



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA
SEDE DEL CARIBE

DESAFÍOS DEL TURISMO EN EL CARIBE DE COSTA RICA



Calle del pueblo de Tortuguero / Tortuguero town

El Gran Caribe ESPACIO GEOTURÍSTICO

Incluye el **Caribe Insular** y los **países continentales** de la Cuenca: Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Guatemala y Belice; el llamado **Caribe Mexicano** y las **costas caribeñas** de Colombia, Venezuela y Surinam.



CARIBE INSULAR

El 13,9% PIB. Ingresos directos de 24 mil millones de dólares y una contribución total de alrededor de 65 mil millones de dólares. Genera el 18,2% del total de exportaciones de la región. Contribuye al 12,1 % del empleo con cerca de 2 millones de puestos de trabajo.

CARIBE MEXICANO

Ingresos fiscales de Quintana Roo, el 90% depende del turismo y genera más de 400 mil empleos

EN ESTE ESPACIO GEOTURÍSTICO COMPITEN:

- **Los mismos productos y modalidades**
- **Las mismas cadenas hoteleras**
- **Los mismos TT.OO.**
- **Las mismas líneas aéreas**

PAISES CONTINENTALES

Una de las principales fuentes de ingreso

EL TURISMO, CLAVE PARA EL DESARROLLO, LA PROSPERIDAD Y EL BIENESTAR

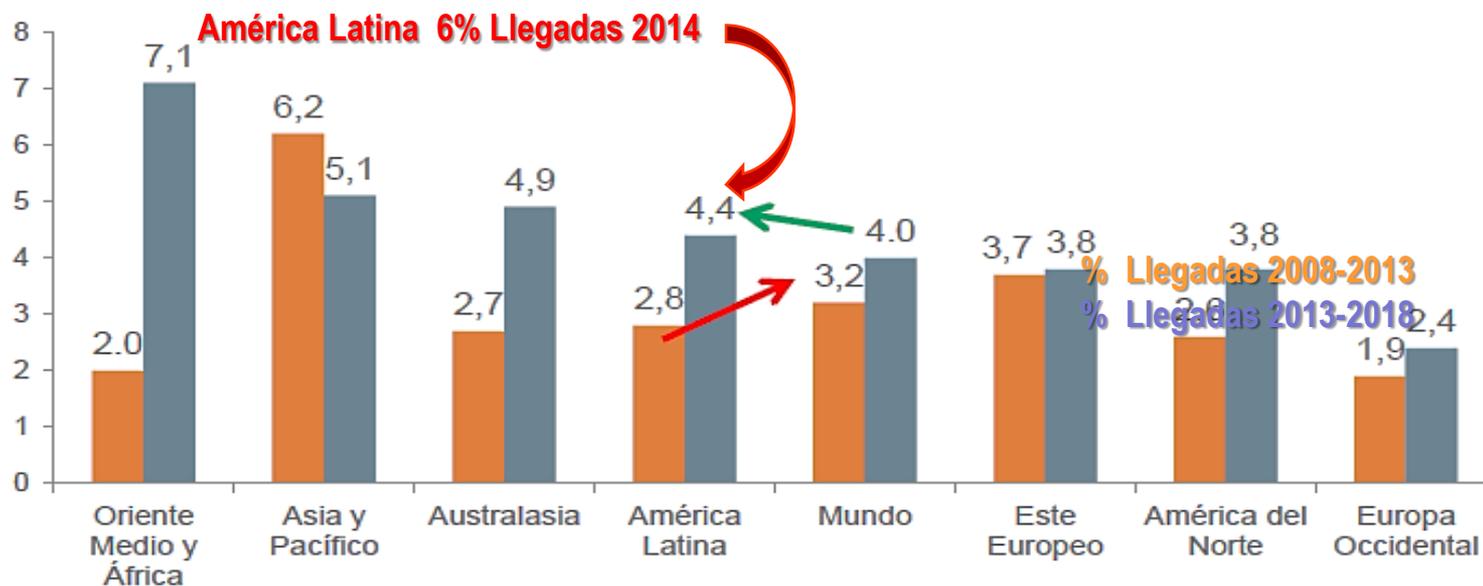


LA IMPORTANCIA DEL TURISMO

- ✓ De 25 millones de turistas internacionales en 1950 a 1 133 millones en 2014.
- ✓ De 5 a 6 mil millones de turistas internos.
- ✓ 1 800 millones de turistas internacionales previstos para 2030.

EL TURISMO RECEPTIVO DE AMÉRICA LATINA DA UN SALTO IMPORTANTE

% TCA (tasa de crecimiento anual)

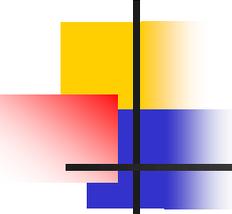


América del Norte con un crecimiento del 9%, lideró la región.

América Central (+6%) registró un sólido crecimiento en 2014. Guatemala y Belice (ambas +9%) fueron los países de mayor crecimiento relativo, seguidos de Nicaragua (+8%), Panamá, El Salvador (ambos +5%) y **Costa Rica (+4%)**.

Caribe la llegada de turistas aumentó un 6%.

América del Sur la llegada de turistas aumentó un 5%



EL SIGLO XXI ESTARÁ MARCADO POR TRES TENDENCIAS GLOBALES

1. **Globalización de las economías.** Por la complejidad resultante del énfasis que las empresas multinacionales ponen en los nuevos mercados.

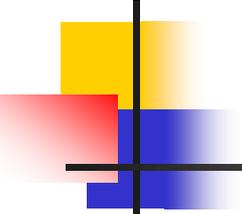


2. **Masificación de la información.** La sociedad humana está duplicando su conocimiento cada seis años con niveles de organización, soporte y transmisión, sin precedentes, lo que ha dado lugar a una nueva organización del trabajo en torno a la información.



3. **Conservación del ambiente.** La falta de sostenibilidad de los modelos de desarrollo han pasado de ser asuntos aislados de algunos sectores de ciertos países, a una corriente universal que orienta los comportamientos políticos, sociales y económicos.





FACTORES QUE DETERMINARÁN LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO

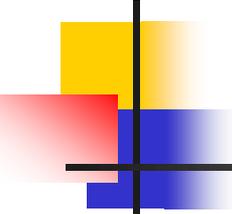
Evolución de la economía mundial.- Limitaciones al crédito, crisis del empleo, «déficits» públicos y presión fiscal.

Evolución geopolítica.- Impacto coyuntural en los flujos turísticos internacionales sensibles a situaciones de inestabilidad.

Adecuada gestión de las situaciones de crisis.- El turismo debe formar parte de los planes nacionales de emergencia y crisis. La gestión de crisis debe incluirse en los programas de capacitación en turismo.

Cambios demográficos y formas de consumo.- Envejecimiento de la población mundial (las personas mayores de 60 años superarán los 1 000 millones en 2022).

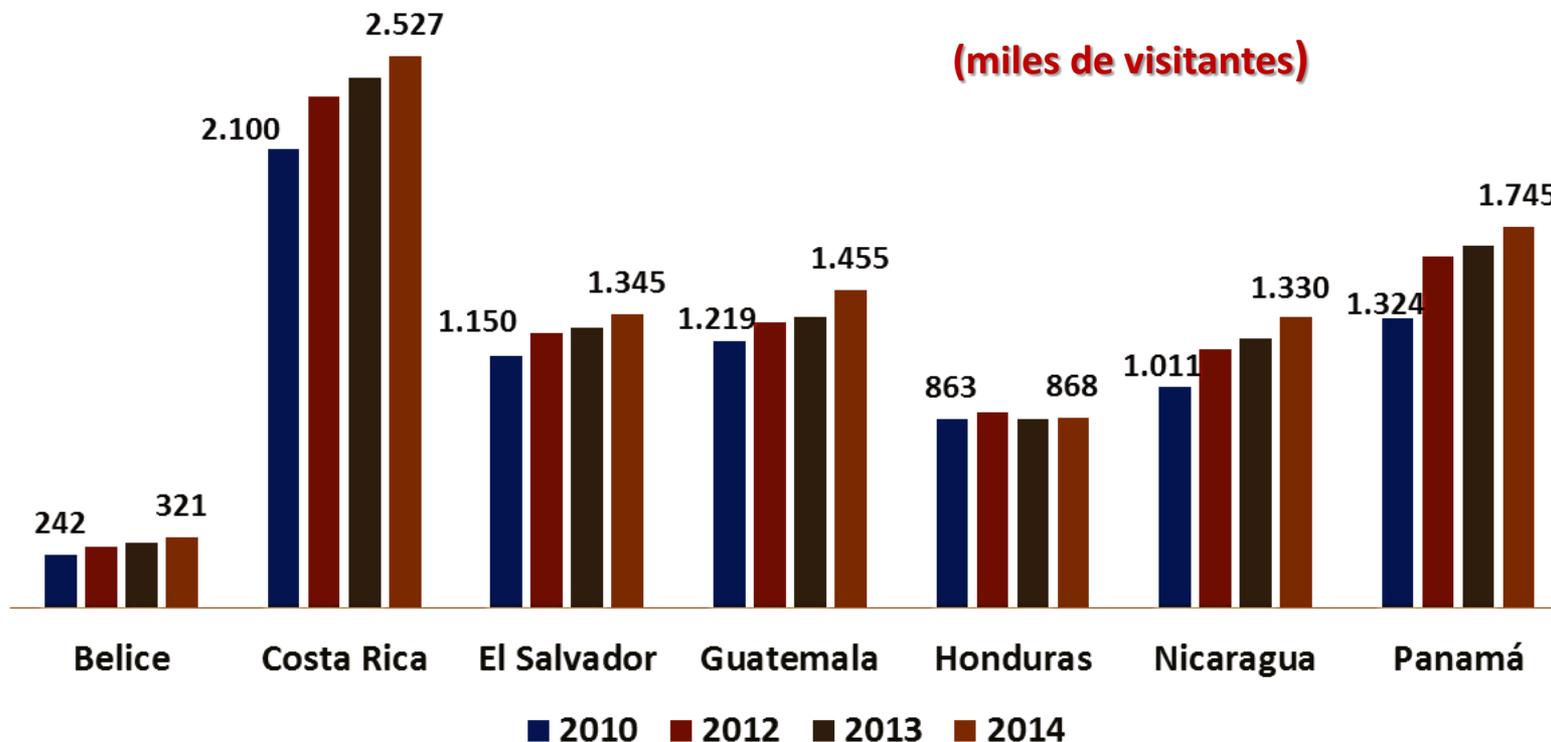
Tecnología.- Internet ha traído importantes cambios en los mecanismos de divulgación y distribución de los productos turísticos y el control de los mercados ha pasado a mano de los consumidores.



REFLEXIONES SOBRE EL TURISMO EN COSTA RICA

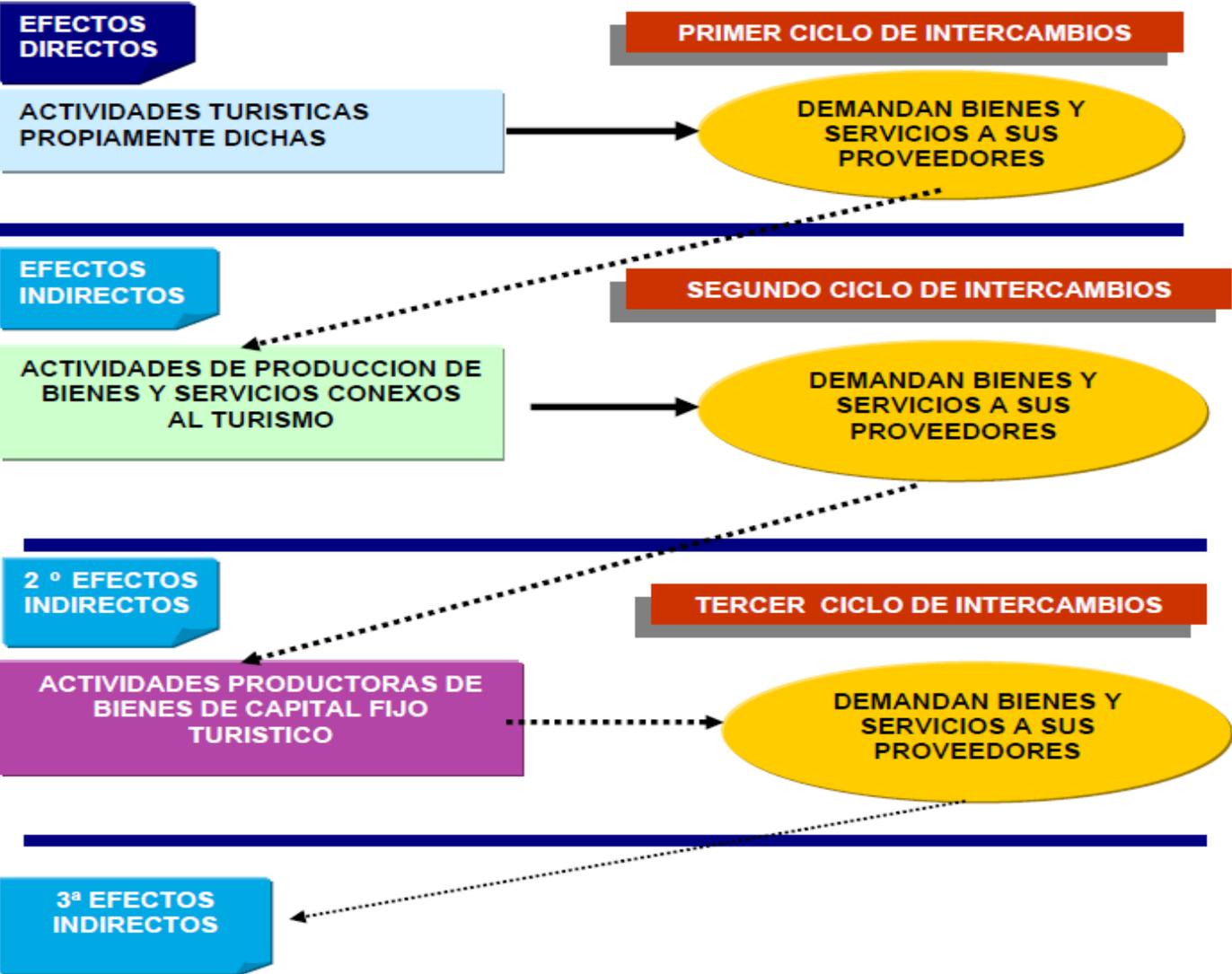
1. Se mantiene como uno de los principales referentes en el tema turístico a nivel latinoamericano.
2. Su riqueza en recursos naturales, lo ubican en la **quinta posición a nivel global!!**
3. Según el Foro Económico Mundial del 6 de mayo de 2015, la **competitividad turística** en América Latina y el Caribe, la encabeza Brasil en la posición 28, seguido de México (30), Panamá (34), Costa Rica (42), Barbados (46) y Chile (51).
4. El país debe mejorar: su **infraestructura** terrestre y portuaria, precios competitivos, salud e higiene y la disponibilidad de las tecnologías de la información y la comunicación.
5. Es uno de los países con un mejor estructurado **sistema de turismo**.

LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES A CENTROAMÉRICA 2010-2014

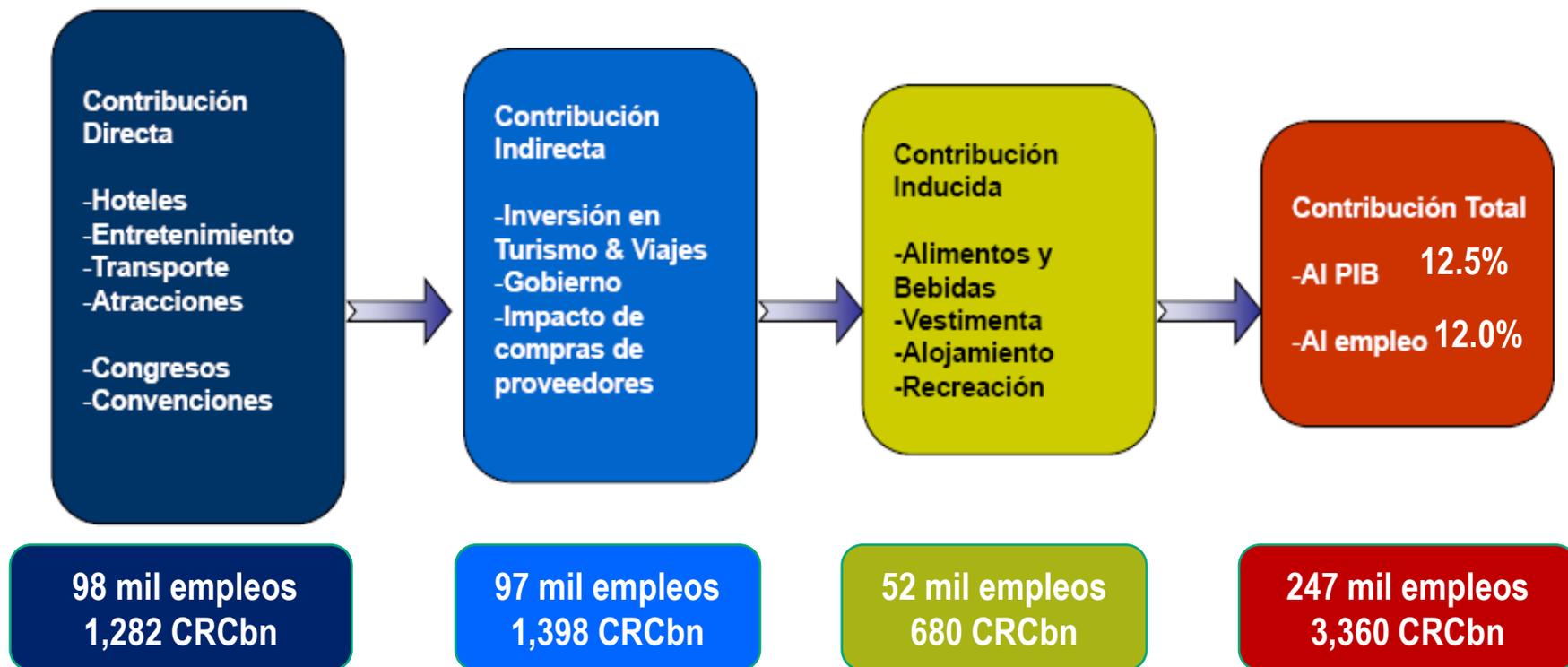


Fuente: A partir de cifras del Panorama OMT del turismo internacional, edición 2015 y del ICT

CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO

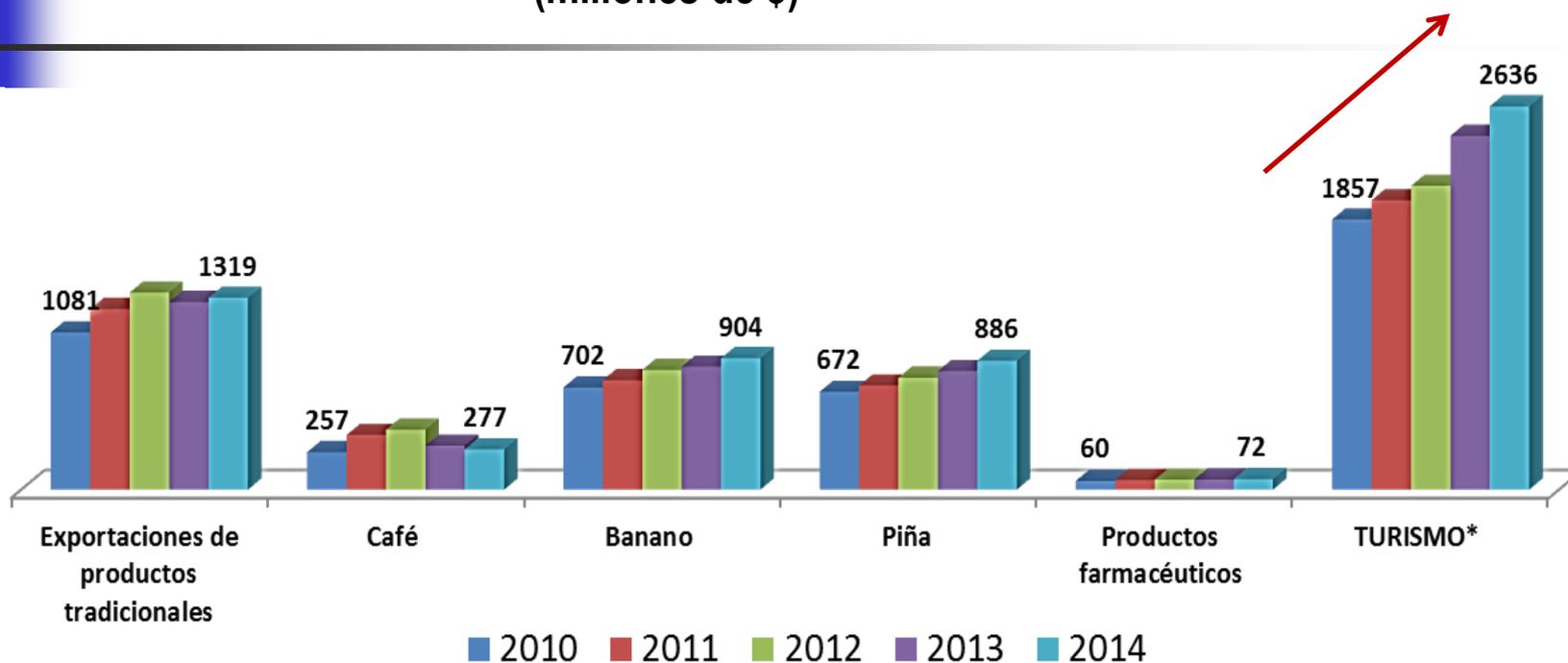


CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA* DEL TURISMO EN COSTA RICA 2014 (CRCbn)



*Elaboración a partir de Methodological Framework (TSA: RMF 2008)

PRINCIPALES FUENTES DE INGRESO DE DIVISAS PARA COSTA RICA 2010 -2014 (millones de \$)



***/ No se incluye el gasto de los cruceristas**

Fuente: BCCR, Departamento de Estadística Macroeconómica
Instituto Costarricense de Turismo, Anuario Estadístico de Turismo 2014.

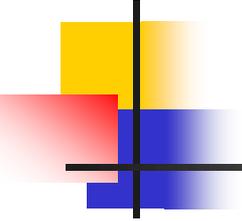
CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO A LA INVERSIÓN DE CAPITAL EN 2014

Países seleccionados

País	Contribución a la inversión de capital		Contribución al total de las exportaciones	
	Ranking	% de participación	País /Ranking	% de participación
Cuba	28	15.5	Cuba (65)	15.9
Chile	44	10.0	Costa Rica (69)	15.4
Guatemala	59	8.2	Guatemala(78)	12.0
Argentina	70	7.0	Perú(86)	8.9
Brasil	74	6.8	Américas	7.0
Venezuela	57	5.7	Mundo	5.7
Perú	86	4.9	Ecuador(122)	5.1
Américas	-	4.5	Argentina(106)	6.7
Mundo	-	4.3	México(136)	3.9
Ecuador	124	3.6	Chile(141)	3.5
Costa Rica	125	3.6	Brasil(155)	2.7

Fuentes : Cifras de World Travel & Tourism Council (WTTC) 2015

Ranking global 185 países contribución al PIB , % de participación: Costa Rica (62), México (38)



COSTA RICA PIONERO EN EL DESAFÍO DE HOY: SER LÍDER

1. El sector ha innovado poco, son **los mismos productos** de 10 a 15 años, que se han vuelto menos interesantes y fáciles de copiar.
2. Si bien la **llegada de turistas** ha mantenido un crecimiento casi continuo, la relación gasto/costo se mantuvo estable por más de una década.
3. La estrategia basada en **costos hoy** no es viable.

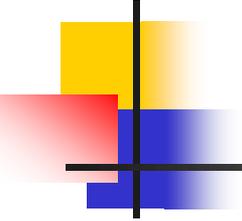
DESAFÍOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CARIBE DE COSTA RICA



DESAFÍOS

1. El desarrollo de infraestructuras
2. La interconectividad aérea
3. La gobernanza y coordinación entre los gobiernos nacional, provincial y locales.
4. El asociacionismo público - privado
5. El planeamiento y el desarrollo del producto
6. La atracción de inversiones
7. La seguridad real y percibida
8. La facilitación de viajes (documentos, visados, etc.)
9. La calidad y competitividad, incluidos los precios.
10. La promoción y el marketing incluida la imagen de marca.

Por donde comenzar?

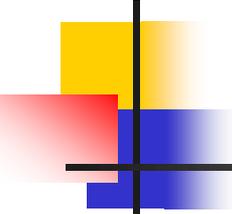


PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2015 - 2018

Es la hoja de ruta que marcará la visión que define metas, objetivos, indicadores, responsables y recursos.

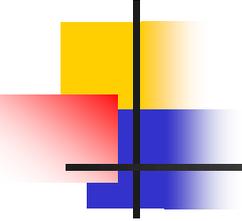
El turismo debe ocupar un espacio relevante dentro de las políticas que procuran el desarrollo del país.

Las estrategias del ICT y las propuestas planteadas en el Congreso Nacional de Turismo son claves dentro de la política de desarrollo que implementará durante su gestión, **ha señalado el Presidente Luis Guillermo Solís Rivera.**



EJES PRIORITARIOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE: LA VISIÓN DEL TURISMO 2015 – 2018

- 1. Diferenciación auténtica:** Fortalecer la calidad, autenticidad y **frecuencia de innovación en el producto turístico nacional.**
- 2. Encadenamientos productos:** Aumentar la cadena productiva hacia una industria complementaria, que combine sectores tradicionales con nuevas actividades, consolidando la estrategia y gestión de las pymes del sector, para garantizar la calidad de los servicios.
- 3. Posicionamiento internacional:** Buscar la diferenciación y el posicionamiento de Costa Rica en el concierto internacional, aprovechando la Marca País.
- 4. Prioridad política:** CANATUR debe tener representatividad, poder de convocatoria y legitimidad como **interlocutora de la institucionalidad privada del sector**, al tiempo que se promueva levantar el turismo como un sector prioritario en la gestión del Estado, incluyendo un ministerio fuerte, con visión consistente en el tiempo.
- 5. Excelencia ambiental:** Mejorar el desempeño ambiental, para que la realidad práctica en temas como biodiversidad, conservación de especies, manejo del agua y cuencas, manejo de desechos, estén apegados a la imagen ambiental del país, así mismo crear mecanismos e indicadores para que dicho desempeño **sea percibido por los turistas.**
- 6. Talento humano:** Fortalecer la capacitación técnica especializada, la formación profesional y las instituciones educativas públicas y privadas del sector turístico.



RESPONSABILIDAD Y PERTENENCIA

Un mal ejemplo publicado en las redes sociales

"La costa caribeña costarricense tiene una extensión de 212 kilómetros y es una costa con una línea casi recta en toda su extensión. Desde Puerto Limón hacia el norte hasta la frontera con Nicaragua en el río San Juan, **no hay ninguna playa que se pueda recomendar debido a las mareas y corrientes del Mar Caribe.**"

En las redes sociales los planteamientos negativos se propagan exponencialmente; los buenos, se propagan aritméticamente.

Se puede afirmar 



OTRA VISIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CARIBE COSTARRICENSE

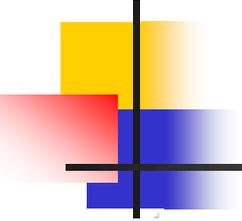
- * Desde Cahuita hasta Manzanillo existen playas muy interesantes de arena blanca y volcánica, protegidas muchas por arrecifes coralinos.
- * Hay hoteles pequeños de muy buen gusto, y una magia y ambiente caribeño muy **autéctono y diferente a la costa del Pacífico**, debido a la influencia afro caribeña.
- * Hay playas solitarias de mar azul con cocoteros, un exuberante bosque tropical y una atractiva cocina caribeña a base de pescado, camarones, langosta, coco y otros. Estos lugares no están desarrollados a semejanza de otros destinos de playa en el Caribe donde predominan grandes hoteles y poca biodiversidad.
- * El Caribe costarricense es interesante, por ofrecer **un ambiente todavía natural y propio del Caribe**. Las playas son hermosas y poco frecuentadas, los pueblos como Cahuita y Puerto Viejo tienen restaurantes pequeños pero exóticos y lugares amenos de baile reggae, calipso y música tradicional.



IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE

Nuestros planes se malogran por falta de objetivos bien definidos.

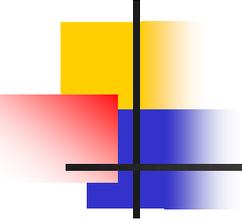
- ***La planificación para el desarrollo debe ser un proceso gubernamental integrador, explícito, organizado y participativo para determinar los cursos de acción que un territorio debe emprender para el logro de objetivos a mediano y largo plazo.***
- ***Un proceso de planificación debería incluir, por ejemplo, capacidad de coordinación entre niveles territoriales de gobierno, sectores productivos y actores públicos y privados, además de un esfuerzo permanente de evaluación, monitoreo y retroalimentación de los resultados de la política pública.***



APOSTAR AL CONOCIMIENTO O AVANZAR A TIENTAS

No se puede hacer diagnósticos precisos, ni diseñar medidas de futuro más eficaces para abordar el nuevo escenario turístico,

- 1. Sin estandarizar, mejorar y ampliar los indicadores que miden la evolución del sector.**
- 2. Sin conocer los perfiles y pautas del comportamiento de los turistas.**
- 3. Sin analizar las políticas de accesibilidad más adecuadas.**
- 4. Sin redefinir los productos y posicionamientos más competitivos y de mayor valor añadido por los que apostar.**
- 5. Sin conocer los modelos más idóneos económicamente en los que insertarse.**



DESARROLLO CONSCIENTE?

El mayor reto que enfrenta la humanidad en nuestros días es:

Transformar el modelo de desarrollo, generado desde la Revolución Industrial, mediante una reorientación que reconozca y valore las **bases naturales de sustentación del progreso** y el bienestar y que sea capaz, al mismo tiempo, de incorporar los beneficios del desarrollo a los miles de **millones de habitantes que viven aún en la pobreza.**



ASAMBLEA GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Aprobados en el periodo de sesiones de la Asamblea General de las Naciones Unidas
del 25 de septiembre de 2015

- **El objetivo 8**, «De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a **promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales**».
- **El objetivo 12**, «**Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible**, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales».
- **El objetivo 14**, «De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del **uso sostenible de los recursos marinos**, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo».

TURISMO CONSCIENTE

CONCEPTO SUPERIOR

Definición

Es una doctrina filosófica del quehacer turístico que enmarca los procesos sociales así como la cimentación de las identidades sociales y comunitarias.

Características conceptuales

Promueve los principios de la Declaración Universal de DDHH:

- Igualdad en derechos y obligaciones.
- Libertad responsable: pensamiento, opinión, conciencia y asociación.
- Justicia.
- Movilidad.
- Calidad de vida.
- Educación.
- Cultura.
- Concienciación de valores locales.

=

**TURISMO
CONSCIENTE**

≠

Conceptos existentes

- **Turismo sostenible**
Ecoturismo
- Turismo Comunitario
- Turismo Cultural
- Turismo religioso
- Turismo responsable
- Turismo justo

Gestión

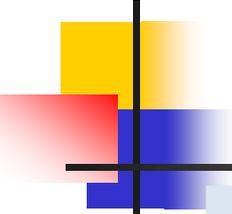
Oferta

Demanda

MOTIVACIONES DE LOS TURISTAS QUE VISITARON COSTA RICA EN 2014

Actividades principales (%) [Respuesta Múltiple]	Total	EE.UU	Canadá	Centro América	Resto Latinoamérica	Caribe	Europa
Sol y playa	66,5	67,8	80,7	16,1	56,3	22,5	84,4
Observación de la flora y la fauna	53,1	48,9	60,7	17,9	49,7	30,0	76,1
Compras (artesanías, licores, café...)	41,9	40,5	49,9	32,1	48,6	40,0	42,8
Visita a los volcanes	41,2	37,4	47,7	15,4	36,6	20,0	62,0
Caminatas por senderos	38,6	41,9	45,6	3,3	18,6	5,0	55,1

Fuente: Estadísticas del Instituto Costarricense de Turismo



El perfil del turista contemporáneo

- ❖ Avances sociales (pensiones, créditos para viajes, etc.)
- ❖ Mejora en la conectividad (se acercan más los destinos)
- ❖ Mejor comunicado: internet, redes sociales

- ❖ Mejor informado
- ❖ Innovación de productos
- ❖ Búsqueda de experiencias
- ❖ Más exigente

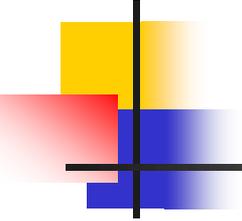
Economía de servicios



Economía de experiencias

- ❖ Poder del consumidor frente al prestador de servicios.
- ❖ Lo considera seguro
- ❖ No se cuestiona

- ❖ Búsqueda de autenticidad (Cultura, artesanía)
- ❖ Mayor conciencia (protección al medio ambiente)
- ❖ Voluntarismo (Solidaridad)
- ❖ Participación con la comunidad



EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

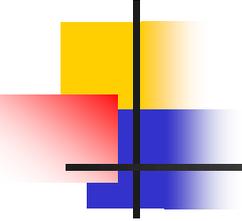
Recursos (naturales, históricos, culturales y de ocio)
+ Servicios + Equipamientos + Infraestructuras

=

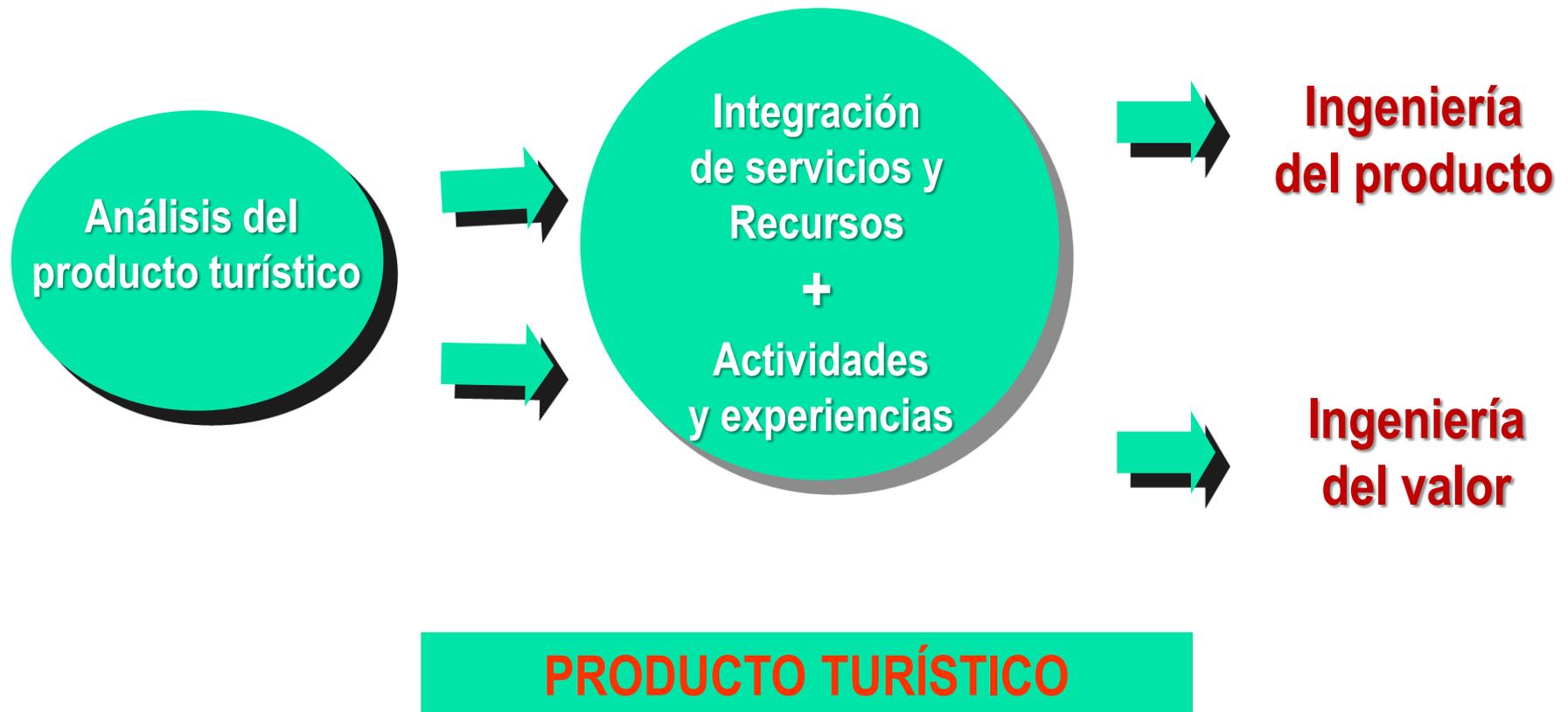
Productos turísticos + Precio + Distribución +
Comunicación

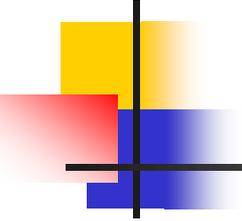


OFERTA TURÍSTICA



IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA INTEGRAR COMPONENTES DISPERSOS





INGENIERÍA DE VALOR

Satisfacer al cliente

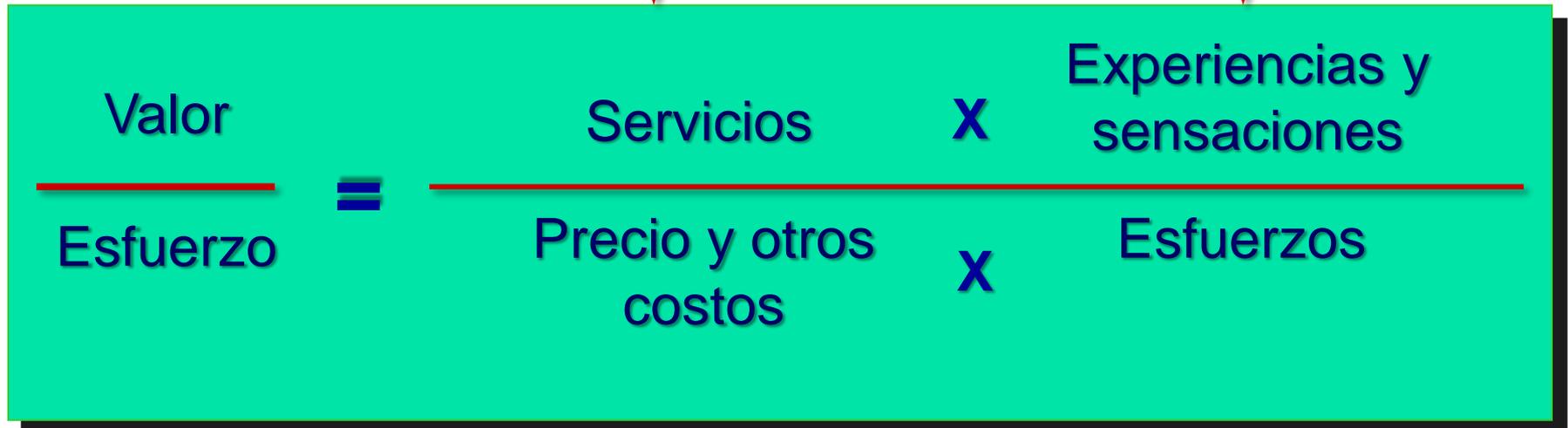
$$\frac{\text{VALOR}}{\text{ESFUERZO}} = \frac{\text{Lo que entregamos}}{\text{Lo que dan}} \geq 1$$

INGENIERÍA DE VALOR

Valor por esfuerzo

- Cantidad de servicios
- Calidad del servicio

- Ambiente/Atmósfera
- Vivencias/Relaciones



- Importe
- Costo de acceso

- Incomodidades
- Inseguridades

INGENIERÍA DE VALOR

¿Cómo nos evalúa el cliente?

Inteligencia
lógica/racional

Lo tangible

Inteligencia
emocional

Lo intangible

Valor

Servicios

X

Experiencias y
sensaciones

Esfuerzo

Precio y otros
costos

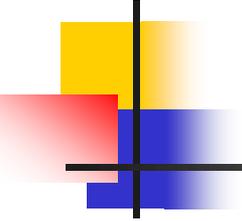
X

Esfuerzos

INGENIERÍA DE VALOR

Formas de gestionar el valor





IMPORTANCIA DEL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

COMPETITIVIDAD



Gestión de los intangibles

Ingeniería de
Valor

**MANEJO DE EMOCIONES
Y SENSACIONES**

Vías para el Desarrollo de Territorios Turísticos Emergentes

MARCO DE TRABAJO

*SOSTENIBILIDAD:

Económica,
Social: cohesión social,
Cultural, Mediambiental

MISIÓN ESTRATÉGICA

Proponer un desarrollo sostenible del sector turístico en el Caribe de Costa Rica

METAS Y OBJETIVOS

Priorizar las inversiones en la mejora del entorno

Fomentar los recursos patrimoniales

Posicionar a el Caribe como destino de Turismo Consciente

Desarrollar un tejido empresarial y una gestión sostenible de los servicios turísticos y culturales

PROGRAMA 1

Actuaciones en Infraestructura básica

PROGRAMA 2

Adecuación de los Recursos Patrimoniales

PROGRAMA 3

Imagen y Comunicación

PROGRAMA 4

Gestión económica y Promoción

Etapa Analítica – **Etapa Estratégica** – Etapa Operativa – Conclusiones