



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

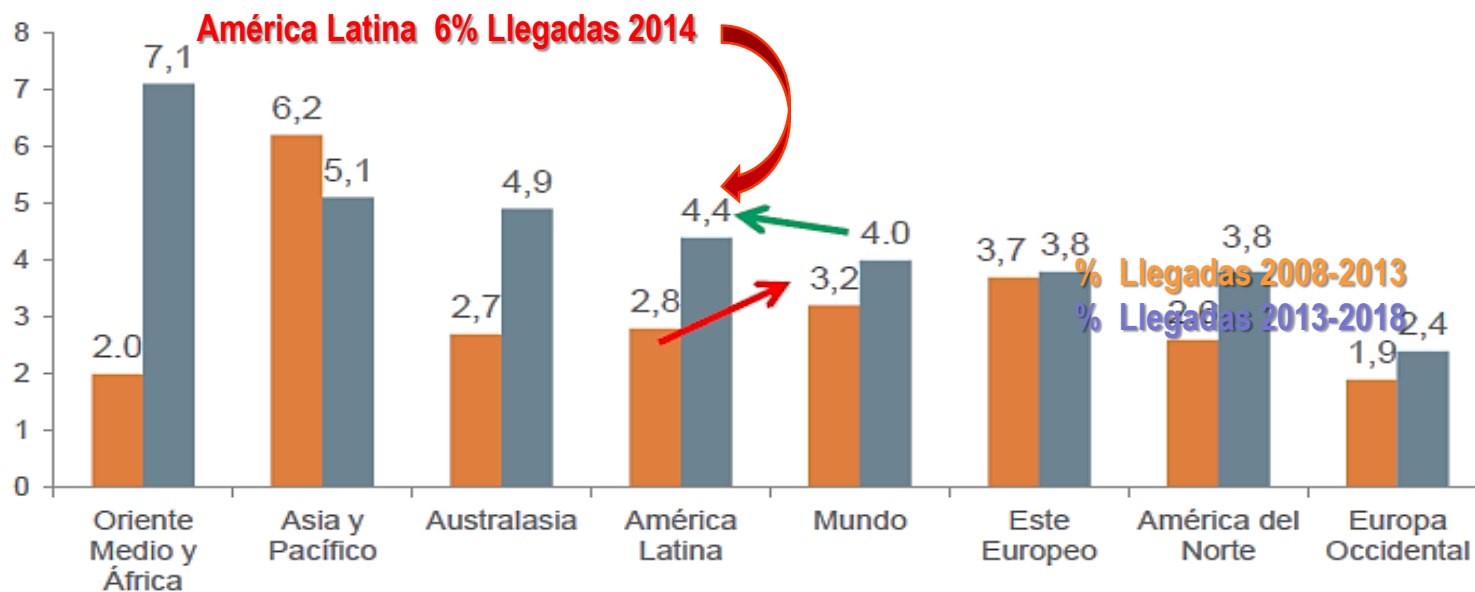


### LA IMPORTANCIA DEL TURISMO

- ✓ 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.

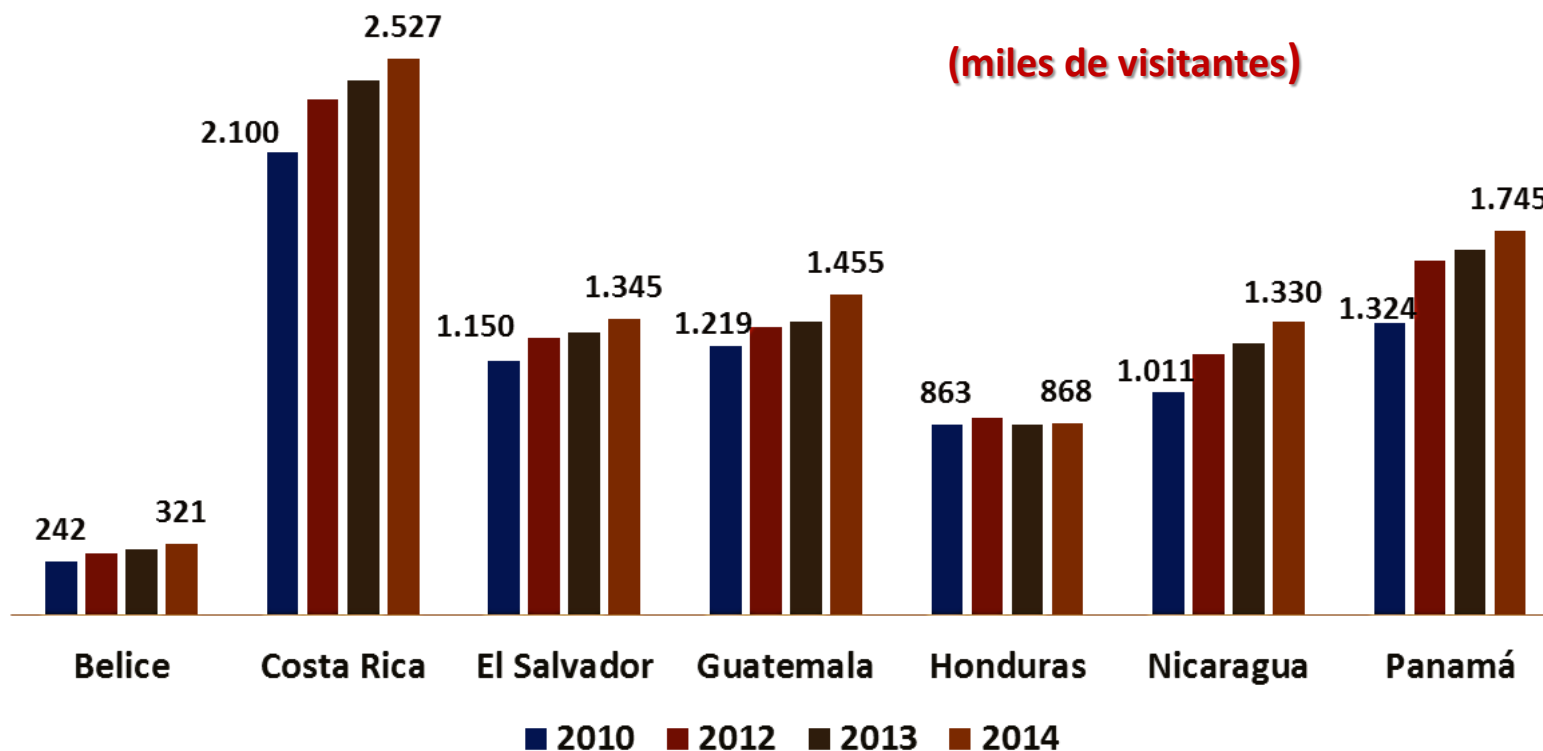


## REFLEXIONES SOBRE EL TURISMO EN COSTA RICA

---

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**.

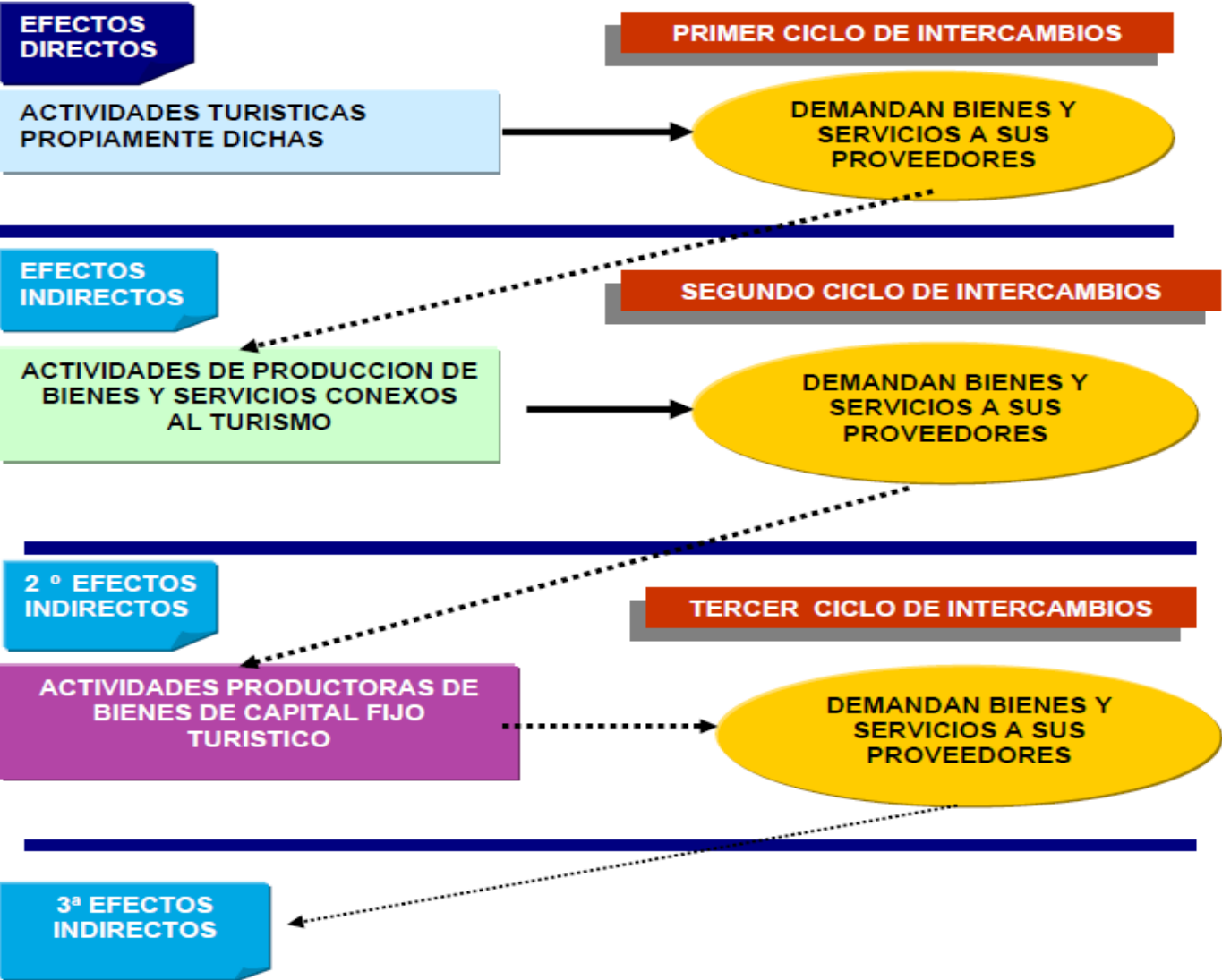
## LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES A CENTROAMÉRICA 2010-2014



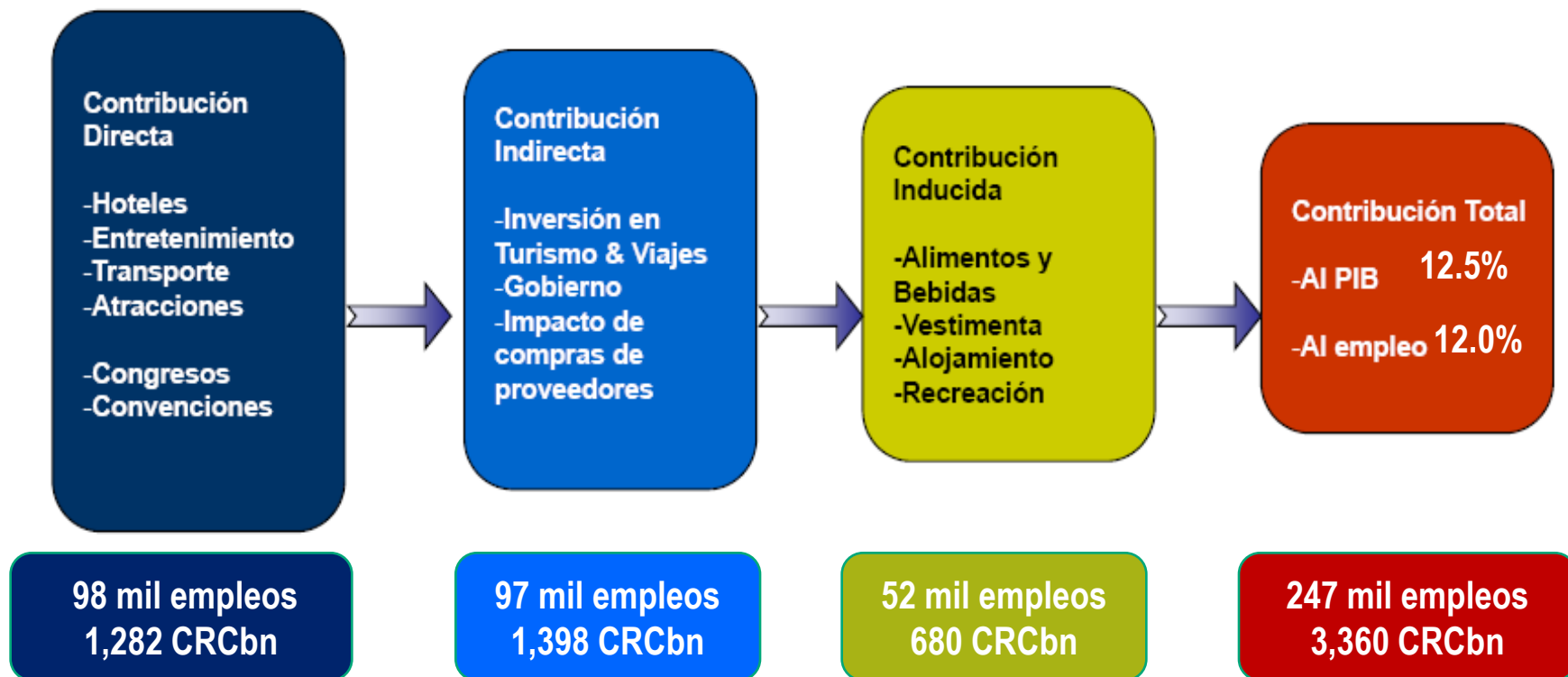
Fuente: A partir de cifras del Panorama OMT del turismo internacional, edición 2015 y del ICT



# CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO

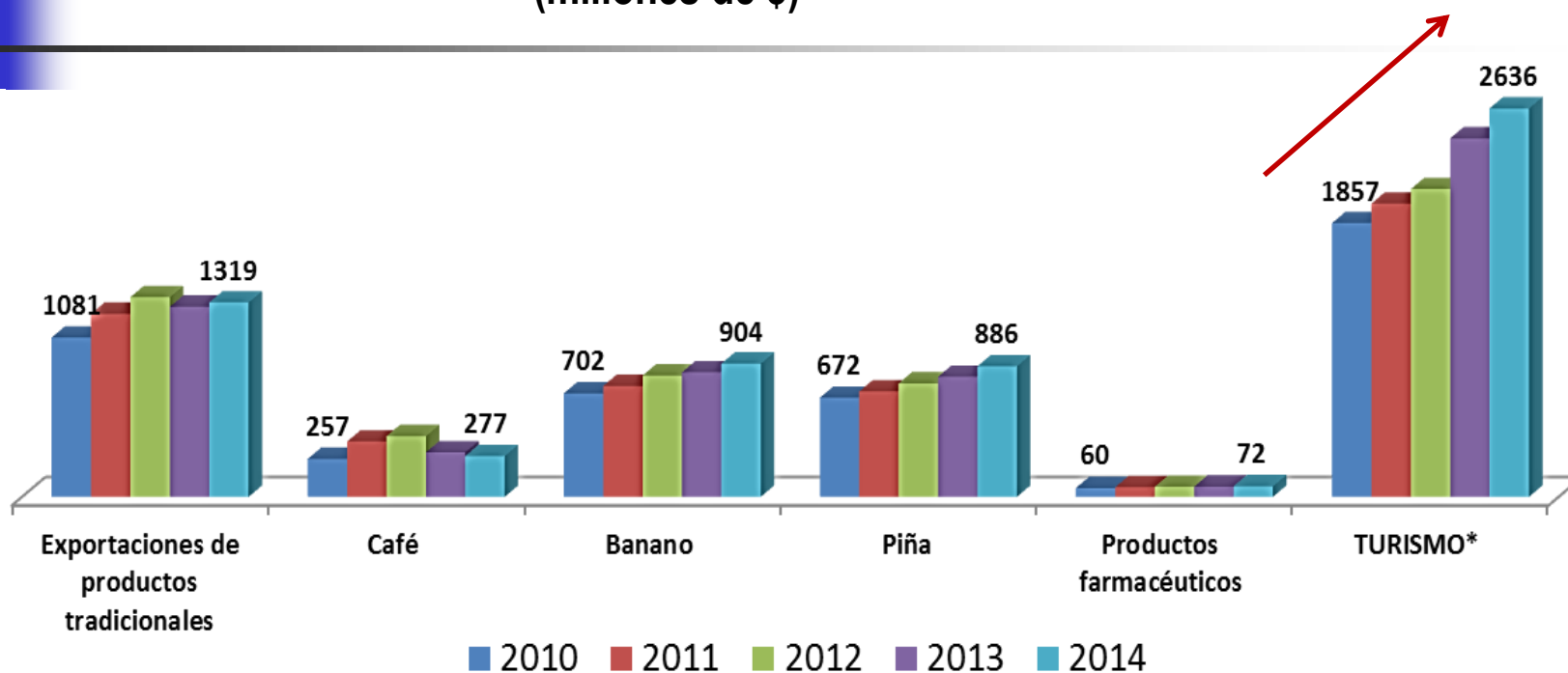


## CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA\* DEL TURISMO EN COSTA RICA 2014 (CRCbn)



\*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 <b>inversión de capital</b>		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	<b>Costa Rica (69)</b>	<b>15.4</b>
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
<b>Costa Rica</b>	<b>125</b>	<b>3.6</b>	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 **autóctono 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**

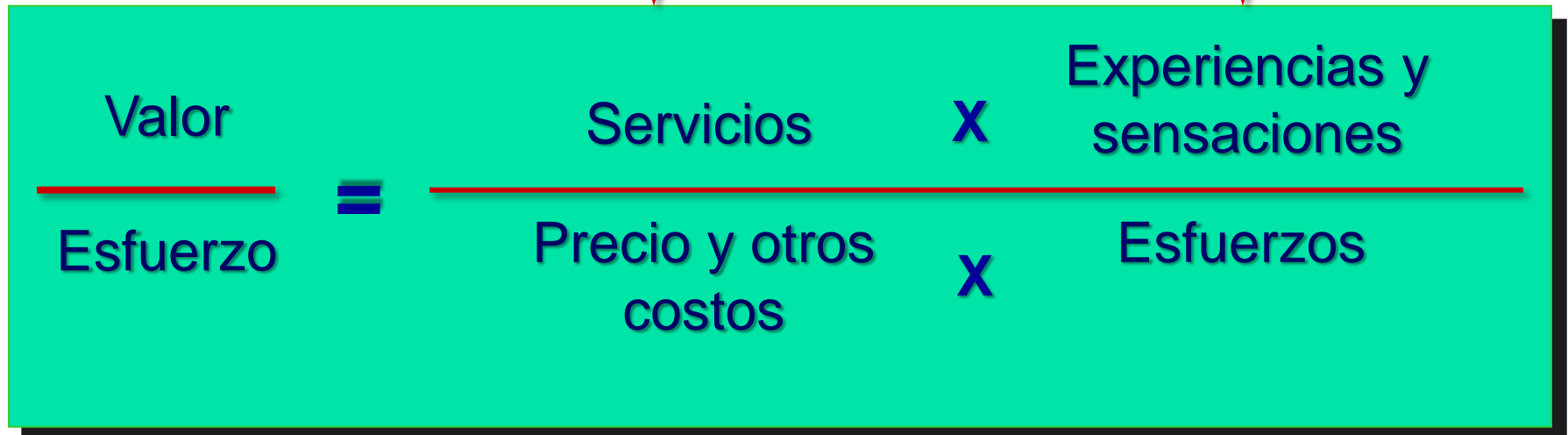
$$\frac{\text{VALOR}}{\text{ESFUERZO}} = \frac{\text{Lo que entregamos}}{\text{Lo que dan}} \geq 1$$

# 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

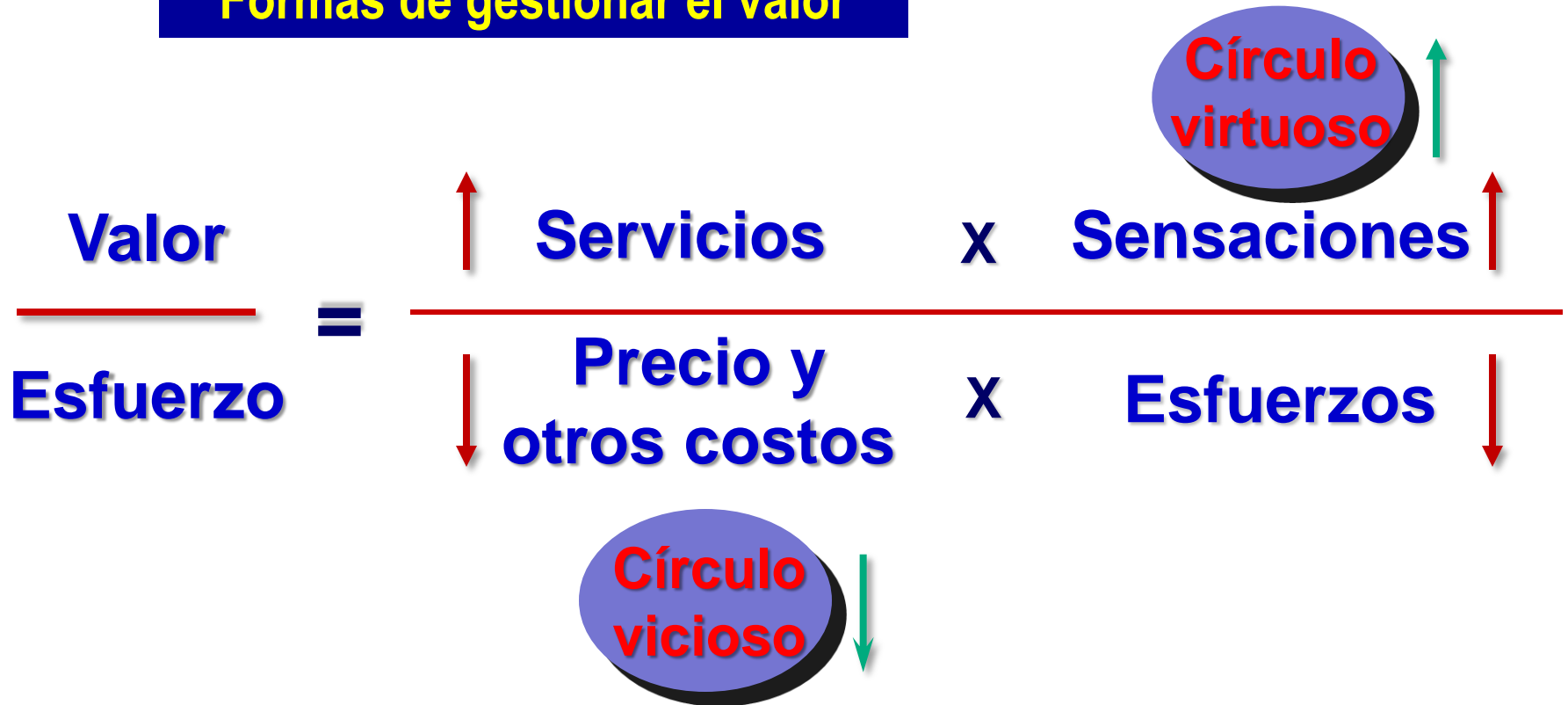
Precio y otros  
costos

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