

EL SECTOR TURISMO: SU APOORTE A LA ECONOMÍA

Shirley Benavides Vindas

Escuela de Economía, Universidad Nacional

I. El turismo en el mundo

El turismo en una economía es uno de los sectores que merece un análisis cuidadoso, ya que se ha convertido en la actividad que favorece las exportaciones mundiales, y generado mayor ingreso y fuentes de trabajo, tanto directas como indirectas, en pequeñas y medianas empresas familiares¹ (PyMES), con lo cual a través de ellas este sector fortalece sus ingresos y la distribución de la riqueza, aspectos fundamentales para el crecimiento económico de las naciones. Es para muchos países en desarrollo, una estrategia para competir y desarrollar el sector servicios, el cual es altamente dinámico en la actualidad alrededor de la orbe; por otra parte, ha permitido generar un impacto multiplicador para que los países mejoren su infraestructura física y de comunicaciones, aspectos que son fundamentales para lograr una mejor posición competitiva en los mercados internacionales; además, la expansión de este sector ha generado mayores ingresos al gobierno a través de la recaudación de impuestos a esta actividad.

Es importante considerar que el desarrollo de la actividad turística está en relación directa con el nivel de ingresos y, por lo tanto, aumenta a medida que lo hace la riqueza mundial, y su efecto multiplicador en comparación con otros sectores productivos tradicionales es muy amplio, por los beneficios directos (generación de riqueza) e indirectos (empleo y gastos derivados sobre otros sectores productivos) que tiene para una economía. El turismo, en general, emplea a uno de cada 10 trabajadores en el mundo, alrededor de 255 millones de personas, lo que lo convierte en el mayor empleador a escala mundial. Se estima adicionalmente que para cada empleo creado en la industria, se generan entre 5 y 9 empleos indirectos, incluso para personas con baja preparación, para quienes se incorporan por primera vez al mercado laboral o para aquellas

personas que requieren horarios flexibles de trabajo. Estas características permiten la generación de empleo en zonas rurales, deprimidas o donde simplemente existan en realidad pocas oportunidades o fuentes de ingresos para sus habitantes.²

Pese a los beneficios citados anteriormente, es un sector volátil, por diversas circunstancias tales como, la temporalidad por un lado, y por otro, en los últimos años el entorno político y económico internacional que se ha presentado ha afectado negativamente al sector turístico de manera directa, ejemplo de ello han sido los atentados del 11 de setiembre en Estados Unidos de Norte América, el 9 de marzo del 2004 en España, el conflicto con Irak, los ataques terroristas alrededor del mundo, una economía mundial débil y la epidemia de la enfermedad SRAS, entre otros aspectos que han creado un alto grado de incertidumbre dentro de la demanda turística mundial, especialmente, según la OMT, la demanda que optaba por la Región de América del Norte, que se presenta como la gran perdedora de los últimos tres años con relación al inicio del milenio el año 2000, pues presenta una pérdida de 15 millones de llegadas (alrededor del -17%). Por su parte, la gran ganadora ha sido el Oriente Medio que ha ganado 6,5 millones de turistas internacionales, alrededor de un incremento del 27%, y el resto de las Américas, Central, del Sur y el Caribe han presentado una evolución modesta para este período.

Por otra parte, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), tomando en cuenta el comportamiento del sector turístico por región que se dio para inicio del milenio, se ha proyectado la llegada de turistas internacionales alrededor del mundo, distribuida de la siguiente manera:

¹ www.world-tourism.org 2004.

² ICT. Plan General de Desarrollo Turístico Sostenible 2002-2012.

Cuadro 1
Llegadas de turistas internacionales por región

Región	2000	2010	2020	Cuota Mercado 2010 (%)	Tasa Promedio 2010
África	27.4	47.0	77.3	4.7	5.6
América	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, 2004.

En función de las proyecciones anteriores, se puede inferir que si el continente europeo logra controlar el terrorismo, y toma provecho de su posicionamiento en el mercado turístico internacional, se convierte en una opción importante de llegada para los turistas internacionales, con una cuota de mercado proyectada para el año 2010 del 52,4% del mercado, seguido por Asia y en tercer lugar, pero muy cerca del segundo, se encuentra América, lugar que no es despreciable dentro de la oferta internacional, lo que trae consigo, si se logra aprovechar esta ventaja, beneficios de crecimiento económico como los señalados anteriormente.

Lo anterior, refleja la posibilidad del sector turístico de contar con un gran potencial como generador de valor agregado para las economías, y por ende continuar siendo una fuente de empleo para los diferentes estratos sociales de las

naciones importante en su contratación, especialmente para Asia y Oriente, culturas que se han venido exportando al resto del mundo de manera bastante positiva.

II. El turismo en América:

El entorno y la competencia directa es por su puesto el resto más importante del continente americano, razón por la cual se requiere conocer su comportamiento, así como su valor para las economías, con el propósito de contar con los insumos necesarios para crear o fortalece una verdadera estrategia competitiva, especialmente ante el continente europeo que es su competidor más fuerte.

Según las proyecciones de la OMT, la distribución de los turistas para el continente americano, en siguiente años será:

Cuadro 2
Llegadas de Turistas internacionales a 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

Norteamérica aunque mantiene una tasa promedio menor para el 2010, la proporción de mercado es la más alta del continente, ubicándose América del Sur en un segundo lugar muy cerca del Caribe, quedando Centro América en el último lugar dentro de la demanda por servicios turísticos, manteniendo constantes los gustos y preferencias por este producto.

Las proyecciones anteriores, se basan en el comportamiento del turismo mundial, y

particularmente americano, de la década de los 90s, según Christina Kamp de la OMT, las visita de turistas extranjeros a las subregiones del continente americano, fueron los siguientes:

En el año 1999, recibió 122,7 millones de turistas. Sin embargo, la tasa de crecimiento del turismo americano, se quedó un 2,6% por debajo de la media mundial.

Según las subregiones latinoamericanas los resultados son:

El Caribe:

- Registró 16,1 millones de llegadas turísticas durante el año 1999. La tasa de crecimiento, en relación con 1998, es del 1,1% en promedio; situándose la República Dominicana con un 14,7 % y Cuba con un 12,3 % muy por encima de esa media.
- Se registraron tasas negativas de crecimiento, sobre todo Guadalupe (-19 %) y Puerto Rico (-11%).
- En el monto porcentual total, dentro de las Américas, el Caribe, desde 1990, ha crecido de un 12,3 a 13,2 por ciento. Los destinos más importantes son: República Dominicana (2,5 millones de llegadas), Puerto Rico (2,1 millones de llegadas), Cuba (1,7 millones) y Jamaica (1,2 millones).
- Los mercados emisores más importantes para el turismo en El Caribe son EE.UU., Gran Bretaña, Canadá, Francia, los Países Bajos e Italia.

América Central:

- En 1999 registró tasas de crecimiento notablemente altas, con un promedio de 16,7%. El número de llegadas turísticas aumentó de 3,4 millones a 4,0 millones.
- La participación de mercado de América Central dentro de las Américas ha crecido de un 1,9 a 3,3 por ciento, desde 1990.
- Los destinos más importantes son Costa Rica con 1 millón de turistas y Guatemala con 823 mil llegadas.
- Guatemala registra la tasa de crecimiento más alta, con un 29 %; le sigue El Salvador con un 21%.
- El turismo centroamericano depende en un 85% del mercado americano.
- Los países emisores son los otros países centroamericanos y los EE.UU.
- La participación de mercado de América Central dentro de las Américas ha crecido de un 1,9 a 3,3 por ciento, desde 1990.

América del Sur:

- Con casi 15,5 millones de llegadas turísticas internacionales, aunque con un promedio de un 0,1 % menos que en el año 1998,

Sudamérica aparece como el "perdedor" de las Américas.

- Desde 1990, sin embargo, Sudamérica ha podido aumentar su participación de mercado en la región de un 8,5 a 12,6 por ciento.
- El destino más importante de la región es Brasil con 5,1 millones de llegadas, seguido por Argentina (2,9 millones) y Uruguay (2,1 millones).
- Los mercados emisores más importantes se encuentran dentro de Sudamérica.
- El turismo desde Europa es menos importante en volumen, pero mayor por el tiempo de estadía y por los gastos promedio.

México:

- A pesar del descenso en cuanto al número de turistas (1,8 % menos en relación con 1998) México, en 1999, forma parte de los 15 destinos turísticos más importantes a nivel mundial el único país latinoamericano que se encuentra en los primeros lugares.³

Es evidente que América tiene un potencial importante a impulsar dentro de la industria del turismo, esto por la variedad que presenta a nivel cultural, arquitectónico, ecológico, rural y por supuesto de sol y playa; lo cual puede convertirse en ventajas comparativas fuertes ante el continente europeo que presenta un oferta más de tipo cultural, mientras la americana es mucho más variada, especialmente si se acompaña estas ventajas de políticas públicas que las fortalezcan, a través de generar un mejor ambiente macroeconómico, ambiental y social, siendo más adecuado y estable; lo que apoya los esfuerzos para que las empresas que se encuentran en el negocio del turismo puedan contar con un clima de negocios que posibilite su desarrollo, no sólo de las grandes empresas, sino también de las micro, pequeñas y medianas que luchan por encadenarse y mantenerse en el mercado con mayores niveles de exigencia.

Si se requiere que el sector turístico dé un mayor valor agregado a las economías americanas, es importante partir de mejorar los factores básicos de producción con que cuentan, a través de la capacitación, el acompañamiento técnico y un financiamiento base para fomentar la inversión necesaria y así originar factores más especializados y avanzados para ofrecer un servicio de calidad mundial.

³<http://www.world-tourism.org>, 2004.

Además, es fundamental realizar esfuerzos para mejorar el clima social y económico de los países, situaciones como las que esta viviendo Argentina, Colombia, Venezuela, Guatemala, Nicaragua, de turbulencia social y de seguridad ciudadana, no ayudan en nada al sector turístico, más bien les resta competitividad, se convierte en barreras o amenazas de ingreso tanto para proveedores como para consumidores actuales y potenciales, perdiendo así las posibles ventajas comparativas que se pueden ofrecer.

III. El turismo en Costa Rica:

El sector turismo en Costa Rica, siguiendo la tendencia mundial, representa una de las actividades más dinámicas dentro de la economía, se ha presentado como parte de la oferta neexportadora que el país está ofreciendo en los últimos años; representa alrededor del 20% de las divisas generadas por las exportaciones totales, dejando desde 1993 en posiciones secundarias a productos tradicionales como el café, el banano, la carne y el azúcar, como lo presenta el cuadro siguiente relacionado con el comportamiento de las últimas dos décadas:

Cuadro 3
Costa Rica: Turismo y otras fuentes
generadoras de divisas, en millones de \$EU
1979-2002.

Años	Microestructuras Electrónicas	Turismo	Café	Banano	Carne	Azúcar
1979	0	72.9	315.4	190.5	81.7	17.5
1980	0	81	247.9	207.5	70.7	40.7
1981	0	93.7	240.1	224.8	73.9	42
1982	0	131.1	236.9	228.1	53.1	16.6
1983	0	130.6	230.1	240.3	31.9	23.9
1984	0	117.3	267.3	251	43.5	35.5
1985	0	118.3	315.9	208	53.7	13.6
1986	0	132.7	371.8	228.2	66.2	18.5
1987	0	136.3	334.5	228.6	62.5	15.1
1988	0	164.7	316.2	248.7	53.8	12.4
1989	0	206.6	286.2	272.8	47.4	15.4
1990	0	275	245.4	315	48.6	25.1
1991	0	330.6	263.6	396.6	69.3	24.7
1992	0	431.1	201.6	562.6	44	29.5
1993	0	577.4	201.6	564.8	63.7	27.9
1994	0	625.7	307.6	561	51	28.6
1995	0	659.6	417.1	680.2	43.6	46.1
1996	0	688.6	385.4	631.1	42.2	44.4
1997	0	719.3	402.3	577.3	28.3	41.1
1998	987.2	883.5	409.5	667.5	24	41.8
1999	2558.6	1036.1	288.7	629	27.2	30
2000	1653.5	1229.2	273.7	546.1	30.7	28.6
2001	787.8	1095.5	161.8	515.9	25.5	35.5
2002	898.7	1078.0	165.1	478.4	20.1	27
2003	1,408.7	1,199.4	195.4	554.3	22.0	25

Fuente: Datos de CANATUR y del ICT.

Como se puede observar, la actividad turística ha venido ganando terreno hasta convertirse en la principal fuente de divisas para la economía del país, especialmente a partir de la década de los noventas, donde empezó a triplicarse en primera

instancia y luego a duplicarse como generadora de divisas, para lograr su consolidación a finales de los noventas y en la presente década, alcanzando en 1999 el record de más de 1.000.000 de turistas,

pese a los acontecimientos en la economía y la seguridad internacional.

Dentro de los esfuerzos gubernamentales por generar mayores divisas, el sector turístico toma un rol relevante, como bien lo señala Edgar Furst: "El fomento mucho más intenso del sector turístico en los años ochenta y noventa, fue parte de la búsqueda por nuevas fuentes de ingresos de divisas en el contexto del ajuste estructural. En este contexto, la promoción turística ha venido sustituyendo también las estrategias anteriores de apoyo al desarrollo regional en las zonas más periféricas del país, básicamente a algunas

actividades económicas muy importante para el Estado, pero que en su gran mayoría fracasaran..." (2002:510) Situación que se fortaleció con el esfuerzo del gobierno por diversificar las exportaciones no tradicionales, mediante la aprobación de la Ley de Incentivos turísticos en 1985, que incluyó una serie de beneficios fiscales para todas las empresas de este sector.

A continuación se presenta la relación del ingreso por divisas generadas por la actividad del turismo con el resto de al total de las exportaciones en Costa Rica.

Cuadro 4
Costa Rica: Ingreso de divisas por concepto de Turismo y relación turismo/exportaciones 1981-2002.

Años	Total De Exportaciones	Divisas Por Turismo	Relación Turismo Exportaciones
1981	1,008.10	93.7	9.30%
1982	870.4	131.1	15.10%
1983	872.6	130.6	15.00%
1984	1,006.40	117.3	11.70%
1985	976.0	118.3	12.10%
1986	1,125.10	132.7	11.80%
1987	1,158.30	136.3	11.80%
1988	1,245.70	164.7	13.20%
1989	1,414.60	206.6	14.60%
1990	1,448.20	275.0	19.00%
1991	1,899.30	330.6	17.40%
1992	2,385.20	431.1	18.10%
1993	2,625.50	577.4	22.00%
1994	2,878.20	625.7	21.70%
1995	3,475.90	659.6	19.00%
1996	3,758.40	688.6	18.30%
1997	4,205.50	719.3	17.10%
1998	5,525.60	883.5	16.00%
1999	6,640.80	1,036.10	15.60%
2000	5,849.70	1,229.20	21.00%
2001	5,021.40	1,095.50	21.80%
2002	5,252.90	1,078.00	20.50%
2003	6,101.30	1,199.40	19,66%

Fuente: Datos del ICT y CANATUR.

Se puede apreciar que la actividad turística en dos décadas ha duplicado su participación como generadora de divisas, representando sólo este sector alrededor del 20% de las divisas del país, lo cual refleja la importancia que tiene dentro de la economía, y la necesidad de continuar impulsándolo para mejorar su posición

competitiva a través de diversos esfuerzos sistemáticos por parte del gobierno y del sector empresarial en particular. Según el último Informe del Estado de la Nación, la actividad turística se convirtió en la más importante del periodo 2003, lo cual se refleja por lo que representó en relación

con el equivalente de las exportaciones totales del 19,6%.

Cuadro 5
Costa Rica: Ingreso y egreso
De divisas por concepto de turismo,
en millones de \$EU. 1976-2002.

Años	Ingreso	Egreso	Saldo	% Variación Saldo
1976	57.1	34.7	22.4	--
1977	65.1	44.0	21.1	14.01
1978	71.1	50.9	20.2	9.22
1979	72.9	57.3	15.6	2.53
1980	81.0	53.7	27.3	11.11
1981	93.7	39.7	54.0	15.68
1982	131.1	37.7	93.4	39.91
1983	130.6	48.1	82.5	-0.38
1984	117.3	49.7	67.6	-10.18
1985	118.3	52.8	65.5	0.85
1986	132.7	60.3	72.4	12.17
1987	136.3	71.2	65.1	2.71
1988	164.7	72.1	92.6	20.84
1989	206.6	113.5	93.1	25.44
1990	275.0	148.3	126.7	33.11
1991	330.6	149.1	181.5	20.22
1992	431.1	223.3	207.8	30.4
1993	577.4	266.5	310.9	33.94
1994	625.7	299.8	325.9	8.37
1995	659.6	320.6	339.0	5.42
1996	688.6	334.9	353.7	4.4
1997	719.3	357.7	361.6	4.46
1998	883.5	408	475.5	22.83
1999	1,036.10	445.9	590.2	17.27
2000	1,229.20	482.2	747	18.64
2001	1,095.50	361.1	734.4	-10.88
2002	1,078.00	367.4	710.6	-1.60
2003	1,199.40	351.9	847.5	1.20

Fuente: CANATUR y el ICT.

Nota: Para el 2004, aún no se tiene cifras disponibles.

Como se puede observar, los saldos han sido positivos en términos generales para la economía con excepción del año 2001 y en menor medida para el 2002, esto como resultado lógico de la inseguridad internacional que el mundo ha vivido en ese período, lo cual no desmerece la importancia del sector para la economía ni los esfuerzos por convertirlo como una estrategia competitiva del país, que ha repuntando de nuevo en el 2003 y además presentó un incremento del 14% aproximadamente para el 2004, según cifras

preliminares del ICT, situación que lo vuelve a ubicar al sector turismo como un buen dinamizador de la economía costarricense, situación que ha sido reconocida por diversos instancias en el nivel meso nacional.

Por otra parte, según datos del Banco Central, el sector turístico es, después de la industria, la actividad productiva que más inversiones extranjeras genera en el país.

Cuadro 6
Costa Rica: IED por sectores de destino económico
En millones de USD

Actividad Económica	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Agricultura	38.1	41.9	49.9	-11.2	1.0	-8.6	-29.8
Agroindustria	6.5	14.7	10.4	11.5	5.2	2.8	10.6
Comercio	17.6	39.3	9.2	17.4	8.3	15.2	0.5
Industria	270.6	432.5	355.9	296.2	231.4	482.7	356.5
Servicios	-7.3	6.6	12.7	14.6	58.9	52.1	111.1
Sistema Financiero	-0.2	22.1	93.4	27.1	36.3	19.8	10.1
Sector Turístico	79.3	61.4	84.7	52.1	111.5	76.0	88.3
Otros	2.3	2.1	3.3	0.9	1.0	22.0	39.6
TOTAL	406.9	611.7	619.5	408.6	453.6	661.9	586.9

Fuente: COMEX y BCCR

La inversión extranjera directa (IED), es una de los aspectos importantes para el desarrollo de economías pequeñas como la de Costa Rica, ya que ofrece otras fuentes de financiamiento a la inversión que no pueden ser generadas por el ahorro y la inversión interna; el aporte del sector turismo, como se denota del cuadro anterior, ha sido el más importante después de lo generado por la industria, dentro de la estructura productiva nacional, situación que ha favorecido al país en su estrategia de IED, pese a que como lo indica el décimo informe del Estado de la Nación, América Latina en términos generales ha disminuido su capacidad de generar inversiones extranjeras, pasando del aproximadamente el 10,4% en 1996 a solamente el 8,6% en el 2002, aún con ese comportamiento Costa Rica ha mantenido una posición importante.

Todo lo anterior, es el resultado de que Costa Rica esta posicionada en el mercado internacional como un país donde se puede practicar el turismo sostenible y responsable, generando los beneficios en generación y distribución de ingreso, como el impacto positivo para la sociedad de la evolución que el sector turístico ha tenido en los últimos años.

Otro aspecto relevante es que a nivel mundial, según la OMT, la demanda por el turismo masivo esta estancado y, el de orientación ambiental y cultural está creciendo entre un 20% a un 30% al año, situación que favorece la oferta que brinda Costa Rica en ese mercado, ya que cuenta con el 6% de toda la biodiversidad del mundo en un área de 51.100 km, de los 42 millones de km del

continente americano, con microclimas a pocos kilómetros de distancia uno del otro, situación que llama la atención a los turistas extranjeros, convirtiéndose así en un ventaja competitiva que fortalece el desempeño de este sector.

Además es necesario destacar que Costa Rica ha logrado una oferta turística mediante la creación de una red importante de sitios que benefician el ecoturismo, como los parques nacionales que tienen relativamente un fácil acceso; reservas biológicas y forestales; refugios de vida silvestre, zonas protectoras, monumentos nacionales y humedales, entre los más relevantes, lo que brinda al turista una gama variada de alternativas para la visita mediante la cual dejan, según la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), un promedio de \$111 diarios y una estadía también promedio de 11 días.

Un aspecto relevante que ha colaborado con el desarrollo de este sector y particularmente del ecoturismo, es el impulso que toma a finales de la década de los ochenta la conservación del medio ambiente y los temas ecológicos a nivel mundial; lo cual favoreció a Costa Rica, ya que inició el proceso con la atracción de investigadores de diversas partes de la orbe, generando así un turismo académico-ambientalista, interesados en estudiar la biodiversidad que el país ofrece.

Como resultado de todo lo anterior, se ha venido presentado un comportamiento importante en el ingreso de turistas a Costa Rica, en los últimos años ha sido el siguiente:

Cuadro 7

Costa Rica: Ingreso de Visitantes, y crecimiento anual: 1994 - 2003

Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003/
Total de										
Turistas	761,448	784,610	781,108	811,490	942,853	1,031,585	1,088,075	1,131,406	1,113,359	1,192,889
Variación anual		3.04	-0.45	3.89	16.19	9.41	5.48	3.98	-1.60	7.14

Costa Rica: Participación relativa de los principales mercados dentro del total de visitantes: 1994 - 2003

Mercados / Año	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
<i>Estados Unidos</i>	34.6	36.6	34.7	35.2	36.9	38.1	39.5	37.9	37.9	40.0
<i>América Central</i>	29.1	27.8	30.0	30.4	31.2	30.1	26.3	28.3	28.8	25.9
<i>Europa</i>	17.0	16.8	16.6	15.6	13.5	13.7	13.9	13.3	14.2	15.6
<i>América del Sur</i>	7.1	7.5	7.5	7.3	7.3	7.1	8.8	9.2	8.0	6.9
<i>Canadá</i>	6.4	5.3	4.6	4.6	4.5	4.4	4.8	4.7	4.4	4.8
<i>Otros</i>	5.7	5.9	6.5	6.9	6.7	6.6	6.6	6.6	6.7	6.8

Fuente: CANATUR, 2004.

Como expone el cuadro anterior, los esfuerzos por hacer a Costa Rica competitiva en el mercado internacional turístico, le han generado resultados interesantes, su principal consumidor es el Mercado de los Estados Unidos, pese a los problemas económicos y de seguridad que tienen en éstos momentos, un estudio reciente han indicado que es el segundo destino turístico de los estadounidenses, sólo superado por el Brasil; luego América Central se convierte en el segundo consumidor o visitante más fuerte para Costa Rica, este segmento se caracteriza por contar con menos poder adquisitivo y en muchas ocasiones llegan al país en busca de mejores condiciones de vida, situación que hace que su valor agregado en relación con las divisas no sea el más fuerte. Europa se encuentra en un tercer lugar, pese que es el segundo socio comercializador del país en el resto de exportaciones, pero aún así es un segmento importante dentro de la gama de visitantes.

Por su parte, referente al ecoturismo se han realizado esfuerzos de conservación ambiental con el propósito de estimular este tipo de turismo, como señala el Ing. Randall García: "Nuestro país, por una parte, ha hecho una gran inversión en áreas protegidas y, por otra, el turismo se ha convertido en uno de los usos más populares de estas áreas, un uso que genera beneficios de distinta índole para diferentes sectores de la población. La conservación, entendida en este caso como el conjunto de iniciativas públicas y privadas para mantener la diversidad biológica el potencial que ella encierra, se beneficia del

turismo de diferentes formas: 1. generación de ingresos directos por admisión a áreas protegidas públicas y privadas, 2. generación de ingresos por servicios y actividades asociadas a áreas protegidas y 3. promoción y establecimiento de reservas privadas asociadas al turismo..." (2004:4), más adelante en su artículo agrega que: "Cabe destacar, que el modelo de desarrollo turístico asociado a áreas protegidas a diferencia del modelo de sol, mar y playa, tiene un alto grado de distribución del dólar turístico y, por tanto, un mayor alcance en cuanto a la cantidad de beneficiados de la actividad. Así el ecoturismo... lleva a una mayor riqueza que genera, en comparación con modelos más masivos que predominan en las islas del Caribe y las costas mexicanas" (2004:5); situación que esta acorde con la definición que da la Sociedad Internacional de Ecoturismo, cuando indica que; "el hacer ecoturismo es, viajar responsable a áreas naturales que conserva el ambiente y mejora el bienestar de la gente de la localidad", lo que implica que la adecuada gestión del turismo, y particularmente el ecoturismo, es una estrategia competitiva que da como resultado un buen generador de oportunidades de empleo, con las implicaciones económicas y sociales favorables que eso produce.

Por otra parte, es importante señalar de manera más directa la importancia que en Costa Rica ha generado la actividad del turismo sobre la fuerza laboral, es un empleador importante, tanto directo como indirecto, especialmente por su capacidad de generar encadenamientos, tanto horizontales

como verticales, relativamente significativos, especialmente en zonas rurales, donde se presenta un importante porcentaje de subempleo visible e invisible; pese a que no se llevan estadísticas detalladas de este rubro, tanto a nivel nacional como internacional, pero al igual que se presentan las estadísticas a nivel mundial, en Costa Rica tampoco existen registros claros sobre el aporte al empleo nacional por parte del sector, pero según los conocedores del sector las estimaciones que da la Organización Mundial del Turismo se mantiene también para el país, o sea, un empleo por cada 10 trabajadores, y genera entre 5 a 9 empleos indirectos, incluyendo a personas de baja escolaridad y de zonas rurales⁴, como ya se ha indicado.

Un ejemplo de los efectos positivos que generan este tipo de desarrollo turístico, es el de la zona de Tortuguero, los cuales según una investigación a la que refiere Sebastián Troeng, son; "...1 incremento en los beneficios económicos, 2 alto potencial de crecimiento económico, 3 desarrollo social, 4 aumento en el desove de las tortugas marinas que en parte puede estar relacionado con los incentivos económicos creados por el turismo y 5 promoción de la conservación de las tortugas marinas local y nacionalmente.

Un guía local puede ganar \$ 100 por una caminata de dos horas para observar el desove de las tortugas verdes. Según el estudio de Peskin (2002) en 1999 las mujeres representaron el 20% de los guías locales, y el 72% de las caminatas las realizaron los guías locales. El 92,7% de los guías locales expresó que el turismo había incrementado significativamente sus ingresos y el 95,1% dijo que la calidad de vida en Tortuguero había mejorado gracias a los turistas extranjeros. Se estima que en el 2002 los ingresos brutos del turismo para observar tortugas en Tortuguero llegaron a \$6,7 millones. Entre 1988 y 2002, la visitación turística al Parque Nacional de Tortuguero creció en una tasa promedio anual de 16% (datos del Área de Conservación de Tortuguero). Pocas actividades pueden sostener un crecimiento tan alto durante década y media, y hasta el momento no hay indicios de que el

⁴ El ICT, CANATUR, la CCSS ni el Banco Central tienen estadísticas que reflejen la situación real del sector en cuanto empleo, se está trabajando en la cuenta satélite de turismo, desde el año 2000 manejada por el Banco Central, con el propósito de reflejar mejor el aporte de este sector a la economía como un todo.

crecimiento del turismo en Tortuguero vaya a cesar" (2004:10-11).

Sí bien es cierto que no todos los lugares turísticos o eco turísticos tienen un desempeño tan bueno como el descrito, la adecuada gestión y apoyo a otras zonas pueden llegar a impulsarlas para un mejor desarrollo económico y social de los lugareños; especialmente tomando en cuenta que en Costa Rica, el ecoturismo ha tenido un gran auge debido a la presencia de los parques nacionales y a la posición geográfica y climática del país; además de la variedad en la oferta que se presenta tales como bosques, observatorio de aves y diversas especies, aguas termales, ríos con corrientes de aguas que facilitan la práctica por deportistas nacionales como internacionales de deportes acuáticos de aventura como el "rafting" y el Kayac, son elementos fundamentales para el desarrollo de estrategias competitivas del país.

IV. Algunos retos para mejorar la competitividad del sector turístico de Costa Rica:

Pese a los esfuerzos realizados por Costa Rica, según el 9vo. Informe del Estado de La Nación, el desarrollo de la industria turística tiene tres amenazas que debe enfrentar, si quiere consolidar la actividad turística como una de las que da un mayor aporte a la economía nacional son las siguientes:

- El mayor desafío es la degradación de los recursos naturales, que se encuentran amenazados por la contaminación, el desarrollo urbano no planificado, la explotación ilegal de los bosques y el no pago a los propietarios privados por los terrenos que han sido incorporados a los parques nacionales; el sector turístico, pese a ser el máximo beneficiario de los recursos naturales, invierte poco en su conservación.
- El riesgo de convertir el sector turismo gourmet en un sector de turismo "genérico", siendo el resultado de ofrecer "de todo para todos", por lo que la imagen que se proyecta podría ser confusa.
- La imagen de destino familiar, se puede ver distorsionada por el turismo sexual y de apuestas.

Un reto adicional es el posicionamiento de la región centroamericana como destino turístico, ofreciendo un producto de nicho de mercado y no de destino masivo, utilizando sus atributos

naturales, arqueológicos, de historia precolombina, arquitectura urbana y herencia colonial (Pág. 163).

Por lo anterior, las estrategias de promoción del país deben de orientarse a impulsar la oferta turística a segmentos mejor determinados que posicionen al país como un destino que brinda una alternativa de amigabilidad con la naturaleza, siendo esta una de sus principales fortalezas ya que además de sus playas, al alrededor del 25% de su territorio son áreas protegidas como parques nacionales, brindando una riqueza paisajística y escénica importante para los turistas; estrategia que puede servir además para evitar las inadecuadas percepciones como destino sexual que no beneficia al sector ni al país de una manera positiva.

La identificación, conocimiento y la evaluación de los recursos turísticos de un área determinada es fundamental para conocer el potencial turístico de la misma y planificar su desarrollo y, situación que se da en el caso de Costa Rica pero que debe de continuar de manera sostenida, lo que permite realizar esfuerzos para su conservación y acceso, fortaleciendo el servicio turístico tanto para los consumidores nacionales como internacionales.

Con los micro, pequeños y medianos empresarios se deben de generar grupos estratégicos, clusters, u otra forma de organización empresarial que facilite la adecuada evolución del sector, esto acompañado de políticas que las fortalezcan de manera sostenida, con lo cual se logre disminuir el riesgo que puedan tener frente a los cambios en el entorno nacional e internacional y adaptarse de la mejor manera posible a los gustos y preferencias de los turistas, tanto actuales como de los futuros; sí se hace un esfuerzo sostenido y lógico de acuerdo con las condiciones que el mercado exige, el sector turístico se convierte en una estrategia competitiva importante para el desarrollo de las regiones, y por ende el mejoramiento en la

calidad de vida de sus habitantes, por los diversos beneficios que genera.

Otro aspecto que se debe considerar, debido a que este sector es muy vulnerable, es lo relativo a las políticas y estrategias de seguridad nacional; no se deben de permitir que se presenten situaciones que generen una mala experiencia y percepción de los turistas, ya que eso impactará su decisión por visitar Costa Rica, o por permanecer menos días en el país, lo que dará como resultados la disminución de los diversos beneficios que se han señalado. Se debe de ser muy enérgico en combatir la delincuencia, con el propósito de mejorar la seguridad para la población y generar una cultura de tranquilidad, la cual es indispensable para fortalecer la demanda turística en un país.

Lo anterior implica, un fortalecimiento del nivel meso del sector turismo, con el propósito de generar sinergias para impulsar la competitividad del sector, mediante esfuerzos conjuntos e intercambio de información para facilitar el proceso de toma de decisiones de los empresarios y los diversos actores que se involucran en el sector, el cual es orientado por el Instituto Costarricense de Turismo.

Es importante comprender que el sector turístico no debe de ser un fin en sí mismo, sino un medio para impulsar el desarrollo económico y social del país como un todo, y de las localidades a nivel particular; estos se logra mediante adecuados mecanismos de apoyo y organización, que faciliten el establecimiento de encadenamientos productivos que impacten positivamente la economía, mediante la ampliación de fuentes de generación de ingresos. El caso del ecoturismo y más reciente en Costa Rica el turismo rural, son ejemplos de la posibilidad de incorporación de las comunidades a labores productivas y al mejoramiento de su nivel de vida familiar.

Bibliografía:

CEPAL organización mundial del comercio. S/C/W 51.1998.

Fürst, Edgar y Hein, Wolfgang. Turismo de Larga Distancia y Desarrollo Regional en Costa Rica. Editorial DEI y CINPE. San José, Costa Rica, 2002.

García, Randall. Falta armonizar turismo con conservación. Revista Ambientico N. 126 Marzo 2004. Universidad Nacional. Heredia, Costa Rica.

Kamp, Cristina. Estadísticas 2001 de la OMT: El turismo después del 11 de septiembre. OMT. Abril 2002.

ICT. Plan General de Desarrollo Turístico Sostenible 2002-2012. ICT. San José, Costa Rica, 2002.

Proyecto Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible. Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible: Noveno Informe 2002. San José, Costa Rica: Proyecto Estado de la Nación, octubre 2003.

Proyecto Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible. Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible: Décimo Informe 2003. San José, Costa Rica: Proyecto Estado de la Nación, 2004.

Troeng, Sebastián. Observación de tortugas es rentable en Tortuguero. Revista Ambientico N. 126 Marzo 2004. Universidad Nacional. Heredia, Costa Rica.

Sitios consultados en la Internet

www.visitecostarica.com
www.turismo-sostenible.co.cr
www.world-tourism.org

Entrevistas:

Alberto López C. Director de Investigación CANATUR abril, 2004.

Adriana Brenes. Directora de Mercadeo y Ventas CANATUR abril, 2004.
