

Asignación de recursos, satisfacción del visitante, administración y manejo de parques nacionales en Costa Rica, Honduras y Nicaragua¹

Juan Antonio Aguirre González †

School for Field Studies. Center for Sustainable Development (Costa Rica)

Resumen: El rápido crecimiento en el número de nuevos visitantes, que se prevé ocurrirá en los parques nacionales de la América Central en los próximos años, hace necesario que los administradores de parques de la región consideren cada vez más el nivel de satisfacción de los visitantes, por lo que se les ofrece a los visitantes en materia de infraestructura, servicios y opciones recreativas, en sus procesos de planificación y manejo de los parques. Un estudio basado en 915 encuestas, 312 a visitantes de origen local y 603 a visitantes de origen extranjero fue realizado en Honduras, Nicaragua y Costa Rica, con el fin de determinar la brecha en satisfacción de los visitantes con la infraestructura, los servicios y las opciones recreativas, utilizando una forma modificada del modelo de brecha basado en la teoría de las expectativas-desconfirmación. El estudio encontró que había diferencias y semejanzas significativas al nivel de 95% de probabilidad entre las características socio-demográficas y los niveles de satisfacción de los visitantes locales y extranjeros a los diferentes parques y entre los visitantes locales y extranjeros en cada parque. Modelos estandarizados fueron identificados para cada parque en cada categoría de visitante los cuales permitieron identificar aquellas variables que más influenciaban la brecha en satisfacción. El material anterior permitió además identificar aquellas áreas más importantes a las cuales se les deberían asignar recursos financieros para mejorar en el corto plazo los niveles de satisfacción de los visitantes.

Palabras clave: Satisfacción; Modelo expectativas-desconfirmación; Manejo de parques nacionales; Asignación presupuestaria; Centro América.

Abstract: The rapid growth forecasted of new visitors arriving to Central America national parks will make essential for park managers to consider visitor satisfaction in its planning process. A total of 915 surveys, 312 to local and 603 to foreign visitors were conducted in Honduras, Nicaragua and Costa Rica, to determine using a gap form of the expectations-disconfirmation model the satisfaction of local and foreign visitors with the infrastructure, services and recreational options. The study found that there were important differences and similarities between local and foreign visitors in socio demographics and in the satisfaction rating awarded to key infrastructure, services and recreational options. Standardized regression model identified using stepwise procedure single out the variables that influence the overall gap in satisfaction with the visit. The material permitted improved resource allocation and management decisions by the parks administrator in terms of the elements they needed to consider in their site maintenance and investment planning in order to increase the visitor's satisfaction with the visit.

Keywords: Visitors Satisfaction; Expectation disconfirmation model; National park; Management; Budget allocation; Central America.

† • Juan Antonio Aguirre González. Ph.D. es economista ambiental y de la recreación. The School for Field Studies. Center for Sustainable Development. Apartado 150-4013. Atenas. Alajuela. Costa Rica. E-mail: jaguirre@fieldstudies.org and jaguirre@racsa.co.cr

Introducción

La Organización Mundial de Turismo pronostica, que para el año 2010 los países de América Central, estarían anualmente recibiendo entre ocho y diez millones de visitantes, de los cuales el 60% vendría en el área de turismo basado en la naturaleza (UNEP, 2005). Si el crecimiento previsto en la visitación se materializa, el turismo en áreas protegidas enfrentaría un rápido incremento. En Costa Rica, por ejemplo entre el 55 y el 65% de los turistas que arriban cada año, visitan un parque nacional al menos una vez, durante un periodo de estancia promedio de 11 días (Aguirre, 2006). En la actualidad, hay muy poca información disponible en la región, acerca de las necesidades y fuentes de satisfacción de los visitantes a las áreas protegidas, escasez que dificulta la preparación de planes de manejo de los turistas que visitan los parques nacionales y áreas protegidas, planes que son un elemento esencial si los parques y las áreas protegidas van a asignar los recursos presupuestarios disponibles en forma eficaz, para enfrentar el crecimiento previsto de la visitación en forma exitosa y sobretodo sostenible.

Conjuntamente con la racionalización en la asignación de los recursos, la contribución en divisas a la balanza de pagos de los países de la región, que hacen los gastos de los turistas visitantes a las áreas protegidas y parques nacionales se ha vuelto un componente esencial de la salud macroeconómica de los países Centroamericanos, por lo tanto si la región centroamericana desea capitalizar, su recién adquirida fama como destino eco turístico y basado en la naturaleza, en los mercados europeos y norteamericanos y utilizar en forma inteligente y sostenible los recursos adicionales que los incrementos previstos en visitación generarían, para aliviar la crisis de precios de las principales exportaciones agrícolas tradicionales de la región, luchar contra la pobreza y promover la democracia regional, los parques nacionales deberán mejorar sustantivamente la calidad de la oferta turística que ofrecen, la forma en que manejan los turistas que los visitan y ser más sensibles a las necesidades y deseos de los visitantes y tendrán que hacer todo eso en

una forma cada vez más coherentes realista y sostenible. Un visitante satisfecho con lo que recibe en términos de infraestructura, servicios y opciones recreativas cuando visita un parque nacional es esencial para la sostenibilidad económica de largo plazo del turismo en Centro América, por lo tanto el entender claramente sus necesidades y fuentes de satisfacción e insatisfacción durante la visita.

Satisfacción es una respuesta al llenado completo y satisfactorio de una necesidad o deseo de parte del consumidor. Es un juicio de que una característica de un producto o servicio, o el producto o el servicio en sí mismo provee o proveerá un nivel de placer por su consumo un llenado completo de lo que se esperaba del mismo, pudiendo existir niveles de sub-y-sobre cumplimiento de las expectativas (Bittner y Hubbert, 1994; Oliver, 1994; Oliver, 1997; Chang et al, 2002; Hom, 2000).

El Fondo Mundial para la Vida Silvestre (World Wildlife Fund) reporto en un estudio dado a la publicidad en el año 2004 y se cita textualmente: "One depressingly consistent problem is a failure to manage relations with people. Problems are evident in terms of both relations with local communities and indigenous people, the management of tourists, the provision of visitor's facilities, and the access to commercial tourism facilities" (WWF, 2004). El resultado del estudio es claro en identificar las serias deficiencias que existen en el manejo de los visitantes en las áreas protegidas en casi todo el mundo.

Los modelos micro y macro mas conocidos que han sido aplicados al estudio de la satisfacción del consumidor asocian a estos cinco elementos: nivel de desempeño percibido, comparación de lo recibido con estándares, insatisfacción (desconfirmación) percibida, sentimiento de satisfacción y resultado visibles de un sentimiento de satisfacción y las quejas eventuales si el sentimiento de insatisfacción fue muy grande (Woodruff y Gardial, 1996 ; Bittner y Hubbert, 1994; Erevelles y Leavitt, 1992; Hom, 2000; Oliver, 1997; Parasuraman, Zeithami and Berry, 1985; Parasuraman, Zeithami and Berry, 1988). Webb y Hassel, reportan que los principales elementos que contribuyen a la satisfacción del visitante y a un mayor

retorno en satisfacción por recursos invertidos, se relacionan con aquellos elementos que son “gerencialmente / administrativamente” y “experiencialmente” provistos y están estrechamente relacionados con el tipo, localización y número de facilidades provistas a los consumidores... (Webb and Hassel, 2002).

Tian-Cole et al, reportan que “mientras que los atributos de un refugio de vida Silvestre están bajo el control de los administradores de los refugios, los beneficios que derivan los visitantes con la visita no lo están... sin embargo para poder influenciar la decisión sobre futuras visitas los gerentes y administradores de los refugios pueden mejorar los atributos del sitio”. El concepto anterior es esencial para poder enfocarse en forma certera sobre aquellos elementos de un parque nacional que al mejorarse por decisiones administrativas y gerencial van ha contribuir claramente al mejoramiento de la satisfacción de los consumidores/visitantes (Tian-Cole, Crompton y Willson, 2002). El desempeño global de un servicio y los niveles de satisfacción se ha demostrado, que están genéricamente asociados con las características de desempeño y que estos a su vez están positiva y significativamente asociados a las intenciones que sobre comportamiento futuro desarrollan y tendrán los visitantes (Thomas et al, 2002; Noe et al, 1987).

Reynolds y Braithwaite identifican, al producto, a las condiciones que favorecen el desarrollo del producto, a las motivaciones del consumidor participante y al impacto de los “trade-off” como elementos esenciales que influyen la satisfacción del cliente y enfatizan la necesidad de entender los conflictos potenciales y los problemas que se generan en el manejo de los parques debido a la falta de conocimientos sobre las necesidades y deseos de los visitantes durante su visita a las áreas protegidas. (Reynolds y Braithwaite, 2002). Esto fue verificado en los trabajos reportados por Johnson y Dawson, en sus estudios sobre las formas en que los escaladores (hikers) hacían frente a los problemas que enfrentaban en sus escaladas y caminatas en las áreas silvestres del Parque Adirondack en New York (Johnson y Dawson, 2004).

La teoría sobre la brecha en satisfacción fue desarrollada en 1985, en la misma se

conceptualizaba la percepción sobre la calidad de un servicio como la diferencia entre el nivel esperado de un servicio y el desempeño percibido del mismo. (Parasuraman, Zeithami, y Berry, 1985. Leminen ha identificado tres tipos de brecha. Tipo I la que se genera cuando uno o varios de los actores perciben el mismo fenómeno pero otros no lo hacen, Tipo II la que se produce cuando dos actores tienen una percepción contradictoria de la brecha. Tipo III es la brecha que identifica cuando una tercera persona interpreta una brecha basándose en información o evidencias indirectas de que una brecha existe (Leminen, 2002).

Burns en el 2003, identifica para vacacionistas acuáticos cuatro dominios que contribuyen a la satisfacción del grupo, ellos son: facilidades disponibles, servicios, información y la experiencia recreativa y que el indicador de satisfacción total y un mejor indicador de satisfacción que el indicador de la brecha (Burns et al, 2003).

Un estudio en Mongolia utilizó las variables identificadas como generadoras de insatisfacción para dar recomendaciones al Instituto de Turismo sobre las áreas que debería analizar en mayor profundidad con el fin de mejorarlas (Yu and Goulden, 2005). En Kenia, la reducción en el arribo de turistas se pudo asociar con factores exógenos y no con los satisfacción con los parques nacionales (Akama y Mukethe-Kieti, 2002). En Israel, un estudio sobre la calidad de los servicios en establecimientos agro turísticos, utilizando el modelo Grönroos's de calidad percibida reveló, la existencia de una brecha clara entre el nivel de servicio esperado y el percibido.

Los trabajos de Howat, Absher y Reichel enfocados hacia la determinación de componentes tangibles (infraestructura, servicios, información y opciones recreativas) han relacionado claramente la calidad de los servicios brindados con la satisfacción con los mismos y con la experiencia disfrutada (Absher et al, 1998; Howat et al, 1996; Reichel et al, 2000).

En el hemisferio occidental varios estudios han confirmado la importancia de la satisfacción de los visitantes en el manejo de los parques. En Nicaragua en un estudio en 1998, se estableció en una escala de 1 a 5, que el nivel de satisfacción con las principales actividades era el siguiente: cami-

nar por los senderos 4.2, ver el cráter 4.7, estudiar la naturaleza 4.5, escuchar las charlas de los guarda parques 4.4. Las quejas más importantes fueron: la falta de un restaurante y de infraestructura en general (Ham y Whipple, 1998). En Costa Rica en 1999, en un estudio que compare los niveles de satisfacción de los visitantes locales en términos de la calidad de los servicios utilizados, en el caso de los restaurantes el 22% y el 30.1% de los extranjeros, los calificaron como excelentes; en cuanto a la disponibilidad de información, el 26% de los visitantes locales y el 24.2% de los extranjeros, la calificó de excelente y con respecto a los senderos en los parques nacionales el 26,6% de los visitantes locales y el 32,5% de los extranjeros, los calificaron de excelentes (DeShazo y Monestel, 1999). En Panamá, un estudio reportó que el 80% de los visitantes a los Parques Nacionales de la antigua zona del canal estaban satisfechos o muy satisfechos con la visita (Ham y Weiler, 2000).

En los Estados Unidos en el periodo comprendido entre 1998 y 2004, el porcentaje de visitantes que reportaron con las facilidades ofrecidas por los parques, fluctuó entre el 94 y 96%, valores que pueden ser catalogados como extremadamente satisfactorios. Durante el mismo periodo el único elemento cuya calificación se ubicó por debajo del 80% fue la de servicios comerciales con un nivel que fluctuaba entre el 70 y el 75% de satisfacción... (NPS, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003 y 2004). En Canadá, "Parks Canadá" reporta que el 85% de los visitantes a los parques nacionales está satisfechos con la visita y que el 50% está muy satisfecho. Además reporta que los visitantes más satisfechos son los más leales por lo que el que el sistema de parques sea receptivo a los cambios en los niveles de satisfacción y el monitoreo permanente de tales niveles es esencial para la detección temprana de cualquier cambio en los niveles de satisfacción que requiera atención inmediata, para garantizar el éxito de la gerencia en los parques (Parks Canadá, 2003). La diferencia establecida entre los visitantes extranjeros en sus niveles de satisfacción en Turquía por Kozak, cuando comparó los niveles de ambos grupos, sugiere que la nacionalidad es un elemento importante a considerar, en el estu-

dio de los niveles de satisfacción de los diferentes grupos de visitantes y que tal conocimiento puede facilitar el manejo de las mismas (Kozak, 2001). La posible existencia de diferencias y semejanza en las fuentes de satisfacción e insatisfacción será esencial en el desarrollo de estrategias para el manejo de visitantes en la América Central de cara al eventual incremento en la visita a las áreas protegidas de la región.

El propósito central de las tres investigaciones y su comparación posterior siguiendo en los tres casos la misma metodología, sobre la base de lo expresado anteriormente fue el de brindar a los gerentes y administradores de los parques de la región información y bases técnico/análíticas que les faciliten el manejo de las unidades operativas a su cargo y refinar el proceso de asignación de recursos de inversión y operación en los parques nacionales de América Central, basándonos en la información y experiencias de tres de los parques más emblemáticos de Centro América: Parque nacional La Tigra en Honduras, Parque Nacional Reserva Natural Volcán, en Nicaragua y Parque Nacional Volcán Poas, en Costa Rica.

Los objetivos de las investigaciones fueron los siguientes:

- cuantificar y comparar, los niveles de satisfacción de los visitantes en relación con la infraestructura disponible, los servicios y las opciones recreativas ofrecidas a los visitantes locales y extranjeros en cada parque,
- determinar para cada sitio las variables que influyen, el tamaño de la brecha en satisfacción experimentado en cada sitio por clase de visitantes y
- identificar los diferentes tipos de infraestructura, servicios y opciones recreativas que cuya mejora en condiciones tiene una influencia común sobre los niveles de satisfacción de ambos grupos y que por tanto las inversiones, mejoras y mantenimiento que se realicen a estas tendrán un mayor efecto sobre el nivel de satisfacción experimentado por los visitantes locales y extranjeros a cada sitio.

La hipótesis general de cada trabajo fue la siguiente: A pesar de las diferencias en los niveles de satisfacción que puedan existir entre los visitantes nacionales y extran-

jeros y de las causas que generan estas. Existen elementos comunes que producen satisfacción a ambos grupos de visitantes siendo estas “cosas comunes” los más importantes de identificar, en condiciones de limitación presupuestaria, ya que la asignación de recursos y decisiones a estas “cosas comunes” son las de mayor retorno en satisfacción e impacto sobre el manejo de visitantes a las áreas protegidas.

Localización de los estudios

El *Parque Nacional Volcán Poas* es un volcán activo con una elevación de 2,798 metros sobre el nivel del mar, con una laguna en su cráter de unos 750,000 metros cúbicos de agua, con una temperatura que fluctúa entre los 35 y 55 grados centígrados dependiendo de la estación y de la actividad. El parque posee una extensión de 6,507 hectáreas con un área de un intensivo de 18,7 hectáreas. En el año 2005 recibió 273 mil visitantes, es uno de los parques más visitados de la región centroamericana. Su ubicación a 30 kilómetros al norte de la ciudad de Alajuela la segunda ciudad del país y a 50 kilómetros de San José, la capital de Costa Rica. El acceso al parque en transporte desde la capital toma unas aproximadamente dos horas. Ecológicamente ha sido clasificado como bosque nuboso. Desde su creación en 1971 fue declarado parque modelo en términos de sus prácticas de inversión y mantenimiento, lo que ha hecho que la actualidad posea la mejor infraestructura de cualquier parque de Costa Rica y probablemente de la región centroamericana (Dobles Zeledón, comunicación personal, 2001).

El *Parque Nacional La Tigra* posee una extensión aproximada de unos 70.2 km². El parque recibió en el año 2003, 18,821 visitantes lo que lo hace el más visitado del país, de los cuales el 90% son hondureños y el 10% restante extranjeros. El parque está ubicado en los terrenos que en el pasado ocupaba un complejo minero que explotaba plata. El parque es administrado por una Fundación denominada Amigos de la Tigra (AMITIGRA). Ecológicamente está clasificado como un bosque nuboso. Está ubicado a unos 20 kilómetros, al noroeste de la ciudad de Tegucigalpa, capital de Honduras. Siendo accesible por un camino lastra-

do de todo tiempo, que puede ser recorrido en aproximadamente una hora y media, utilizando transporte público. En la actualidad está considerado como el pulmón verde de la ciudad y el sitio de paseo y recreo preferido de los habitantes de la ciudad (López Luna, comunicación personal, 2004).

El *Parque Nacional Reserva Natural Volcán Mombacho*, posee una extensión de 2,487 hectáreas y recibió en el año 2004 aproximadamente unos 15,100 está localizado en el Departamento de Granada en la Meseta de Carazo. Es el parque mejor equipado de Nicaragua y está sin duda entre los parques mejor manejados del país, sino no es el mejor equipado y manejado. El parque es operado y administrado por una Fundación privada, denominada Cocibolca. Ecológicamente el parque está clasificado como un bosque nuboso. El acceso a este toma aproximadamente unos 30 minutos por un camino adoquinado y muy empinado desde la base del extinto cono volcánico del cual deriva el parque su nombre (Pineda, comunicación personal, 2004).

Recolección de datos y análisis

El autor administró personalmente las encuestas en La Tigra y utilizó los estudiantes de “The School for Field Studies” preparados por él, para el levantamiento en los casos de Poas y Mombacho. Versiones en inglés y español de la boleta fueron usadas según el caso lo requiriese. Los entrevistados fueron seleccionados aleatoriamente cuando estos ya habían terminado la visita y se preparaban para salir del parque. Las entrevistas se realizaron en los tres casos en el periodo de alta visitación (Noviembre-15 de Mayo). Un total de 915 entrevistas fueron aplicadas en los tres sitios, de las cuales 312 fueron con visitantes locales y 603 con visitantes extranjeros.

Las variables socio-demográficas cuantificadas fueron las siguientes: edad, nacionalidad, años de escolaridad (grado equivalente), ingreso promedio familiar mensual en moneda local para los visitantes nacionales y en dólares a los visitantes extranjeros. La conversión de los datos de ingresos mensuales en el caso de los visitantes locales, fueron estimadas en la oficina utilizando la tasa promedio oficial de cambio emitida por los respectivos bancos centrales para el

periodo de estudio.

Los tipos de infraestructuras que para el caso fueron tomadas como variables a evaluar en términos de la satisfacción derivada de su uso fueron las siguientes: centro de visitantes, sanitarios, exhibiciones y museos, senderos, caminos de acceso, áreas de picnic, estacionamientos, transporte público al parque, miradores, tienda de souvenir, cafetería y señalamiento (letreros); en caso de los servicios evaluados, estos fueron los siguientes: guarda parques, personal de la entrada, mapa de senderos, material informativo sobre el parque, publicaciones técnicas sobre el parque y mapas generales del parque; en el caso de las opciones recreativas estas fueron las siguientes: observar la naturaleza, observar el cráter del volcán, caminar por los senderos, observar aves y animales, pasear con amigos, pasear con familiares, aprender sobre el parque, aprender sobre la biodiversidad, y relajarse y descansar.

Las satisfacciones totales con la experiencia durante la visita y con cada uno de los componentes de la infraestructura, servicios y opciones recreativas citados en el párrafo anterior fueron medidas y evaluadas utilizando una escala del tipo "likert" (0 a 10). La brecha en la experiencia total y con cada uno de los componentes de la infraestructura, servicios y opciones recreativas fueron estimada de la forma siguiente: Brecha = {Puntaje de Satisfacción Máximo que el Visitante Puede Otorgar (10) – menos- Puntaje de Satisfacción Otorgado por el Visitante (?)}

El puntaje de satisfacción máximo esta pre-establecido por la escala y representa el ultimo escalón o nivel o sea 10 puntos. En teoría se asume que cuando se otorgan 10 puntos a algo estos representa estar totalmente satisfecho con el bien o servicio que se esta evaluando. El puntaje de satisfacción otorgado por el visitante puede ser cualquier valor entre 1 y 10. En teoría, se asume que la diferencia entre 10 y el puntaje otorgado es la brecha en la satisfacción y representa numéricamente el nivel de insatisfacción percibida después del uso y disfrute del bien o servicio respectivo. La brecha en satisfacción fue usada con variable en todos los modelos estandarizados

(Parasuraman, Zeithamy and Berry, 1985; Leminen, 2001; Burns et al, 2003; NQRC, 2004)

Las etapas del análisis estadístico fueron: a) análisis de varianza para probar la existencia o no de diferencias en las variables sociodemográficas y de percepción medidas entre los visitantes locales y extranjeros de cada uno de los sitios y entre visitantes locales y extranjeros en cada sitio; b) Estandarización de cada una de las variables a promedio cero y varianza uno y utilizando la técnica de regresión por pasos (stepwise), para identificar las ecuaciones y variables y ordenar estas ultimas en orden de importancia las variables identificadas y que forman parte de cada ecuación, con el fin de identificar las variables que mas influyen sobre la variación de la variable dependiente en cada parque y c) verificación de la consistencia y lógica de cada uno de los modelos identificado, mediante discusiones con cada uno de los administradores de los respectivos parques. Esta etapa probó ser invaluable para saber si los modelos resultantes tenían algún sentido en base a la experiencia de cada administrador y se eran de utilidad en la asignación de recurso.

Comparación y modelos identificados: Resultados

Los parques incluidos en este estudio a pesar de que existen claras diferencias en infraestructura, servicios y opciones recreativas que ofrecen a los visitantes entre los tres, están considerados entre los parques más visitados y mejor equipados de la región. Esta consideración inicial es importante hacerla ya que sin duda lo que tenga éxito en su aplicación en estos parques tendrá influencia sobre los restantes parques centroamericanos.

El cuadro 1, presenta, los resultados de la ANOVA (one way analysis of variance) realizado entre los visitantes extranjeros de cada uno de los tres parques, pudiéndose observar que existen diferencias significativas entre los visitantes extranjeros a cada parque al nivel de 95% de probabilidad, diferencias verificadas mediante los resultados de la prueba de Tukey.

Variable	PNLT	PNUM	PNVP	Nivel Probabilidad 95% Prueba de Tukey		
	Extranjeros	Extranjeros	Extranjeros	L.T/VM	LT/VP	V/P
Edad	28	30	41	n	s	s
Educacion	UI	PGI	PGI	s	s	n
Ingreso Mensual	1273 US\$	2263	3451	s	s	s
Sexo	70/30	53/47	50/50	s	s	n
Tam del Grupo	23	10	17	s	s	s
Infraestructura						
Centro Visitas	8	6.7	8	s	n	s
Sanitarios	6.8	5.4	8.3	s	s	s
Exhibiciones	6.6	5.6	7.7	s	s	s
Senderos	8.3	8.9	8.4	n	n	s
Caminos de Ac	7	7.7	7.8	s	s	s
Areas de Picnic	5.7	6.8	7.8	s	s	s
Parqueos	7.4	5.8	8.3	s	s	s
Trans Publico	6.6	8.1	8.4	s	s	s
Cafeteria	3.8	4.3	8.4	n	s	s
Letreros	6.2	7	8.2	s	s	s
Servicios						
Guardaparques	7.9	7.2	8	n	n	s
Person Entrada	8	6.3	8.4	s	n	s
Maps Senderos	5.8	7.2	8.1	s	s	s
Informacion	6	5.9	7.8	n	s	s
Publica Parque	5	2.9	7.8	s	s	s
Mapas Parque	5.9	5.9	7.8	n	s	s
Opciones Rec						
Obs Naturaleza	8.6	9	8.7	n	n	n
Caminar Send	8.6	9.3	8.5	s	n	s
Caminar Amig	8.1	7.1	8.5	s	n	s
Caminar Fam	8.1	4.6	8.5	s	n	s
Aprender Parq	7.6	7.8	8.1	n	n	n
Aprender Bio	7.3	7.5	7.7	n	n	n
Desc y Relaj	8.2	7.7	8.2	n	n	n
Ratings						
Visita Total	8.3	8.4	8.5	s	n	s
Brecha Promed	1.5	1.6	1.5	n	n	n

Abreviatura: s=significativa y n= no significativa

Cuadro 1. ANOVA Resultados Visitantes Extranjeros entre Sitios.

Los visitantes extranjeros al Parque Nacional Volcán Poas, reportaron una edad de 41 años, un ingreso promedio familiar mensual de US\$3451, 50% de los visitantes son mujeres y el tamaño promedio de los grupos es de 17 personas. En Poas las exhibiciones y museos recibieron el puntaje de satisfacción mas bajo, 7.7, seguido de información general sobre el parque, publicaciones del parque y mapas del parque un 7.8. La satisfacción total promedio para la experiencia fue de 8.5 con una brecha promedio estimada de 1.5. Los visitantes extranjeros

al Parque Nacional Volcán Mombacho, reportaron una edad promedio de 30 años, un ingreso promedio mensual de US\$ 2263, 53% de estos eran hombres y tamaño promedio de los grupos fue de 10 personas. El puntaje mas bajo en este caso fue otorgado a las facilidades y servicios 4.3 seguidos este de los servicios sanitarios con 5.4. El puntaje promedio de la satisfacción con la visita fue de 8.4 y la brecha promedio de 1.6. Los visitantes del Parque Nacional La Tigra reportaron una edad promedio de 28 años, un ingreso promedio mensual de

US\$1273, 70% de los visitantes fueron hombres y el tamaño promedio de los grupos fue de 23 personas. El puntaje más bajo fue otorgado a las facilidades de cafetería 3.8, seguido de publicaciones del parque 5.0. El puntaje promedio de satisfacción total con la visita fue de 8.3 y la brecha promedio de 1.5.

El cuadro 2, presenta los puntajes socio demográficos y de las percepciones para los visitantes locales en los tres sitios, los resultados muestran la existencia de diferencias significativas entre los tres sitios al nivel de 95% de probabilidad, diferencias verificadas mediante los resultados de la prueba de Tukey. En el caso del Volcán Poas, los visitantes locales reportaron una edad promedio de 30 años, un ingreso promedio mensual de US\$156, la mayoría poseía una educación universitaria, el 55% fueron hombres y los tamaños de los grupos de 7 personas. El puntaje más bajo de satisfacción fue otorgado a las condiciones de las áreas de picnic un 8.2. La satisfacción promedio con la visita fue de 9.1 y la brecha promedio de 0.9.

En el caso del Volcán Mombacho los visitantes locales reportaron una edad promedio de 28 años, un ingreso promedio mensual de US\$851, eran mayormente graduados universitarios, el 70 % hombres y el tamaño promedio del grupo 4 personas. El puntaje más bajo fue otorgado a los servicios sanitarios 6.3 seguidos de publicaciones del parque con 6.5. La satisfacción con la visita fue de 8.5 y la brecha de 1.5, la más alta de los tres sitios. En el caso de La Tigra, la edad promedio reportada fue de 31 años, el ingreso promedio mensual de US\$682, la gran mayoría poseían educación universitaria, el 60% eran hombres, y el tamaño promedio del grupo 4. El puntaje más bajo otorgado fue a las facilidades de cafetería 5.2, seguido de publicaciones del parque 6.1. La satisfacción con la visita fue de 8.7 y la brecha promedio de 1.3.

El resultado del análisis de varianza

comparando los visitantes nacionales y extranjeros en cada sitio, detecto diferencias significativas al 95% de probabilidad especialmente entre La Tigra y Volcán Mombacho con los resultados de Poas. En otras palabras los visitantes de La Tigra y Mombacho parecen ser más parecidos entre sí, que cuando estos se comparan con los visitantes al Poas. Todos los coeficientes de las seis ecuaciones fueron significativos, con valores de p entre 0.05 y 0.000.

El cuadro 3, presenta las ecuaciones derivadas del proceso de análisis por pasos con variables estandarizadas para los visitantes locales. Todas las variables incluidas en los modelos fueron significativas al 95% de probabilidad. La ecuación derivada en el para la La Tigra, estimo que las variables ubicadas en el primero y segundo de importancia lugar fueron relajarse y descansar con un valor absoluto de 0.32 y personal de la entrada con -0.28. Para el Volcán Mombacho las dos variables fueron, en primer lugar miradores con un valor absoluto de 0.6 y ver el volcán con un valor absoluto de -0.50. Para Poas fueron en el primer lugar mapas de senderos con un valor absoluto de -0.43. Los valores de R^2 fueron, 50.3% para La Tigra, 75.7% para Volcán Mombacho y 31.7% para Volcán Poas.

El cuadro 4, presenta las ecuaciones estimadas para los visitantes extranjeros. Para La Tigra las variables cuyos coeficientes tenían valores absolutos que les permitió ubicarse en el primero y segundo lugar respectivamente fueron: mapas de senderos con -0.55 y exhibiciones y museos con -0.44. En el caso de Volcán Mombacho fueron aprender sobre el parque con -0.60 y publicaciones del con -0.55. En el caso de Volcán Poas fueron ver el volcán 0.27 y descansar y relajarse con 0.27. Los valores de R^2 para cada ecuación fueron: 71.1% para La Tigra, 92.9 % para Volcán Mombacho y 50% para Volcán Poas.

Variable	NPLT	NPVM	NPVP	Nivel de Probabilidad 95% Prueba de Tukey's		
	Locales	Locales	Locales	LT/VM	LT/VP	VM/P
Edad	30	28	31	s	n	s
Educacion	UC	UC	UI	n	n	s
Ingreso Mens	682 US\$	851	1567	s	s	s
Sexo	60/40	70/30	55/45	s	S	s
Tam del Grupo	4	4	7	n	s	s
Infraestructura						
Centro Visitas	8.3	7.8	8.8	n	s	s
Sanitarios	6.8	6.3	9	n	s	s
Exhibicone	6.2	7.7	8.5	s	s	s
Senderos	8.5	8.6	9.1	n	s	n
Caminos Acces	7.4	8.9	9	s	s	n
Areas de Picnic	6.7	6.9	8.2	n	s	s
Parqueos	6.8	8.1	9.1	s	s	s
Trans Publico	8.5	7.3	8.6	s	s	s
Cafeteria	5.2	7.5	8.6	s	s	s
Letreros	6.9	8.8	9	s	s	s
Servicios						
Guardaparques	6.2	7.6	8.3	s	s	s
Person Entr	8.1	8.3	8.9	n	s	n
Mapas Sendero	7.4	7.4	8.9	n	s	s
Informacion	6.6	7.2	8.7	n	s	s
Publica Parque	6.1	6.5	8.7	n	s	s
Mapas Parque	6.7	7.8	8.9	s	s	s
Opciones Recrea						
Obs Naturaleza	9.2	9.3	9.5	n	n	n
Caminar Sende	9.2	9.4	9.3	n	n	n
Caminar Amig	9.1	8.5	9.3	s	n	s
Camianr Fam	8.8	9	9.3	n	n	n
Aprender Parq	8.1	9	9	s	s	n
Aprender Biod	7.8	8.8	8.8	s	s	n
Desc y Relejar	8.9	9	9.3	n	n	n
Ratings						
Visita Total	8.7	8.5	9.1	s	s	s
Brecha Prome	1.3	1.5	0.9	s	s	s

Abreviatura: s=significativa y n= no significativa

Cuadro 2. ANOVA Resultados Visitantes Locales entre Sitios

La regresión estandarizada para La Tigra es:
 $BrechaSt = -0.0000 - 0.202 ExhSt - 0.208 CafeST - 0.184 PubparST - 0.281 PerEntST - 0.227$
 $AprendParST + 0.324 DesyRelaST$
 $S = 0.7201 \quad R-Sq = 50.3\% \quad R-Sq(adj) = 48.1\%$
 Todos los coeficientes fueron significativos al 95% de probabilidad
 Análisis de Varianza $F = 23.12 \quad P = 0.000 \quad n = 144$

La regresión estandarizada para el Mombacho es :
 $BrechaSt = 0.0000 + 0.679 MiradorST - 0.448 MapaSenST - 0.505 VerVolST - 0.445 Cami-$
 $nar AmigT$
 $S = 0.5063 \quad R-Sq = 75.7\% \quad R-Sq(adj) = 74.4\%$
 Todos los coeficientes fueron significativos al 95% de probabilidad Análisis de Varianza $F =$
 $58.31 \quad P = 0.000 \quad n = 80$

La regression estandarizada para el Volcan Poas es:
 $BrechaST = -0.0000 - 0.439 MapaSenT + 0.317 VerVolcanST - 0.265 Camino de AccesoST$
 $S = 0.8410 \quad R-Sq = 31.7\% \quad R-Sq(adj) = 29.3\%$
 Todos los coeficientes fueron significativos al 95% probabilidad
 Análisis de Varianza $F = 12.86 \quad P = 0.000 \quad n = 87$

Cuadro 3 Modelo de Regresión Estandarizada para Visitantes Locales

La regresión estandarizada para La Tigra es:
 $BrechaST = -0.0000 - 0.307 PubParqST + 0.324 CamSendST - 0.551 MapSenST - 0.401$
 $ExhST + 0.390 ObNatST + 0.201 RelayDescST + 0.224 LetrerosST$
 $S = 0.5632 \quad R-Sq = 71.1\% \quad R-Sq(adj) = 68.3\%$
 Todos los coeficientes fueron significativos al 95% de probabilidad
 Análisis de Varianza $F = 25.61 \quad P = 0.000 \quad n = 80$

La regresión estandarizada para el Mombacho es:
 $BrechaSt = -0.0000 + 0.202 ExhST + 0.138 TransST - 0.133 LookOST + 0.500 SShopsST -$
 $0.458 RangST - 0.551 PubParST - 0.606 LearnPaST + 0.264 WwFamST - 0.243 ObNatST +$
 $0.233 WwFriendsST$
 $S = 0.2832 \quad R-Sq = 92.9\% \quad R-Sq(adj) = 92.0\%$
 Todos los coeficientes fueron significativos al 95% de probabilidad
 Análisis de Varianza $F = 105.39 \quad P = 0.000 \quad n = 91$

La regresión estandarizada para el Poas es:
 $BrechaSt = -0.0000 + 0.276 VerVolcanST + 0.171 RelyDesST + 0.152 MiradoresST + 0.130$
 $SenderosST + 0.158 CamconAnigST + 0.113 MapParST + 0.105 GuardaST$
 $S = 0.6614 \quad R-Sq = 57.0\% \quad R-Sq(adj) = 56.3\%$
 Todos los coeficientes fueron significativos al 95% de probabilidad
 Análisis de Varianza $F = 80.56 \quad P = 0.000 \quad n = 432$

Cuadro 4 Modelo de Regresión Estandarizado para Visitantes Extranjeros

PN.La Tigra	PN.Mombacho	PN. Volcan Poas
Visitantes Locales	Visitantes Locales	Visitantes Locales
Descansar Personal Entrada Aprender Parque Cafetería Exhibiciones Publicaciones Parq	Miradores Ver el Volcán Mapas de Senderos Caminar con Amigos	Mapas de Senderos Ver el Volcán Caminos de Acceso
Visitantes Extranjeros	Visitantes Extranjeros	Visitantes Extranjeros
Mapas de Senderos Exhibiciones Observar Naturaleza Caminar Senderos Publicaciones Parque Señalización Sanitarios	Aprender sobre Parque Publicaciones Parque Tienda de Souvenir Guardaparques Caminar con Familia Observar Naturaleza Caminar con Amigos Exhibiciones Transporte Publico Miradores	Ver el Volcán Descansar Caminar Amigos Miradores Senderos Mapas del parque Señalización

Cuadro 5. Ordenamiento de las Variables en Orden de Importancia en Base a los modelos estandarizados por sitio.

El cuadro 5, presenta el orden correspondiente de mas a menos importante y por lo tanto podría servir en cada caso como una herramienta de priorización de las decisiones de inversión y mantenimiento en cada sitio en el caso de que los recursos no estuviesen restringidos como sucede normalmente. Como se observa claramente en cuadro resumen antes presentado la información como idea básica y todo a lo que a ella compete es la solicitud “velada” en unos casos y abierta en otros de los visitantes nacionales y extranjeros que visitaron los tres parques y si ha eso se añade la información sobre aquellas cosas que recibieron los puntajes más bajos, el resultado final prepara el camino para tomar mejores decisiones sobre la asignación presupuestaria a aquellas áreas donde hay coincidencia y por lo tanto sería lógico esperar un mayor retorno en satisfacción en el corto plazo por unidad de recursos gastada.

Algunas Guías para la Asignación de Recursos en los Parques Nacionales Centroamericanos: ideas para Iniciar la Discusión.

Los atractivos turísticos de la región centroamericana trajeron a la región en el año 2005, 5 millones de turistas y caso 4 billones de dólares. El turismo basado en la naturaleza, ha convertido a las áreas protegidas de la región en la última década, en uno de los principales atractivos naturales de la región, ya que los turistas que llegan a la región muchas veces impulsados por el interés en disfrutar de las áreas protegidas y parques nacionales, gastan durante su estancia en la región US\$680 y US\$1200 dependiendo del país, contribución que ha convertidos al turismo y a los turistas como tal, en un importante componente de la salud macroeconómica de Centro América (Aguirre, 2005). Las consideraciones anteriores resaltan, la importancia que tiene y tendrá de cara al futuro, el entendimiento de las necesidades, intereses y en especial de las fuentes generadoras de satisfacción e insatisfacción durante la estancia en los países de la región, en lo

que se refiere al uso y disfrute de las áreas protegidas y parques nacionales.

El problema central que enfrentan las áreas protegidas ha sido, es y probablemente será todavía por algún tiempo, la escasez permanente de recursos financieros para el manejo de fondos, para realizar un mantenimiento adecuado de las facilidades, proveer los servicios y las opciones recreativas en cantidad y calidad adecuada. Desde luego que lo más lógico sería, que los gobiernos de la región asignaran, los recursos necesarios para brindar a clientes nacionales y extranjeros, condiciones que cubran sus deseos y necesidades en materia de infraestructura, servicios y opciones recreativas durante su visita a los parques nacionales, pero como la realidad es otra, lo más lógico y financieramente prudente asignar los recursos que son asignados a aquellas áreas, que tienen un mayor impacto en ambos grupos. La asignación de recursos a estas áreas que son comunes a los dos grupos, en condiciones de escasez son, sin duda alguna las de mayor rendimiento, en términos de satisfacción por unidad de recursos, ya que con un solo gasto, sé esta cubriendo un grupo mayor de visitantes.

La decisión final de a que áreas se asignaran los recursos se cree, debe surgir de una combinación de las dos fuentes de información que el análisis provee, los datos provistos por el análisis de varianza y los provenientes de los modelos estandarizados para que así sea más precisa y lógica la asignación de los usualmente limitados recursos presupuestarios.

Con respecto al análisis de varianza este nos permite no solo identificar las diferencias sino que cuantifica, las infraestructuras, servicios y opciones recreativas donde cada tipo de visitante otorgo, los puntajes más bajos, ya que se puede asumir que un puntaje bajo representa un área con mayor nivel de insatisfacción. En el caso de los visitantes extranjeros, en el Poas los puntajes más bajos fueron otorgados a las exhibiciones y museos, las publicaciones del parque y a los mapas del parque. En el Volcán Mombacho a los servicios de cafetería y a los sanitarios y en La Tigra, a los servicios de cafetería y a las publicaciones del parque. En el caso de los visitantes locales, en el Poas los puntajes más bajos fueron otorgados a las áreas de picnic, en Volcán

Mombacho a los sanitarios y a las publicaciones del parque, y en La Tigra, a los servicios de cafetería y las publicaciones del parque. Como se observa, si se conceptualizan los resultados en un nivel superior de abstracción, la lógica nos lleva a dos áreas de mantenimiento e inversión que pueden ser vistas como prioritarias: las facilidades de comida, representadas estas por los servicios de cafetería y las áreas de picnic (almuerzo) y a la información representada esta por, museos y exhibiciones, publicaciones, señalización y mapas de diferentes tipos.

Como una segunda etapa del análisis en el cuadro 5 se resumió, el orden absoluto de cada una de las variables, que el proceso de regresión pasó por paso (stepwise) selección pasó por paso (stepwise) selección para conformar cada modelo estandarizado, en el se observa que para los visitantes locales a La Tigra, las variables seleccionadas fueron: descansar y relajarse, personal de la entrada, aprender sobre el parque, cafetería, exhibiciones y museos y publicaciones del parque, para el Volcán Mombacho fueron: miradores, ver el volcán, mapas de senderos, y caminar con amigos y en el caso del Volcán Poas fueron los mapas de senderos, ver el volcán, y los caminos de acceso. En el caso de los visitantes extranjeros las variables en orden de importancia fueron: en La Tigra fueron, mapas de senderos, exhibiciones y museos, observar la naturaleza, caminar por los senderos, publicaciones del parque, señalización y sanitarios, en Mombacho: aprender sobre el parque, publicaciones del parque, tienda de souvenir, guardaparques, caminar con la familia, observar la naturaleza, caminar con amigos, exhibiciones y museos, transporte público, y miradores y en Poas: ver el volcán, descansar y relajarse, caminar con los amigos, miradores, senderos, mapas del parque y señalización..

Los administradores de parques que usualmente operan en condiciones económicas restringidas pueden derivar del material anterior, algunas ideas para orientar la asignación de recursos. Primeramente si se toma como criterio objetivo el número de variables que entraron la especificación de cada uno de los seis modelos. La primera lección es que los visitantes nacionales parecen ser más fáciles de complacer ya que los modelos estimados en el caso de

los visitantes nacionales, están compuestos por menor número de variables, que los modelos estimados para los visitantes extranjeros. Además los puntajes otorgados por los visitantes nacionales son generalmente mayores que los otorgados por los visitantes extranjeros al igual que el tamaño de las brechas. Esta situación podría estar dándose debido a las diferencias en la base vivencial de cada grupo. Los extranjeros que visitan la región tienen con que comparar lo que se les brinda en la materia de infraestructura, servicios y opciones recreativas en Centro América con lo que reciben en sus países y el resultado en las diferencias en vivencias se refleja, en las diferencias en puntaje. La comparación que hacen quizás no sea “la justa” pero esas quizás sea la realidad del mercado. Hay que recordar que las características socio-demográficas detectadas por las encuestas, apunta no al “tradicional” mochilero sino a un visitante un poco mas sofisticado. Para el visitante local, muchas veces familiarizado con solo los parques de su propio entorno, lo que reciben en los parques estudiados es ciertamente mejor que la “realidad” que usualmente se confronta en otros parques. Por lo cual el resultado no es para sorprenderse.

Alguien que lea los resultados con cuidado, podría argumentar que, los valores de la satisfacción total superan 8 de 10 máximos, lo cual sería un argumento lógico. La evidencia del estudio, por otra parte indican que no se debería confundir la tolerancia con la incapacidad para mostrar mediante el puntaje que es lo que le parece que esta deficiente en la infraestructura, servicio y opciones recreativas. Es importante entender que el visitante extranjero que sé esta recibiendo, es educado, sobre los treinta años, con buen ingreso, informado y que sabe que tiene disponible opciones y podrá aceptar las cosas que no le gustan una primera vez, pero lo hará una segunda vez. Por otra parte, en el caso de los visitantes nacionales, las características sociodemográficas identificadas por lo identifican a alguien que esta por encima de la media de cada uno de los tres países, que a pesar de ser mas tolerante, además no pide mucho. Pero podría, como efecto demostrativo de lo que podría observar, en otros lugares, si es que viaja con alguna frecuencia, fuera de su

país, lo que no sería impensable por el nivel de ingreso que parece tener.

Las facilidades para ingerir alimentos parecieran ser curiosamente importantes y esto se refleja en las puntuaciones que recibieron las cafeterías y la selección de las áreas de almuerzo (picnic) para integrar uno de los modelos. El interés por esta clase de servicios plantea, a los administradores de áreas protegidas un conflicto: el cliente parece quererlas en el parque y el parque usualmente piensa que deben ser las comunidades quienes deberían ser las encargadas de ocuparse del tema de la comida, ya que es vendiendo comida la forma más directa y común que tienen las comunidades de beneficiarse de la visitación generada por la existencia del parque.

Hay que recordar para quizás explicar esta posible contradicción que solo en La Tigra se permite acampar en los terrenos del parque. En este caso se nos manifestó por los guardaparques que quienes acampaban traían sus propias provisiones para cocinar y no usaban la cafetería del sitio y que en Poas y en Mombacho no es permitido acampar. Por otra parte, los encuestados en muchos comentarios hechos durante las encuestas en una pregunta abierta al final de la encuesta, en casi un 35% Poas, 65% en La Tigra y 73% expresaron claramente que en la mayoría de los casos, no visitaban las comunidades aledañas al parque, a la salida de este, por una combinación de tres cosas: a) la poca higiene de muchos de los lugares que venden alimentos, b) no se ofrecía nada que comprar y además, c) no tenían tiempo, ya que estaban visitando el parque solo por unas horas. Estos comentarios corresponden a visitantes extranjeros y nacionales, ya que los materiales corresponden a comentarios espontáneos y no se discriminaron por origen del visitante. No obstante ilustran claramente lo necesario que es conocer, que opinan los visitantes. Además si el propósito de la visita es, descansar, pasear con amigos y familia, no suena muy lógico, muchas veces, que la persona tenga que traer consigo, todo un cargamento de suministros para cocinar o comer, cuando viene por unas horas y esencialmente de paseo, lo que da mucha lógica a la idea, de que desee servicios y facilidades de comida dentro del propio parque y no en las comunidades aledañas, en las que

además no encuentra nada que comprar, ni le ofrece mucha garantía, la comida que le ofrecen en materia de higiene y sanidad. La preocupación por sanitarios es coherente con las características sociodemográficas y el tiempo disponible. Si el tiempo es corto, se tiene más de 30 años, con un ingreso razonable, buena educación, y además son mujeres en porcentaje creciente, el pedir "buenos sanitarios" no debe asombrar a nadie, si además en muchos de los lugares en que normalmente se para, en las carreteras de acceso a los parques las condiciones de higiene y limpieza de los sanitarios normalmente dejan mucho que desear, es lógico que deseen buenos sanitarios dentro del parque.

La información sobre el lugar que se visita es usualmente en la región, la gran ausente. La queja se refleja en los bajos puntajes que recibieron temas como mapas, publicaciones, aprender sobre el parque y la biodiversidad, exhibiciones y museos y la señalización. Los visitantes que visitan los parques, quieren informarse y que les informen y como paga, lo que paga para entrar, en especial los extranjeros, es lógico que esperen algo más que una sonrisa y un bienvenido. Muchas veces la información que se desea no existe o sea que aunque se quiera pagar por ella, no es posible conseguirla. Si el peso que tiene la información, en sus diferentes formas, es en realidad el que los resultados obtenidos muestran, observación que se deriva de los resultados incluidos, es correcto y creemos que muy importante, que estas áreas se atiendan en forma prioritaria. Es muy curioso que cuando en los parques nacionales, se habla de información y educación, siempre o casi siempre se está pensando en las comunidades vecinas al parque, pocas veces dirigida al visitante, pareciera por los resultados que informar a los visitantes al parque, puede resultar muy rentable, en términos de los niveles de satisfacción que con una buena información, se puede alcanzar en los visitantes. Hay que recordar la relación que usualmente existe entre, un nivel de satisfacción alto de estos y su interés por regresar al parque.

Al final como se manifestó antes, sería deseable tener recursos para atender todos los deseos de los visitantes, si esa fuese la condición, la información del cuadro cinco

combinada con la del análisis de varianza, mas una buena dosis de experiencia y capacidad gerencial, daría casi seguramente una asignación de recursos, probablemente más eficaz que el método histórico, que se refleja en una asignación casi igual de recursos año tras año. Pero si el dinero es escaso y se desea en realidad que la asignación de recursos en los parques de la región centroamericana respondan a las necesidades y gustos de los "clientes que visitan la región" probablemente se prudente, iniciar esfuerzos para profesionalizar la priorización de las decisiones de mantenimiento e inversión en los parques de la región, y creemos que lo discutido y presentado en este estudio, podría servir para comenzar a pensar en el tema.

Conclusiones preliminares para la asignación de recursos.

- El análisis de varianza ANOVA identifico y confirmo la existencia de diferencias significativas al 95% de probabilidad entre los dos grupos de visitantes e identifique a su vez elementos comunes los visitantes locales y extranjeros en ciertas fuentes de satisfacción, resultado que confirmado por cada uno de los seis modelos identificados, por lo cual es posible afirmar que la hipótesis que guió el trabajo fue confirmada totalmente, condiciones importante para una utilización efectiva de los recursos presupuestarios para mantenimiento e inversión del parque
- La educación y la información se encontró que eran elementos esenciales en el proceso de conformar los niveles de satisfacción de los visitantes con respecto a la infraestructura, servicios y opciones recreativas disponibles en cada uno de los parques.
- Los servicios de almuerzo representados estos por las cafeterías y zonas de almuerzo (picnic) son áreas, que al igual que la educación y la información, se puede afirmar que son fuentes comunes de satisfacción para ambos grupos de visitantes.
- La identificación de áreas de infraestructura, servicios y opciones recreativas comunes: educación, información, áreas y servicios de almuerzo y los servicios

sanitarios son áreas de focalización de esfuerzo al ser comunes a ambos grupos, y en situación de escasez de recurso deben ser prioritarias en la asignación de recursos.

- Las opciones recreativas que giraron alrededor de los “iconos” naturales, deben ser claramente identificadas y apoyadas con infraestructura, servicios y opciones recreativas, Una estrategia de apoyo en este sentido, fue evidentemente necesaria en los casos de Poas y Mombacho, cráteres volcánicos uno activo y otro inactivos, donde mucho de lo que hacen o desean hacer los visitantes se centra en ver los cráteres de los volcanes.
- Las políticas de manejo de las facilidades de comida dentro de las áreas protegidas debe ser sujeto de un cuidadoso estudio y revisión ya que los visitantes parece que tienen visiones en cuanto a dichos servicios que no es la que podría predominar en las autoridades de los parques.
- La teoría de brecha, derivada del uso de los modelos que utilizan el esquema teórico basado en la teoría de satisfacción (expectativas)-insatisfacción (desconfirmación), parece ser una fuente instrumental interesante para detectar las variables que influyen los niveles de satisfacción de los visitantes nacionales y extranjeros en las áreas protegidas de la región centroamericana, permitiendo mejorar los procesos de toma de decisiones que afectan la asignación de recursos en los parques de la región.

Bibliografía

- Absher, J.D.
1998 “Customer Service measures for national forest recreation”. *Journal of Parks and Recreation Administration*. 16(3): 31-42.
- Aguirre, Juan A.
2005 “Economics of Tourism and Recreation in National Parks in Central America”. Book in preparation Chapter 1. The Park Visitor: The New Land User. Atenas. Costa Rica: The School for Field Studies.
- Akama, J.S. and Mukethe Kiety, Damianah
2002 “Measuring tourist satisfaction with the Kenya's wildlife safari: a case study of Tsavo West National Park”. *Tourism Management*, 24: 73-81.
- Bitner, M.J., and Hubbert, A.R.
1994 “Encounter Satisfaction versus Overall Satisfaction versus Quality: The Customer's Voice”. In Rust, R.T and Oliver, R.L.(Eds.). *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. Thousand Oak, CA: Sage, 72-92.
- Burns, Robert C, Graefe, Alan R and Absher, James D.
2003 “Alternate measurement approaches to recreational customer satisfaction: satisfaction-only vrs gap scores”. *Leisure Science*. 25: 363-380.
- Chang Chia Ming, Chen Chin Tsu and Hsu Chin Hsien
2002 “A Review of Service Quality in corporate and Recreational Sport/Fitness Programs”. *United States Sports Academy Journal*. 5(3).
- Erevelles and Leavitt
1992 “A Comparison of Current Models of Consumer Satisfaction/Dissatisfaction”. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 8: 53-58.
- Graham R., P. Nilsen and Payne R. J.
1988 “Visitor management in Canadian national parks”. *Tourism Management*, 9(1): 44-61.
- Ham, Sam H y Whipple, Rob.
1998 Volcan Masaya National Park Visitor Profile, Nicaragua. Department of Resource Recreation and Tourism. College of Forestry, Wildlife and Range Science. University of Idaho. Research Report. AED
- Ham, Sam and Weiler, Betty
2000 Perfil de los Turistas en las Areas Protegidas de la Cuenca del Canal de Panama. Eoturismo en la Cuenca del Canal de Panama. Segunda Parte. *Department of Resource Recreation and Tourism. College of Forestry, Wildlife and Range Science. University of Idaho. Informe Final de Investigacion. Poyecto 222429-30*.
- Hom, Willard
2000 An Overview of Customer Satisfaction Models. *R P Proceedings. Chancellor's*

- Office*. California Community College. Pages 99-110.
- Howat, G., Absher, J.D., Crilley, G., and Milene, I.
- 1996 "Measuring Customer Quality in sports and leisure centers". *Managing Leisure*, 1: 77-89.
- Johnson Andrew K. and Dawson Chad P.
- 2004 "An Exploratory Study of the Complexities of Coping Behavior in Adirondack Wilderness". *Journal of Environmental Systems*. 26(3): 281-293.
- Kozak, M.
- 2001 "Comparative assessment of tourist satisfaction with destinations across two nationalities". *Tourism Management*. 22(4): 391-401.
- Latu, Tavite M and Everett, Andre M.
- 2000 Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches. *Science and Research Internal Report No 183*. Department of Conservation. Wellington N.Z.
- Leminen, Seppo
- 2001 "Gaps in buyer seller-relationships". *Management Decisions*. 39(3): 180.
- Mackoy, R.D and Spreng, R.A.
- s/f "The Dimensionality of Costumer Satisfaction and Dissatisfaction; An Empirical Examination". *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 9: 104-104.
- National Park Services
- 1998 *National Park System. Visitor Survey Card Report*. United States Department of the Interior. Report Prepare by the University of Idaho Cooperative Park Studies Unit for the National Park Services. Washington, D.C.
- 1999 *National Park System. Visitor Survey Card Report*. United States Department of the Interior. Report Prepare by the University of Idaho Cooperative Park Studies Unit for the National Park Services. Washington, D.C.
- 2000 *National Park System. Visitor Survey Card Report*. United States Department of the Interior. Report Prepare by the University of Idaho Cooperative Park Studies Unit for the National Park Services. Washington, D.C.
- 2001 *Visitor Survey Card: VSC Workbook. Survey Instructions and Guidelines and Survey Analysis and Reporting Guidelines*. United States Department of the Interior. Report Prepare by the University of Idaho Cooperative Park Studies Unit for the National Park Services. Washington, D.C.
- 2001 *National Park System. Visitor Survey Card Report*. United States Department of the Interior. Report Prepare by the University of Idaho Cooperative Park Studies Unit for the National Park Services. Washington, D.C.
- 2002 *National Park System. Visitor Survey Card Report*. United States Department of the Interior. Report Prepare by the University of Idaho Cooperative Park Studies Unit for the National Park Services. Washington, D.C.
- 2003 *National Park System. Visitor Survey Card Report*. United States Department of the Interior. Report Prepare by the University of Idaho Cooperative Park Studies Unit for the National Park Services. Washington, D.C.
- 2004 *National Park System. Visitor Survey Card Report*. United States Department of the Interior. Report Prepare by the University of Idaho Cooperative Park Studies Unit for the National Park Services. Washington, D.C.
- National Quality Research Center
- 2004 *American Consumer Satisfaction Index* University of Michigan Business School. Cloes Fornell International Group and Federal Consulting Group. Natural Resource Conservation Service. Environmental Quality Incentives Program. Customer Satisfaction Study. Final Report. Michigan.
- Noe Francis P., McDonald Cary D., and Hammitt William E.
- 1987 "Exchange Satisfaction for Fees: Willingness to Pay for a Park Environment". *Journal of Environmental Systems*. 16.
- Oliver, R.L.
- 1994 "Conceptual Issues in the Structural Analysis of Consumption Emotion. Satisfaction, and Quality: Evidence in a Service Setting". In Allen, C.T and John, D.R. (Eds). *Advances in Consumer Ressearch, Vol. 21*. Association for Consumer Research. Provo. UT, 16-22.
- Oliver, R.
- 1997 *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Boston: McGraw-Hill, 1997.

- 1999 "Value as Excellence in the Consumption Experience". In M. Holbrook (Ed.), *Consumer Value: A framework for Analysis and Research*. 43-62, New York: Routledge, 1999.
- Parasuraman, A., Zeithami, V.A., and Berry, L.L.
- 1985 "A Conceptual Model of service quality and its implications for future research". *Journal of Marketing*, 49(Fall): 41-50.
- 1988 "SERVQUAL: A multiple items scale for measuring consumer perception of service quality". *Journal of Retailing*. 64(1): 12-37.
- Parks Canada
- 2003 State of Protected Heritage Areas. *Annual Report*. (e.g., www.iccsisac.org/eng/cf-02.htm)
- Reichel A, Lowengart Oded and Milman Ady
- 2000 "*Rural tourism in Israel: service quality and orientation*". *Tourism Management*, 21(5): 451-459.
- Reynolds, P.C., and Braithwaite, Dick,
- 2002 "Toward a conceptual framework for wildlife tourism". *Tourism Management*, 22: 31-42.
- Shazo, I.R. y Monestel Vega, Luis
- 1999 *Costa Rica. Caracterización de los Visitantes y sus Opiniones para las Principales Areas Protegidas Publicas y Privadas*. Development Discussion Papers No 689. Central American Project Series. Harvard Institute for International Development. Harvard University.
- Swan, J.E., Martin, W.S., and Trawick Jr, Frederick
- 2003 Compensatory Birding: An Ethnography of Avoiding Dissapointment and Producing Satisfaction in Birding. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*. Provo. 16: 157-166.
- Tian-Cole, Shu; Crompton, J.L., and Willson, Victor. L.
- 2002 "An Empirical Investigation of the Relationships Between Service Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions Among Visitors to a Wildlife Refugees". *Journal of Leisure Reearch*. 34(1): 1-24.
- Thomas Stacy R, Scott David, and Crompton. John L.
- 2002 "An investigation of the relationships between quality of service performance, benefits sought, satisfaction and future intention to visit among visitors to a zoo". *Managing Leisure*. 4: 239-250.
- Yu, Larry and Goulden, Monthuya
- 2005 "A comparative analysis on international tourist's satisfaction in Mongolia". *Tourism Management*. Article in Press. Accepted for Publication. 16 June 2005. Available oline at www.sciencedirect.com
- United Nations Environmental Program
- 2005 "World Data base of Protected Areas". *Current Site Summary. Central America*. www.sea.unep-wcmc.org/wdbpa/statistics/region2.cfm?a Region contains: Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panama. 11/25/2005.
- Webb, Dave and Hassall, Kate
- 2002 "Measuring visitor satisfaction in Western Australia's conservation state". *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*. Provo. 15: 81.
- World Wildlife Fund For Nature
- 2004 How effective are Protected Areas. A Preliminary Analysis of the Forested Protected Areas. The Largest Ever Global Assesment of Protected Areas Management Effectiveness. Forest Protected Areas Initiative. WWF Gland Switzerland.
- Woodruff, R.B., and Gardial, S.F.
- 1996 "Know Your Customer: New Approaches to Understanding Customer Value Satisfaction". Cambridge, Massachusetts: Blackwell

NOTA

¹ Una versión preliminar de este texto fue presentada en el Segundo Congreso Centroamericano de Áreas Protegidas. Simposio VII. Turismo en Áreas Protegidas. Ciudad de Panamá, Abril 24 al 28, 2006. Asimismo, deseo realizar un reconocimiento especial a: Ing Juan Dobles, Administrador del Parque Nacional Volcán Poas, Costa Rica, Ing Enoc Hernández Administrador de; Parque Nacional Reserva Natural Volcán Mombacho, Nicaragua y Lic Manuel López Luna, Administrador del Parque Nacional La Tigra, Honduras por su apoyo, con-

sejos y su experiencia sobre el tema, aportes sin los cuales este trabajo no hubiera sido posible.

Recibido: 23 de abril de 2006
Revisado: 30 de marzo de 2007
Aceptado: 30 de mayo de 2007
Sometido a evaluación por pares anónimos