

O MODELO DE TURISMO DA COSTA RICA: SUA EVOLUÇÃO E ADAPTAÇÃO AO TERRITÓRIO COMO ESTRATÉGIA DE COMPETITIVIDADE TURÍSTICA

THE TOURISM MODEL OF COSTA RICA: ITS EVOLUTION AND ADAPTATION TO THE TERRITORY AS A TOURISM COMPETITIVENESS STRATEGY

EL MODELO TURÍSTICO DE COSTA RICA: SU EVOLUCIÓN Y ADAPTACIÓN AL TERRITORIO COMO ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

RESUMO

Sendo o turismo uma atividade econômica de grande importância a nível mundial, a consolidação dos espaços como destinos turísticos requer um modelo sólido, com estratégias de competitividade turística, que considerem diferentes fatores do território, interpretando isto não apenas como um facto físico natural, mas também como um produto construído socialmente. Na América Latina, a Costa Rica é um daqueles destinos que implementou diferentes estratégias para se manter como referência turística a nível regional, o anterior se baseia na adaptação de seu modelo de turismo às diferentes variáveis de seu território, com base em seu sistema turístico, que é denominado pelo Instituto Costa-riquenho de Turismo (TIC, 2017), como um sistema adaptativo, capaz de desenvolver comportamentos ou formas de proceder para avançar em direção a objetivos, mas com resultados imprevisíveis. Este artigo faz referência ao modelo de turismo da Costa Rica, suas diferentes etapas, sua evolução e as diferentes políticas públicas baseadas nas características de seu território, que lhe permitiram projetar e comercializar seus produtos turísticos diferenciados em nível internacional, levando a um crescimento contínuo da atividade turística no período 1980-2019.

Palavras-chave: Turismo. Modelo turístico. Competitividade Turística. Território. Costa Rica.

ABSTRACT

Tourism being an economic activity of great importance worldwide, the consolidation of spaces as tourist destinations requires a solid model, with tourist competitiveness strategies, which consider different factors of the territory, interpreting this not only as a natural physical fact, but also as a socially constructed product. In Latin America, Costa Rica is one of those destinations that has implemented different strategies to remain as a tourist reference at the regional level, the above is based on the adaptation of its tourism model to the different variables of its territory, based on its tourism system, which is called by the Costa Rican Tourism Institute (ICT, 2017), as an adaptive system, capable of developing behaviors or ways of proceeding to move towards goals, but with unpredictable results. This article makes reference to the tourism model of Costa Rica, its different stages, its evolution and the different public policies based on the characteristics of its territory, which have allowed it to design and market its differentiated tourism products at an international level, leading to a continuous growth of tourist activity in the period 1980-2019.

Keywords: Tourism. Tourist Model. Tourist Competitiveness. Territory. Costa Rica.

RESUMEN

Siendo el turismo una actividad económica de gran importancia a nivel mundial, la consolidación de los espacios como destinos turísticos, requiere de un modelo sólido, con estrategias de competitividad turística, que contemplen diferentes factores del territorio, interpretando este no solamente como un hecho físico natural, sino además como un producto construido socialmente. En Latinoamérica, Costa Rica es uno de esos destinos que ha implementado diferentes estrategias para permanecer como referente turístico a nivel regional, lo anterior se fundamenta en la adaptación de su modelo de turismo a las diferentes variables de su territorio, basado en su sistema turístico, el cual es denominado por el Instituto

 Meylin Alvarado Sánchez ^a

^a Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), Heredia, Costa Rica

DOI: 10.12957/geouerj.2021.56055

Correspondência: malvara@una.cr

Recebido em: 15 nov. 2020

Aceito em: 24 ago. 2021



Costarricense de Turismo (ICT, 2017), como un sistema adaptativo, capaz de desarrollar conductas o formas de proceder para dirigirse hacia metas, pero con resultados impredecibles. El presente artículo, hace referencia al modelo turístico de Costa Rica, sus diferentes etapas, su evolución y las diferentes políticas públicas basadas en las características de su territorio, que le han permitido diseñar y mercadear sus productos turísticos diferenciados, a nivel internacional, llevando a un crecimiento continuo de la actividad turística en el periodo 1980-2019.

Palabras-clave: Turismo. Modelo Turístico. Competitividad Turística. Territorio. Costa Rica.



INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade econômica de grande relevância em todo o mundo, com uma alta contribuição para o Produto Interno Bruto (PIB) dos países, especialmente nas economias em desenvolvimento, Guzmán, et al. (2012), indicam que essa atividade tem sido considerada pela comunidade científica como uma das maiores indústrias do mundo, acima da produção de petróleo, automóveis e equipamentos elétricos. Além desse alto crescimento, também experimentou profunda diversificação, expansão e competição entre destinos, influenciando diferentes espaços geográficos, urbanos e rurais.

Devido a essa dinâmica da atividade turística em todo o mundo, a Costa Rica adaptou seu modelo de turismo às exigências e aos padrões internacionais desde os anos oitenta, criando produtos turísticos diferentes para cada período e suas respectivas marcas país, referindo-se às seu território, promovido em diretrizes claras na formulação de políticas públicas e ações privadas que buscam constantemente o posicionamento internacional no nível turístico. Esse processo de adaptação contribuiu para o posicionamento do turismo nos últimos quarenta anos como um dos principais geradores de moeda estrangeira no país. O Programa Estado da Nação (2019), afirma que em 2016 essa atividade gerou US \$ 3.631 milhões (dólares americanos) e que, em média, equivale a quase metade das exportações de serviços (51%) e um terço das vendas externas de bens (37%).

E de acordo com o índice de competitividade em viagens e turismo do Fórum Econômico Mundial (FEM 2017), a Costa Rica em 2017 estava entre um dos principais destinos turísticos da América Latina e uma referência global, ocupando a posição 38 (de 136 países) deste índice, destacando-se por seu produto turístico baseado em recursos naturais e sua grande abertura à atividade turística e uma excelente recepção a visitantes estrangeiros e no primeiro semestre. A partir de 2020, o jornal La República (1 de abril de 2020, *on-line*¹) informou que essa atividade já contribuía com 8,2% do Produto Interno Bruto (PIB) e gerava 600.000 empregos diretos.

Este artigo apresenta as principais características do modelo turístico na Costa Rica e os estágios de sua evolução e as políticas públicas voltadas para a referida atividade que levaram ao surgimento de uma experiência turística, envolvendo diferentes setores produtivos do território, como cultura, natureza e meios de subsistência locais, o que facilitou sua permanência como um dos principais destinos turísticos da região da América Latina, no período de 1980 a 2019.

Características do modelo de turismo da Costa Rica nos últimos quarenta anos

A Costa Rica é um país da América Central, de acordo com Flores (1992), cujas coordenadas geográficas o situam no meio do norte tropical, limita-se com o Panamá ao sudeste e com a Nicarágua ao norte, a leste com o mar do Caribe e com

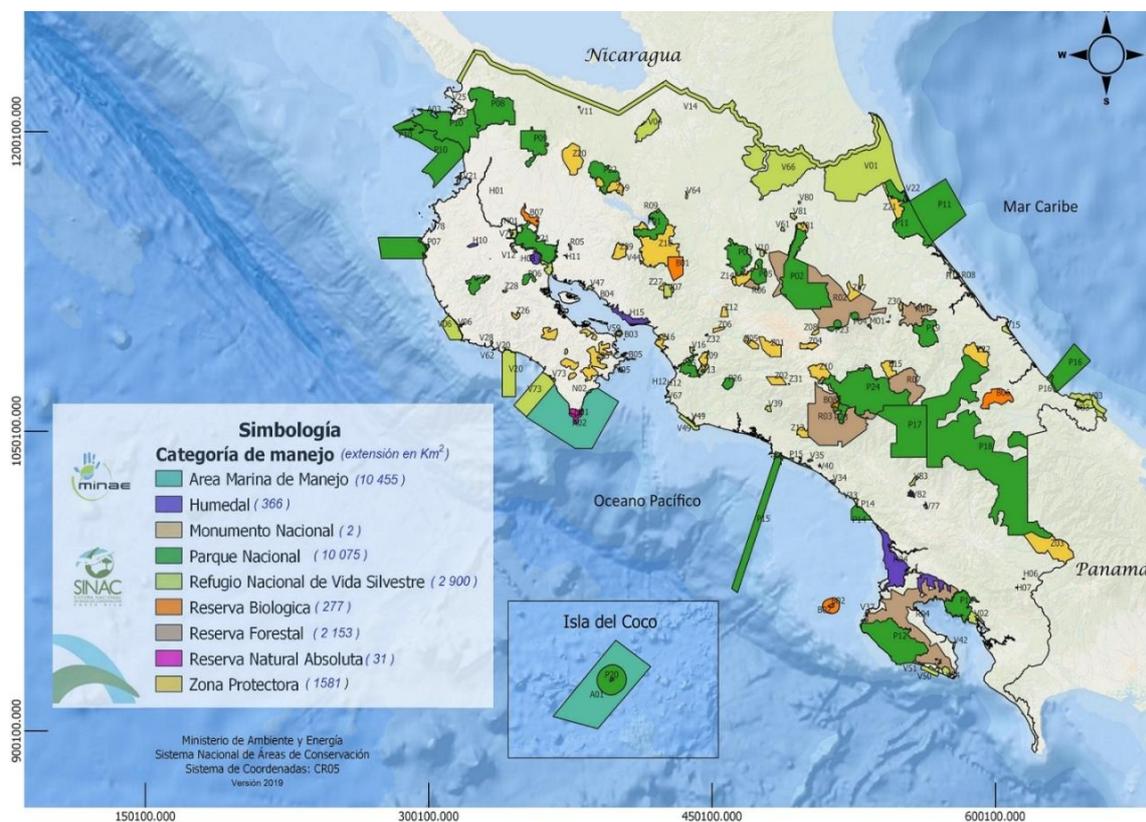
¹ Disponível em :<https://www.larepublica.net/noticia/esto-puede-hacer-el-gobierno-para-salvar-el-turismo-en-mes-de-aislamiento>

o oeste e o sul. Faz fronteira com o Oceano Pacífico, com 51.100 km² e, segundo o Instituto Nacional de Estatística e Censos (INEC, 2020, *on-line*²), a projeção de habitantes para junho de 2020 é de 5.111.238 habitantes.

O turismo tem sido sua principal atividade econômica desde a década de 1990, atribuída a diferentes fatores, como sua localização estratégica, praticamente no centro do continente americano e o coloca relativamente próximo aos Estados Unidos da América (EE.UU.), Canadá e Europa, principais espaços emissores de turistas. Além de sua cultura de conservação, manifestada através da criação de diferentes políticas públicas que permitiram conservar sua riqueza natural, reconhecida mundialmente.

O Estado da Nação (2019), afirma que um dos principais atrativos turísticos do país são os recursos naturais, fato que se reflete no aumento de visitas às Áreas Selvagens Protegidas (ASP), cujo número passou de 720.514 visitantes para 2.142.580 visitantes, entre 2000 e 2018. A extensão dessas áreas também aumentou ao longo dos anos. Até agosto de 2019, o Sistema Nacional de Áreas de Conservação (SINAC, 2019, *on-line*³) registrava para a Costa Rica 28,08% do território nacional, protegido (25,46% na área continental e 2,62% na área Marinha). O mapa a seguir (figura 1) apresenta a distribuição dos diferentes ASPs no país, sua classificação em diferentes categorias de gerenciamento e a extensão em km².

Figura 1. Áreas selvagens protegidas da Costa Rica



Fonte: SINAC (2019, *on-line*⁴)

² Disponível em : <https://www.inec.cr/#>

³ Disponível em : <http://www.sinac.go.cr/ES/asp/PublishingImages/Mapa%20ASP%202019.jpg>

⁴ Disponível em : <http://www.sinac.go.cr/ES/asp/PublishingImages/Mapa%20ASP%202019.jpg>

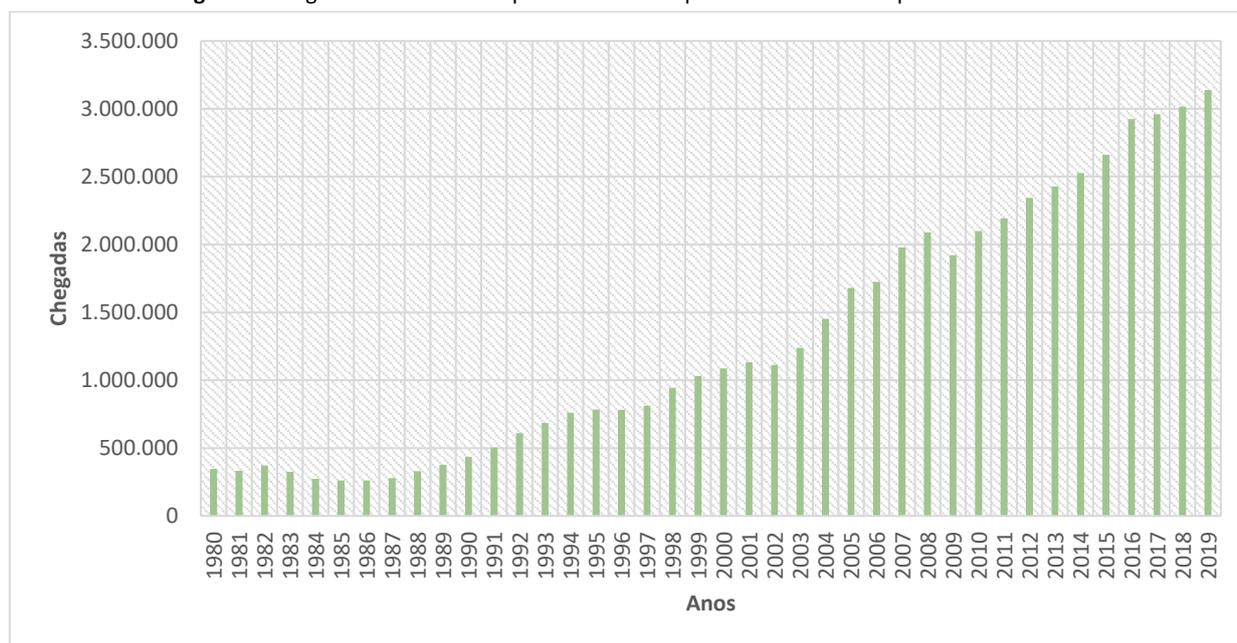


Perfil da demanda por turismo da Costa Rica

Uma das principais características do turismo da Costa Rica e que a destaca como a principal atividade que gera renda econômica em nível nacional é o número de turistas estrangeiros que chegam ao país ano após ano. De acordo com os relatórios estatísticos das ICT (2020, *on-line*⁵), nas últimas quatro décadas, o número de visitantes no país cresceu 900%, passando de 345.470 visualizações em 1980 para 3.139.008 visitas em 2019.

A figura 2, ilustra esses dados, demonstrando uma tendência crescente ao longo desse período, interrompida apenas em três momentos específicos, o primeiro em meados da década de 1980, devido a conflitos armados em alguns países da América Central, que afetaram indiretamente o país, o segundo momento foi em 2002, como consequência da crise gerada pelos ataques terroristas ocorridos nos EUA em 2001 e a terceira interrupção ocorreu em 2009, como consequência da crise econômica mundial de 2008, que começou nos EUA (o principal emissor de turistas no país) e se espalhou para alguns países europeus e asiáticos.

Figura 2. Chegadas internacionais para a Costa Rica por todas as rotas no período 1980-2019



Fonte: Elaboração própria com dados de ICT (2020, *on-line*⁶).

Desses 3.139.008 turistas que chegaram ao país em 2019, a maioria veio da América do Norte (EUA e Canadá), correspondendo a 53%, dos demais países da América Central, 22,25% e 16% chegaram eles vieram

⁵ Disponível em: <https://www.ict.go.cr/es/estadisticas/cifras-turisticas.html>

⁶ Disponível em: <https://www.ict.go.cr/es/estadisticas/cifras-turisticas.html>



da Europa; A América do Sul atingiu apenas 6,23%, o percentual restante é distribuído entre os visitantes do Caribe, Ásia e Pacífico e Oriente Médio. Enquanto as principais atividades turísticas realizadas por esses visitantes, localizavam-se nos seis produtos turísticos do país: Sol e Praia, Ecoturismo, Aventura, Bem-Estar, Esporte e Cultura.

O ICT (2017) indica que é justamente nessa diversidade de atividades que os turistas podem realizar no país que se manifesta a evolução da média do indicador de permanência no destino. Nos últimos 40 anos, esse indicador passou de seis para doze dias de permanência como uma média geral, refletindo não apenas a evolução das características e qualidades do produto turístico, mas também a crescente gama de atividades de onde o destino veio incorporando gradualmente à sua oferta turística (ICT, 2017, p. 35).

A oferta turística da Costa Rica

Um dos elementos importantes no sistema de turismo é a oferta, no caso da Costa Rica, o ICT (2020, *on-line*⁷), através da Declaração Turística, classificando-a como: empresa de hospedagem, operadoras de turismo, parques temáticos, empresas de locação de veículos, empresas gastronômicas, agências de viagens, atividade turística temática, transporte aéreo, transporte aquático, transporte aéreo, transporte aquático, atividade recreativa aquática, atividade recreacional aérea, atividade turística de congressos e convenções, atividade turística de spa e atividade turística.

Em relação aos dados estatísticos da oferta turística, O ICT reporta apenas dados gerais das empresas de hospedagem, com relação às demais categorias, referem-se apenas àqueles que possuem algum tipo de certificação ou reconhecimento. Por exemplo, o ICT (2020, *on-line*⁸) registra, para o ano de 2003, um total de 2.217 estabelecimentos de alojamento, com uma oferta de 35.003 quartos, que cresceram 165% nos últimos 16 anos, reportando para 2019 um total de 3.741 estabelecimentos, com 57.786 quartos. Além disso, o ICT (2017) indica que esta oferta possui ampla distribuição no território nacional e é composta principalmente por pequenas e médias empresas.

Fator de diferenciação do produto turístico da Costa Rica

⁷Disponível em: <https://www.ict.go.cr/es/servicios-institucionales/declaratoria-turistica.html#manuales-de-categorizaci%C3%B3n>

⁸ Disponível em: <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/oferta-de-hospedaje/1592-cuadros-oferta-hospedaje-2019/file.html>



Para o setor de turismo da Costa Rica, a sustentabilidade é o grande diferencial e a espinha dorsal do produto turístico, razão pela qual desempenha um papel fundamental de responsabilidade e competitividade da oferta turística. Portanto, o ICT, como outras instituições governamentais, organizações não-governamentais (ONGs) e empresas privadas, têm trabalhado nas propostas de algumas políticas públicas que permitem certificar atividades relacionadas à sustentabilidade da oferta turística nacional diversificada. Como é o caso dos decretos da Norma do Certificado de Turismo Sustentável (CST), o Programa Ecológico da Bandeira Azul (BAE) e o Código de Conduta Contra a Exploração Sexual Comercial de Crianças e Adolescentes Associados a Viagens e Turismo (ESCNNA-VT) na Costa Rica.

O certificado mais importante é o CST, um programa do ICT, concedido pela Comissão Nacional de Credenciamento do CST (composta pelo setor acadêmico, empresas privadas, setor público e duas organizações internacionais), estabelecido pelo Decreto Executivo Nº. 27235- MEIC-MINAET em 13 de fevereiro de 1992 (Regulamento de Concessão do Certificado de Turismo Sustentável), STANDARD CST, para categorizar empresas de turismo (hospedagem, parques temáticos sustentáveis, gastronomia sustentável, operadores turísticos, operadores turísticos, operadores marítimos) costeiras e locadoras de automóveis), de acordo com o grau ou nível em que sua operação se aproxima de um modelo de sustentabilidade, cumprindo uma série de medidas que permitem gerar uma interação adequada entre oferta, demanda e comunidade local, promovendo o fortalecimento do trabalho social, cultural, ambiental, econômico e de desenvolvimento em destinos turísticos (ICT, 2020, *on-line*⁹).

O segundo certificado de importância é o Programa BAE: o ICT (2017) diz que nasceu em 1995 como um esforço interinstitucional que também permite a participação do cidadão, pois para participar do Comitê Pro-BAE deve ser formado. Isso foi oficializado por meio dos Decretos Executivos Nº 25636-MINAE-S de 1996 e atualizado em 2012. O BAE para praias começa a ser implementado com uma única categoria relacionada ao turismo, posteriormente são criadas as categorias de comunidades, para centros foram adicionadas categorias educacionais e, finalmente, outras categorias, como áreas naturais protegidas, bacias hidrológicas, mudanças climáticas, mudanças climáticas agrícolas, clima neutro comunitário, saúde comunitária, lares sustentáveis, municípios, eventos especiais, ecologia eclesial e eco diplomática.

O último fator diferenciador do turismo costa-riquenho é o chamado Código de Conduta ESCNNA-VT na Costa Rica, como uma iniciativa de turismo responsável, enquadrada em a própria essência do modelo de turismo sustentável promovido pelo país e baseado no Código Mundial de Ética para o Turismo, da Organização Mundial de Turismo (OMT). A ICT (2017) afirma que isso corresponde a uma dinâmica de autorregulação do setor de turismo implementada no país desde 2003 e que, para 2010, foi assinado um

⁹ Disponível em: <https://www.turismo-sostenible.co.cr/>



acordo entre a ICT e a Câmara Nacional de Turismo (CANATUR), com o objetivo de converter o programa em uma estratégia nacional liderada pela instituição com mandato legal no setor de turismo da Costa Rica.

Evolução do modelo de turismo da Costa Rica

A competitividade e o posicionamento alcançados pela Costa Rica nos últimos quarenta anos são um reflexo da evolução de seu modelo de turismo, a ICT (2017) afirma que outro fator importante para esse posicionamento é a consolidação de os diferentes elementos do sistema turístico (demanda, oferta, destino, entre outros) e as relações que foram estabelecidas entre eles, que promoveram uma série de produtos turísticos diferenciados e competitivos, baseados em seu território, por meio das diferentes marcas país.

Lizano (2011), considera de grande importância da implementação da abordagem sistêmica no lançamento da Costa Rica como destino turístico, pois:

... entrelaza relaciones dinámicas entre los atractivos turísticos, la educación, la cultura, la sociedad, el ambiente, la producción y, en fin, un sinnúmero de elementos sociales, ambientales y culturales que son los que le imprimen una particularidad diferenciadora y un buen posicionamiento en el mercado turístico nacional e internacional. [...] Ese posicionamiento es el que encausa flujos turísticos hacia el país interesados en "consumir" un destino que ofrece una amplia gama de posibilidades de esparcimiento y recreación simbolizados en una mezcla de productos turísticos que incluyen sol y playa, ecosistemas naturales, aventura, ruralidad, deportes y actividades vivenciales, principalmente. La intención de estos turistas es en primer lugar pasársela bien y, adicionalmente, obtener con sus vacaciones buenas experiencias y un alto grado de satisfacción como aspiración final (LIZANO, 2011, p.8)

A evolução do modelo de turismo da Costa Rica foi apresentada em quatro estágios diferentes, descritos a seguir.

a) Primeira etapa, um turismo para ver.

Isso começa em meados dos anos 80, onde o modelo tradicional de turismo, o Sol e a Praia, que predominava antes dos anos 70, foi transformado em um turismo mais voltado para os recursos naturais, que lançou as bases do chamado ecoturismo. O ICT (2015), indica que esta primeira etapa é apresentada, quando o país deixou de lado a estratégia de se promover turisticamente como destino do Caribe (focado no conceito de circuitos de praias e cidades) e, em vez disso, implementou uma nova política de marketing para posicionar a Costa Rica como destino internacional; Lançando em 1985 uma campanha promocional "Costa Rica, é apenas natural", baseada no conceito "Natureza macia" como promessa primária e como secundários os produtos turísticos de sol e praia, parques nacionais e reservas biológicas.



O ICT (2015), afirma que, nessa etapa, são desenvolvidos alguns eventos relevantes, que fortaleceram a estratégia de mudança do modelo de turismo, como a realização da XVII Assembleia Geral da União Mundial da Conservação (UICN), realizada em San José em 1988 e a decisão de usar a marca país "Costa Rica" em campanhas internacionais, aproveitando a entrega do Prêmio Nobel da Paz em 1987 ao Presidente da República na época, Dr. Oscar Arias Sánchez, por intervir em processos de paz para a região da América Central. Além de outras circunstâncias, como o desenvolvimento de estudos sobre biodiversidade, a existência de sítios naturais com grande potencial turístico, um extenso sistema de áreas protegidas e uma situação econômica e política estável.

b) Segunda etapa, um turismo a fazer.

Os esforços realizados na etapa anterior geraram que, no final dos anos 80 e início dos 90, a Costa Rica conseguiu se posicionar como destino de ecoturismo em todo o mundo, mantendo sempre a promoção internacional focada em campanhas que destacam os recursos naturais, cultura local, conforto e diversidade de opções para os visitantes. Nesse período, destacam-se as campanhas promocionais: "Bronzear sua alma". Campanha "Costa Rica sem ingredientes artificiais", como marca país, o produto turístico passa a integrar mais elementos da natureza e da aventura, facilitando a participação dos turistas em diversas atividades (ICT, 2015, p. 18).

A marca país, lançada em 1996, permitiu ao país realizar campanhas internacionais com base na qualidade de seus atrativos naturais, preservados em um sistema de áreas protegidas, implantado no final do século passado, com grande eficácia, incluindo cada vez mais territórios dentro do referido sistema.

Como eventos relevantes nesta segunda etapa, o ICT (2015), destaca a especialização e consolidação de pequenas e médias empresas, oferecendo ecoturismo, com o qual o país reforça sua posição internacional em relação a outros países da região centro-americana. Também é aprovada a Lei 7472 (1994) sobre Promoção da Concorrência e Defesa Efetiva do Consumidor, que liberaliza os serviços e atividades de turismo. Iniciado o desenho dos programas de sustentabilidade CST e a Bandeira Azul Ecológica (BAE), também é criada a comissão tripartite entre o ICT, a Câmara Nacional de Turismo (CANATUR) e o Ministério do Meio Ambiente e Energia (MINAE), gerando novos espaços para a gestão abrangente do turismo de natureza.

c) Terceira etapa, um turismo para pertencer.

A etapa anterior, baseada em um produto de ecoturismo, de acordo com o ICT (2015), da primeira década dos anos 2000, evoluiu para um conceito mais amplo, identificado como o da sustentabilidade do turismo, que não se concentra mais em um determinado produto, mas na necessidade dos produtos turísticos



do destino e da operação turística em geral, desenvolverem em torno de três elementos básicos: a conservação e o uso responsável das atrações turísticas e do meio ambiente, seguidos pelo crescimento da oferta de planta turística, infraestrutura e serviços turísticos, conseqüentemente com a imagem e a marca país "Costa Rica sem Ingredientes Artificiais", além de levar em consideração a participação da comunidade local nos benefícios da atividade, como atores locais.

De acordo com o Programa Estado da Nação (2019), eventos importantes durante esse período incluem: primeiro, o crescimento exponencial de visitas turísticas ao país, devido a um aumento considerável nas companhias aéreas com voos para e da Costa Rica. Esse crescimento teve uma média anual de mais de 10%, gerando uma explosão da oferta turística em todo o país, fortalecendo e posicionando novos produtos turísticos e a posição competitiva como destino turístico. Em segundo lugar, a promoção internacional permaneceu focada em campanhas que destacam atrativos naturais, cultura local e conforto, além de oferecer muitas alternativas aos visitantes, como um destino diversificado. Finalmente, nesses anos, a consolidação de os programas criados na etapa anterior (CST e BAE), como projetos de classe mundial na promoção da sustentabilidade do turismo.

d) Quarta etapa, um turismo para experimentar.

No final da primeira década dos anos 2000 e de toda a segunda década deste século XXI, surgiu um modelo turístico conhecido como "Experiência e bem-estar", fortalecendo campanhas promocionais destinadas ao turismo experimental, promovendo modos de vida locais, integrando elementos de cultura e natureza. Onde a imagem da sustentabilidade e a marca país, com base na natureza, foi substituída em 2013 pela marca "Essentials Costa Rica", emitindo o Regulamento para a implementação e uso da Marca País da Costa Rica, pelo Decreto Executivo N°. 37669, de 20 de março de 2013.

Essa marca surge da necessidade de envolver outros setores produtivos além do turismo, como o exportador e o setor comercial. No site essencial Costa Rica¹⁰, indica-se que ele se move sob dois critérios: o posicionamento do país (mostrando as características dos costa-riquenhos) e sua competitividade, representada em seus valores (excelência, sustentabilidade, inovação, progresso social e origem costarriquenho) e seus objetivos são promover de forma abrangente o turismo, as exportações e o investimento estrangeiro, combinados com a cultura local, também para atrair investimentos estrangeiros em setores como tecnologia e serviços de alto valor agregado, para promover o talento e as habilidades dos costarriquenhos como vantagem competitiva, projetando uma imagem de primeira linha, promovendo a exportação de

¹⁰ Disponível em <https://www.esencialcostarica.com/marca-pais/que-es-la-marca-pais/>



produtos de alto valor agregado, além de promover um país competitivo, aumentando os padrões das empresas.

Ao integrar vários setores produtivos, a criação desta marca envolveu diferentes entidades governamentais, além do ICT, Ministério de Relações Exteriores e Culto, Ministério de Comércio Exterior (COMEX), Promotora de Comércio Exterior da Costa Rica (PROCOMER) e Aliança Iniciativas de Desenvolvimento da Costa Rica (CINDE), que faz parte do Comitê Interinstitucional da Marca País.

Durante esse período de experiência em turismo, foram desenvolvidas uma série de estratégias e políticas públicas que permitiram o posicionamento deste produto e sua marca país, a ICT (2015), afirma que no início desta etapa foram aprovadas as seguintes leis: Lei nº 8724, de 17 de julho de 2009, Lei de Promoção do Turismo Rural Comunitário, publicada em La Gaceta nº 191, de 1º de outubro de 2009, que visa promover empresas familiares e comunitárias; e Lei nº 8811, de 12 Maio de 2010, Lei de Incentivo à Responsabilidade Social das Empresas para o Turismo, publicada em La Gaceta No.119, de 21 de junho de 2010.

Ballesteros, Cambroner e Ramírez (2017) relatam que, dentre as estratégias para posicionar a marca país, destacam-se três momentos: o lançamento oficial da marca, nacional e internacionalmente, que inclui a aprovação do Regulamento de Uso da Marca País. Costa Rica, através do Decreto Executivo Nº 37669, de 02 de março de 2013, que foi alterado em diversas ocasiões nesta década (em agosto de 2016, abril de 2017 e fevereiro de 2018), outro é o padrão comercial no Copa do Mundo da Federação Internacional de Futebol de Associação (FIFA), Brasil 2014, a campanha “Salvar americanos” de turismo experimental voltada para o mercado norte-americano (americano e canadense especificamente) em 2015 e várias feiras internacionais de turismo são fortalecidas. Também no nível do ICT, são fortalecidos os diferentes programas de cultura turística (artesanato, gastronomia, cultura, entre outros).

Em 2017, foi decretado pela Assembleia Geral das Nações Unidas (ONU), como o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento, em janeiro deste ano, na Espanha, foi realizada a inauguração oficial da declaração. Representantes do governo da Costa Rica participaram dessa atividade e receberam reconhecimento por seu trabalho no turismo. No âmbito desta declaração, oito meses depois, no mês de setembro, a VI Conferência Internacional de Turismo Sustentável - P3 (Planeta, Pessoas e Paz), seu nome representa a dimensão com a qual os temas são abordados, evidenciando o compromisso do país em contribuir com o planeta a partir da própria essência das pessoas, compartilhando a experiência como território de paz, referente à marca país.

Um fato importante nesse mesmo ano foi relacionado aos objetivos dessa marca, quando o país alcançou uma das maiores faixas de competitividade do mundo, segundo o índice de competitividade de viagens e turismo (FEM, 2017), permaneceu nos níveis mais altos do mundo, com a posição 38 de 136 países



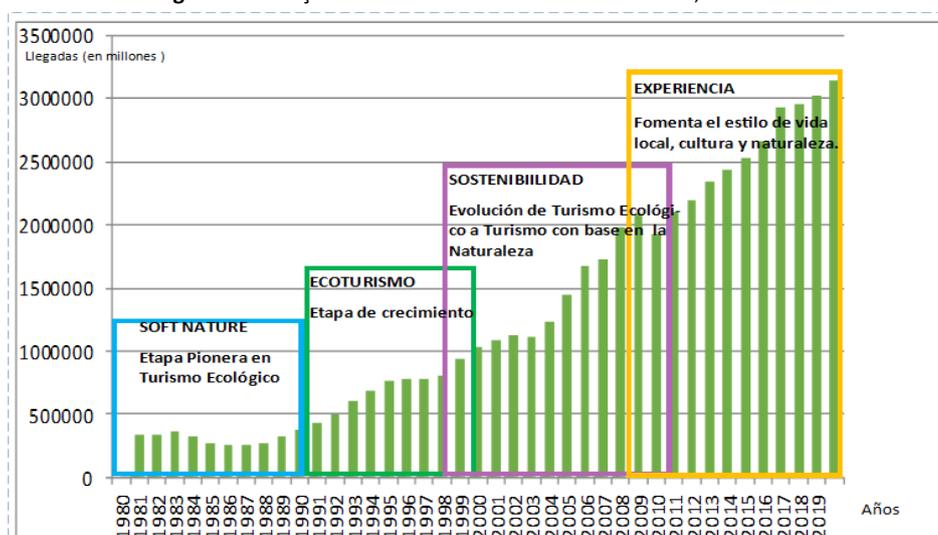
e na região da América Latina, obteve um lugar de destaque, juntamente com o Panamá e o Brasil, superado apenas pelo México. O Programa Estado da Nação (2019) afirma que, na avaliação realizada pelo FEM, na década de 2007-2017, a Costa Rica obteve resultados positivos nas variáveis relacionadas à infraestrutura do turismo, segurança, proteção, prioridades de viagem e inclusão do turismo nas políticas públicas. O contrário ocorreu com as variáveis relacionadas à infraestrutura aérea e terrestre, recursos culturais e recursos humanos, que a tornaram menos competitiva.

Apesar de a marca ter como objetivo posicionar o país como destino internacional, promovendo competitividade e inovação nos diversos setores produtivos do país, o nível de competitividade obtido em 2017 caiu nos últimos dois anos, passando do nível 38 para o nível 55 em 2018, como a quarta economia mais competitiva da região, caindo para 62 em 2019, tornando-se a quinta economia latino-americana, superada pela Colômbia, México, Uruguai e Chile, obtendo alta avaliação apenas no fator saúde. à melhor classificação global e baixa nas variáveis capacidade de inovação e tamanho do mercado.

No entanto, como o país caiu no ranking de competitividade mundial nos últimos dois anos, a atividade turística continuou a crescer de forma constante durante o mesmo período, conforme indicado pelos dados no início deste artigo, demonstrando que a integração de diferentes elementos do sistema de turismo em seu produto turístico, através dos diferentes setores produtivos do país, foi eficaz na canalização dos fluxos turísticos.

Como forma de delinear cada uma dessas etapas da evolução do modelo de turismo da Costa Rica, é apresentada a figura a seguir, que também mostra sua relação com o crescimento de chegadas ao país por ano, além das estratégias assumidas nesses quase quarenta anos.

Figura 3. Evolução do modelo de turismo da Costa Rica, 1980-2019



Fonte: Elaboração própria, adaptada do ICT (2015), com dados do ICT, 2016, 2017, 2018 e 2019.



Os dados turísticos aqui apresentados vão até 2019, ignorando as informações de 2020, que devido à pandemia do COVID-19, modificaram totalmente essa linha de crescimento da atividade turística do país, devido às medidas tomadas em nível nacional e internacional para coibir os efeitos na saúde pública, como o fechamento de fronteiras, o cancelamento de voos internacionais e o encerramento de alguns setores comerciais, como hotéis e restaurantes. A seguinte seção faz uma abordagem ainda superficial para tal impacto.

Efeitos da pandemia de COVID-19, no modelo de turismo da Costa Rica

De acordo com o ICT (2020 *on-line*¹¹), até fevereiro de 2020, a Costa Rica registrou um dos inícios do ano com o maior crescimento de visitas aéreas por via aérea: 10,4% em fevereiro e 5,2% em janeiro, mas isso foi ofuscado devido a à declaração de pandemia da COVID-19, levando o país à Declaração de Emergência Nacional, pelo decreto Nº 4222, em 16 de março de 2020, Essa ordem executiva levou ao 23 de março, a CANATUR declarou oficialmente a "Temporada Zero" no setor de turismo, como um período de renda zero, onde houve a cessação absoluta de todos os serviços, nos quais nacionais e estrangeiros não geram renda para esta atividade. As chegadas internacionais via aérea caíram 54%, houve também uma queda no mercado emissor, em março a chegada dos EE.UU teve uma queda de -56,5% e da Europa de -44,2%, segundo dados do ICT.

Em relação à chegada de turistas estrangeiros ao país por todas as rotas, o ICT (2020 *on-line*¹²), relata uma queda impressionante, durante os primeiros meses de 2020, passando de 358665 visitas em janeiro para apenas 3.803 em Maio de 2020, observando o início da queda no mês de março, quando a pandemia foi declarada, e acentuando-se em abril e maio, como estação zero. Situação nunca vista nesses últimos quarenta anos de atividade turística no país. A figura 4, mostra essa queda na visitação.



Fonte: Elaboração própria com dados do ICT (2020, *on-line*¹³)

¹¹ Disponível em: <https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas-2/1693-cifras-de-visitacion-de-marzo-ratifican-ruinoso-impacto-del-covid-19-en-el-turismo.html>

¹² Disponível em: <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticos/informes-estad%C3%ADsticos/recientes/1026-2020/file.html>

¹³ Disponível em: <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticos/informes-estad%C3%ADsticos/recientes/1026-2020/file.html>



A mídia digital Delfino.cr (2020, *on-line*¹⁴), indica que, durante essa pandemia, na Costa Rica, o turismo foi o único setor com uma estação zero, aquele que levará mais tempo para se recuperar e, portanto, exige uma declaração emergência prolongada com medidas econômicas concretas e eficazes. Segundo Alba Sud (2020, *on-line*¹⁵), durante esta emergência no país, com a queda da visitação turística, houve uma contração nas economias locais, com base em dados do ICT e do Ministério do Trabalho, em 15 de abril deste ano, 25.085 trabalhadores diretos no setor de turismo sofreram com sua renda econômica, devido a demissões, suspensão temporária de contratos ou redução de seu horário de trabalho.

Em resposta à Temporada Zero, em 4 de maio de 2020, o Conselho de Diretores do ICT apresentam a “Rota para o Resgate do Setor de Turismo”, de acordo com o jornal El Pais.cr (2020, *on-line*¹⁶), a rota é composto por oito objetivos que também respondem a oito prioridades, com base em três áreas principais de trabalho: turistas, estrutura de negócios e força de trabalho, que se entrelaçam da seguinte forma:

- a) Turistas: companhias aéreas, marketing e promoção (nacional e internacional) e turismo marítimo.
- b) Rede de Empresas: produto, empresas do setor, protocolos e centro turístico do Golfo de Papagaio.
- c) Força de Trabalho: treinamento e emprego e investimento internacional e nacional.
- d) Considerando a imprevisibilidade dessa crise sem precedentes, essa rota será modificada no processo de enfrentamento e enriquecida com a contribuição dos diferentes atores do setor, conforme as circunstâncias que surgirem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As diferentes etapas da atividade turística da Costa Rica, até 2019, demonstraram a importância de atualizar ou adaptar e diversificar os produtos turísticos, que devem integrar vários elementos do território, com base na identidade territorial do país. Também mostra a relevância da participação de diferentes atores nesses processos, que, embora o ICT sendo o órgão governante dessa atividade, o processo de adaptação envolve os setores públicos e privado e organizações de diferentes tipos.

¹⁴Disponível em: <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticos/informes-estad%C3%ADsticos/recientes/1026-2020/file.html>

¹⁵ Disponível em: <http://www.albasud.org/noticia/1211/impactos-y-reacciones-ante-la-ca-da-del-turismo-por-covid-19-en-costa-rica>

¹⁶ Disponível em: <https://www.elpais.cr/2020/05/05/costa-rica-fija-hoja-de-ruta-para-rescate-del-sector-turismo/>



Cada produto turístico refere-se ao território da Costa Rica, através da marca país proposta para cada uma das etapas do modelo de turismo, como a imagem internacionalmente conhecida do território. Cada marca diferente se comporta como um mecanismo unificador para comercializar o território, como um aspecto de identidade e representação de um país inteiro a partir de dentro, como políticas públicas, infraestrutura, recursos, visitantes e espaço geográfico como tal pode ser transmitida ao mundo por ser credível e consistente. Portanto, o território se torna um destino e adquire um novo significado para quem faz parte da experiência turística.

A próxima etapa do trabalho será a do POST COVID-19, onde o turismo nacional deve ser direcionado em primeira instância, com preços adequados aos orçamentos, mantendo os produtos turísticos diferenciados e com identidade territorial. Basear as variáveis que foram avaliadas positivamente no FEM em 2017, como: infraestrutura turística, segurança, proteção, prioridades de viagens e inclusão do turismo nas políticas públicas. E, especialmente, com o fator saúde, que foi altamente avaliado em 2019, com valores próximos aos melhores do mundo. Com produtos voltados para o segmento de turismo de saúde, principalmente neste grande impacto que a saúde teve em todo o mundo. E concentre-se em melhorar os fatores negativos na referida avaliação, como: infraestrutura aérea e terrestre, recursos culturais (valor agregado para o turismo) e recursos humanos, o que a tornou menos competitiva.

REFERÊNCIAS

- ALBASUD.ORG NOTICIAS. **Impactos y Reacciones Ante la Caída por Covid-19 en Costa Rica**. Disponível em: <http://www.albasud.org/noticia/1211/impactos-y-reacciones-ante-la-ca-da-del-turismo-por-covid-19-en-costa-rica>. Acessado em 18 de junho de 2020.
- ASAMBLEA LEGISLATIVA DE COSTA RICA. **Decreto Ejecutivo N° 27235 MEIC-MINAE Reglamento para el Otorgamiento del Certificado de Sostenibilidad Turística**. Publicado na Gazeta de 26 de agosto de 1998.
- ASAMBLEA LEGISLATIVA DE COSTA RICA. **Decreto Ejecutivo N° 25636 MINAET-S Reglamento para el Otorgamiento de la Bandera Azul Ecológica**. Publicado na Gazeta de 26 de agosto de 1996.
- ASAMBLEA LEGISLATIVA DE COSTA RICA. **Lei N° 8724, Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario, en Costa Rica**. Publicado na Gazeta em 17 de julho de 2009.
- ASAMBLEA LEGISLATIVA DE COSTA RICA. **Lei N° 8811 del 12 de mayo del 2010, Ley de Incentivo de La Responsabilidad Social corporativa Turística**. Publicado na Gazeta em 21 de junho de 2010.
- ASAMBLEA LEGISLATIVA DE COSTA RICA. **Decreto Ejecutivo N° 37669. Reglamento para la implementación y uso de la Marca País Costa Rica**, Publicado na Gazeta em 20 de marzo del 2013.
- BALLESTERO, Javier; CAMBRONERO, Pamela y RAMÍREZ, Cristin. **Relaciones Públicas en la Interacción entre la Marca País Esencial Costa Rica y las Empresas Hoteleras Licenciadas, en el Marco de la Construcción de la Reputación Nacional en Costa Rica**. Tese para optar pelo grau de Bacharel em Comunicação Coletiva, com ênfase em Relações Públicas. Universidade da Costa Rica, San José, Costa Rica, 2017.
- DELFINO.CR. **El Sector Turismo Requiere Declaratoria de Emergencia**. Disponível em: <https://delfino.cr/2020/06/sector-turismo-requiere-declaratoria-de-emergencia-alargada> acessado em 15 de junho de 2020.
- FEM-FORO ECONÓMICO MUNDIAL. **The Global Competitiveness Report 2017**. Disponível em: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf. Acessado em 26 de março de 2020



FLORES, Eusebio. **Geografía de Costa Rica**. 3ª ed, EDUNED, San José, Costa Rica 1992.

GUZMÁN, Andrés.; MAYO, Armando. Y PÉREZ, Beatriz. **Turismo: Enfoque global**. Primera Edición, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Villahermosa, Tabasco, México, 2012.

ICT - Instituto Costarricense de Turismo. **Impulso al Crecimiento y Desarrollo Turístico en Costa Rica. Ponencia preparada para el Informe Estado de la Nación 2015**. San José: Programa Estado la Nación. 2015:

ICT - Instituto Costarricense de Turismo. **Actualización del plan de uso del Instituto Costarricense de Turismo**. Plan nacional de desarrollo turístico de costa rica 2017 – 2021, San José Costa Rica, 2017.

ICT - Instituto Costarricense de Turismo. **Informes Estadísticos**, Disponível em: <http://www.ict.go.cr/es/estadisticas/informes-estadisticos.html>. Acessado em 20 de março de 2020.

ICT - Instituto Costarricense de Turismo. **Documentação Declaratória Turística**. Disponível em: <https://www.ict.go.cr/es/servicios-institucionales/declaratoria-turistica.html#manuales-de-categorizaci%C3%B3n>. Acessado em 02 de março de 2020.

ICT - Instituto Costarricense de Turismo. **Oferta de Hospedagem**. Disponível em: <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/cifras-tur%C3%ADsticas/oferta-de-hospedaje/1592-cuadros-oferta-hospedaje-2019/file.html>. Acessado em 01 de abril de 2020.

ICT - Instituto Costarricense de Turismo. **Informes Estadísticos**. Disponível em: <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/informes-estad%C3%ADsticas/recientes/1026-2020/file.html>. Acessado em 19 de junho de 2020.

ICT - Instituto Costarricense de Turismo. **Noticias Destacadas**. Disponível em: <https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas-2/1693-cifras-de-visitacion-de-marzo-ratifican-ruinoso-impacto-del-covid-19-en-el-turismo.html>. Acessado em 19 de junho de 2020.

INEC-Instituto de Estadísticas y Censos. **Proyección de Población al 30 de junio de 2020**. Disponível em: <https://www.inec.cr/#>, acessado em 30 de março de 2020.

LIZANO, Rodolfo. **Futuro del Desarrollo Turístico en los Litorales de Costa Rica**. Revista de Ciencias Ambientales, Núm. 29 (2). Universidad Nacional, Heredia, Costa Rica. 2011, p. 7-18.

SINAC- SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS DE CONSERVACIÓN. **Áreas Silvestres Protegidas de Costa Rica**. Disponível em: <http://www.sinac.go.cr/ES/asp/PublishingImages/Mapa%20ASP%202019.jpg>. Acessado em 24 de agosto de 2019.

PERIODICO EL PAIS.CR. **Costa Rica Fija Hoja de Ruta para Rescate del Sector Turismo**. Disponível em: <https://www.elpais.cr/2020/05/05/costa-rica-fija-hoja-de-ruta-para-rescate-del-sector-turismo/>. Acessado em 20 de junho de 2020.

PERIODICO LA REPÚBLICA. **Esto Puede Hacer el Gobierno para Salvar el Turismo en Mes de Aislamiento**. Disponível em: <https://www.larepublica.net/noticia/esto-puede-hacer-el-gobierno-para-salvar-el-turismo-en-mes-de-aislamiento>. Acessado em 01 de abril de 2020.

PROGRAMA ESTADO DE LA NACIÓN. Informe Estado de la Nación 2019. 25 ed. San José, Costa Rica. Servicios Gráficos AC, 2019.