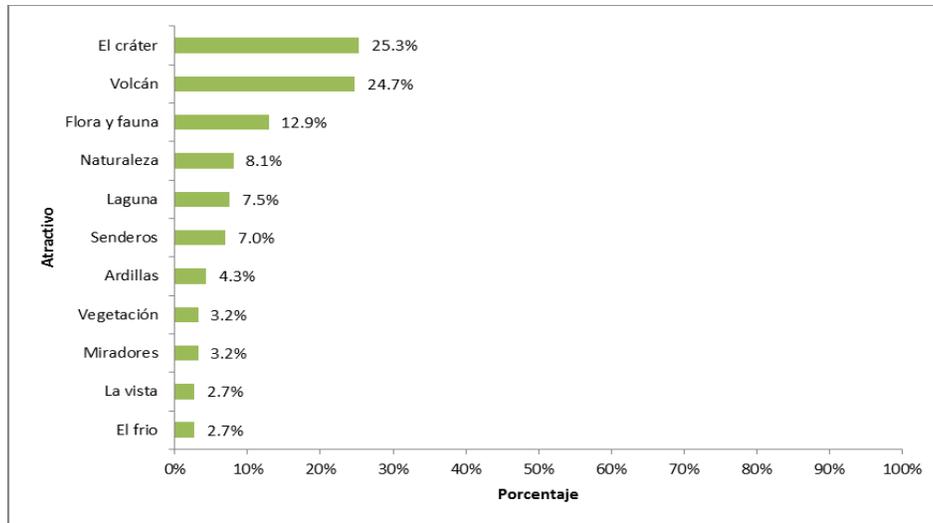
Al consultarles sobre el **medio informativo de la existencia del Parque**, se observa en el cuadro 9 del archivo vinculado, que el medio informativos más relevante para los visitantes es familia/amigos, seguido del medio internet. Para el visitante nacional el segundo medio informativo es escuela y colegio.

En relación al **medio de transporte utilizado para llegar** al parque, se obtiene en el cuadro 10 del archivo vinculado, que los dos medios de transporte más utilizados para llegar al Parque es el vehículo propio/familiar, con un 51%. Le sigue el bus turístico y el bus corriente (transporte público).

El visitante extranjero utilizó principalmente el transporte de bus turístico y el nacional el vehículo propio/familiar.

Con respecto a los **principales atractivos** para los visitantes en el parque, se señala en el cuadro 11 del archivo vinculado y gráfico 9.7, que los tres principales atractivos mencionados por los visitantes como los más importantes son: el cráter, el volcán y la flora y fauna. Atractivos que se mantienen para los tipos de visitantes como los principales.

Gráfico 9.7. Principales atractivos que encontraron en el Parque Nacional Volcán Poás.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C11.

Al consultarles sobre las **actividades más importantes que realizaron** en el parque, se obtiene en el cuadro vinculado 12, que las dos actividades importantes realizadas por los visitantes en el Parque Nacional Volcán Poás son: caminatas por los senderos y tomar fotografías; actividades que se mantienen para ambos tipos de visitantes.

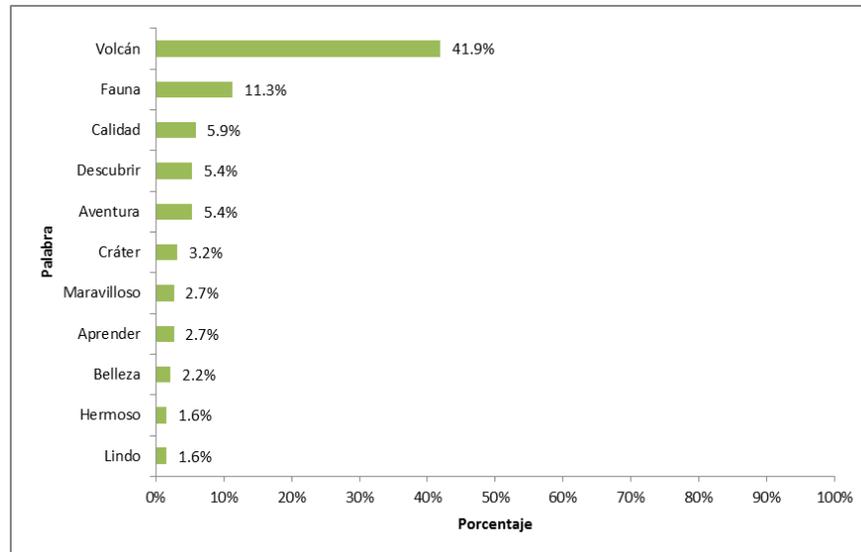
Al solicitarles que evaluaran la **satisfacción con cada una de las experiencias que vivió durante su visita**, se obtiene en el cuadro vinculado 13, que la mayoría de los visitantes indicaron de manera contundente estar satisfechos con las ocho experiencias vividas en el Parque al calificarlas por arriba del 90%.

En la evaluación promedio, la experiencia escapar de la rutina diaria tuvo el porcentaje mayor, un 99,7; mientras que la experiencia disfrutar de la soledad recibió el porcentaje más bajo, un 94. Esta ASP es donde el visitante calificó mejor sus experiencias vividas.

En referencia a las **palabras claves**, se obtiene en el gráfico 9.8, que las dos palabras claves más relevantes señaladas por los visitantes son: volcán y fauna.

Palabras que se mantienen para los dos tipos de visitantes estudiados.

Gráfico 9.8. Palabras con las que se identifica el Parque Nacional Volcán Poás.



Fuente: Cuadros percepción ASP dic. 2014. C14.

Al preguntarles sobre las **visitas a otras ASP**, se observa en el cuadro 15 vinculado, que el 51% de los visitantes indicó haber visitado otras ASP del país. Sin embargo para el visitante extranjero el porcentaje disminuye a un 33%.

Las tres ASP señaladas como las más visitadas son Irazú, Arenal y Manuel Antonio, respectivamente.

Por último, se observa en los cuadros vinculados 16 al 23, se tiene que el **perfil de los visitantes** nacionales se caracteriza por ser hombres, con una edad promedio de 30 años, solteros, con 3 acompañantes adultos en promedio, residentes de San José o Alajuela.

Y para los extranjeros el perfil de los visitantes es: hombres y mujeres, con una edad promedio de 42 años, solteros - casados, con 3 acompañantes adultos en promedio, residentes de Estados Unidos o México.

3.10 Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Caño Negro (RNVSM CN)

Este Parque fue evaluada su percepción del servicio con solo una persona visitante extranjera, por lo que la descripción de la misma no es representativa en este estudio.

Por lo cual se dejará la información recolectada para ser comprada con futuras muestras de los siguientes estudios a realizar en el proyecto contratado.

SECCIÓN 4: CONCLUSIONES GENERALES.

Una vez analizada la información recopilada por Área Silvestre Protegida se obtienen las siguientes conclusiones generales del estudio en forma integral:

4.1. Servicios turísticos.

- ✓ La sumatoria de la evaluación de los servicios turísticos en las 10 áreas silvestres protegidas considerando la evaluación promedio, establece que el servicio horario general es el que tiene el mayor porcentaje (79,3); mientras que el servicio disponibilidad de agua potable es el que posee el menor porcentaje (64,1).
- ✓ Evaluando los servicios específicamente por los cinco criterios de excelente a pésimo, se obtiene el siguiente resultados según orden:
 - Excelente => horario general.
 - Bueno => atención en la tienda de recuerdos.
 - Regular => información escrita.
 - Malo => disponibilidad de agua potable.
 - Pésimo => disponibilidad de agua potable.
- ✓ El extranjero calificó con un mayor porcentaje el servicio horarios generales; y con menor porcentaje el servicio tarifa.
- ✓ El visitante nacional calificó la tarifa con el mayor porcentaje y el servicio guiado por operadores o coordinadores de turismo, con el menor porcentaje.
- ✓ Esta disyuntiva entre la calificación de tarifa según tipo de visitante, podría explicarse en el tanto la tarifa de ingreso de un extranjero es radicalmente superior a la tarifa de un visitante nacional.

4.2. Infraestructura.

- ✓ La evaluación promedio de la infraestructura de todas las áreas silvestres protegidas valoradas, indica que senderos tiene el porcentaje más alto (84,7); mientras que la calificación más baja es para facilidades para personas con discapacidad (68,6).
- ✓ Evaluando la infraestructura específicamente por los cinco criterios de excelente a pésimo, se obtiene lo siguiente:
 - Excelente => senderos.
 - Bueno => sala de exhibiciones.
 - Regular => área de acampar.
 - Malo => áreas de almuerzo.
 - Pésimo => facilidades para personas con discapacidad.
- ✓ El extranjero calificó con un mayor porcentaje el servicio senderos; y con menor porcentaje el servicio facilidades para personas con discapacidad.

- ✓ El visitante nacional calificó el servicio miradores con el mayor porcentaje y el servicio facilidades para personas con discapacidad, con el menor porcentaje.

4.3. Servicios turísticos demandados del área de influencia.

- ✓ Los tres servicios más demandados en el área de influencia de las áreas silvestres protegidas evaluadas son: restaurantes, hoteles, cabinas u otros servicios de hospedaje y compra de tiquetes.
- ✓ El visitante nacional demanda con mayor frecuencia la compra de tiquetes, los restaurantes y la seguridad policial.
- ✓ El extranjero demanda principalmente los hoteles, cabinas u otros servicios de hospedaje, los restaurantes y la compra de tiquetes.

4.4. Evaluación de los servicios demandados en el área de influencia.

- ✓ La evaluación promedio mayor de los servicios demandados en el área de influencia de las 10 ASP, corresponde al servicio de guía externo; mientras que el porcentaje menor es para el servicio café internet.
- ✓ El visitante nacional ubicó al servicio alquiler de transporte con el porcentaje mayor; mientras que al café internet como la de menor.
- ✓ El extranjero califica con el porcentaje mayor a los servicios de guía externo y con la menor a la tiendas de recuerdos y la compra de tiquetes
- ✓ Aun cuando lo más demandado fue otros servicios como hospedaje y restaurante, los mismos no se muestran como los servicios mejor evaluados.
- ✓ Considerando la evaluación específica de los servicios por los cinco criterios de excelente a pésimo, se obtiene lo siguiente:
 - Excelente => guía externo.
 - Bueno => otro servicios.
 - Regular => tiendas de recuerdos.
 - Malo => compra de tiquetes, tienda de recuerdos y café internet.
 - Pésimo => seguridad policial.

4.5. Evaluación de rutas de acceso, señalización y estado de carreteras.

- ✓ No existe diferencia significativa en la calificación de estos aspectos.
- ✓ Rutas de acceso es la que muestra la nota más alta (66,6).
- ✓ Señalización externa y estado de carrera presentan la misma nota de 65.5.

- ✓ Los visitantes nacionales los califican un poco mejor que los extranjeros.

4.6. Primera vez de visita a esta área silvestre protegida.

- ✓ La mayoría (63%) de las personas encuestadas indicaron que era la primera vez que visitaban un ASP.
- ✓ Para el 79% de los extranjeros fue la primera vez que visitaban un ASP.
- ✓ El 66% de los visitantes nacionales ya había visitado un ASP.
- ✓ Dos veces es el número de visitas más frecuente que los entrevistados han visitado a las ASP. Sin embargo, hay porcentajes importantes para tres, cuatro y cinco veces.
- ✓ Tres veces es el número de visitas más frecuente para los visitantes nacionales.

4.7. Cumplimiento de expectativas.

- ✓ La evaluación de cumplimiento de expectativas en términos generales es muy positiva.
- ✓ El 77% de los encuestados indicó que sus expectativas se cumplieron mucho, y un 21% de cumplimiento medio. Únicamente el 2% indicó nada de cumplimiento.
- ✓ La justificación de los visitantes que incidió en el incumplimiento de sus expectativas, indican como el principal el mal clima (35,2%). Este factor es externo a la gestión del turismo en áreas protegidas, por lo tanto da mayor peso a la conclusión positiva indicada anteriormente.
- ✓ El nivel de cumplimiento es muy similar entre los visitantes extranjeros como los nacionales.

4.8. Acompañantes de los visitantes.

- ✓ Los acompañantes más importantes para visitar las 10 áreas silvestres protegidas evaluadas son la familia con un 52%, seguido de amigos con un 40%.
- ✓ No existe diferencia entre los visitantes nacionales y extranjeros con respecto a los acompañantes, ya que ambos citan tanto a la familia como a los amigos principalmente.

4.9. Medio informativo de la existencia del ASP.

- ✓ El principal medio informativo más utilizado por los visitantes a las ASP del país es la información dada por amigos y familiares (57%), esto es la recomendación personal directa de algún otro turista que visitó las ASP del país.
- ✓ Los otros dos medios con un porcentaje importante son internet y guías de viaje, con 23% y 14% respectivamente.

- ✓ Importante indicar que para el medio internet, Facebook fue la principal red social.
- ✓ Para el visitante nacional el tercer medio informativo más importante es la escuela y colegio. Esto es que posiblemente los hijos incidieron en la visita por la información recibida en sus estudios de primaria y secundaria.

4.10. Medio de transporte utilizado para llegar a las ASP.

- ✓ El medio de transporte más utilizado para llegar a las áreas silvestres protegidas de las 10 evaluadas es el vehículo propio/familiar con un 39,3%, seguido del medio de transporte bus turístico (23,3%) y auto rentado (14,5%).
- ✓ Para el visitante extranjero el medio más importante es el bus turístico, seguido por el auto rentado.
- ✓ El visitante nacional utiliza como medio de transporte de mayor frecuencia el vehículo propio/familiar.

4.11. Principales atractivos para los visitantes en las ASP.

- ✓ Los cinco atractivos más mencionados por los visitantes de las 10 ASP evaluadas son:
 - Playa,
 - Volcán,
 - Cráter,
 - Flora y fauna y
 - Naturaleza.
- ✓ Hay una lista amplia y diversa de atractivos mencionados por los visitantes, que van desde algo muy específico (mapaches), a algo muy general (biodiversidad).
- ✓ Para los visitantes extranjeros los 5 principales atractivos son:
 - Playa
 - Volcán
 - Animales
 - Naturaleza
 - Flora y fauna.
- ✓ Los visitantes nacionales citan como los 5 principales atractivos:
 - Cráter
 - Playa
 - Volcán
 - Flora y fauna
 - Naturaleza.

4.12. Actividades más importantes.

- ✓ Las tres principales actividades realizadas por los visitantes en las áreas silvestres protegidas evaluadas son:
 - Caminatas por el bosque y senderos,
 - Tomar fotografías y
 - Actividades de sol y playa (natación, bronceado y descanso).
- ✓ No existe diferencia significativa entre los visitantes en referencia a las principales actividades.

4.13. Nivel de satisfacción con cada una de las experiencias que vivió durante su visita.

- ✓ Todas las experiencias vividas fueron calificadas en el nivel de satisfecho por arriba del 70%, esto indica una positiva valoración de lo vivido en las ASP del país.
- ✓ Las tres experiencias mejor calificadas son:
 - Experimentar un ambiente natural
 - Escapar de la rutina diaria
 - Socializar con la familia y amigos.
- ✓ En el nivel insatisfecho hay una calificación de 9% para la experiencia disfrutar de la soledad.
- ✓ No existe diferencia significativa entre visitantes hacia el nivel de satisfacción de las experiencias mejor calificadas

4.14. Palabras claves.

- ✓ Las tres palabras claves señaladas por los visitantes son:
 - Volcán,
 - Playa y
 - Fauna.
- ✓ Hay una lista significativa de palabras claves mencionadas por los visitantes, que califican de alguna manera la vivencia en cada una de las ASP del país.
- ✓ No existe diferencia significativa entre las palabras claves por tipo de visitante.

4.15. Visitas a otras áreas silvestres protegidas.

- ✓ La mayoría de los visitantes (59%) indicó haber visitado otras ASP del país.
- ✓ El 72% de los visitantes nacionales señalan que si han visitado otras ASP del país.

- ✓ Un 49% de los visitantes extranjeros cita que ha visitado otras ASP del país.

4.16. Perfil visitante.

- ✓ Los visitantes de las 10 ASP en general se caracterizan por ser:
 - Hombres y mujeres
 - Edad promedio de 34 años
 - Estado civil modal de soltero(a)
 - Cuatro acompañantes en promedio, siendo 3 adultos y un niño(a)
 - Residentes principalmente de San José de Costa Rica o California / New York de Estados Unidos.

- ✓ Los visitantes extranjeros e las 10 ASP se caracterizan por ser:
 - Hombres y mujeres
 - Edad promedio de 36 años
 - Estado civil modal de soltero(a)
 - Tres acompañantes adultos en promedio
 - Residentes principalmente de Estados Unidos, España, Colombia o México.

- ✓ Los visitantes nacionales de las 10 ASP se caracterizan por ser:
 - Hombres y mujeres
 - Edad promedio de 31 años
 - Estado civil modal de soltero(a)
 - Cinco acompañantes en promedio; siendo 4 adultos y 1 niño(a)
 - Residentes principalmente de GAM, especialmente San José.

ANEXO 1: CUESTIONARIOS