CIO
338.479.1
V734p

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTROAMERICA

COLEGIO ANDRES BELLO

TURISMO

PLAN DE MERCADEO TURISTICO DEL LAGO ARENAL

ELABORADO POR: VIVIANA VILLEGAS PEREZ

JURADO:

ALFREDO BERMUDEZ
MANUEL SEGURA
VICTOR RODRIGUEZ

1992

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTROAMERICA

COLEGIO ANDRES BELLO

TURISMO

PLAN DE MERCADEO TURISTICO DEL LAGO ARENAL

ELABORADO POR: VIVIANA VILLEGAS PEREZ

JURADO:

ALFREDO BERMUDEZ
MANUEL SEGURA
VICTOR RODRIGUEZ

MAYO, 1991

CIO
338.4791
V734p

SEDE DE OCCIDENTE
"BIBLIOTECA"
— PROCESOS TECNICOS —
No. Registro 106323
Procedencia: Fot. de original
Precio ¢ 6.00 —
Fecha Ingreso: 09 FEB 1993

BIBLIOTECA OCCIDENTE-UCR
0106323

Plan de mercadeo turistico del lago Arenal:

O106323

SEDE DE OCCIDENTE
BIBLIOTECA
U C R
San Ramón
PROCESOS TECNICOS

INTRODUCCION

CAPITULO I. ANALISIS DE SITUACION.....1

1.1. DEMANDA INTERNACIONAL.....2

1.1.1. Entrada de Turístas Internacionales.....2

1.1.2. Procedencia de Turístas Internacionales.....4

1.1.3. Estadía Promedio de Turístas Internacionales.....5

1.1.4. Gasto Promedio de Turístas Internacionales.....5

1.2. COMPORTAMIENTO DEL TURISMO INTERNO EN COSTA RICA...6

1.2.1. Tipo de Lugar Preferido por los costarricenses...7

1.2.2. Lugares más visitados por los costarricenses.....7

1.2.3. Razones del viaje de los costarricenses.....7

1.2.4. Duración del viaje de Turísmo interno.....8

1.3. ANALISIS DE LA PLANTA TURISTICA DE COSTA RICA.....9

1.3.1. Servicios de Alojamiento en Costa Rica.....9

1.3.2. Agencias de Viajes en Costa Rica.....10

1.3.3. Servicios Gastronómicos en Costa Rica.....11

1.4. OFERTA DEL PAIS.....14

1.4.1. Areas Protecidas del país.....14

1.5. ANALISIS DE LA COMPETENCIA DEL PRODUCTO TURISTICO..15

1.5.1. Competencia de Pesca.....16
1.5.2. Competencia de Windsurf.....17
1.5.3. Competencia de Lanchas Rápidas.....17
1.5.4. Análisis de la competencia de los atractivos complementarios de zona.....17
1.5.4.1. Competencia Volcán Arenal.....18
1.5.4.2. Competencia Observación de Flora y Fauna.....19

1.6. COMPETENCIA INTERNACIONAL DEL PRODUCTO TURISTICO...23

CAPITULO II. ANALISIS DE PRODUCTO.....24

2.1. GENERALIDADES DEL PRODUCTO TURISTICO.....25
2.1.1. Aspectos Geográficos.....25
2.1.1.1. Ubicación.....25
2.1.1.2. Altitudes.....25
2.1.1.3. Clima.....25
2.1.1.4. Zonas de Vida.....25
2.1.1.5. Zonificación de la Actividad Turística.....26
2.1.1.6. Datos de Interés.....27

2.2. ASPECTOS DE POBLACION.....29

2.3. ASPECTOS ECONOMICOS.....29

2.4. TURISMO EN LA ZONA.....30
2.4.1. Demanda de la Zona.....31

2.4.2. Estadía Promedio en la Zona.....31
2.4.3. Gasto Promedio en al Zona.....31

2.5. ATRACTIVOS TURISTICOS DEL PRODUCTO.....32
2.5.1. Lago Arenal.....33
2.5.2. Pesca en el Lago Arenal.....33
2.5.3. Windsurf en el Lago Arenal.....35
2.5.4. Lanchas Rápidas en el Lago.....35

2.6. ATRACTIVOS COMPLEMENTARIOS.....36
2.6.1. Flora y Fauna.....36
2.6.2. Volcán Arenal.....39

2.7. FACILIDADES TURISTICAS.....40
2.7.1. Servicios de Alojamiento en la Zona.....40
2.7.2. Servicios Gastronómicos en la Zona.....41
2.7.3. Accesos a la Zona.....42
2.7.3.1. Accesos por carretera.....42
2.7.3.2. Transporte Terrestre.....43
2.7.4. Tours Complementarios.....45

CAPITULO III. ANALISIS DE FODA.....47

3.1. FORTALEZAS.....48
3.2. OPORTUNIDADES.....48
3.3. DEBILIDADES.....49
3.4. AMENAZAS.....49

CAPITULO IV. OBJETIVOS Y MERCADO META.....50

4.1. OBJETIVO.....51

4.2. MERCADO META.....51

CAPITULO V. ESTRATEGIAS Y TACTICAS.....52

5.1. ESTRATEGIAS Y TACTICAS DEL PRODUCTO.....53

5.1.1. Estrategia y Tácticas Equipo Windsurf.....53

5.1.2. Estretegia y Tácticas Hotel Pesca.....53

5.1.3. Estrategia y Tácticas Licencias Pesca.....54

5.1.4. Estrategia y Tácticas Camping.....54

5.1.5. Estrategia y Tácticas Balneario.....54

5.1.6. Estrategia y Tácticas Mirador.....55

5.1.7. Estrategia y Tácticas Muelles.....55

5.1.8. Estrategia y Tácticas Señalización.....56

5.1.9. Estrategia y Tácticas Windsurf.....57

5.1.10. Estrategia y Tácticas Información.....57

5.1.11. Estrategia y Tacticas Albergues.....58

5.1.12. Estrategia y Tácticas Telefonia.....58

5.1.13. Estrategia y Tácticas Carretera.....59

5.1.14. Estrategia y Tácticas Reforestación.....59

5.1.15. Estrategia y Tacticas Paquetes.....60

5.1.16. Estrategia y Tacticas Ferias.....60

5.1.17. Estrategia y Tácticas Actividades Bajo Techo....61

5.2. ESTRATEGIAS Y TACTICAS DE PRECIO.....61

5.2.1. Estrategia y Tácticas Precios Atractivos.....61

5.3. ESTRATEGIAS Y TACTICAS DE PLAZA.....62

5.3.1. Estrategia y Tácticas Mayoristas.....62

5.4. ESTRATEGIAS Y TACTICAS DE PROMOCION.....63

5.4.1. Estrategia y Tácticas de Publicidad.....63

5.4.2. Estrategia y Tácticas de Promoción de Ventas.....63

5.4.3. Estrategia y Tácticas de Venta Personal.....64

5.4.4. Estrategia y Tácticas de Publicidad No Pagada....65

5.4.5. Estrategia y Tácticas de Relaciones Públicas.....65

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....66

CUADROS 69

MAPAS

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

INTRODUCCION

Es por demas lógico que el estaolecimiento de un espejo de agua de 80km en un lugar facilmente accesible, rodeado de hermosas montañas y un país que no posee lagos tan grandes como el Arenal, cree expectativas en torno a las posibilidades de acoger a un volumen importante de visitantes, es por eso que el siguiente trabajo será un plan de mercadeo para esta área que describirá en primera instancia un estudio de la situación en la que se encuentra el Lago de Arenal, para al final poder proponer algunas estratégias y tácticas para la consecución del objetivo.

El área es una de las más bellas del país y aunado a la amabilidad y disponibilidad de sus habitantes, es factible que cualquier actividad de índole turístico tenga buen camino.

Este estudio se ha realizado de la mejor manera para hacer notar la potencialidad turística del área.

C A P I T U L O I

A N A L I S I S D E S I T U A C I O N

1.1 DEMANDA INTERNACIONAL

1.1.1 ENTRADA DE TURISTAS INTERNACIONALES

A pesar de los problemas político-militares en que se vió inmersa la región centroamericana, en que se presentaba a esta a nivel internacional como una zona de destino riesgosa; la demanda por servicios turísticos costarricenses ha seguido creciendo.

Costa Rica en los últimos años se ha dado a conocer desde diferentes foros internacionales, principalmente mediante los procesos de pacificación de la región centroamericana y con el otorgamiento del Premio Nobel de la Paz. Circunstancias aunadas a las características especiles del país por conservar la democracia y los atractivos naturales, han coayudado a que se mantenga una demanda por servicios turísticos en crecimiento, y se vislumbren horizontes positivos para el desarrollo de este sector.

Deacuerdo a las estadísticas del I.C.T. de llegadas de turistas al país desde 1980 a 1990 (ver cuadro # 3) se destacan las principales observaciones:

Desde 1980 hasta 1982, se apreció un sub-período de expansión de la demanda, coincidiendo con efectos devaluativos muy significativos en el país. Este fenómeno que abarató artificialmente y en gran forma el costo de la canasta de bienes y servicios turísticos para los residentes en el exterior, contrarrestó con creses el efecto negativo del con-

texto político centroamericano.

De 1983-1985, encontramos una significativa caída en la afluencia de visitantes extranjeros, lapso en el cual la demanda se reduce en 110 mil turístas, es decir casi un 30 % sobre el nivel de 1983, donde el crecimiento de los precios internos y una disminución, determinarón una recuperación en los niveles de precios relativos que significó un encarecimiento del costo relativo de la canasta de bienes y servicios turísticos para el turísta internacional, situación que no se pudo contrarestar, sino que por el contrario vino a sumarse, el efecto negativo del agravamiento de los conflictos político-militares centroamericanos.

El último período va desde 1985 y se mantiene hasta la fecha, denota una extraordinaria recuperación de los flujos de visitantes residentes del exterior, hasta el punto de que la oferta turística se encuentra experimentado tasas de ocupación muy elevadas, dando muestras inclusive de saturación en ciertas áreas del país y amenazando en convertirse en elemento restrictivo para el mantenimiento de esa tendencia cresiente de la demanda, a menos de que, se produzca un crecimiento concordante a la oferta.

Además es importante tener en cuenta que se percibe una tendencia de crecimiento del turismo interno. Esto por cuanto las constantes devaluaciones que se han suscitado en los ultimos periodos podrian estar provocando una disminución en la salida de ticos al extranjero, lo que podria hacer suponer que estos para ir a vacacionar estén tomando en cuenta las

ofertas que se dan en nuestro país.

1.1.2. PROCEDENCIA DE TURISTAS INTERNACIONALES

La estructura de la demanda por servicios turísticos costarricenses ha sufrido modificaciones importantes en los últimos años, probablemente producto de la proyección de la imagen del país a nivel externo.

Tradicionalmente era del resto de Centro América de donde provenía la mayoría de los turístas que visitaban el país, sin embargo, ya en 1989 es Norte América el mercado que más turístas aporta a nuestro país.

El mercado panameño vió reducir su importancia en el último año; de apartar un 57.5% en 1980, vino a decaer hasta un -8.3% en 1990; todo esto gracias a problemas políticos que se sucitarón en este vecino país, mientras que el mercado norteamericano ha aumentado.

Europa también está aumentando considerablemente; sólo en los dos últimos años tuvo una variación del 52.3% más de la mitad, algo increible para tan poco tiempo; esto debido a la promoción que Costa Rica ha querido y ha venido haciendo en este lejano continente; esto también ha ayudado por la apertura de líneas aéreas con facilidades para los que deseen venir a Costa Rica, y con vuelos directos, además, que les permiten una mayor comodidad a los turístas(ver cuadro #3).

1.1.3. ESTADIA PROMEDIO DE TURISTAS INTERNACIONALES

La estadía promendio del turísta es un hecho muy ligado al motivo de su visita. Es de esperar que si el visitante viene por motivos de negocios, permanezca en el país menos tiempo que si lo hace por placer, o descanso.

La estadía promedio ha mostrado una evolución favorable en los últimos años, lo cual es producto de la transformación y composición de la demanda internacional de nombres y mujeres de negocios a turístas que visitan el pais por placer o descanso.

Se tiene un promedio para 1990 de 4.1 días, como estadía según datos del I.C.T..

1.1.4. GASTO PROMEDIO DE TURISTAS INTERNACIONALES

Este pretende referirse al gasto que realizan los turístas internacionales, por día en dólares, que refleja también la cantidad de divisas que se genera en nuestro país por día. El gasto promedio por persona es de $50 según el Banco Central.

Debe recordarse que el anterior es solamente un promedio y por ende puede variar, tanto por el tipo de turísta, como por la misma temporada.

El comportamiento general de la demanda internacional, ha venido variando, aunque la gran mayoria de los cambios han llegado a aumentar la afluencia de los visitantes a nuestro país. Básicamente la procedencia esta determinada por Norteamerica y Europa, (para este último el mayor representante es Alemania).

Su estadía promedio es variable por cuanto es posible aprovecharla al máximo; va en promedio de 2 a 4 semanas (datos proporcionados por la Oficina de Informacion Turistica del I.C.T.).

El gasto promedio es adecuado por cuanto permitiría rentabilidad en todas las actividades si se sabe explotar adecuadamente (buen servicio, buena paga).

1.2. COMPORTAMIENTO DEL TURISMO INTERNO EN COSTA RICA

Con base en los resultados de una investigación realizada por el Lic. William Rodríguez; entre 500 jefes de familia del Area Metropolitana de San José y de las cabeceras de provincia de Alajuela, Cartago y Heredia, durante el mes de junio de 1989, se tiene informacion de los hábitos turisticos del costarricense:

1.2.1. TIPO DE LUGAR PREFERIDO POR LOS COSTARRICENSES

Sobre el tipo de lugar en que los costarricenses prefieren pasar las vacaciones, los datos fueron:

- 71.5% vacaciones en la playa.
- 16.7% la montana
- 8.3% ambos atractivos.
- 2.5% prefieren otros atractivos.
- 1% no respondieron

1.2.2. LUGARES MAS VISITADOS DE LOS COSTARRICENSES

Los cinco lugares más visitados durante 1988 por las personas encuestadas, que en conjunto conforman poco más del 70% de los que vacacionaron, fueron:

Jacó	(24%)
Puntarenas	(17.2%)
Playas del Coco	(13.2%)
Manuel Antonio	(8.2%)
Playa Hermosa	(8.2%)

1.2.3. RAZONES DEL VIAJE DE LOS COSTARRICENSES

En cuanto a las tres principales razones por las que se prefieren los destinos más visitados, se obtuvo que:

Jacó:	Recreativos	(46.3%)
	Facilidades	(23.6%)
	Tienen cabina	(17.1%)
Puntarenas:	Recreativos	(48.6%)
	Facilidades	(21.7%)
	Tienen cabina	(10.9%)
Playas del Coco:	Recreativos	(60.1%)
	Visita a parientes y amigos	(14.4%)
	Facilidades	(11.1%)
Manuel Antonio:	Recreativos	(68.5%)
	Facilidades	(14.1%)
	Otros	(6.5%)
Playa Hermosa:	Recreativos	(41.5%)
	Tienen cabina	(20.7%)
	Visita a parientes y amigos	(18.3)

1.2.4. DURACION DEL VIAJE DEL TURISMO INTERNO

Más de la mitad de los viajes que realizaron los encuestados fueron de 2 y 3 días. El grupo familiar típico está conformado por dos adultos y uno o dos niños.

En realidad el turismo para los costarricenses está representado por playa y casi que ninguna otra opción; aunque gracias a las campañas del estado por preocuparse de que los "ticos" conozcan nuestro propio país y también gracias a las políticas de muchas empresas nacionales que se han preocupado por brindarles un servicio de igual calidad a los nacionales y por precios especiales dedicados solamente a los costarriceses se han aumentado las posibilidades para que los "ticos" puedan visitar otros lugares en Costa Rica.

Generalmente es un turismo de fin de semana, (o sea no tiene, en muchos casos más de 3 días), por tanto hay que brindarles posibilidades accesibles en cuanto al tiempo.

1.3. ANALISIS DE LA PLANTA TURISTICA DE COSTA RICA

1.3.1. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN COSTA RICA

La siguiente es la oferta que existe en estos momentos de hoteles con licencia turística en nuestro país.

PROVINCIA	ALBERGUE	HOTEL	PENSION	APARTOTEL	CABINAS	TOTAL
San José	4	39	4	12	–	79
Alajuela	3	13	–	–	–	17
Cartago	3	1	–	–	–	4
Heredia	3	6	–	4	1	14

Guanacaste	3	45	1	-	11	60
Puntarenas	15	69	4	2	27	117
Limón	2	27	1	-	6	36
Total:	37	223	10	16	46	332

Lo anterior viene a mostrar los diferentes tipos de alojamiento usados en Costa Rica y la aglomeración de los mismos en cada provincia.

Se puede observar que existen un total de 332 establecimientos de los cuales un 35% se ubican en la provincia de Puntarenas, esto debido básicamente a que es la provincia de más playas de uso turístico cerca de San José ; el segundo porcentaje corresponde a los servicios de hospedaje en San José, con un 24% y en tercer lugar esta Guanacaste que representa un 18% del total.

1.3.2. AGENCIAS DE VIAJES EN COSTA RICA

Existen en el país 150 Agencias de Viajes con licencia turística divididas de la siguiente manera:

- San José: 131
- Alajuela: 4
- Heredia: 6
- Guanacaste: 2
- Puntarenas: 5
- Limón: 2

De las cuales 61 son Operadoras, 80 son Minoristas y

Receptivas y 9 son Mayoristas.

Lo anterior viene a revelar que hay una gran concentración de servicios de viaje dentro de San Josè, y una poca variedad en el resto del país, por cuanto los turistas se ven prácticamente obligados a tomar todas sus decisiones de viaje por medio de Agencia (tours),dentro de San Josè.

Se hace notar que existen también más agencias de viajes minoristas que operadoras, lo que viene a restringir la competencia de estos últimos por cuanto la calidad de los tours ofrecidos ha venido a decaer, y los precios además tienden a subir.

Por otra parte, están las agencias mayoristas, estas son relativamente pocas, por lo que el país también está limitado a lo que la promoción de estas empresas fije en su mezcla de Mercadeo.

1.3.3. SERVICIOS GASTRONOMICOS EN COSTA RICA

La siguiente tabla muestra todos los servicios gastronómicos con licencia turística que existen en el país.

PROVINCIA	BAR	BAR Y RESTAURANTE	CAFETERIA	RESTAURANTE
San José	2	5	1	70
Alajuela	-	-	-	13
Cartago	2	-	1	6
Heredia	-	-	-	3
Guanacaste	1	-	-	4

Puntarenas	1	1	-	7
Limón	-	-	-	5
TOTAL:	6	6	3	110

Lo anterior ha mostrado que existen un total de 125 servicios relacionados con la gastronomía.

Se hace notar que existen una gran mayoría de estos servicios que no tienen licencia turística por cuanto no aparecen en esta lista, aunque se sabe que estos lugares existen por donde quiera y brindan, para el efecto, lo mismo al turista. (servicios gastronómicos).

El número total de estos establecimientos, en primera instancia impresionan mucho, pero por eso hay que recordar que existen muchos más en todo el país.

Lo que se debería procurar es que todos los servicios que brinden una calidad acceptable para el turismo, (limpieza, belleza y comodidad del local), se inscriben como turísticos y puedan obtener su licencia también, con lo que se comprometería a estas empresas a brindar siempre un servicio de muy buena calidad, con lo que ganarían tanto las empresas como el mismo país, al estar representado por empresas preocupadas del bienestar.

Todos los servicios que se ofrecen en nuestro país con licencia turística son relativamente pocas, y muy concentra-

dos en la ciudad de San José.

La licencia turística emitida por el I.C.T. permite apoyar legalmente a estos lugares y además permite regular la calidad de los mismos.

Se debería tener en Costa Rica un mayor número de empresas en donde se puedan regular la calidad de los servicios que se ofrezcan, para poder así mejorar los servicios existentes.

1.4. OFERTA DEL PAIS

1.4.1. AREAS PROTEGIDAS DE COSTA RICA

Costa Rica en uno de los paises del mundo con relación a su tamaño, tiene mayor diversidad en su flora y fauna, geología y paisaje. Esta riqueza natural esta determinada por la presencia de 14 Parques Nacionales, 7 Reservas Biológicas, 1 Reserva Natural Absoluta y un Monumento Nacional, encargados al Servicio de Parques Nacionales; 12 Reservas Forestales, 22 Zonas Protectoras, encargadas a la Dirección General Forestal; y por último 11 Refugios Nacionales de Vida silvestre encargadas por la Dirección General de Vida Silvestre; esto en cuanto a áreas protegidas del Gobierno. (ver anexo #1).

Hay que hacer notar otra áreas protegidas de índole privado, como son: La Selva, Marenco y Monteverde entre otras; que están al cuidado de instituciones privadas, como el O.E.T., U.C.R. y Centro Científico Tropical entre otros. (ver anexo #2)

La investigación científica, producción de energia hidroeléctrica, recreación al aire libre, educación ambiental, desarrollo rural y aumento del prestigio de la nación; todos estos han sido algunos porqué de la creación de áreas protegidas en el pais. Lamentablemente tadavia hay problemas ambientales y sociales, como: deforestación, caza furtiva, erosión, contaminación y

vandalismo arqueológico, amenazan seriamente la conservación del patrimonio natural y cultural de Costa Rica.

Podemos observar que lo anterior muestra que Costa Rica tiene una gran oferta de productos relacionados con la naturaleza, pues más de un 11% del total del país esta cubierto por áreas protegidas, que vienen a ser la mayor atracción.

Por todo lo antes escrito, se resume que la oferta del país esta prácticamente constituida por las bellezas naturales.

1.5. ANALISIS DE LA COMPETENCIA DEL PRODUCTO TURISTICO

Se realizan en el Lago de Arenal muchas actividades deportivas y recreativas; aunque, en este Plan de Mercadeo se habra de determinar como Producto Turistico solamente las actividades de pesca, windsurf y lanchas rápidas, pues son estas últimas las principales actividades que se dan en el Lago. Por lo tanto el siguiente sera un analisis de la competencia de estas actividades.

1.5.1. COMPETENCIA PESCA

COMPETENCIA	1	2	3	4	5	6	7	8
Coco	x	x		x		x	Costa Pacífico Norte	Marlín Atún Corvina
Flamingo	x	x		x		x	"	"
Ocotal	x	x		x		x	"	"
Carillo	x	x	x	x		x	"	"
Bahía Ballena	x	x		x			"	"
Barra Colorado	x	x	x		x		Costa Atlántico Norte	Tarpon Snook Corvina
Tortugero	x	x	x		x		"	"
Parismina	x	x			x		Costa Atlántico Medio	"
Tamarindo	x	x	x	x		x	Costa Pacífico Norte	Marlyn Atún Corvina
Quepos	x	x	x	x		x	Costa Pacifico Medio	Marlyn

Especificaciones del cuadro:

1- Alojamiento
2- Alimentación
3- Acceso Aereo
4- Acceso Terrestre
5- Acceso Fluvial
6- Otras Facilidades (communicación y servicios)
7- Ubicación
8- Tipo de pez

Del cuadro anterior se resume que todos los lugares del

país dedicados a la pesca en su gran mayoría son de pesca en mar abierto y por tanto con peces de diferente especie que los que se puedan encontrar en el Lago Arenal, además de ser esta última pesca en agua dulce, muy diferente a la pesca de agua salada.

1.5.2. COMPETENCIA DE WINDSURF

En el país hay únicamente dos lugares donde es posible practicar el windsurf que son: Charrara y Arenal, y el mejor por excelencia es Arenal

Charrara es un lago, creado gracias a la construcción de la presa de Cachí, y en donde los vientos no soplan tan fuerte como en Arenal ya que este Lago esta construido en un valle muy cerrado.

1.5.3. COMPETENCIA DE LANCHAS RAPIDAS

Los lugares por exelencia para la práctica de esta actividad son: Arenal y Charrara; Charrara de mucho menor tamaño que Arenal, no permite la facilidad de movimiento que pueden poseer en ese último.

1.5.4. ANALISIS DE LA COMPETENCIA DE LOS ATRACTIVOS COMPLEMENTARIOS DEL PRODUCTO TURISTICO

Se han determinado como atractivos complementarios, el Volcan Arenal y la Observación de Flora y Fauna; además como

su competencia se han considerado algunas áreas del país, cuya imagen turística sea justamente la que estos representan como: volcanes activos y observación de flora y fauna respectivamente.

1.5.4.1. COMPETENCIA VOLCAN ARENAL

Los volcanes: Poás, Irazú y Rincón de la Vieja, se han determinado como la competencia del Volcán Arenal por su actividad.

Algunas características son:

a) Parque Nacional Volcán Irazú

Se ubica al noreste de Cartago, con carretera pavimentada hasta los cráteres. Es un volcán compuesto con cinco cráteres. Su cercanía al centro del país, sus extra-ordinarias vistas panorámicas, sus imponentes cráteres y su historia geológica, son las principales razones para tal denominación.

b) Parque Nacional Volcán Poás

Se ubica en la provincia de Alajela a 37kms de la ciudad de Alajuela. Es un volcán con erupciones de tipo géyser y fumarolas, que en las paredes del fondo del cráter que estan provocando lluvias acidas. Tiene una hermosa laguna que actualmente se está secando. Su avifauna es abundante y en este parque se protege gran cantidad de cuencas

hidrográficas.

c) Parque Nacional Rincón de la Vieja

Se encuentra en la provincia de Guanacaste y una parte en la provincia de Alajuela; se llega seguiendo 5kms. al norte desde Liberia, por la Interamericana y luego se toma un camino hacia el este. Es un que tiene varias hornillas de las que se forman volcancitos de fango y lagunas termales. Se dedica a la protección de cuencas hidrográficas.

1.5.4.2. COMPETENCIA DE OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA

Los lugares aquí considerados como competencia de esta actividad en el Lago y sus inmediaciones, fueron establecidas tomando en cuenta la imagen que el lugar tuviese, dentro del contexto del país.

Así pues la competencia para la observación de Flora y Fauna vendrían a ser las siguentes áreas protegidas:

a) Parque Nacional Corcovado

Es una de las áreas de mayor diversidad y riqueza en flora y fauna del continente. Tiene bosques pluviales y pantanosos, hoy protección de diversas especies en peligro de extinción. En este parque se encuentra la Isla del Caño, que es una de las zonas de mayor riqueza arquelógica del país.

Se ubica en la provincia de Puntarenas al lado este de la Península de Osa y el acceso se puede hacer solo por

avioneta o en lancha.

b) Reserva Biológica Carara

Se ubica en la desembocadura del río Grande de Tárcoles; con acceso por la carretera costanera sur. Cuenta con gran cantidad de fauna silvestre con bosque tropical en transición de húmedo a pluvial. Esta rodeado de áreas completamente transformadas por la actividad humana, por lo que esta reserva representa una garantía para la conservación de la flora y fauna de la región.

c) Parque Nacional Braulio Carrillo

Tiene cinco tipos de bosques, gran cantidad de fauna silvestre, con una avifauna muy abundante; se dedica a la protección de cuencas hidrográficas y conserva el patrimonio histórico. La carretera Guápiles-Siquirres-Limón que hoy lo atraviesa, permite que los visitantes puedan familizarse con la flora de las dos vertientes de la Sierra Volcánica Central y recrearse con los hermosos paisajes que presentán a través de todo el recorrido; y el túnel Zurqui, atractivo de este Parque a la altura de Moravia.

d) Parque Nacional Tortuguero

Es el área más importante para el desove de la tortuga verde, tiene diversas asociaciones naturales incluyendo bosques pluviales pantanosos muy extensos, gran riqueza de flora y fauna.

Además de que cuenta con el sistema de canales únicos en

el país que recorren el parque de norte al sur. Este parque se ubica en la provincia de Limón, 70kms, al noroeste de la ciudad de Limón, el acceso se hace por lancha o bote a través de los canales.

e) Refugio Nacional de Fauna Silvestre Tapantí

Esta área se ubica al sureste de Cartago y tiene 5090 hectáreas. En este refugio viven unos 211 especies de aves incluyendo el quetzal. También hay muchos ríos y cataratas.

f) Reserva nubosa Monterverde

La estación de Monteverde es un paraíso para los observadores de aves.

La estación se ubica en la provincia de Puntarenas en la cordillera de Tilarán, situado a unos 50kms. norte de la ciudad de Puntarenas.

g) Estación Biológica La Selva

Ubicado en Sarapiquí, provincia de Heredia. Protege básicamente bosque tropical húmedo. Tiene gran variedad de aves. Es importante por la cantidad de estudios que ahí se realizan.

h) Parque Nacional Palo Verde

El parque (5704 hectareas) tiene una única zona bio-geografica de las bajuras del Tempisque.

El parque se ubica en la provincia de Guanacaste. Se recomienda el parque para observar aves y cocodrilos.

i) Estación Biológica Rara Avis

La estación se ubica al noreste de San José, cerca del Parque Braulio Carrillo. Rara Avis es famosa por la observación del bosque tropical su flora y su fauna.

1.6. COMPETENCIA INTERNACIONAL DEL PRODUCTO TURISTICO

En el Mundo existe bastante variedad de lagos, para ejemplo de los más importantes considerados como posibles competencias para las actividades de pesca, windsurf y lanchas rápidas son los siguientes:

En el centro de Europa: Lago Bodensee, Lago Lac Lemam, Lago Maggiore, Lago Plattensee y el Lago de Horda.

En Norteamérica: Lago del Esclavo, Lago Winipeg, Gran Lago del Oso, Lago Superior, Lago Michigan, Lago Hurón y el Lago Erie.

Se debe hacer notar que la pesca es básicamente de truchas, no se encuentran lugares para la pesca del "Guapote" También se debe distinguir que la temporada para las demás actividades acuáticas tanto en Europa como en Norteamérica va de Mayo a Setiembre, en cambio en Costa Rica estos meses vienen a representar la temporada baja por la estación lluviosa que se presenta en estos meses.

C A P I T U L O II

A N A L I S I S D E P R O D U C T O

2.1. GENERALIDADES DEL PRODUCTO TURISTICO

2.1.1. ASPECTOS GEOGRAFICOS

Estos serán los aspectos físicos más importantes a considerar en la zona de estudio.

2.1.1.1. UBICACION

Se ubica entre la Cordillera de Guanacaste y sobre la Sierra de Tilarán (ver mapa #1).

2.1.1.2. ALTITUDES

Las elevaciones, en metros sobre el nivel del mar van desde los 200m a los 725m.

2.1.1.3. CLIMA

Posee esta zona un clima, que bien podría responder a mayores altitudes; la temperatura varía entre los 12 C a 26 C.

2.1.1.4. ZONAS DE VIDA

Este término corresponde a un tipo de clasificación definida por L. R. Holdridge (Holdridge, 1967), en la cual se pretenden definir espacios geográficos con características Bio-Climáticas similares. Se utilizan para ello tres criterios básicos: el primero es, el promedio de temperatura anual (en grados centígrados), el promedio de precipitación anual (en milímetros de lluvia) y por último la relación de

evatranspiración potencial (índice que pretende reflejar la relación entre la cantidad de agua precipitada y la cantidad de agua evaporada y transpirada por las plantas).

La zona de vida presentada por el área, es el bosque pluvial. El bosque pluvial representa temperaturas promedio anuales muy frescas, llegando a los 12 C, mientras las precipitaciones son superiores a los 4.000 mm anuales. Viene entonces a ser una de las zonas más importantes, porque son las productoras de agua para las más bajas (ver mapa #2).

2.1.1.5. ZONIFICACION DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

La división político-administrativa del país no obedece a una lógica del desarrollo del territiorio, por esta razón el Ministerio de Planificación Nacional (MIDEPLAN), ha realizado una regionalización del territiorio nacional.

De acuerdo con ésta, cualquier estrategia de planeamiento dirigida sobre actividades de índole turístico-recreativo, deben ser priorisadas, procurando el desarrollo de las áreas más deprimidas, siempre que en éstas se concentren atractivos turísticos de importancia.

Fue así como el organismo rector de la actividad turística en Costa Rica (Instituto Costarricence de Turismo,I.C.T) ha definido en la "Estrategia Nacional de Desarrollo Turístico 1984-1990", ocho unidades de planeamiento entre: zonas turísticas, corredores de estadía y un complejo turístico, que conforman el actual espacio turístico de Costa Rica.

El área en estudio se ubica dentro del Complejo

Turístico Arenal.

En cuanto a lo que se define como Complejo Turístico, este constituye una superficie variable de territorio que reúne las condiciones siguientes:

- Contiene atractivos turísticos cuya visita insume al menos tres días,
- Contienen como mínimo un centro turístico, urbano,
- Tiene sus atractivos y centros turísticos secundarios ubicados dentro del radio de influencia del centro principal (máxima distancia/tiempo, dos horas utilizando los medios de transporte público disponible, lo que permite un viaje de ida y vuelta en un mismo día),(ver mapa #3).

2.1.1.6. DATOS DE INTERES

Se ubica en la región la planta hidroeléctrica Arenal, que suple la mayor porción de la electricidad que utiliza el país y provee de agua al proyecto Arenal-Tempisque que incluye 70.000 hectáreas de las tierras más fértiles del país.

En la región se encuentra parcialmente las reservas forestales al noroeste denominada Cordillera Volcánica de Guanacaste y la Zona Protectora del Arenal, las cuales constituyen un 6% y 4%, respectivamente de la superficie de la zona .

Las principales actividades agropecuarias son los cultivos de hortalizas, café, maíz, frijol, macadamia, cardamomo, y la ganadería.

Ubicado en una zona montañosa, y no a muy elevados metros sobre el nivel del mar, el Lago viene a ser como oasis rodeado de bosques donde predomina el pluvial con precipitaciones superiores a los 4000mm anuales, aunque hay que hacer notar que también existen temperaturas de hasta 26 C.

Se ubica también en una de las Zonas de actividad turística determinadas por el I.C.T., donde por ende, esta con prioridad ante otras áreas del país, para su pronto desarollo turístico. Es una área eminente agrícola.

2.2. ASPECTOS DE POBLACION

El total de habitantes de la zona, viene a representar un 0.62% del total de la población nacional (tomando como población la del cantón de Tilarán.

2.3. ASPECTOS ECONOMICOS

La fuerza de trabajo por sectores de actividad económica es:

Sector Primario ..... 56 %

Sector Secundario ..... 14.4 %

Sector Terciario ..... 24.8 %

Otras actividades ..... 4.8 %

Esto refleja, la importancia que tiene cada sector . El sector primario es el que obedece en gran parte a la agricultura; éste es el que más fuerza de trabajo posee, esto se puede sustentar con los sensos agrícolas del Ministerio de Hacienda, no obstante se puede observar, que el sector terciario es el segundo en fuerza de trabajo por parte de los habitantes del área, por cuanto, con una explotación adecuada, podría ocupar un mayor porcentaje, brindando así mayores divisas.

Es una zona eminentemente agrícola, pero con una planificación adecuada, se podrían incorporar más personas a la población económicamente activa, y distribuirlos en los sectores económicos que mayor potencial presenten.

2.4. TURISMO EN LA ZONA

Es muy importante hacer notar, que a pesar de ser esta una zona enminentemente agrícola, el área posee una gran potencialidad turística, no solamente por las bellezas naturales sino también por la calidad humana de las personas que habitan allá.

En realidad las cualidades están dadas; pués existen planta e infraestructura necesaria para el buen funcionamiento de esta actividad, no obstante requieren de ayuda para el mejoramiento de las mismas.

El aspecto humano está también abierto a cambios. Las personas están dispuestas a hacer cambios (aunque debemos recordar que se requiere de capacitación adecuada para tener un desarrollo que suceda, paso a paso, pero con mucha calidad).

Actualmente existen muchos proyectos, algunos funcionando otros todavía no, pero en fin, los que ya estan trabajando sufren ahora lo que el mercado se denomina "penetración en el mercado" .

Es por demás reiterar que el turista que disfruta de las relaciones con la gente local encuentra aquí una cultura regional que dicho sea de paso, es poco valorada como atractivo turístico.

2.4.1. DEMANDA DE LA ZONA

La demanda actual viene a ser de 25.390 personas por año (que pernoctan en el cantón), que mantienen un 50% de ocupación en los servicios de hospedaje.

Determinado por un 70% de turistas extranjeros y sólo un 30% corresponde a turistas nacionales. De ese 70% un 30% son canadienses, otro 20% estadounidenses y el otro 20% restantes son europeos, más que todo alemanes.

2.4.2. ESTADIA PROMEDIO EN LA ZONA

La estadía actual de los turistas que visitan la región, puede definirse en un promedio de dos noches.

2.4.3. GASTO PROMEDIO EN LA ZONA

El gasto se dividirá en dos partes que son: Gasto Nacionales y Gasto Extranjeros. Se hace la definición porque es difícil pensar que estos dos tipos de turismo puedan gastar lo mismo.

El gasto para nacionales se determinó en 5.000.oo Colones; para efectos de mayor entendimientos trabajaremos con $35.oo por persona y por dia.

Para el gasto de los extranjeros se ha determinado en $66 por persona y por día.

Esto nos permite observar una diferencia casi del 50%.

La zona está muy abierta a cambios, los mismos pobladores son amigables y aunque eminentemente agrícolas y sin conocimientos acerca de lo que el turísmo es, hacen todo lo posible para hacer la visita de los foráneos más agradable.

En realidad en este momento la cantidad de personas que visitan y pernoctan en la zona son muy pocas y los que mantienen apenas un 50% de ocupación en los servicios de alojamiento.

El gasto promedio refleja que con una mayor variedad de la planta y actividades a realizar, los turístas tendrán más posibilidades de gastar su dinero en la zona y contribuyiendo así a hacer la distribucíon del ingreso nacional de una manera más adecuada (que en realidad sea una distribución del ingreso nacional).

2.5. ATRACTIVOS TURISTICOS DEL PRODUCTO

Básicamente los atractivos turísticos del producto turístico estan compuestos por el Lago y sus actividades principales que son: la pesca, el windsurf, y las lanchas rápidas. A continuación una breve explicación de cada uno de estos atractivos.(ver mapa #4).

2.5.1. EL LAGO DE ARENAL

El embalce, al que se denomina simplemente el lago, es también un paisaje singular de los montes arbolados o cubier-tos de pasturas que lo rodean.

Su visión es grata desde sus propias aguas, desde sus orillas y lógicamente también desde sus muchas penínsulas o más aun, desde las montañas que lo circundan.

Esta laguna de 80km de superficie fue creada para suplir de aguas al proyecto hidroeléctrico de arenal que es el mayor de Costa Rica.

La fluctuacion del nivel de las aguas se estima hasta de 23m, dejando una amplia y poca estética franja barrosa. Sin embargo, este es un fenómeno al que no son ajenos muchos lagos naturales.

Básicamente existen aspectos de las obras de ingeniería que pueden ser vistos, quedando los más expecta-culares escondidos bajo tierra, es decir, los túneles.

Uno de ellos La Presa de Enrocamiento de Sangregado que es una obra muy compleja. Es posiblemente la obra que menos interés provocará en los visitantes no advertidos, lo que puede y debe ser subsanado en base a explicaciones adecuadas.

2.5.2. PESCA EN EL LAGO ARENAL

Esta actividad recreativa es muy importante para atraer el turismo, para prolongar la permanencia de los visitantes y

para lograr que estos aumenten la frecuencia de sus visitas.

De los 25 especies de peces conocidas del antiguo Lago Arenal, hay dos géneros que son más atrayentes para los pescadores por su mayor tamaño. Se trata del guapote (Cichlasoma dovii) y de algunas especies del género Rhambia, conocidos como barbudos.

Actualmente los pescadores internacionales, vienen directamente a la zona y adquieren los servicios dentro del área, se hospedan en buenos hoteles y quieren tranquilidad ante todo. En cambio los "ticos" prefieren a acampar en las inmediaciones del Lago para estar más en ambiente natural además de que no cuentan con mucho dinero para pagar hoteles por cuanto toman, en general, la descición de acampar.

Existen por el momento dos maneras de hacer pesca en el Lago: la primera es si el turista lleva su propio equipo,la segunda es si el turista renta el equipo para la pesca, lo que se puede realizar con compañías como: Aventuras Arenal, Arenal Lodge, Ecoadventures y Fuerto San Luis.

El precio de la pesca en este momento depende del tiempo que se le dedique, pues la renta por hora del equipo es de $25 a $50.

No existe temporada fija para la pesca, pues generalmente se practica durante todo el año y bajo cualquier condicion climática, aunque si se respeta la época de "veda" (nacimiento de las crías, que se da del mes de diciembre a febrero).

2.5.3. EL WINDSURF EN EL LAGO ARENAL

Los poderosos vientos soplan casi invariablemente en dirección noreste con velocidades promedio que en diciembre y enero, siempre superan los 30kms/h. y que en septiembre el mes menos ventoso, son del orden de 13 kms/h., habiendo sido citado por fuente autorizada que hay, de diciembre a febrero, ráfagas de 80 a 100 kms/h. en determinados lugares.

El Lago Arenal es el lugar más apropiado para el windsurf, pues se llegan a tener vientos muy fuertes.
En realidad esta actividad es muy novedosa, pues sólo cuenta con cerca de cinco años de estar en el mercado costarricense,

El equipo a utilizar es muy caro. Los servicios para la renta de equipo son prácticamente muy pocos y las personas deben rentarlos a precios bastante altos. Los precios para

la renta de los equipos, ascienden a $20 por hora; todo el equipo utilizado para la renta (tablas, velas y mástiles), es de los modelos mas nuevos en el mercado. Dentro de las empresas que brindan el servicio están: Aventuras Tilarán, Ecoaventura y Rock River Lodge.

2.5.4. LANCHAS RAPIDAS EN EL LAGO

Esta actividad tiene una gran ventaja y es que tiene a su disposicion el Lago mas grande de el Pais (80km2).

Ademas por exelencia se prefieren los lagos para este tipo ne actividad.

Desde hace unos años se programa anualmente una actividad de este tipo de lanchas en el Lago a cargo de la Asociación de Desarrollo de Arenal, que se llama "Rally Acuático Nacional", que consiste en una competencia de 2 días el primer día son eliminatorias para los participantes y el segundo día son las competencias de velocidad.

Este tipo de actividad se puede realizar, con lanchas propias o en la zona existen compañías que rentan sus servicios, con precios de $10 a $15 la hora; algunas de estas compañías son: Aventuras Arenal, Aventuras Tilarán y Ecoaventuras.

2.6. ATRACTIVOS COMPLEMENTARIOS DEL PRODUCTO

Se han determinado como atractivos complementarios los atractivos más cercanos a la zona y que puedan atraer la visita de los turistas.(ver mapa #4).

2.6.1. FLORA Y FAUNA

La vegetación dominante, es la que corresponde a pastizales cultivados, los que manejados sin demasiado esmero, dado la humedad y la fertilidad, se mantienen lozanos y de agradables tonalidades. La vegetación agrícola está constituida mayormente por cafetales, cuya plantación el gobierno estimula; caña de azúcar, macadamia y otras especies cultivadas en pequeños parches. La producción de frutas y

encontrado 25 especies de peces.

Importante número de sapos y ranas, tortugas de agua dulce, iguanas y ofidios. Existen además muchas serpientes inofencivas. El número de serpientes es proporcional a la exteción de pastos o campos de cultivo en los cuales proliferan roedores y aves que son sus presas. De un modo u otro, el riesgo que representan para los visitantes estos animales es mínimo.

Las aves son muy abundantes. Sobre el Lago es fácil observar garzas blancas, dos especies de martín pescador, tijeretas, una especie de pato y otras muchas aves vinculadas a ambientes lacustres.

En las laderas de los montes aledaños, vive una rica fauna ornitológica, que puede estimarse en no menos de 300 especies, entre las cuales están: el tucán, tucanillo, codorniz, palomas, loras y pericos.

Los mamíferos, aunque presentes, son en general más dificiles de ver que las aves. Según los informantes locales los escasos bosquecillos que los ganaderos han dejado, en especial a lo largo de las quebradas o en los lugares que albergan durante el día animales que incursionan en la noche para proveerse de alimentos.

Así no son demasiado raros el venado, el puerco espín, el conejo, el congo, el armadillo, el tepezcuintle, la guatuza, el manigordo, el zorro, el mapache y el pizote. Ademas de estos animales, hay en el área otros maniferos más pequeños, entre ellos roedores y murciélagos, así como otros

hortalizas, podría interesar al visitante pues les permitiría conseguirlas muy frescas.

La vegetación natural es, sin duda, lo que más interés tendrá para los turistas. De la vegetación acuática, la más atractiva es el jacinto de agua, de bellas flores violetas, no muy escaso en el Lago. Cerca de lugares húmedos y en las orillas, es frecuente la caña brava, el platanillo con flores rojo-amarillas y el zacate. La vegetación forestal alrededor del Lago, tienen diversas especies de árboles, muchas de las que alcanzan un tamaño importante, muchas recubiertas por epífitas conocidas como barbilla española, que les da un aspecto extraño. Más alto, en las montañas circundantes, se encuentran aún manchas de bosque natural con toda la compleja flora propia de las zonas de vida que ocupan. El helecho arborescente es frecuente en el área, tanto cerca de las riveras como en las partes elevadas, y constituye un atractivo importante de la flora.

La flora de carácter ornamental es abundante, incluyendo numerosas orquídeas, helechos, aráceas, y plantas que brindan flores atractivas, asi como delicadas matas de sotobosque. El gozo a obtener de la observación de las plantas es directamente proporcional a la capacidad de concentrarse para poder comprender sus formas y funciones.

La fauna de la zona, es todavia variada aunque no muy abundante a causa de la destrucción de los ecosistemas naturales.

En el Lago y sus tributarias principales se han

carnívoros como las zariqueyas y los zorillos.

En síntesis, en su estado actual, la fauna de mayor interés para el visitante es incuestionablemente la aviar.

2.6.2. EL VOLCAN ARENAL

El Volcán (1633m) es definitivamente espectacular, tanto por su fama como por estar en actividad y por ser perfectamente visible desde lugares alejados y bajo los más diversos ángulos. Contribuye a su belleza la facilidad de acceso que existe hasta sus propias faldas y la fresca historia de su última erupción en 1968, en la que destruyó los poblados de Tabacón y Pueblo Nuevo, causando la muerte a unas 200 personas.

Es impresionante observar el brusco límite entre la vida y la muerte, allí donde el efecto de la erupción se detuvo, sobre el mismo volcán aún cubierto de bosques en sus lados sureste, este y noreste y sobre la llanura hasta el borde del Lago. Las cenizas volcánicas muy visibles, cubren buena parte del área, aumentando la sensación de vivir un fenómeno único.

2.7. FACILIDADES TURISTICAS

Corresponden estas a la Planta Turística de la zona y a los servicios que se ofrecen dentro de la misma,(ver mapa 5).

2.7.1. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN LA ZONA

En esta zona los establecimientos en su mayoría ofrecen un servicio sencillo.

Encontramos nuevas construcciones, con otras perspectivas y mayores deseos de capacitar personal a fin de brindar un servicio más profesional.

Las estructuras de las empresas de hospedaje en su mayoría son confortables reuniendo los requisitos mínimos en cuanto a ofrecer una habitación con su respectivo dormitorio y cuarto de baño.

El personal que labora en las empresas de hospedaje en su mayoría no ha recibido capacitación, es frecuente encontrar que la ayuda es dada por la misma persona en todos los servicios.

Actualmente los hoteles cuentan solamente con un 50% de ocupación anual, lo que les deja pérdidas y por cuanto sin ganancias no pueden tampoco hacer mejoras a sus pequeños locales; por eso es que son lugares sencillos y sin muchas facilidades.

La cantidad de los hoteles es relativamente suficiente en este momento, pero a medida que se incrementa la demanda,

tendrán que construirse más servicios de este tipo, y con las características necesarias para brindar un servicio excelente.(ver cuadro #1).

2.7.2. SERVICIOS DE GASTRONOMICOS EN LA ZONA

La calidad del servicio brindado en el área es bueno en el sentido de que las personas son amables y el cliente siente que se le ofrece y da un servicio excelente, pero desde el punto de vista profesional es deficiente, por la poca capacitación de quienes brindan el servicio.(ver cuadro #2).

Lo más importante con respecto a las facilidades de alojamiento y gastronomía será saberlas conocer en el lugar adecuado y con la calidad y servicios necesarios para poder cumplir a cabalidad con todas las necesidades de los turístas. Pues lamentablemente ahora todas estas actividades estan prácticamente concentradas en un solo lugar, su calidad no es la mejor y no cuentan además con los servicios para suplir todas las necesidades de los turistas.

2.7.3. ACCESOS A LA ZONA

2.7.3.1. ACCESOS POR CARRETERA

El acceso al área puede realizarse mediante dos vías, una de ellas es la ruta Panamericana, que une San José con la ciudad de Cañas, con una carretera de pavimiento en un buen estado de 169 kilómetros, de un adecuado equipamiento de ruta, tanto en cuanto planta de alimentación como de servicios para el automotor.

La unión entre la carretera Panamericana y la población del cantón de Tilarán, se realiza mediante la ruta 19. Esta conecta la ciudad de Cañas con Tilarán, distante a 21.4 Kms. con una carretera pavimentada.

La carretera 19 conecta a su vez, la ciudad de Tilarán con Nueva Tronadora, distante a 19.6 Kms., mediante un tramo que llega hasta el centro de Tronadora, pavimentada.

Por otra parte, la localidad de Arenal, se conecta con Tilarán mediante la ruta 19, que se encuentra a una distancia de 28.17 Kms., pavimentada y en buen estado.

El resto de la carretera de circunvalación del Lago, que une la población de Arenal con la Presa es de 27.1 Kms., es un camino pavimentado en buen estado, excepto 8 Kms. lastreados en mal estado. Se han previsto mejoras para este tramo, pero aún se encuentran en negociaciones, aunque el financiamiento está prácticamente listo.

El sector sur de la carretera de circunvalación de la

Laguna que se extiende desde Tronadora hasta la Presa, tiene un afirmado de buena calidad, pero la ausencia de mantenimento, al que se suman baches y contínuos deslizamientos dificulta el tránsito por la misma, para ser utilizada por el turísmo.

Respecto a la carretera de circunvalación, será conveniente obtener financiamiento para las obras del tramo sur, que permite conectar Tronadora con La Presa y la ciudad de La Fortuna, habilitando otra opción de acceso. La otra alternativa de acceso al área desde San José, es mediante la ruta 15, que une Naranjo (47 Kms.), cruza El Valle de San Carlos continúa en Zarcero (67 Kms.), ciudad Quesada (98 Kms.) y La Fortuna, accediendo posteriormente a La Presa.

Las dos rutas de acceso a la cuenca del Arenal, la Panamericana y la ruta 15, ofrecen dos buenas opciones, que enrriquesen las posibilidades de desarrollo del àrea, ya que ambas se encuentran a una distancia-tiempo similar.

Además de las rutas analizadas, tanto de acceso al área como aquellas que bordean La Laguna, existen otras de menor importancia, que conectan aquella con pueblos vecinos, o se dirigen a otros atractivos de la zona.

2.7.3.2. TRANSPORTE TERRESTRE

El transporte terrestre de y hacia el àrea, cuenta con un equipo actualizado que satisface los requerimentos de la demanda actual.

Existen cuatro autobuses directos desde San José, operados por las empresas: Autotransportes Tilarán S.A. y por El Rápido S.A. que tienen sus salidas a: 7:30 a.m., 12:45 p.m., 3:45 p.m. y 6:30 p.m., todos toman La Ruta 19. Para La Ruta 15, o sea la carretera que va desde San José cruzando ciudad Quesada, se pueden hacer conecciones con los autobuses desde San José a Quesada cada hora, una vez allá tomar el otro autobus que va desde Quesada a Tilarán, que atraviesa los poblados de Fortuna y Arenal, que salen a las 7 a.m. y a las 3 p.m.

Con respecto a los autobuses dentro del cantón, se puede mencionar lo siguiente:

- Existen por lo menos dos servicios por día saliendo hacia todos los distritos desde Tilarán.
- Autobuses de regular calidad.
- Precios de los tiquetes para los autobuses no sobrepasan los 100 colones por persona por via.
- Servicios todos los días.
- Los autobuses viajan desde Tilarán a: Arenal, Tronadora, Quebrada Grande, Líbano y Tierras Morenas.

Otros servicios se brindan desde Tilarán a Cañas y desde Tilarán a Puntarenas, para el primero de los casos existen autobuses cerca de cada 2 y media horas, desde las 6 a.m. hasta las 5 p.m., y en cuanto al segundo caso existen dos servicios el primero a las 5 a.m. y el segundo a la 1 p.m..

2.7.4. TOURS COMPLEMENTARIOS

Se ofrecen para el área tours como los siguentes:

1. Grutas de Venado
2. Volcán Arenal
3. Pesca en el Lago
4. Paseo en Lancha
5. Windsurf
6. Aguas Termales
7. Observación de Flora y Fauna

Estos Tours tienen su inicio desde San José, o desde la misma zona; esto significa que se pueden tomar ya sea desde la capital o estando dentro del área, la única variación sería el precio y la duración.

A continuación se presentará la descripción de cada uno de los tours.

TOUR	DURACION-COSTO	CARACTERISTICAS
Grutas de Venado	1 día,$70 p/p.	Desde San José, transporte, guía y almuerzo incluido. Caminatas dentro de las grutas. Observación de estalactitas y estalacmitas.
Grutas de Venado	1/2 guía,$25 p/p.	Desde la zona, transporte y guía incluido. Caminatas dentro de las grutas. Observación de estalactitas y estalacmitas.
Volcán Arenal	1 día,$70 p/p.	Desde San José, transporte, guía y almuerzo incluido. Observación del Volcán y el Lago además del bosque pluvial.
Volcán Arenal	1/2 día,$20 p/p.	Desde la zona, transporte, guía y bocadillos incluidos.

		Observación del Volcán y el Lago, además del bosque pluvial Se pueden realizar a petición del cliente, ya sea durante el día o durante la noche.
Pesca en el Lago	Depende del cliente,$20 la hora	Desde la zona, bote y guía incluido.
Paseo en Lancha	Depende del cliente,$20 la hora	Desde la zona, tour guiado dentro del Lago en bote.
Windsurf	Depende del cliente,$40 la hora	Desde la zona, incluye guía y equipo.
Aguas Termales	1/2 día,$20 p/p.	Desde la zona,incluye guía y almuerzo.
Observación de Flora y Fauna	Depende del turista	No tiene precio por que lo realizan por sí mismos; se puede observar la flora y fauna en su estado natural desde muy cerca. La carretera que rodea el Lago posee un gran atractivo natural en sus bordes por lo que se pueden detener y observar tanto flora como animales.

NOTA: p/p. por persona.

Algunas de las compañías que ofrecen estos tours son:

En San José: Valle Dorado, Tam, Iguana Azul, Sun Tours, Tikal, Horizontes, Hendroz, León Viajero, Otec, Senderos de Costa Rica, Tipical, Cielo Azul, Pioners.

En el Area: Aventuras Tilarán, Aventuras Arenal, Burío Inn, Puerto San Luis, Xiloe, Arenal Lodge y Observatorio Volcán Arenal.

C A P I T U L O III

A N A L I S I S D E F O D A

ANALISIS DE FODA

3.1. FORTALEZAS

- Unico lugar en el país para pesca del "Rainbow bass", conocido como "Guapote".
- Cortas distancias entre atractivos.
- Facilidad de acceso al área.
- Planta turística adecuada.
- Lago de mayor tamaño en el país.
- Mejor área en el país para el deporte del windsurf.
- Existencia de un volcán activo, muy cerca del producto principal.
- Variedad y cantidad de flora y fauna.
- Facilidad para deportes acuáticos.
- Unico Lago del mundo donde se practica windsurf en todas las epocas del año.
- Unico Lago en américa para la pesca del "Rainbow bass"

3.2. OPORTUNIDADES

- Facilidad de acceso al país.
- Crecimiento del interés por la naturaleza a nivel mundial.
- Reconocimiento de Organismos Internacionales por los recursos naturales.

- Mejora de la situación de los países centroamericanos.
- Belleza escénica.
- Amabilidad del "tico".
- Estabilidad política del país.
- Pertenece a una Unidad de Planeamiento I.C.T.

3.3. DEBILIDADES

- Falta de infraestructura turística adecuada.
- Zona eminentemente agricultura.
- Inexistencia de imagen turística bien definida.
- Areas deforestadas.
- Falta de vigilancia.
- Poca visitación del turísmo nacional.
- Estadía promedio muy baja.
- Nivel de precipitación muy alto.

3.4. AMENAZAS

- Eventual deterioro de los recursos.
- Falta de educación conservacionista en la población.
- Deforestación.
- Sobrevisitación.
- Contaminación ambiental.
- Inadecuada explotación de los recursos.

C A P I T U L O IV

O B J E T I V O Y M E R C A D O M E T A

OBJETIVO Y MERCADO META

4.1. OBJETIVO

El objetivo general de este plan de mercadeo, será el de convertir el área en uno de los destinos turísticos más importantes del país. La meta principal, será la de aumentar la afluencia y estancia de turistas en la zona en un 50% y a mediano plazo.

4.2. MERCADO META

Mercado Internacional:

- Turistas Alemanes y Canadienses
- Mayores de 13 años
- Clase social media-alta
- Pescadores y Windsurfers

Mercado Nacional:

- Turistas del área metropolitana básicamente: San José, Alajuela, Cartago y Heredia
- Mayores de 13 años
- Clase social media-media y media-alta

C A P I T U L O V

E S T R A T E G I A S Y T A C T I C A S

ESTRATEGIAS Y TACTICAS

5.1. ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO

Hacer del producto un atractivo de mucha importancia dentro del país.(ver mapa de estrategias #6).

5.1.1. ESTRATEGIA

Ofrecer la renta de equipo para windsurf más barata.

TACTICAS

A) Contando con un equipo más viejo (modelos no tan nuevos) pues de esta manera se podrá cobrar menos por la renta del mismo.

B) Disponiendo de más compañías en el área dedicadas a la renta de estos equipos para que de ésta manera se disponga de más competencia y se puedan abaratar los precios de las rentas.

5.1.2. ESTRATEGIA

Se creará un hotel de servicios de primera clase para pescadores.(ver mapa de estrategias y tácticas).

TACTICAS

A) Será con aire acondicionado, bar de lujo, habitaciones de primera calidad, y un restaurante a la carta internacional.

B) Servirá únicamente para los paquetes de pesca.

C) Contará en primera instancia con 10 habitaciones dobles.

D) Su personal será totalmente bilingue.

5.1.3. ESTRATEGIA

Hacer más fáciles los trámites para los permisos de pesca.

TACTICAS

A) Las personas podrán conseguir sus permisos directamente en las oficinas de información.

B) Se harán trámites con el Ministerio de Recursos Naturales, para poder ofrecer los permisos directamente a las personas interesadas en la misma zona.

C) Serán permisos temporales(de 1 a 5 días), y solamente para la pesca en el Lago de Arenal.

5.1.4. ESTRATEGIA

Crear áreas de camping, cerca del Lago.(ver mapa de estrategias y tácticas).

TACTICAS

A) Serán en total 40 lotes para tiendas, divididos en dos áreas ubicadas: la primera en la península de Arenal y la segunda en la península de Tronadora.

B) Contarán con sanitarios, red vial interna, red vial para accesar a la zona de camping, agua potable, desagues, basureros y vivienda para el administrador.

5.1.5. ESTRATEGIA

Crear un balneario.(ver mapa de estrategias y tácticas).

TACTICAS

A) El balneario estará localizado cerca del área de camping que se ubica en la península de Arenal.

B) Tendrá 6 kioscos donde se expenderán comidas y souvenirs.

C) Contará con 4 piscinas; 2 para adultos y 2 para niños, las primeras tendrán las siguientes dimenciones: 13m de largo por 8m de ancho y con una profundidad máxima de 2 metros. Por otra parte las piscinas para niños serán de 8m de largo por 4m de ancho y con una profundidad máxima de 60cm.

5.1.6. ESTRATEGIA

Creación de un mirador.(ver mapa de estrategias y tácticas).

TACTICAS

A) El mirador tendrá vista al Lago y al Volcán.

B) Se ubicará entre los poblados de Tilarán y Arenal, (ver mapa de estrategias).

C) Contará con un parqueo para 30 autos.

D) Su forma será de semicírculo y el borde del mirador tendrá una altitud de 1 metro.

E) Se instalarán cobertizos para la protección de la lluvia.

5.1.7. ESTRATEGIA

Creación de muelles o atracaderos.(ver mapa de estrategias y tácticas).

TACTICAS

A) Se tendrán dos muelles o atracaderos para la utilización de las personas que lo necesitan, que se ubicarán muy cerca de las áreas de camping, dentro de las penínsulas de Arenal y Tronadora.

B) Será de índole público, aunque se cobrará una pequeña cuota para el mantenimiento del mismo.

C) Podrá tener a un mismo tiempo 20 botes cada una.

D) Contará con un parqueo para 30 autos.

E) Habrán servicios sanitarios y teléfono público.

F) Un lugar para reparar y mantener las lanchas, se ubicará dentro de ésta área.

5.1.8. ESTRATEGIA

Se señalará turísticamente toda el área.

TACTICAS

A) Las señales tendrán que ser visibles, de un tamaño adecuado,(de 1m por 60cm aproximadamente).

B) Se utilizarán materiales como madera.

C) La pintura tendrá que ser visible aún en la noche, preferiblemente pintura fosforescente amarilla.

D) Los rótulos serán sencillos y sólo contarán con la información necesaria.

E) Se señalizarán: las estaciones de servicios de gasolina, miradores, áreas de camping, oficinas de información turística, balnearios y otros servicios.

5.1.9. ESTRATEGIA

Mejorar las condiciones de infraestructura y planta para el windsurf.

TACTICAS

A) Se construirá un tiradero especial para windsurf.

B) Construir áreas de recepción a los turístas que gusten de estos deportes, así como áreas de pic-nic con ranchitos y asadores.

C) Tener muy cerca del Lago, preferiblemente en el área que rodee los tiraderos, talleres de apoyo donde se brinde el servicio de reparación de equipo.

D) Contar con pequeñas tiendas cerca de las áreas de pic-nic, donde se expenden toda clase de accesorios y equipos a utilizar por esta actividad.

E) Las clases de windsurf estarán a disposición de cualquier persona, serán estas muy completas tanto como en conocimiento teórico como práctico.

5.1.10. ESTRATEGIA

Crear una oficina de información turística.(ver mapa de estrategias y tácticas).

TACTICAS

A) Se ubicará en Arenal, en el centro de la ciudad en la entrada principal.

B) Será una pequeña oficina, con dos o tres encargados, dependiendo de la temporada, que trabajarán desde las 8am hasta las 6pm, quienes darán información literal y verbal

acerca de las potencialidades turísticas de la zona.

5.1.11. ESTRATEGIA

Se crearán albergues.(ver mapa de estrategias y tácticas).

TACTICAS

A) Se construirán dos albergues, tipo cabañas, muy rústicas y sencillas, con los servicios necesarios para la completa utilización.

B) Las cabañas contarán con dos cuartos, una sala de estar y una cosina equipada y un baño.

C) Serán cinco cabañas.

D) Ubicadas en: las primeras en la zona entre el poblado de Arenal y la Unión, el segundo al otro lado del Lago cerca de Río Chiquito.

E) Las cabañas tendrán una capacidad máxima de 10 personas.

5.1.12. ESTRATEGIA

Establecimiento de un servicio telefónico.

TACTICAS

A) Se ubicarán entre los pueblos de Tronadora y la Fortuna y entre Tronadora y Arenal.

B) Se hara con la ayuda del I.C.E., quien brindará todo el apoyo necesario y el equipo.

5.1.13. ESTRATEGIA

Mejoramiento de carreteras.

TACTICAS

A) Con ayuda del M.O.P.T., se mejorará el tramo de carretera que va desde Tronadora hasta la Fortuna. Se realizará un lastreado del camino y se mantendrá en buenas condiciones

B) Aunque está propuesto el pavimento de los cerca de 8km que faltan dentro de la carretera que comunica Arenal con la Fortuna, debe seguirse insistiendo para que esta obra llegue a ser realidad.

5.1.14. ESTRATEGIA

Se implantará un programa de reforestación.

TACTICAS

A) Reforestar todas las orillas del Lago, con especies nativas de la zona, para proteger la tierra de la constante erosión.

B) Por medio del I.C.E. y otras entidades como el MIRENEM, con sus programas de reforestación.

C) La reforestación la realizarán las mismas personas de la zona, básicamente los propietarios de los terrenos cercanos al Lago.

5.1.15. ESTRATEGIA

Ofrecer paquetes a la zona.

TACTICAS

A) Desde San José se ofrecerán paquetes con transporte, alojamiento y alimentación además de tours.

B) El alojamiento será de buena calidad, al que el resto de los servicios a ofrecer.

C) Los paquetes serán de mínimo una noche y dos noches o más.

D) La estructuración de cada paquete estará sujeta a cambios, dependiendo de la compañía que los ofresca, aunque básicamente todos ofreceran una misma calidad.

E) Se procurará principalmente la introducción de alguna actividad en el Lago como el windsurf y la pesca.

5.1.16. ESTRATEGIA

Realizar Ferias Acuáticas

TACTICAS

A) Con la participación de nacionales y extranjeros contarán estas ferias.

B) Se procura que tengan una duración de más de dos días.

C) Estas ferias tendrán representación de todas las actividades que se pueden realizar en el Lago y principalmente pesca y windsurf.

D) Se contará con conciertos al aire libre con músicos del momento nacionales e internacionales, que serán financiados por empresas privadas.

E) Se realizarán concursos de belleza, con buenos premios

donados por las empresas privadas.

5.1.17. ESTRATEGIA

Aumentar las actividades bajo techo de los hoteles.

TACTICAS

A) Cada hotel según su posibilidad, creará dentro de su planta, salas de diversión que comprendan deportes como juegos de meza, gimnacios, piscinas; además de bibliotecas o salas para leer, clases de español y clases de baile entre otras cosas.

5.2. ESTRATEGIAS Y TACTICAS DE PRECIO

Objetivo: La diversidad de actividades que se pueden realizar en el Lago implican que debe existir una política de precios variable, dependiendo del tipo de turista y de su actividad; por tanto se estima, que una flexibilidad en los precios sería lo mas conveniente.

5.2.1. ESTRATEGIA

Crear precios atractivos a toda la demanda.

TACTICAS

A) Los precios para los costarricenses contarán con un 10% de descuento en todos los servicios.

B) Existirán también precios de temporada baja que se vendrán a reducir en un 20% para los extranjeros y los nacionles.(la temporada baja para esta zona es la misma que funciona para todo el pais).

D) Se harán descuentos por cantidad de horas en el caso de la renta de equipo y otros inmuebles.

E) El precio para hora pesca se mantendrá más barato que para la pesca en el resto del país; se mantendrá como mínimo a un 10% menos que todo el país.

F) Los estudiantes contarán con el 50% de descuento para el windsurf.

5.3. ESTRATEGIAS Y TACTICAS DE PLAZA

Objetivo: Se distribuirá el producto por medio de agencias mayoristas nacionales e internacionales, además se contactará con algunas líneas aéreas.

5.3.1. ESTRATEGIA

Contactar empresas de turismo mayoristas.

TACTICAS

A) Para el mercado norteamericano: Fiesta West (Canadá), Fun Sun Tours (Canadá), Travel Multitour Inc. (Canadá), Fantasy Tours inc. (U.S.A.), Barceló Internacional Tour and Hotels (U.S.A.), entre otras.

B) Para el mercado europeo: Calypso Tours Reiseveranstal Tungs (Alemania)

C) Algunas Lineas Aereas para contactar serán: LTU, Lufthansa, KLM, Iberia, American, United y Lacsa.

5.4. ESTRATEGIAS Y TACTICAS DE PROMOCION

Objetivo: La promoción estará dirigida a dar a conocer el producto turístico utilizando los medios más apropiados.

5.4.1 Estrategias de Publicidad

Se dará a conocer el producto, por medio de medios masivos de comunicación con una idea de todos los bienes y servicios con que se cuenta en el área.

Tácticas Nacionales

A) Se hará publicidad en periódicos y revistas como: La Nación, La República y Triunfo; con anuncios de media página y a colores
que muestren actividades como el windsurf y la pesca y patrocinados por la empresa privada de la zona.

B) Se presentarán microprogramas dentro de los programas ecológicos de Canal 6.

C) Se contactarán grandes compañías como el I.C.E., que tengan programas en la zona para que hagan su publicidad valiendose de las actividades que se pueden realizar en el área.

Tácticas Internacionales

A) Se presentarán anuncios en revistas especializadas como: Surfer, Surfing, Windsurfer, Surf Rider Foundation, Outside Magazine entre otras revistas internacionales para deportes.

5.4.2. Estrategias de Promoción de Ventas

Se presentará el producto y sus otras actividades, con

fines de incentivar a la compra del mismo.

Tácticas Nacionales e Internacionales

A) Se crearán brochures en español, inglés y alemán, que muestren con colores muy vivos y escenas atractivas, alucivas a la zona y sus actividades básicamente.

B) Se realizarán mapas donde se presente la zona y los lugares de interés además de los servicios o facilidades que se le ofrecen a los turístas.

C) Se harán camisetas, afiches, tarjetas postales y llaveros, entre otros, que muestren a todo color y con escenas de las actividades como el windsurf y la pesca además de las bellezas naturales de la zona.

D) Se realizarán "Viajes de Familiarización" para todas las Agencias de Viajes Mayorístas internacionales y nacionales para grupos no mayores de 10 personas, con una duración de 4 días y no más de 2 veces por año, patrocinados por la empresa privada.

5.4.3. Estrategias de Venta Personal

Se presentará el producto directamente al cliente.

Tacticas Nacionales e Internacionales

A) Se realizarán las Ventas Personales en las propias agencias de viajes que se dediquen a la venta de nuestro producto: para eso se darán los viajes de familiarizacion para que todas las agencias puedan saber todo acerca del producto, esto será tanto para las agencias nacionales como para las internacionales.

5.4.4. Estrategias de Publicidad no Pagada

Se constituir el producto en uno de los m s atractivos en el pa/s lo que conducir a una publicidad no pagada.

T cticas Nacionales e Internacionales

A) Se realizar n "Press Tours" o "Tours de Prensa" para period/stas nacionales tanto como para period/stas internacionales; tendr n una duraci"n de 3 d/as como m/nimo y de 4 d/as como m ximo, adem s los grupos constar n de 5 a 10 personas y no se realizar n m s de 2 "Press Tours" por a$o, por otra parte ser n financiados por las empresas de la zona.

5.4.5. Estrategias de Relaciones P#blicas

Gracias a la calidad humana de la zona, se podr dar a conocer y mantener siempre en alto en nombre de Arenal La Estrategia de Relaciones P#blicas ser b sicamente la de crear una imagen tur/stica del rea y hacerla mantener.

T cticas Nacionales e Internacionales

A) Se realizar n actividades sociales con la participaci"n de personajes importantes, ya sean pol/ticos y deportistas entre otros; algunas actividades ser n las inauguraciones de los nuevos servicios.

B) Se realizar n congresos en las Universidades y Escuelas de Tur/smo para mostrar el rea y sus potencialidades.

C) Se mantendr n las buenas relaciones personales con los Mayor/stas, siempre procurando que esten bien informados de todo el acontecer del rea.

C A P I T U L O VI

C O N C L U S I O N E S Y
R E C O M E N D A C I O N E S

CONCLUCIONES

El mercadeo es realmente, todo un proceso que permite determinar un producto, crear su distribución, darle una política d eprecios adecuada y darlo a conocer al público que se haya determinado.

El turismo como fuente de divisas para el país, en los últimos años ha venido subiendo su grado de importancia pues ya para el año 1991 ocupó el segundo lugar, se prevee que para el año 1992 sea el primer lugar.

El área del Lago Arenal, es una de las más bellas de todo el país, hasta hace muy poco tiempo explotado turísticamente.

Es una de las zonas, también que definida turísticamente por el Instituto Costarricense de Turismo como el único complejo turístico del país; presenta gran prioridad en cuanto a su desarrollo en el campo turístico nacional.

Un aspecto importante como la amabilidad de sus habitantes será un gran potencial también que no se puede medir.

En estos momentos la infraestructura no es la más adecuada pero, por lo menos cumple con las necesidades basicas de alojamiento y restauración para el área.

Los aspectos referentes a la capacitación de lo empleados es practicamente ninguna, pues las actividades a realizar en el área antes del crecimiento turístico que ha tenido, eran sólamente la agricultura, por tanto las personas

son muy sencillas y sin conocimientos del turismo, pero eso sí, muy abiertas a cambios y con deseos de progreso.

Todos estos aspectos se habrán de conjugar para conformar así una oferta que realmente tenga importancia de tomarse en cuenta.

En fin también la promoción si es una parte del mercadeo estará en manos de la empresa privada en su mayor parte aunque no se descarta que el gobierno aporte algo al trabajo así también las obras a construir serán por parte de la empresa privada, pero el gobierno proporcionará todo lo que a infraestructura se refiere.

Todo lo antes propuesto será apenas el comienzo de un gran "desarrollo" del área, que implica la protección de la naturaleza en primera instancia.

Con respecto a los mercados meta se podrán investigar otras opciones.

Por último se deberán tener controles sobre el mercado de la zona para ofrecer siempre la realidad con que se cuenta.

C U A D R O S

CUADRO #1

INVENTARIO DE FACILIDADES TURISTICAS EN EL LAGO ARENAL

ALOJAMIENTO

NOMBRE	UBICACION	# HAB.	PLAZAS	PRECIO
-Albergue Ecoaventura	3 Kms. del Lago Arenal	25	42	$55 doble ocup.
-Albergue La Casona Lago	3 Kms. del Lago Arenal	6	18	$37 doble ocup.
-Rock River Lodge	1 Kms. del Lago Arenal	6	18	$35 doble ocup.
-Albergue Xiloe	0.3 Kms. del Lago Arenal	3	18	$55 doble ocup.
-Cabinas Los Lagos	2 Kms. del Lago Arenal	7	28	$20 doble ocup.
-Cabinas Mamalina	Arenal Centro	6	19	$2 por persona
-Cabinas Puerto San Luis	0.2 Kms. del Lago Arenal	10	22	$30 doble ocup.
-Cabinas Rodriguez	Arenal Centro	12	20	$4 por persona
-Albergue Arenal	3 Kms. del Lago Arenal	6	18	$60 doble ocup.
-Observatorio Volcán Arenal	3 Kms del Lago Arenal	10	20	$50 doble ocup.
-Albergue Tilarán	Tilarán Centro	3	12	$12 por persona
-Cabinas el Sueño	Tilarán Centro	12	28	$14 doble ocup.
-Cabinas Mary	Tilarán Centro	16	33	$3 por persona
-Cabinas Naralit	Tilarán Centro	5	15	$13 doble ocup.
-Hotel Centro	Tilarán Centro	20	43	$4 por persona
-Hotel Spot	Tilarán Centro	16	32	$36 doble ocup.
TOTAL 16		163	386	

CUADRO #2

INVENTARIO DE FACILIDADES TURISTICAS EN EL LAGO ARENAL

GASTRONOMIA

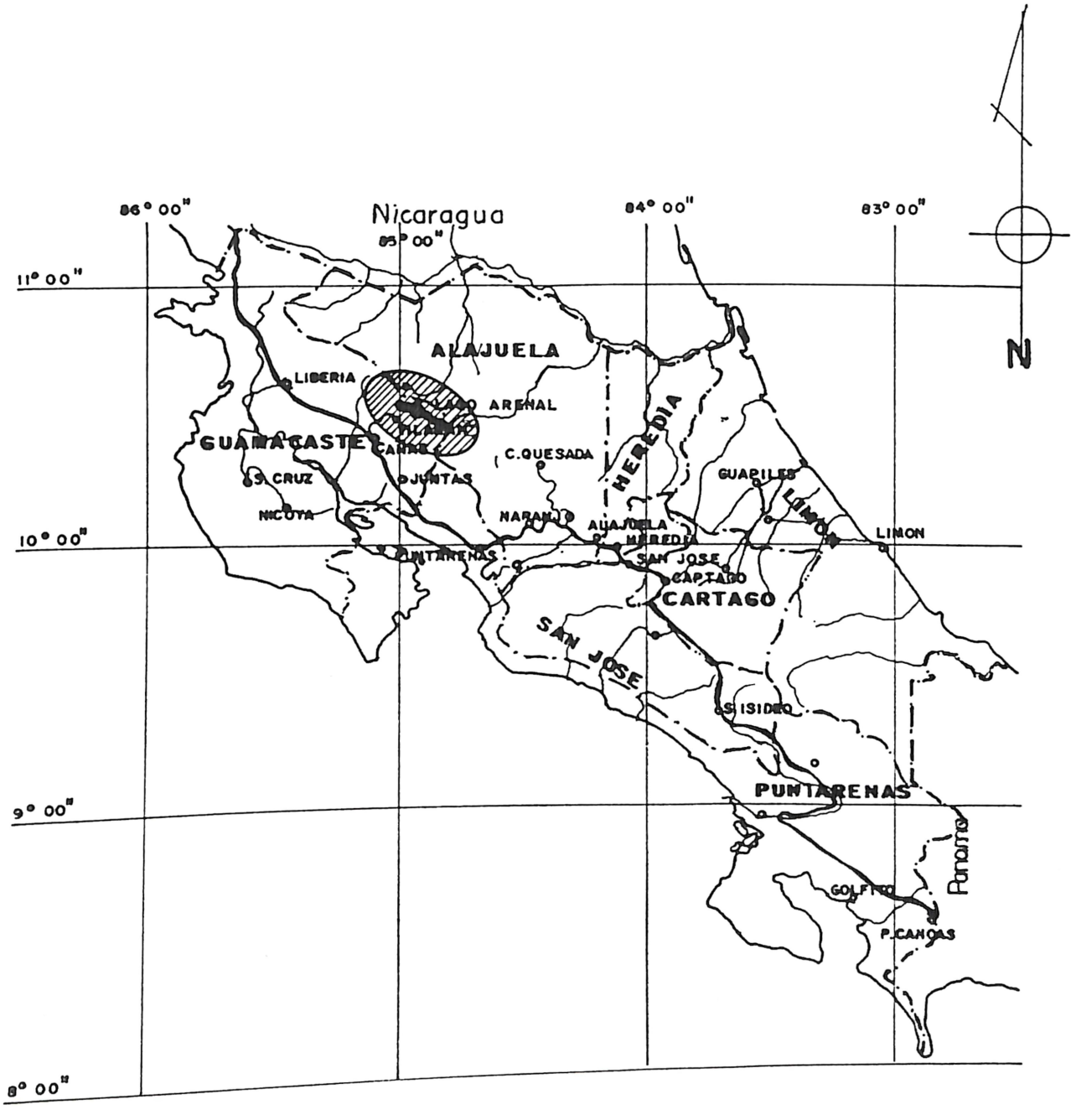
NOMBRE	UBICACION	# MESAS	# PLAZAS
-Rest. y Bar Equs	0.1 Kms. del Lago Arenal	10	40
-Rest. y Bar El Velero	1 Kms. del Lago Arenal	8	48
-Rest. y Bar Los Lagos	2 Kms. del Lago Arenal	10	40
-Rest. Mamalina	Arenal Centro	5	20
-Rest. y Bar Los Arcos	Arenal Centro	10	40
-Rest. y Bar Puerto San Luis	0.2 Kms. del Lago Arenal	15	60
-Rest. y Bar Río Piedras	0.1 Kms. del Lago Arenal	12	48
-Soda Iris	Arenal Centro	6	24
-Soda La Deportiva	Arenal Centro	15	60
-Bar Las Gaviotas	Arenal Centro	2	8
-Salón de Baile: Miraflores	Arenal Centro	85	340
-Rest. y Bar Catalá	Tilarán Centro	14	56
-Rest. y Bar El Parque	Tilarán Centro	10	40
-Rest. y Bar La Bahía	Tilarán Centro	4	40
-Rest. y Bar Los Gemelos	Tilarán Centro	2	8
-Rest. y Bar Mary	Tilarán Centro	10	40
-Soda El Malinche	Tilarán Centro	6	24
-Soda El Mercado	Tilarán Centro	6	24
-Soda El Nilo	Tilarán Centro	10	40
-Soda El Zapatillo	Tilarán Centro	8	32
-Bar Bambú	Tilarán Centro	12	48
-Bar Curime	Tilarán Centro	8	32
-Bar El Sitio	Tilarán Centro	8	32
-Bar Maleku	Tilarán Centro	10	40
-Salón de Baile: Tonjibe	Tilarán Centro	110	440
-Salón de Baile:		300	1200
TOTAL 27		706	2864

C U A D R O # 3

LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES A COSTA RICA
SEGUN PAISES Y ZONAS

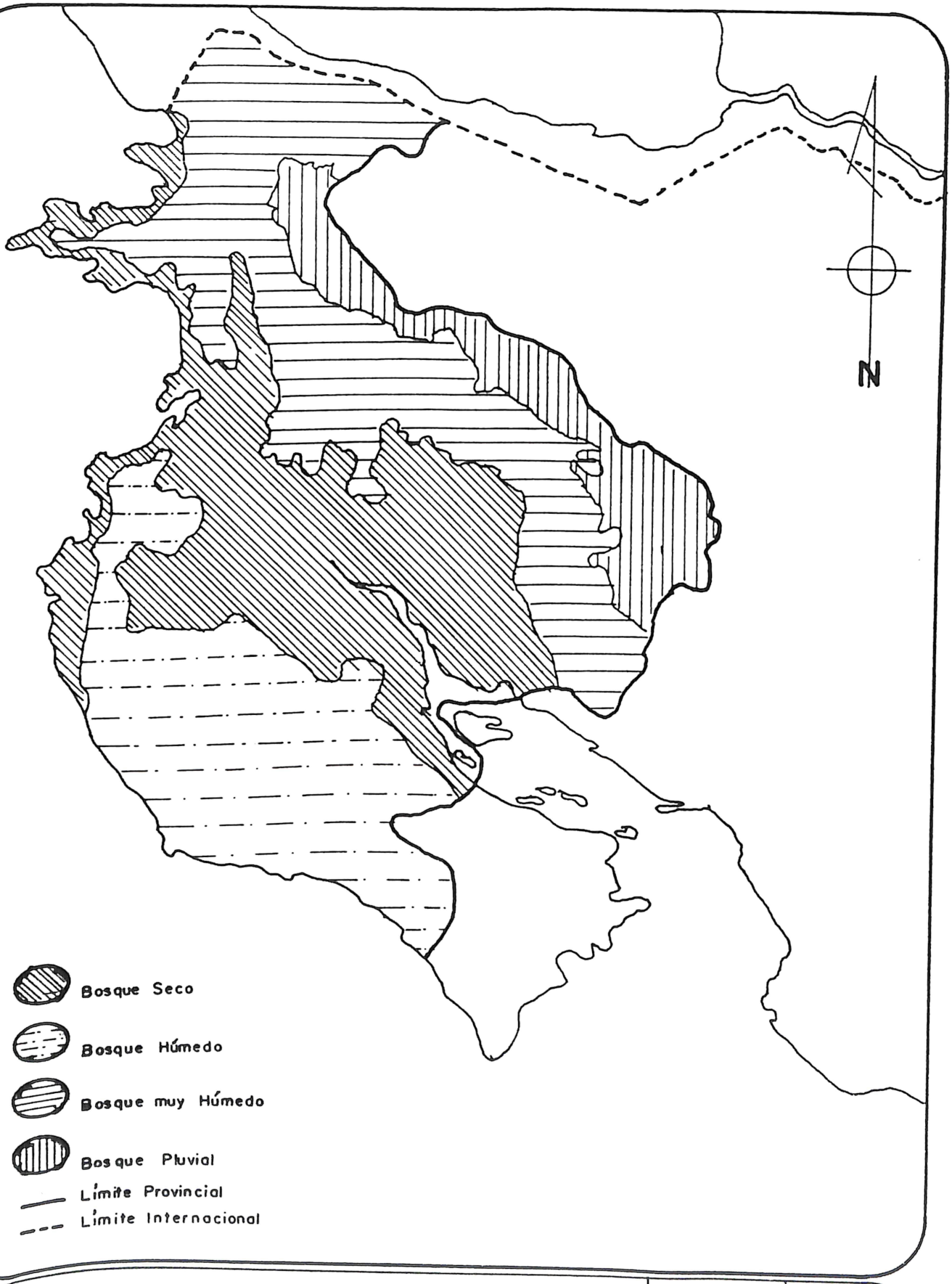
PAIS	1989	1990	INTERES
CANADA	20.285	30.892	52.3 %
EUROPA	43.355	57.173	31.9 %
ESTADOS UNIDOS	124.264	150.223	20.9 %
AMERICA SUR	28.644	32.574	13.7 %
OTRAS ZONAS	94.241	106.225	12.7 %
PANAMA	63.162	57.943	-8.3 %
T O T A L	375.951	435.030	15.7 %

M A P A S



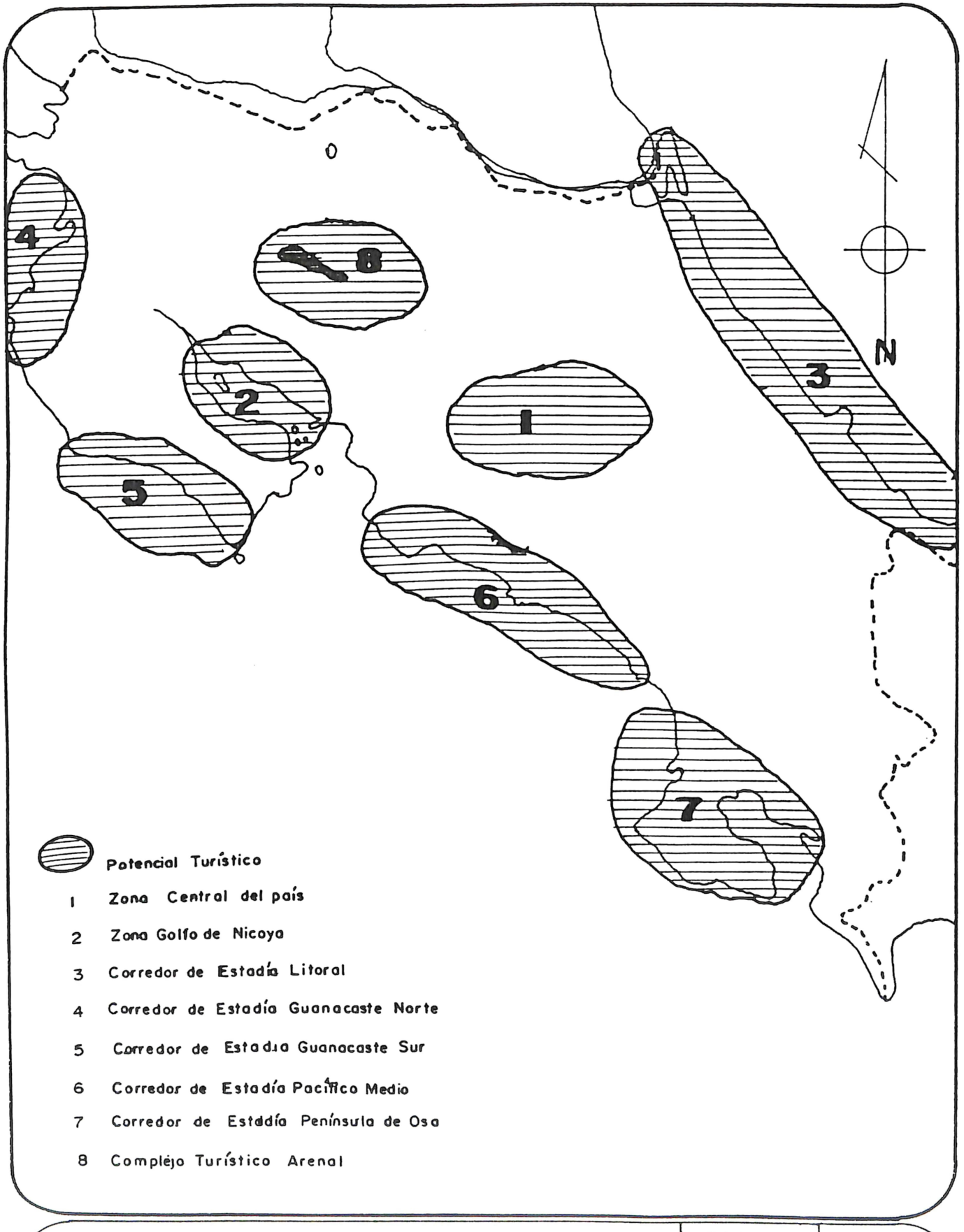
UBICACION LAGO ARENAL

ESCALA	MAPA #
S. E.	1
FUENTE: Elb. Propia	



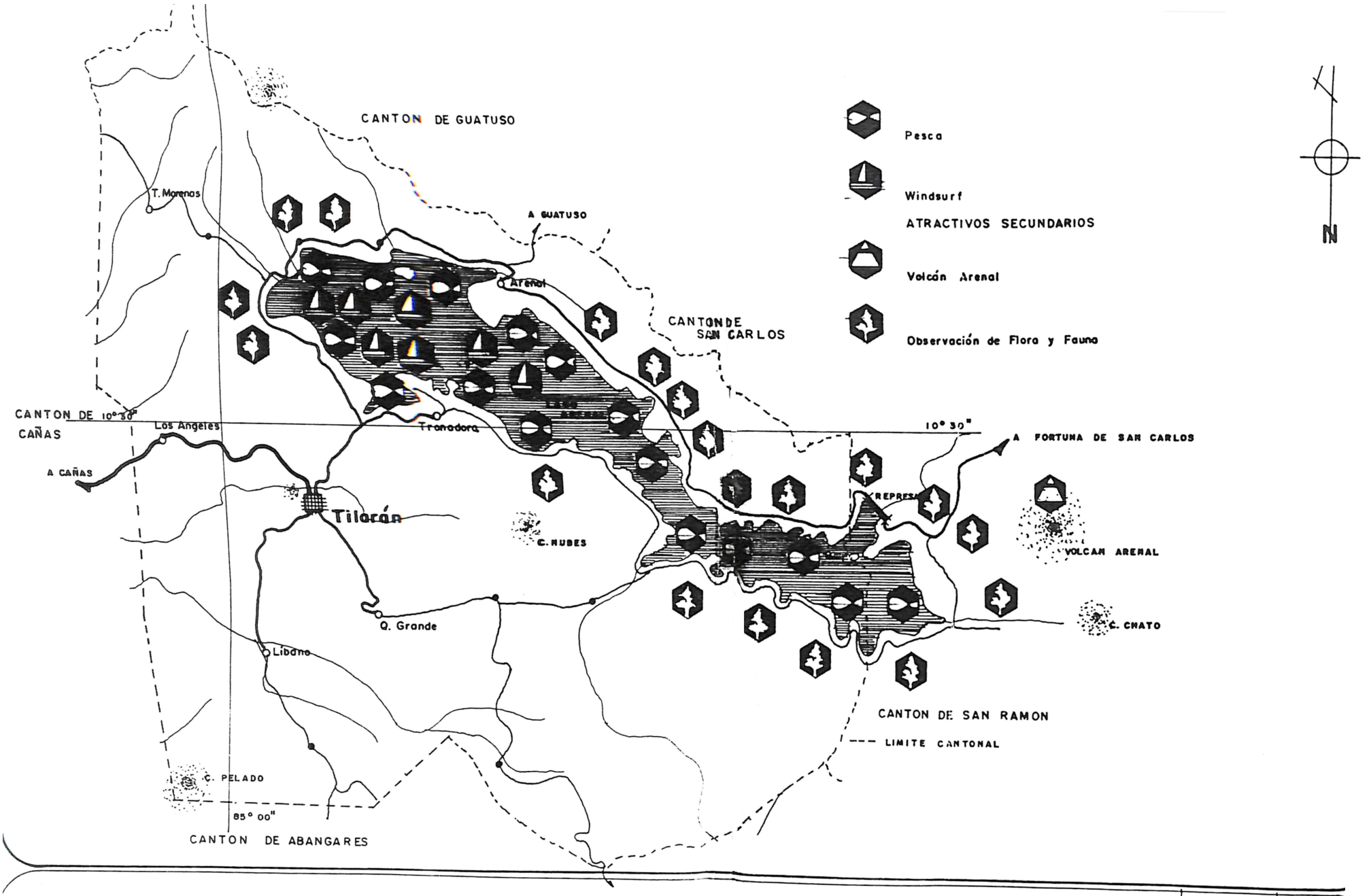
ZONAS DE VIDA

ESCALA	MAPA #
1: 750 000	2
FUENTE: Fund. Neotrópica	



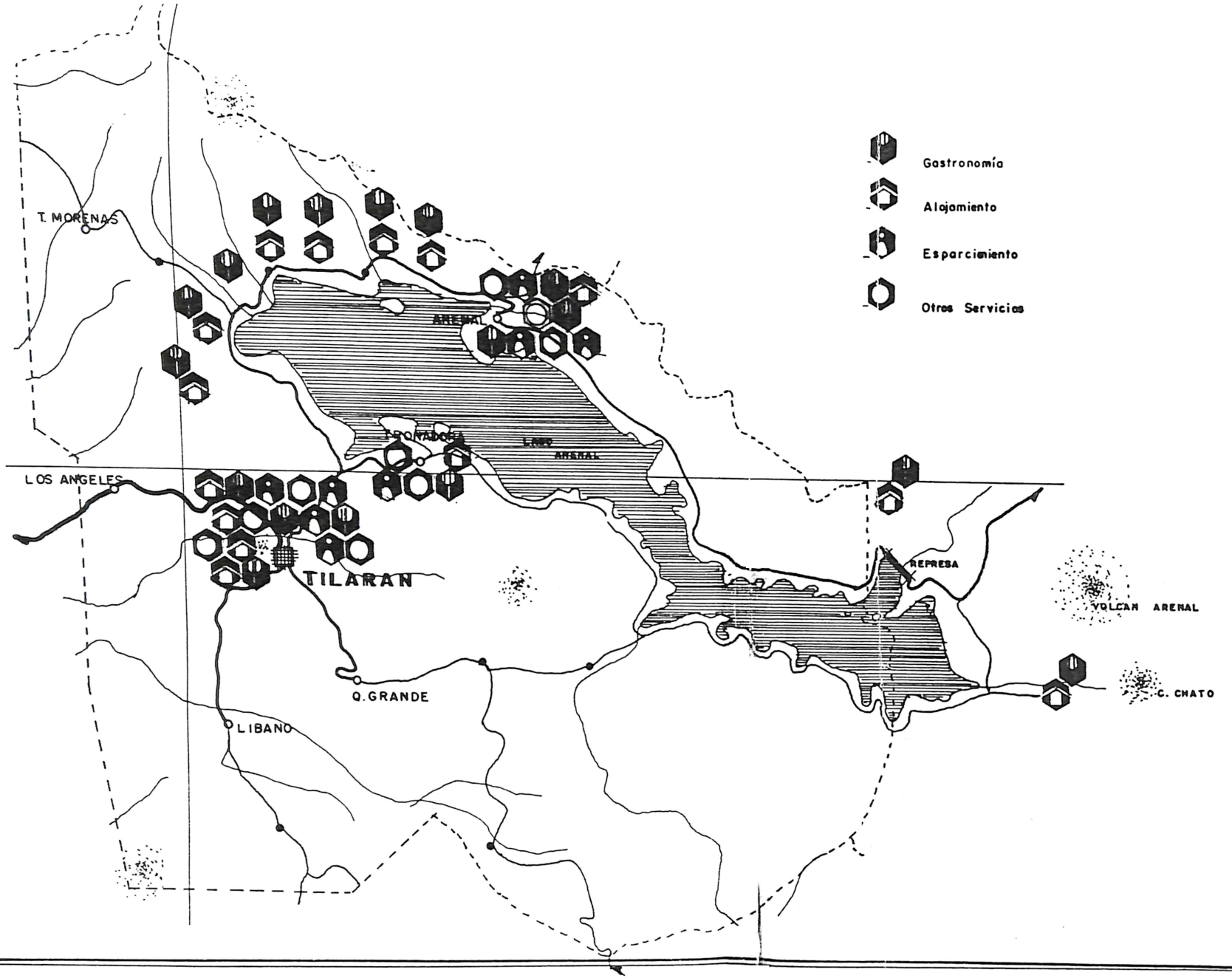
ZONIFICACION TURISTICA DE COSTA RICA

ESCALA	MAPA #
S.E.	3
FUENTE: I. C. T.	



PRODUCTO TURISTICO

ESCALA	MAPA #
1: 150 000	4
FUENTE:	
Elabc Propia	



PLANTA TURISTICA

ESCALA	MAPA #
1:150 000	5

FUENTE:
Elab. Propia