

NOMBRE DE LA PONENCIA:

“ECOTURISMO EN COSTARICA”

NOMBRE DEL(A) PONENTE: LIC. SERGIO MOLINA ESPINOSA

M.I.T CAROLINA CHÁVEZ OROPEZA



DIRECCIÓN DE ANÁLISIS PROSPECTIVO

smolina@sectur.gob.mx

cchavez@sectur.gob.mx

IV CONGRESO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

23 de Septiembre de 2004

ECOTURISMO EN COSTARICA



**SERGIO MOLINA ESPINOSA
CAROLINA CHÁVEZ OROPEZA**

DIRECCIÓN DE ANÁLISIS PROSPECTIVO

Presentación

El siguiente informe se deriva de la realización de actividades de investigación documental y de trabajo de campo en Costa Rica, llevadas a cabo durante el mes de septiembre de 2002.

Los esfuerzos se orientaron a la generación de conocimiento relevante sobre una experiencia considerada como *mejor práctica*, en este caso, en el campo del ecoturismo. Los objetivos del trabajo consistieron en:

- Generar información y conocimiento de competidores regionales en el sector del ecoturismo;
- Determinar brechas de desempeño entre productos mexicanos y de los competidores;
- Proyectar niveles de desempeño hacia el futuro;
- Identificar directrices que mejoren el comportamiento de los productos turísticos mexicanos;
- Facilitar el desarrollo de planes de acción y la determinación de metas funcionales.

Los trabajos se basaron por una parte en tareas de revisión documental, y en entrevistas a informantes clave tanto del sector privado como del Instituto Costarricense de Turismo. Adicionalmente se llevaron a cabo visitas de campo, apoyadas por un instrumento denominado *Guía de Benchmarking*, el cual integra diferentes variables para el registro de eventos de campo.

La actividad forma parte del Programa de Trabajo 2002, de la Dirección de Análisis Prospectivo, adscrita a la Dirección General de Información y Análisis de la Secretaría de Turismo.

El turismo en Costa Rica

El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) establece que el desarrollo del turismo en Costa Rica ha comprendido tres grandes etapas:

- Período Pionero de Turismo Ecológico, que transcurrió entre 1980 y 1988;
- Período de Crecimiento, entre 1989 y 1994;
- Período de Evolución de Destino de Turismo Ecológico a Destino de Turismo con base en la Naturaleza, manifestado desde 1995 a la fecha.

Entre 1995 y 1997 el país experimentó una fase de relativo estancamiento en la llegada de turistas internacionales, regresando al crecimiento desde 1998. Este impulso se debió a actividades promocionales exitosas, orientadas a cambiar la imagen del destino, al liderazgo asumido por el país en el marco del turismo sustentable y al desarrollo, fortalecimiento y ajuste del sector empresarial en relación con el cambio del turismo en Costa Rica, acorde, a su vez, a las transformaciones del turismo internacional.

A partir de los logros obtenidos en el segmento del ecoturismo, el país se ha lanzado hacia un turismo que abarca diversos segmentos del turismo basado en la naturaleza, con expectativas más genéricas, y que por lo tanto responde al uso de una amplia gama de sitios naturales.

En este marco, la oferta de productos de sol y playa, como es el caso de los desarrollos hoteleros, ha estado creciendo en los últimos años, con productos de calidad y una expansión de la conectividad aérea internacional entre la región del Pacífico Norte, y Norteamérica, especialmente con Estados Unidos.

Con ello, la tendencia hacia el futuro apunta al impulso a productos combinados de sol y playa con visitas a parques nacionales, deportes de aventura e historia natural, entre otros. Lo anterior implica que el país necesariamente tratará de aumentar su cuota de mercado a costa de sus competidores regionales, México entre otros.

De acuerdo con las estimaciones del Instituto Costarricense de Turismo y el Banco Central de Costa Rica, el turismo contribuyó con el 8.7% del Producto Interno Bruto. Esta aportación muestra una tendencia al crecimiento desde 1991, año en que el turismo participó con el 4.6% del PIB.

En materia de empleo, el sector turístico costarricense genera alrededor de 50 mil empleos directos, lo cual equivale al 4% de la fuerza de trabajo ocupada en el país. Si se considera que en Costa Rica se generan 5 empleos indirectos por cada empleo directo en el sector, se tiene que el turismo propicia la creación de un total cercano a los 300 mil empleos.

Sólo tres sectores generan un mayor volumen de empleos: los Servicios Comunales Sociales, la Agricultura, Silvicultura, Caza y Pesca, y el conjunto de actividades de la Manufactura.

En 1999 el país superó la cifra de 1 millón de llegadas de turistas internacionales. En el año 2000 el número de turistas internacionales al país creció un 5.4%, y en el 2001 aumentó un 4%, pese a los problemas derivados por el inicio de la recesión económica en los Estados Unidos, y por las consecuencias de los ataques terroristas del 11 de septiembre.

En términos de generación de divisas, el país recibió en 1999 la cantidad de USD\$1,036.1 millones, creciendo esta cifra un 18.6% en 2000. En el año 2001 la captación de divisas aumentó un 3.9%. En la actualidad las divisas turísticas superan en valor a las generadas por las exportaciones de productos tradicionales: café, carne, azúcar y banano.

En el año 2001 el valor de las exportaciones de servicios turísticos representaron el 25.5% del total de las exportaciones del país. En 1995 la participación del turismo en el total del valor exportado sumaba el 19%.

Cuadro Nº 1

Principales indicadores turísticos

Costa Rica 1995 - 2001

Indicador	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Turistas Int.	784,610	781,127	811,490	942,853	1,031,585	1,088,075	1,131,406
Divisas (mill.USD.)	659.6	688.6	719.3	883.5	1,036.1	1,229.2	1,277.6
Habitaciones	25,328	27,103	27,860	28,084	28,826	29,497	31,706
Arribo de cruceros	164	168	202	220	253	199	195
Pasajeros /crucero	139,428	158,742	201,386	224,405	235,039	189,814	188,596

Fuente: Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2002-2012, Instituto Costarricense de Turismo, Documento de trabajo, 2002.

La posición de Costa Rica en el mercado turístico mundial es estable, con tendencia a un crecimiento de su participación. Considerando las llegadas de turistas internacionales, el país

ha visto aumentar su cuota de mercado de 0.14% a 0.15% entre 1995 y el año 2000. En términos de divisas, su participación se ha expandido más rápidamente, al pasar de 0.17% a 0.25% en el mismo período.

El país es el único representante centroamericano que figura entre los principales destinos de la región de las Américas.

A partir del producto turístico ofrecido, los principales competidores del país son:

Producto	Competidores	Producto	Competidores
Sol y playa	México República Dominicana Cuba Caribe Insular Cancún (México) Hawai (Estados Unidos)	Naturaleza	Galápagos (Ecuador) Brasil Perú Guatemala Panamá

Fuente: Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2002-2012, Instituto Costarricense de Turismo, Documento de trabajo, septiembre, 2002.

Como se advierte en la percepción del sector turístico del país, México no se considera un competidor en el mercado de productos asociados a la naturaleza (ecoturismo y turismo de aventura, por ejemplo).

En materia de precios de los servicios turísticos, Costa Rica es uno de los destinos considerados más caros del continente.

En cuanto a los mercados de origen más importante, sobresale el de Estados Unidos, que inclusive muestra un mayor volumen comparado a los flujos de los países del istmo.

Cuadro N° 2

Evolución de la demanda por mercados emisores

País / región	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Crec. Anual Prom.
Gran Total	784,610	781,127	811,490	942,853	1,031,585	1,088,075	1,131,406	4,0%
Estados Unidos	287,434	271,320	285,361	347,442	392,556	429,725	429,093	9,1%
México	19,975	223,26	25,347	30,109	31,875	33,432	36,841	8,4%
Canadá	41,898	36,271	37,032	42,097	45,565	52,696	52,661	2,1%
Centroamérica	218,023	234,326	247,039	293,810	310,661	286,466	320,277	5,7%
Caribe	71,25	6,704	77,65	8,910	9,327	9,450	9,298	1,3%
Europa	132,057	129,478	126,706	127,491	141,331	151,393	150,796	0,6%
Sur América	586,00	58,932	59,030	68,851	73,340	95,612	103,917	8,4%
Otras zonas	19,498	21,770	23,210	24,143	26,930	29,301	28,523	8,8%

Fuente: Dirección de Planificación, ICT

Diferentes factores concurren a explicar el crecimiento del turismo en el país. Entre ellos es preciso mencionar los siguientes:

- estabilidad política y social,
- seguridad, bajos niveles de criminalidad,
- diversidad concentrada en un espacio geográfico relativamente reducido,
- adecuada infraestructura de acceso a los atractivos,
- buena imagen en el mercado de destinos naturalistas,
- bien estructurado sistema de áreas de conservación,
- empresas especializadas y con capacidad para operar en nichos de mercado.

El ecoturismo en Costa Rica

El ecoturismo es, desde una perspectiva, una categoría vinculada al desempeño ambiental de algunos tipos de turismo de naturaleza. No es, necesariamente, un tipo de turismo.

Desde la óptica de la industria del turismo, el ecoturista no conforma una entidad distinguible, separable de otras categorías de turista. Lo anterior se debe a que la industria clasifica al turista por las actividades que desarrolla, y no por su desempeño ambiental.

Se constató, con los ecoturistas entrevistados en Costa Rica, que la mayoría no se concibe como *ecoturistas*, categoría que no conocen claramente, aunque sí han escuchado el término. Se conciben a sí mismos como turistas interesados en la naturaleza, pero sus prácticas y motivaciones no difieren radicalmente de los turistas convencionales.

De allí que resulte un hecho llamativo: los destinos megadiversos se ven favorecidos por la llegada de turistas no tanto por su propia riqueza y variedad ecológica, sino más bien por componentes como el grado de desarrollo, la infraestructura y el equipamiento, entre otros.

De acuerdo con estimaciones del ICT, el porcentaje de visitantes que arriba a Costa Rica, y que se consideran *ecoturistas*, no pasa del 10% del total.

Fases del desarrollo del ecoturismo en Costa Rica

Se puede asegurar que el grado de desarrollo de la competitividad del cluster¹ ecoturismo en Costa Rica, es avanzado.

No se trata de un ecoturismo panorámico, de observación de la flora, la fauna y el paisaje. Su éxito internacional no descansa exclusivamente en el uso de factores básicos singulares aportados por la naturaleza.

En esta etapa, las condiciones de los factores son los que brindan una ventaja competitiva. Los componentes y requerimientos de tecnología son escasos, y cuando los hay se trata de tecnologías de bajo costo y accesibles. En esta etapa se compite por precio.

Una etapa más compleja y avanzada de la competitividad tiene que ver con la inversión. Aquí si bien las ventajas competitivas continúan derivándose de los factores básicos, se agregan otros factores de bajo costo pero más avanzados, por ejemplo: biólogos, ecólogos, ingenieros ambientales, expertos en mercadotecnia, quienes adicionan mecanismos especializados.

Lo anterior atrae inversiones comparativamente más intensas, sostenidas y agresivas por parte del gobierno y de los empresarios. Se adquieren contratos de licencia y *know how*, se impulsan *joint ventures* con empresas extranjeras, lo cual les permite competir en industrias o segmentos más sofisticados. Los métodos y procedimientos adquiridos del extranjero se aplican y mejoran localmente, absorbiéndose la tecnología y obteniéndose mejoras en los procesos y productos.

Las empresas son comparativamente más tomadoras de riesgos que las empresas que se ubican en el nivel de competitividad impulsada por los factores. La rivalidad también es mayor y se convierte, por lo tanto, en fuente de nuevas ventajas competitivas, empujando a

¹ Cluster: es un grupo geográficamente cercano de empresas de una misma industria, y de empresas e instituciones que les apoyan con servicios o bienes. Incluye compañías de productos finales, proveedores de insumos, componentes, maquinarias y servicios especializados, instituciones financieras y empresas en industrias conexas. Suelen incluir empresas de distribución y clientes, proveedores de infraestructura especializada, instituciones de capacitación y educación, información, investigación y apoyo técnico especializado, organismos normalizadores y certificadores. Los organismos de gobierno que influyen en el cluster forman parte del mismo, al igual que las asociaciones gremiales.

la inversión continua, presionando los costos hacia la baja, mejorando la calidad de los productos, modernizando los procesos e introduciendo nuevos modelos de gestión.

En esta fase las industrias compiten en mercados relativamente estandarizados y sensibles a los precios.

La tercera etapa de la competitividad corresponde a la de economías impulsadas por la innovación, que muestra a empresas que asimilan y mejoran la tecnología de otras naciones, y que llegan a tomar la delantera en tecnologías de producto, de proceso y de mercadeo.

La innovación se sitúa en el motor de la competitividad de estas industrias, mejorando el conjunto de industrias y segmentos en los cuales compiten, y difundiendo rápidamente sus efectos por toda la economía.

Las empresas llegan a tener clientes locales sofisticados, e incursionan con éxito en los mercados internacionales. Los *clusters* se vuelven más densos en interrelaciones, más maduros y más competitivos, y también se benefician de los cambios y el nuevo conocimiento científico y tecnológico global, abriéndose permanentemente oportunidades para el surgimiento de nuevas empresas y nuevos *clusters* con participación de universidades, centros de investigación, dependencias gubernamentales y organismos no gubernamentales.

En esta etapa la ventaja competitiva en costos disminuye; pero las desventajas de costos en ciertos factores estimulan las innovaciones dirigidas a bajar esos costos, impactando en el avance de la tecnología de procesos y productos.

En dicho sentido y tal como se ha afirmado anteriormente, la ventaja competitiva del *cluster* ecoturismo Costa Rica está apoyada por una red que integra:

- empresas locales, de cobertura nacional y compañías trasnacionales,
- organismos no gubernamentales locales, extranjeros e internacionales,
- centros de investigación nacionales,
- dependencias del sector público y gobiernos locales.

Todas estas organizaciones, como se ha dicho anteriormente, tienen intereses económicos específicos articulados con los retos de la conservación y la extracción, a partir del uso sustentable de los recursos, de beneficios económicos.

La gestión sinérgica resultante es una muestra de la *coopetición*² que plantean las condiciones de competencia en los mercados internacionales generadores de rentas o ingresos diferenciales.

Características generales de la operación de productos de ecoturismo

Las visitas de campo realizadas durante la investigación tuvieron como objetivo constatar las características operativas de cuatro giras ecoturísticas. Éstas fueron las siguientes: Teleférico del Bosque Lluvioso; Volcán Poás y río Sarapiquí; Volcán Arenal y aguas termales de Tabacón; Reserva Biológica de Carara y Playa Jacó.

Las giras comprendieron el recorrido de circuitos integrados por diferentes atractivos: mariposarios, jardines de colibríes, cascadas, ríos, bosques lluviosos, volcanes, centros artesanales, entre otros.

En términos generales la oferta de ecoturismo visitada en el país se distingue por las siguientes razones:

1. la mayoría de los sitios ofertados comercialmente en la ciudad de San José, corresponden a áreas naturales protegidas, o a áreas naturales que incorporan criterios de conservación;
2. la comercialización de excursiones en San José está dirigida, prácticamente, a turistas interesados en la naturaleza, pero que no son especialistas. Los turistas especializados en viajes a la naturaleza adquieren sus giras desde el extranjero, comprándolas a empresas especializadas en este tipo de turismo, no se arriesgan a efectuar la compra localmente;

² Revolucionario esquema mental para la gestión que combina la competencia y la cooperación.

3. la propiedad de las áreas naturales es del gobierno, pero también se observa que emprendedores privados desarrollan proyectos de ecoturismo con criterios de conservación, ya sea en emplazamientos vecinos a las áreas naturales del gobierno, o en superficies relativamente alejadas de ellas;
4. en este sentido, las áreas en donde se realizan las visitas asumen la función de zonas de amortiguamiento, provistas, en función de los lineamientos establecidos en sus planes de manejo, de infraestructura y servicios de buena calidad (sanitarios, cafeterías, tienda de *souvenirs*, centros de información, teléfonos públicos). De esta manera el área núcleo aumenta sus posibilidades de protección al mantenerse limitado el tránsito de personas;
5. la mayoría de las excursiones tienen una duración de 10 a 12 horas, se realizan en autobuses de tamaño pequeño y mediano, a cargo de un chofer-guía, normalmente con conocimientos generalistas de las características ambientales, aunque también hay excursiones directamente operadas por guías naturalistas preparados por el Instituto Nacional de Aprendizaje, por medio de programas de tres años de duración;
6. las probabilidades de observar flora, y sobre todo fauna de interés para el excursionista promedio es alta: tucanes, cocodrilos, perezosos, monos cara blanca son algunas especies que se pueden apreciar en diferentes excursiones, hecho que contribuye a elevar la satisfacción de los visitantes;
7. las excursiones integran cadenas de valor a partir de la prestación de servicios de pequeños y medianos emprendedores, que asumen la responsabilidad de operar la transportación en ríos, el servicio de comida en puntos de escala, y de alojamiento si fuera necesario, la venta de *souvenirs*, por ejemplo;
8. se observa que las prestaciones a los turistas integran encadenamientos del sector ecoturismo con *industrias del souvenir* (playeras, gorras, llaveros, plumas, estuches, etc.), con agroindustrias generadoras de diversos productos orgánicos (café, jabones, entre otros) y con productores de fibras naturales para aplicarlas a diversas prendas de vestir;
9. los agentes productivos que integran estos encadenamientos tienen un altísimo grado de formalidad. En efecto, prácticamente todas las compras de los consumidores – aún tratándose de consumos que requieren la erogación de pequeñas cantidades de

- dinero – generan facturas o recibos de máquinas registradoras, emitidos con sus respectivos códigos fiscales;
10. las ofertas de la mayoría de las excursiones comprenden visitas activas: caminatas y aventura light. Los elementos tecnológicos agregados a las actividades tradicionales de ecoturismo (observar, por ejemplo), le otorgan a la oferta un rasgo distintivo y singular: es el caso del teleférico en el bosque lluvioso, que permite observar el dosel del bosque;
 11. esta permanente búsqueda por agregar valor a la oferta evita problemas de *canibalización* entre operadores: las constantes innovaciones empujan a las empresas hacia nuevos segmentos y nichos;
 12. en este sentido habría que destacar el desarrollo de nuevos productos de ecoturismo, articulados con elementos de aventura light;
 13. el canopy, por ejemplo, que consiste en el desplazamiento en la parte alta del bosque a través de un sistema de cuerdas, apoyado por plataformas elevadas que se ubican en árboles de 20 a 30 metros de altura;
 14. los puentes colgantes, situados en árboles de gran altura, permiten que visitantes de todas las edades aprecien la diversidad ecológica de los bosques a partir de recorridos efectuados en el dosel o estrato superior del bosque;
 15. si bien no existe un destino que se ubique, en un sentido puro, en algunas de las fases de la competitividad analizadas en esta investigación, se puede indicar que un sector del cluster ecoturismo en Costa Rica, se sitúa en la fase de competitividad por innovación, y que son muy pocos los agentes que se encuentran en la fase de competitividad de los factores;
 16. se aprecia que en las áreas de conservación en términos generales existe una buena calidad ambiental, pero también se advierten problemas, especialmente en:
 - obras de infraestructura que utilizan materiales metálicos y cemento, al igual que otros cuyo origen no es local; es decir, no existe una difusión extensa de técnicas y materiales de bajo impacto ambiental;
 - Playa Jacó, el destino preferido – por su cercanía – de los capitalinos, con severos problemas ambientales, carencias de infraestructura y una mala calidad de la imagen urbana.

17. Lo anterior hace suponer que el desarrollo del ecoturismo en Costa Rica está, finalmente, sometido a fuertes presiones y tensiones ambientales, en donde las iniciativas como la Certificación para el Turismo Sostenible, impulsada por el Instituto Costarricense de Turismo, es todavía marginal;
18. de hecho existen dos fuerzas enfrentadas: los ambientalistas que pugnan por un turismo controlado y de bajo impacto, estrechamente vinculado a las características de la biodiversidad, y los llamados *libertarios*, un grupo que apoya un crecimiento más acelerado, la búsqueda de nuevos segmentos de mercado, la eliminación de trabas ambientales para la inversión en infraestructura y equipamiento, y que cuestiona la falta de posicionamiento actual de Costa Rica en el mercado de sol y playa. Este grupo reivindica la necesidad de incursionar en mercados de mayor volumen y de situar al país con una imagen fuerte en sol y playa, por ejemplo;
19. estos argumentos se sustentan en el hecho de que la mayor parte de los turistas internacionales que llegan al país no se conciben a sí mismo como *ecoturistas*, aunque estén interesados en el turismo asociado a la naturaleza;
20. por otro lado, el Instituto Costarricense de Turismo estima que en los siguientes 10 años el volumen de llegadas de turistas internacionales al país se duplicará, lo cual deja de manifiesto que las tensiones ambientales que generará el turismo irán gradualmente en aumento.

Conclusiones generales

Sería completamente erróneo intentar desarrollar un esfuerzo por tratar de descubrir un solo elemento *clave* – por ejemplo, una disposición legal, o una campaña de promoción, o una adecuada segmentación - que contribuya a explicar la ventaja competitiva de Costa Rica en materia de ecoturismo.

Un análisis *reduccionista*, en este sentido, conduciría a simplificar las conclusiones, asumiendo que la actuación en un aspecto determinado de la realidad estaría en situación de cerrar de manera determinante ciertas brechas competitivas.

En realidad se requiere un análisis de corte estructural para entender sobre qué bases se ha cimentado la ventaja competitiva del producto ecoturismo.

Derivado de ello, se puede afirmar que la imagen positiva de Costa Rica como destino de ecoturismo se basa en un conjunto de elementos, no todos ellos directamente turísticos, pero que inciden en el comportamiento del sector.

La tradición democrática y participativa del país, el hecho de no contar con fuerzas armadas y de posicionarse como un país alejado de los conflictos regionales que asolaron Centroamérica desde los años setenta, además de la *megadiversidad*, aceptables índices de desarrollo humano, la madurez de la red institucional que soporta las actividades de conservación y desarrollo sustentable, la posición geográfica y la capacidad emprendedora de una parte importante de su población, el perfil de la fuerza de trabajo, y la organización para la producción, son algunos de los ejes sobre los cuales descansa la competitividad alcanzada en el turismo y en el ecoturismo en particular.

En este marco se podría aseverar que la competitividad del *cluster* ecoturismo en el país no se puede vulnerar tan fácilmente, ni sus productos se pueden sustituir rápidamente.

Por ello los pilares de su competitividad son complejos y no dependen de fuerzas o de factores únicos.

Los roles que desempeñan los diferentes actores son también complejos y no dependen de posiciones convencionales preestablecidas.

Es decir, el empresario no es sólo un operador de productos y servicios, también se dedica a investigar mercados, a establecer alianzas con organismos no gubernamentales, a fortalecer sus encadenamientos. El sector público, a través del Instituto Costarricense de Turismo, se lanza a trabajar en el campo, con los empresarios y con comunidades. Los centros de investigación buscan salidas comerciales a sus esfuerzos y productos derivados de esfuerzos de desarrollo del conocimiento científico.

Lo anterior deja ver un proceso de reestructuración productiva y reorganización en las formas asociadas al trabajo, y un reacomodo de las funciones de los diferentes actores del ecoturismo, ya sean públicos, privados o del sector social o tercer sector.

Este proceso, que si bien no es sistemático ni se difunde a la misma velocidad entre todos los actores del sector, está mostrando que se ajusta a los desafíos y las condiciones de la competitividad internacional en el campo del turismo, contribuyendo a otorgarle al ecoturismo de Costa Rica en particular, importantes ventajas competitivas y de posicionamiento que seguramente van a incidir positivamente cuando el país decida instrumentar iniciativas en diferentes modalidades de turismo asociado a la naturaleza, lanzándose a conquistar, en el corto plazo, una porción más amplia del mercado de sol y playa.

Bibliografía

- Aguilar González, Bernardo. Paradigmas económicos y desarrollo sostenible: la economía al servicio de la conservación, Editorial Universidad Estatal a Distancia, San José, Costa Rica, 2002.
- Centro Latinoamericano de Competitividad y Desarrollo Sostenible. Competitividad Empresarial en Centroamérica, Editado por Alberto Trejos y Arturo Condo, 1era. edición, Alajuela, Costa Rica, INCAE, CLACDS, 2001.
- Chacón, Manuel y Pratt Lawrence. Desarrollo Sostenible en Centroamérica: políticas públicas, marco legal e institucional, INCAE, Harvard University, septiembre, 1996.
- DeShazo, J.R., Monestel Vega, Luis. La importancia de las Áreas Protegidas Públicas en el Desarrollo del Turismo en Costa Rica: un análisis de su visita, Development Discussion Paper N° 679, Harvard University, february, 1999.
- DeShazo, J.R., Monestel Vega, Luis. La importancia de las Áreas Protegidas en el Desarrollo del Turismo en Costa Rica: evidencia sobre el comportamiento del gasto de los turistas nacionales y extranjeros, Development Discussion Paper N° 684, Harvard University, march, 1999.
- Martínez Sandoval, Gustavo Adolfo. Volcán Poás, Costa Rica: guía de campo, La Nación, S.A., Costa Rica, 1999.

- Organización Mundial del Turismo. Tendencias de los Mercados Turísticos: las Américas, Madrid, 2002.
- Proyecto Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible. Séptimo Informe, Editorama, S.A., San José, Costa Rica, abril, 2002.

Para consultar este documento completo solicítelo a:

Sergio Molina Espinosa

Director de Análisis Prospectivo

SECTUR

smolina@sectur.gob.mx

Carolina Chávez Oropeza

Jefe del Depto. de Análisis Prospectivo

SECTUR

cchavez@sectur.gob.mx