

Capítulo 1



Desarrollo del Turismo

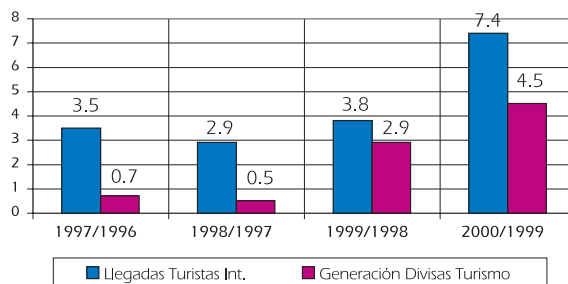
1.1 El turismo en el plano mundial

El turismo en ámbito mundial es una actividad que ha demostrado ser una de las más estables en términos de crecimiento y generación de divisas. Entre 1980 y 1999 la llegada de turistas internacionales en el plano mundial creció a un ritmo anual del 4.6%, mientras que los ingresos generados tuvieron un crecimiento anual compuesto de 9.1%, indicadores ambos que mostraron una estabilidad prácticamente continua, solamente afectada en dos ocasiones en la década pasada: en 1991 como resultado de la Guerra del Golfo y en 1993 como resultado de la recesión que afectó a gran parte de los países industrializados.⁴

El movimiento turístico mostró claramente un extraordinario dinamismo como fenómeno social y económico del siglo anterior y se vislumbra que indudablemente mantendrá esta posición para este siglo que empieza. Las estadísticas muestran cómo año con año más personas en el mundo forman parte de la actividad del turismo que se distingue como uno de los sectores de más rápido crecimiento de la economía mundial.

Gráfico N°1

Crecimiento porcentual en la llegada de turistas y en las divisas generadas

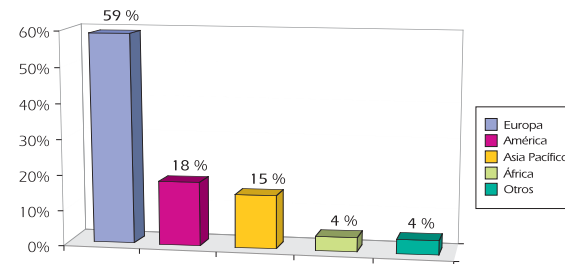


Según datos preliminares de la OMT para 2000, el número de arribo de turistas internacionales es de 667.7 millones, con un incremento del 7.4% respecto a 1999. Por su parte la generación de divisas logró un incremento del 4.5% respecto a 1999, alcanzando los US\$475.8 billones, para un promedio per cápita de US\$680.88, ligeramente inferior a los años 1998 y 1999 en que se ubicó en US\$692 y US\$700.1 respectivamente.

Las cuotas de mercado se presentan a continuación.

Gráfico N° 2.

Porcentajes de llegadas de turistas internacionales por región



En el entorno centroamericano incluyendo Belice y Panamá, los indicadores de la actividad turística muestran un crecimiento sostenido con promedios por encima de la media mundial; en este ámbito, Costa Rica se consolida como principal líder receptor de visitantes extranjeros, alcanzando en 2001 la cifra de 1,131,598 e ingresos de 1,277.6 millones de dólares.

4 CLADS-INCAE Destination: Central America, A conceptual Framework for Regional Tourism Development, Noviembre 1998.

Cuadro N°1 Llegadas de turistas internacionales por región

| Región | 2000 | 2010 | 2020 | Cuota % Mercado 2010 | Tasa promedio 2010 |
|-----------------|--------------|---------------|---------------|-------------------------|-----------------------|
| Africa | 27.4 | 47.0 | 77.3 | 4.7 | 5.6 |
| Américas | 130.2 | 190.4 | 282.3 | 18.9 | 3.9 |
| Asia Pacífico | 92.9 | 195.2 | 397.2 | 19.4 | 7.7 |
| Europa | 393.4 | 527.3 | 717.0 | 52.4 | 3.0 |
| Oriente | 18.3 | 35.9 | 68.5 | 3.6 | 7.0 |
| Asia Meridional | 5.5 | 10.6 | 18.8 | 1.1 | 6.7 |
| Total | 667.7 | 1006.4 | 1561.1 | 100 | 4.2 |

Fuente OMT

Cuadro N°2 Llegadas de turistas internacionales a la región de América (en millones).

| Región | 2000 | 2010 | 2020 | Cuota % Mercado 2010 | Tasa promedio 2010 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------------------|-----------------------|
| Norte | 92.7 | 131.9 | 192.0 | 69.3 | 3.6 |
| Caribe | 17.5 | 26.6 | 40.0 | 14.0 | 4.3 |
| Central | 3.2 | 5.0 | 7.5 | 2.6 | 4.5 |
| Sur | 16.9 | 26.9 | 42.8 | 14.1 | 4.8 |
| Total | 130.2 | 190.4 | 282.3 | 100 | 3.9 |

Fuente OMT

1.2 Proyecciones a futuro

Las proyecciones realizadas para el mundo entero por OMT⁵ se presentan a continuación.

1.2.1 Condiciones cambiantes del entorno

El entorno social y económico del mundo está cambiando drásticamente a partir de los graves hechos acontecidos en los Estados Unidos con los ataques terroristas. Si bien es cierto todavía es muy pronto para aventurar un vaticinio certero sobre el futuro, la experiencia del desarrollo turístico ha mostrado la rigidez de la demanda, su resistencia a las crisis y una gran capacidad para superar situaciones adversas de inestabilidad política, económica o debida a catástrofes naturales.

Luego de los atentados del 11 de setiembre la OMT⁶ describió los posibles escenarios de la siguiente manera: "No se espera que la demanda turística mundial se contraiga de forma severa. Desde la óptica turística uno de los escenarios posibles sería una redistribución de la demanda total

a favor del turismo regional e interno, sin cambios sustanciales en las motivaciones de los viajes, acompañada con posibles modificaciones del gasto total y de la estancia media. El sector de transporte aéreo se podría ver más afectado que los demás modos de transporte. Podrían ser mayores los impactos sobre los viajes a larga distancia que los vuelos internos o de corto alcance."

Ciertamente el turismo demostró ser un sector económico resistente y estable porque a pesar de la situación, en el 2001 hubo 693 millones de llegadas de turistas, lo cual representó un retroceso del -0.6% ó 4 millones menos con respecto a los 697 millones del 2000; aun cuando representó una grave crisis porque fue la primera vez desde 1982 que experimentó una caída, su retroceso fue menos doloroso de lo esperado inicialmente⁷.

Aun cuando la situación en el 2002 no es completamente favorable, se está empezando a evidenciar alguna recuperación: el miedo se está disipando gradualmente y los negocios vuelven de forma gradual a la normalidad, sobre todo en lo que se

5 OMT Turismo: Panorama 2020.

6 OMT, "Impactos de los atentados en los Estados Unidos sobre el turismo internacional: Un primer análisis" 2001 www.world-tourism.org

7 OMT, "El turismo demuestra ser un sector económico resistente y estable" 2002, www.world-tourism.org



Osa.



refiere a viajes intrarregionales. La OMT presume que durante el 2002 podría manifestarse una demanda reprimida de viajes que han ido posponiéndose ⁸.

Aunque es claro que la situación vivida impactó y seguirá impactando negativamente la industria turística nacional, cabría esperar mayores posibilidades de recuperación en comparación con los competidores más cercanos en virtud de la especificidad, diferenciación y excelente imagen internacional del producto nacional. Por lo pronto, Costa Rica fue el único país en la región de las Américas

que finalizó el año 2001 con un saldo positivo del 4% de crecimiento, y en los primeros meses del 2002 el crecimiento se encuentra en -3.9%.

Aun cuando se puede esperar que lo peor de la crisis ya pasó, el país está urgido de desarrollar las estrategias y acciones de corto plazo que permitan contrarrestar los efectos negativos y mantener concomitantemente la posición de ventaja que ha tenido en la región.

Teniendo esto presente, para efectos de este plan se estarían manteniendo las proyecciones de creci-

8 Ídem.

miento estimadas por la OMT hasta el 2020 (Sección 1.2 Proyecciones a futuro), y las expectativas de cambio que se han visualizado sobre los factores determinantes del turismo, con la excepción de los aspectos relacionados con seguridad internacional que obviamente ha variado sustancialmente.

A continuación se describen algunos rasgos sobresalientes relacionados con estos factores claves del crecimiento turístico:

a. Seguridad Internacional

El concepto de seguridad internacional ha dado un giro vertiginoso producto de los acontecimientos ya descritos. El punto de referencia histórico para evaluar las condiciones de seguridad, por lo menos en América, fue siempre la condición propia de los Estados Unidos, situación que ha dado paso a un concepto más global de seguridad. Posiblemente el riesgo inherente de la generalización por parte del público está dibujando un mapa difuso de regiones diferenciadas bajo la percepción de inseguridad que indudablemente afecta a muchos destinos turísticos. El recuento histórico de esta situación hace recordar la situación de Centroamérica en los periodos de enfrentamiento armado, la guerra del Golfo, el conflicto en Kósovo o los hechos terroristas en Luxor, que de una u otra manera promovieron visiones generalizadas de regiones poco seguras para el turismo. El impacto directo de estas situaciones no fue una disminución en el crecimiento turístico a nivel mundial sino una reorientación de los flujos turísticos.

Probablemente las condiciones actuales, la expectativa es que si algunos destinos se viesen afectados más severamente, los flujos turísticos se orientarían hacia otros de similar naturaleza.

Presagia la OMT ⁹ que algunos países estarían iniciando una serie de acciones de respuesta anticipada para conseguir que sus destinos turísticos sean percibidos por los mercados turísticos de forma clara y diferenciada, lo que sin duda reforzará su posicionamiento.



Paragliding
Caldera

Aun para destinos que puedan estar sufriendo en menor grado los embates de la inseguridad, debe considerarse que la percepción de seguridad es ahora un concepto que trasciende el ámbito netamente geopolítico, y empieza a definirse más globalmente en términos de los componentes empresariales del turismo.

Las medidas de seguridad son percibidas y valoradas por los clientes como una responsabilidad en los componentes de la cadena del valor; situación evidente con las nuevas medidas de seguridad implantadas por las líneas aéreas en prácticamente todos los aeropuertos del mundo y que sin lugar a dudas pronto lo serán en el plano de tour operadoras, agencias de viaje, renta autos, hoteles y otros más.

Si bien la valoración anterior escapa a las posibilidades de manejo por parte de los gobiernos, lo cierto es que la gestión en el manejo de crisis de-

9 Ídem.

be ser considerado de inmediato como un elemento estratégico de la máxima importancia. Urge en este sentido el desarrollo de acciones muy concretas en el corto plazo para garantizar una respuesta adecuada en términos de la promoción turística, las relaciones públicas, la comunicación y la comercialización, la planificación del espacio turístico y desarrollo de productos de alta calidad.

La OMT está trabajando en nuevos estudios sobre la mejora de la seguridad de los turistas, así como en el posicionamiento y consolidación de la imagen de destinos turísticos, con lo cual se tendrán nuevos elementos a futuro para enfrentar la situación.

b. Envejecimiento de la población¹⁰

El envejecimiento de las poblaciones de los principales países emisores de turismo provocará un aumento en la cantidad de personas con disposición al turismo, que contarán con el tiempo y el dinero necesarios. Este tipo de turista tiene mucha más experiencia en gastos discrecionales y está mejor informado sobre las posibilidades de viaje, de manera que será un consumidor que exigirá más por su dinero y que estará interesado en cada vez más productos y servicios turísticos y nuevas necesidades.

c. Nueva visión sobre la sostenibilidad ambiental y cultural

Aumentará el nivel de conciencia y preocupación sobre problemas ecológicos en el mundo entero lo que ejercerá una considerable presión para promover desarrollos turísticos con el menor trastorno posible sobre variables ecológicas y culturales. La sostenibilidad como nuevo modelo de desarrollo económico se abre camino en el mundo entero y provoca cambios en las necesidades humanas para producir con ello modificaciones relativas con respecto a una nueva valoración del ambiente social, cultural y ambiental como elementos fundamentales en la sociedad.

Los consumidores de los mercados industrializados están cobrando cada vez mayor conciencia de los problemas ecológicos y están cada vez más informados de los destinos y productos turísticos. Por esta razón se espera que el turismo discrecional convencional (bajo el concepto de centros de vacaciones o circuitos) crezca más lentamente que las formas alternativas basadas en actividades especiales relacionadas con medio ambiente, sociedad y cultura como lo son la aventura y el turismo de naturaleza.

Reserva Natural Absoluta Cabo Blanco



¹⁰ Las ideas a continuación están basadas en el documento "Previsiones del turismo mundial hasta el año 2000 y después" OMT 1995

d. Nuevas preferencias y expectativas de los consumidores-turistas

El paradigma turístico tradicional se ha desarrollado fundamentalmente a partir de la asimetría informativa entre el demandante de servicios turísticos y la zona receptora de destino, no paliada suficientemente por los tour operadores que han intermediado la comercialización en la industria.

Contrariamente, el nuevo paradigma turístico se está fundamentando en la mayor experiencia viajera de los consumidores turistas, así como por la facilidad para adquirir información neutral relativa al producto-servicio turístico que se desea contratar.

Esta circunstancia se traduce en una mayor correspondencia entre la calidad del producto-servicio turístico deseado por el consumidor turista y la ofrecida por los distintos agentes que configuran el destino turístico. El nuevo paradigma penalizará a los destinos turísticos cuya oferta real no se corresponda con la promocionada a través de los canales de comercialización, ya sea mediante una desviación de la demanda o a través de la degradación de la misma.

La demanda turística bajo el nuevo paradigma está experimentando un cambio de valores. En particular, se acentúa el deseo por la variedad para elegir, se amplían muy particularmente las características relativas a la diversión, la aventura, la búsqueda de lo natural, en un marco de mayor sensibilidad ante el entorno cultural y medioambiental del destino turístico.

El nuevo turismo está viendo incrementar el número de viajeros que desean participar activamente en el diseño de sus vacaciones, aumentando la espontaneidad y los cambios sobre las cuestiones planificadas en el lugar de origen, huyendo de la homogeneidad en favor de la diferencia.

En fin, la preferencia por una vida más saludable está favoreciendo la integración del ocio y los viajes en un nuevo estilo de vivir cada vez más extendido. Se prevé que la evolución turística de este tipo llegará a proliferar en todas las regiones y que cada vez más turistas que toman vacaciones discrecionales incluirán elementos de naturaleza o cultura como parte de su viaje o escogerán un destino que es conocido por su enfoque sostenible” del desarrollo.

e. Nuevas tecnologías

La industria turística es extremadamente intensiva en la transmisión de información, por lo que la adopción y difusión de las nuevas tecnologías constituyen un elemento de insoslayable importancia.

El impacto de las nuevas tecnologías de la información no constituye una mera innovación de procesos. Principalmente, las nuevas tecnologías de la información están cambiando las reglas del juego y alterando substancialmente el papel de cada agente económico en el proceso de creación del valor en la industria turística.

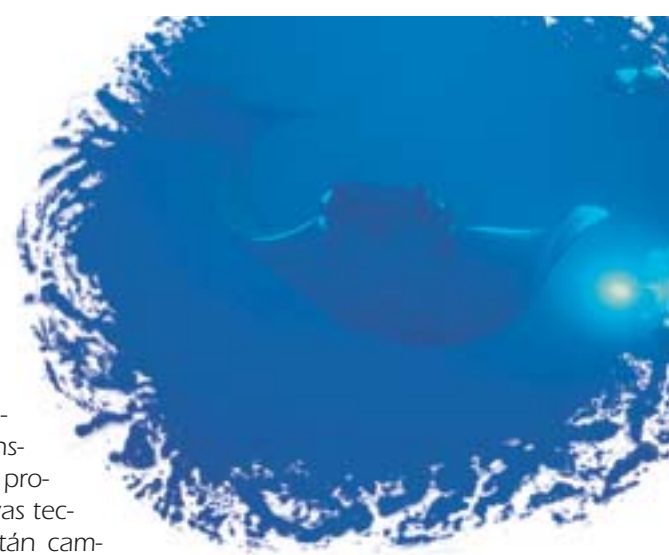
Las nuevas tecnologías de la información posibilitan la introducción de mejoras substanciales en costes, frente a la distribución tradicional, además de favorecer la transición de productos-servicios estandarizados propios del turismo de masas, hacia una industria turística proveedora de productos-servicios turísticos flexibles y adaptables a una demanda diferenciada.

f. Nuevas formas organizativas y de producción

El paradigma turístico tradicional se ha caracterizado por la comercialización de paquetes turísticos rígidos, favorecedores de la generación de economías de escala, con objeto de reducir el coste medio, y consecuentemente el precio, de los productos-servicios turísticos.

Las perspectivas a futuro parecen favorecer formas más flexibles en el diseño y comercialización de productos turísticos con el objeto de acercarse cada vez más a las expectativas de los viajeros; la forma tradicional del paquete turístico estaría cambiando hacia una atención más personalizada y a la oferta de multiproductos que el mismo cliente podría ensamblar a la hora de la compra.

En particular, el nuevo paradigma turístico apunta hacia el establecimiento de vínculos y arreglos comerciales entre empresas para poder satisfacer esa flexibilidad, antes que la forma tradicional de integración vertical. Es decir, no se espera que empre-



sas individuales amplíen el espectro de servicios sino más bien se esperaría el acuerdo entre varias empresas especializadas en distintos servicios para lograr con ello la complementariedad requerida para el diseño y comercialización de productos y servicios flexibles.

g. Nuevas tendencias en la dirección de empresas

Las nuevas tendencias en la dirección de empresas turísticas están abandonando las técnicas masivas en favor de las relacionales particulares, poniendo el acento de la importancia no tanto en la maximización

de la capacidad como en la rentabilidad a largo plazo.

En este nuevo escenario, la competencia entre empresas no se centra únicamente en el precio, sino que se traslada a otras variables como la diferenciación del producto-servicio, la innovación, la calidad o la superior generación de valor en favor del consumidor. Los recursos humanos pasan a jugar un papel determinante no como un coste de producción, sino por el contrario, como la clave del éxito en la consecución de los objetivos de la empresa turística.

Corcovado



Figura N°1. Cambio de paradigma sobre la percepción del turismo

