



Center for Responsible Travel

Center for Responsible Travel

Transforming the Way the World Travels

www.responsibletravel.org

Voces de la Pandemia: Turismo Costarricense en Época de Coronavirus y Cambio Climático

El 11 del marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) reconoció la propagación del virus del COVID-19 como una pandemiaⁱ, lo cual detuvo el ritmo habitual en la mayoría de los sectores económicos a nivel mundial obligándoles a adaptarse a un nuevo estilo operativo. A día 20 de octubre, en Costa Rica siguen aumentando los casos de Covid-19 y según el ministerio de salud del país, desde que empezó la pandemia se han registrado 97.922 contagios y 1.222 personas fallecidas (1,3% del total de contagios)ⁱⁱ.

Como resultado de la pandemia, el turismo ha sido uno de los sectores globales más afectados en todo el mundo, los aeropuertos y las fronteras terrestres tuvieron que cerrar, los viajes se redujeron a mínimos históricosⁱⁱⁱ, y los sistemas de salud han estado al borde del colapso. La crisis del COVID-19 nos deja preguntándonos cómo podemos renovar el sector turístico para abordar las preocupaciones actuales sobre salud y seguridad y, al mismo tiempo, cómo podemos esforzarnos para lograr un impacto ambiental positivo. Es por ello que, no hay mejor destino que lo pueda plasmar que Costa Rica, un país cuyo espíritu de turismo sostenible ha sido un paradigma para otros durante décadas y un lugar que depende en gran medida del turismo internacional.

En el año 2019, el país centroamericano recibió más de 3.1 millones de turistas, lo que representó un crecimiento del 4,1% respecto a 2018^{iv}, de modo que, las previsiones por parte de los empresarios y el gobierno para 2020 se presentaban favorables. Sin embargo, la situación actual ha detenido la trayectoria de este crecimiento, lo cual ha generado un impacto a todo nivel en el turístico costarricense, obligando así a una adaptación general a la “nueva normalidad”^v.

A través de este artículo de especial interés, el Centro para el Turismo Responsable (CREST) explora lo que significa para muchos esta “nueva normalidad”, frente a dos crisis existenciales: el COVID-19 y el cambio climático. Habiendo explorado la interconexión entre estos dos temas desde el inicio de la pandemia, CREST ha descubierto que el discurso y la investigación a menudo se estancan a nivel nacional. Por ello, para arrojar luz sobre la situación actual hemos capturado distintas voces en el campo de estudio y con ello llenar este vacío de conocimiento, se han recopilado entrevistas personales de distintos actores que pertenecen al sector turístico

de Costa Rica con la esperanza de capturar los pensamientos y perspectivas en torno al COVID-19, cambio climático, y la futura recuperación de la industria turística del país. A través de detalles anecdóticos, los diez entrevistados nos inspiran esperanza sobre la resiliencia humana y cómo las personas están lidiando con los cambios ocurridos en 2020.

Adaptación Económica y Laboral en Costa Rica

Costa Rica es un país altamente dependiente del turismo. Según datos del Banco Central (BCCR), el PIB que aporta este sector a la economía del país es del 6,1%, generando así más de 200.000 empleos de forma directa e indirecta, esto es el 8,8% del empleo del país. El turismo es el sector que más peso tiene en la economía nacional, superando así lo que aportan los servicios informáticos y la producción bananera. Estas impresionantes cifras son en su mayoría gracias al turismo internacional, ya que cuenta con Estados Unidos como su primer destino emisor, seguido por Canadá, México y varios países de Europa. El Instituto Costarricense de Turismo (ICT), muestra en sus datos que la participación de mayor peso viene por parte del alojamiento seguido por los servicios de comidas y bebidas, transporte en carretera y atención en servicios médicos, todos estos sectores recibieron el impacto directo de las medidas que se tomaron a causa del COVID-19. Por esto, dichos servicios, así como las personas que trabajan en ellos, han sentido el golpe directo del COVID-19 y las consecuentes políticas de salud, seguridad y viajes que el país ha implementado.

Un ejemplo de adaptación laboral durante estos momentos difíciles es el caso de **Gerson Cedeño**, guía naturalista certificado que vive en Puerto Jiménez de Golfito, en el pacífico sur, y que está desempleado desde el 23 de marzo a causa de la pandemia. En condiciones normales, Cedeño trabajaba jornadas laborales exhaustivas, llegando a no tener ningún día libre debido a la temporalidad del sector. Cedeño, ha tenido que innovarse en su forma de recibir ingresos y gracias a su nivel educativo, ahora es instructor de ecología por medio de clases virtuales. Él reconoce que se están viviendo tiempos difíciles y que gracias a su formación ha tenido la suerte de poder reinventarse, pero que no es el caso de sus otros compañeros de trabajo que están luchando con dificultades para subsistir. A través de su formación, Cedeño ha visto la oportunidad de formar a las personas sobre ecología, nos ha dicho que “ahora es el momento para desarrollar programas y proyectos enfocados en el medio ambiente”. En general, Cedeño nos menciona que lo positivo que se puede sacar de esta situación actual es el tiempo que ha brindado a todos los sectores para reinventarse y plantearse mejor sus estrategias.

Sin embargo, no todos los guías naturalistas han tenido la misma suerte en reinventar sus oportunidades laborales y muchos todavía luchan por sobrevivir económicamente. Debido a la crisis actual, algunos guías naturalistas que se encontraban protegiendo el gran paisaje y biodiversidad de Costa Rica, lamentablemente y para poder subsistir, se están dedicando a la extracción de oro a cielo abierto, que en Costa Rica es una actividad prohibida por decreto

presidencial junto con la minería; y está considerada como una actividad ilegal, que en este momento está bajo investigación en la zona del Parque Nacional Corcovado^{vi}.

Por otro lado, algunas empresas que forman parte de la cadena de suministro indirecto del turismo también han tenido que adaptar sus negocios a esta nueva situación, un ejemplo de ello se ha plasmado en la empresa de combustibles en la que trabaja **Andrea Olaya**, que como ejecutiva de ventas, nos cuenta que el negocio de transportes ha variado su mercado significativamente, antes sus mayores clientes estaban dedicados al turismo, pero durante la pandemia estos empezaron a ser empresas de alimentación que incrementaron el transporte que normalmente necesitaban para llegar a sus clientes a través de la nueva demanda que surgió.

Sin embargo, otros empresarios han sufrido impactos más profundos de la pandemia como es el caso de **Alex Montero**, un transportista que tiene su negocio en Liberia y que antes de la pandemia contaba con 15 empleados y 18 autocares. Actualmente, Montero ve como su emprendimiento no está en funcionamiento por la carencia de turistas internacionales y sumado a esto, no puede diversificar su negocio ya que existe mucha competencia en el sector de transportes, es por ello por lo que prefiere esperar a que se abra el turismo nuevamente.

Para mitigar un poco los impactos de esta crisis, el gobierno costarricense está incentivando el turismo y ha permitido que desde el 1 agosto se vuelvan a abrir los aeropuertos para recibir visitantes internacionales de ciertos países^{vii}; además, el pasado mes de octubre, el ministro de turismo Gustavo Segura anunció que en noviembre se abrirán las fronteras al resto de países. También, desde el ICT se han renegociado con las aerolíneas las campañas cooperativas previstas para 2020, así como los protocolos sanitarios de entrada y salida del país y otras medidas necesarias para estimular la competitividad, entre ellas están los costes operativos tales como el precio del combustible para uso en aeronaves^{viii}. Otra medida tomada por el gobierno fue la puesta en marcha de una campaña nacional para incentivar el turismo interno, el cual podría generar economía y ayudar a que muchos negocios turísticos puedan subsistir. Tal y como ha reconocido la Organización Mundial del Turismo (OMT), esta nueva estrategia ha traído movimiento a un sector fuertemente golpeado y que ahora necesita reinventarse para subsistir, por ello, será necesario ajustarse a los cambios que puedan surgir con la “nueva normalidad” para saber adaptar la oferta y hacer promoción turística con los parámetros pertinentes^{ix}.

Sostenibilidad y Competitividad

El sector turístico costarricense se ha alineado conceptualmente desde hace mucho tiempo con los tres ejes de la sostenibilidad: ambiental, social y económico^x, el enfoque de sostenibilidad existe desde hace algún tiempo en el país, es por ello que el desafío futuro consiste en cómo se

pueden renovar las estrategias de marketing para atraer nuevamente visitantes internacionales sin que se pierdan los fundamentos de un turismo sostenible, una responsabilidad que no solo debe recaer en hombros del gobierno y las empresas, sino también en el de los viajeros. Así lo menciona **José Guevara**, presidente de Ethnotourism.org una plataforma digital que busca promover, ayudar y apoyar destinos turísticos en territorios indígenas y étnicos en Costa Rica, “no solo las empresas turísticas son las responsables del cambio sino también los turistas, los cuales pueden reaprender cómo viajar y decidir pasar sus vacaciones en destinos sostenibles”. La sostenibilidad debe tener un mayor énfasis en este momento, para que, a pesar de los esfuerzos, los escenarios de recuperación futuros sigan por la senda del turismo responsable en Costa Rica.

Con esto concuerda **Juan Amighetti**, presidente de la Cámara de Turismo de Sarapiquí, quien nos cuenta que en este cantón la mayoría de sus visitantes son nacionales. Amighetti añade que: “desde la cámara han tenido que reinventarse para tomar aún más medidas que favorezcan el medio ambiente ya que han visto una oportunidad de diferenciación en el mercado gracias a la gran acogida que está teniendo el turismo sostenible; además, la situación actual fortalece al sector debido a que la gente está buscando aún más visitar la naturaleza”. La cámara también desarrolla distintos proyectos entre los cuales están: salvaguardar río Sarapiquí (proyecto integral para el manejo de la cuenca del río que es el ícono de la zona), establecer alianzas de ámbito medioambiental para fortalecer el sector turístico y seguir implementando la certificación de destino sostenible TourCert de Alemania, y certificaciones nacionales que tomen en cuenta el correcto manejo de residuos y aguas, seguridad, emergencias. En otras palabras, Amighetti reconoce que la reactivación de la zona será lenta, pero también afirma que la línea a seguir no va a cambiar porque la crisis actual refleja la necesidad de continuar con la sostenibilidad y con la lucha contra el cambio climático.

Las opiniones de Guevara y Amighetti no se alejan de las previsiones globales sobre la reactivación progresiva del turismo. Dichas previsiones apuntan a que destinos como Costa Rica, que presentan un turismo orientado a la sostenibilidad y responsabilidad con el medio ambiente, tendrán una mayor capacidad inicial de recuperación de demanda ya que se pueden calificar como destinos de “menor riesgo” en el contexto actual. Sin embargo, es posible que los viajes de larga distancia se reduzcan, es decir que conviene reactivar el turismo interno y también trabajar con medidas sostenibles para atraerlo y mantenerlo^{xi}.

Desafíos de la recuperación

Los planes de recuperación del turismo en Costa Rica no están exentos de una gran cantidad de complejidades, aparte de las preocupaciones de salud y seguridad que rodean a los viajes, los conflictos económicos reducen aún más el tiempo y las oportunidades financieras para disfrutar de un momento de ocio. Es aquí donde el turismo interno juega un papel muy importante, ya

que es una oportunidad para redescubrir de nuevo el propio país a un precio asequible. Antes de la pandemia, el sector turístico de Costa Rica principalmente valoraba las ofertas de servicios para atender a los turistas internacionales, cuyos ingresos suelen estar muy por encima del promedio nacional, por esto los empresarios han tenido que adaptarse al mercado y reactivar la economía de sus negocios mediante el ajuste del precio de sus servicios al turismo nacional. Este es el caso de **Luis Brenes**, un empresario encargado de Historias Lodge Hotel, que en este momento está operando al 20% de su capacidad y ha tenido que bajar un 35% el precio habitual por habitación de su alojamiento, él nos ha mencionado que ha podido adaptarse a la demanda de esta forma mientras que la situación vuelve a la normalidad, “creo que en el turismo se recuperará de forma escalada, y para que vuelva a ser como antes tendrán que pasar al menos 5 años”. Brenes, es solo uno de los muchos emprendedores que han tenido que adaptarse a los cambios demográficos de los viajeros y reactivar sus negocios ajustando el precio de sus servicios al mercado turístico nacional.

Julio Alvarado, presidente de Gestión Integral de Riesgos y Seguridad (GIRS), miembro de la junta directiva de la Cámara Nacional de Ecoturismo y Turismo Sostenible de Costa Rica (CANAECO) y experto en el sector ocupacional, gestión ambiental, salud integral y responsabilidad social corporativa. Explicó que durante el tiempo pre COVID-19, “muchas empresas resaltaban entre sus atributos el elevado nivel de calidad y seguridad de las infraestructuras y servicios sanitarios que ofrecen a sus huéspedes. Sin embargo, a nivel interno, el personal en muchas ocasiones sufría condiciones poco favorables en su entorno de trabajo, como un espacio reducido para comer, vestidores poco adecuados, entre otros”. Desde el punto de vista del presidente de GIRS, a partir de la crisis de la pandemia muchos propietarios miraron hacia dentro y se vieron obligados a cambiar las condiciones de seguridad general en la que los empleados estaban trabajando; por ello, ahora la seguridad no está solamente garantizada para el turista sino también para quienes proporcionan el servicio, que al final de cuentas, son actores muy importantes y los que dan vida a la experiencia de cada visitante. La opinión de Alvarado nos ha dado una clara perspectiva de un desafío que han tenido que enfrentar los empresarios turísticos, pero que al mismo tiempo suponía un cambio necesario.

Si bien se han realizado muchos cambios para abordar la salud y la seguridad a corto plazo, la pandemia ha traído otro desafío con implicaciones a largo plazo para la salud de las personas y del planeta, así como la asequibilidad y accesibilidad de productos y servicios respetuosos con el medio ambiente, así nos lo comenta **Ifigenia Garita**, fundadora de Osa Wild Travel Agency (Puntarenas). Ella reflexiona sobre este tema diciendo que la crisis ha causado que no se compren productos biodegradables debido a que estos suelen ser más caros. La recuperación que representa tanto a las personas como al planeta será fundamental, aunque no sencilla.

Cuando se preguntó a los entrevistados cómo enfrentar esta doble amenaza de COVID-19 y el cambio climático, la mayoría concuerdan en que la población general necesita más educación en temas de medio ambiente y cambio climático, por lo que esta puede ser una oportunidad para que la gente se forme más y así pueda entender las consecuencias a las que se enfrenta el planeta si no se toman medidas.

Cambio climático, un tema de interés

El Dr. Gregory Miller, Director Ejecutivo de CREST, señaló en *The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2020*, "Después del COVID'19, habrá un cambio profundo en el panorama competitivo del sector turístico, con la preparación y la gestión efectiva de los riesgos; la adaptación, la resiliencia y la descarbonización serán elementos fundamentales de la competitividad futura"^{xii}. También se necesita un cambio de comportamiento igualmente dramático y sostenido de los actores del turismo para prevenir daños irreversibles a la sociedad como resultado del cambio climático^{xiii}.

Todos los actores del sector turístico tienen un papel que desempeñar en este cambio de paradigma. Como operador turístico responsable, **Ifigenia Garita** quien, por medio de la realización de varios proyectos en Osa Wild Travel Agency, trabaja para reducir el impacto climático nos comenta que "es ahí es donde el sector turístico debe intentar al máximo mitigar los efectos del cambio climático. A través de toda su operación puede dar a conocer al viajero que todos somos responsables y podemos aportar al proceso de mejora". Entre las iniciativas que su asociación lidera están: el programa de recolección de desechos sólidos en la playa de Corcovado, el proyecto de responsabilidad social, y el inicio de un proyecto para la compensación y mitigación del cambio climático. Osa Wild Travel Agency es solo una de las muchas empresas que están tratando de hacer su parte por el bien colectivo de las personas y el planeta.

Además, mientras miramos hacia la recuperación, es importante recordar que existe un enlace que relaciona el cambio climático con la permanencia de un sistema turístico exitoso. Por esto, ahora hay más consciencia de que el cambio climático realmente puede impactar a los negocios, ya que han podido observar en primera persona las consecuencias de no poder vivir del turismo. Como nos mencionó **Julio Alvarado**, "el turismo en Costa Rica es un sector que ha generado siempre rentabilidad en un negocio y la urgencia con la que se debe hacer frente al cambio climático es prioritaria. Así pues, todos los negocios deberían incluir acciones climáticas en su plan estratégico de empresa no solo por la proyección que genera en la atracción de clientes, sino por el bien que puede suponer a largo plazo para muchos".

Michael Siegfried, empresario y dueño de Costa Rica Exótica Natural, está de acuerdo con esto. Siegfried es consciente de la situación actual del cambio climático y desde su punto de vista,

“para tener éxito en el desarrollo de una estrategia exitosa en esta área es muy importante que se plantee un enlace económico, es decir que una mala gestión del cambio climático implique pérdidas económicas. Será ahí cuando realmente podrá haber un cambio profundo en los distintos sectores responsables porque si no se hace una reflexión en profundidad después del coronavirus, todo volverá a estar igual. Por esto el enlace económico con el cambio climático es necesario, directo y contundente”. Asimismo, Siegfried advierte que el cambio climático no solo es responsabilidad del turismo sino de varios sectores, sin embargo, reconoce que el sector turístico tiene un papel muy importante para poder influenciar con el ejemplo sobre este cambio a los demás sectores.

Consideraciones Finales

Las consecuencias de COVID-19 han revelado simultáneamente la interconexión entre el movimiento humano global y el medio ambiente. Prueba de ello son las imágenes compartidas desde la NASA tras el confinamiento en varias partes del mundo, que muestran el descenso de la contaminación atmosférica y la reducción en el nivel de emisiones de CO2 en ciudades muy importantes del mundo^{xiv}. Desafortunadamente, estas mejoras fueron coyunturales, ya que mientras que las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) disminuyeron, la concentración de estas en la atmósfera no disminuyó^{xv}. Poco a poco se han ido recuperando los altos niveles de emisiones^{xvi}, también, otro factor importante y consecuencia de esta crisis ha sido el aumento del consumo de plástico. Si bien al principio vimos cómo el planeta se tomaba un descanso y se recuperaba de la actividad humana, ahora estamos notando los impactos consecuentes negativos para el medio ambiente^{xvii} y nos toca lidiar con la dura conclusión de que no solo necesitamos descarbonizar la economía del turismo, sino que debemos comenzar a capturar carbono a escala. Para hacerlo, necesitaremos un frente unificado de las administraciones estatales, las empresas y la sociedad, con lo que se debería asumir un papel fundamental como agentes de cambio para abordar la crisis climática.

Mediante estas diez conversaciones, hemos vislumbrado desafíos, éxitos y distintos matices mientras que la industria del turismo lucha contra dos crisis concurrentes. La mayoría de los entrevistados concuerda en que es fundamental mejorar la capacitación de los profesionales del turismo en cuestiones ambientales, y aunque Costa Rica es un país que ha trabajado arduamente para posicionarse entre los destinos más sostenibles del mundo, aún necesita tomar medidas importantes para mitigar efectos del COVID-19 y el cambio climático, y así poder ser un destino ejemplar en su totalidad. Para los entrevistados, la crisis ha revelado el valor de cuidar el medio ambiente de una forma más profunda, ya que esto significa la permanencia del sector turístico, la supervivencia de las personas y la conservación del planeta.

A través de toda la angustia y lucha que la crisis del COVID-19 ha traído al sector del turismo, tanto a personas como a empresas, ha habido una pequeña ventaja, y esa es la oportunidad de reflexionar sobre cómo pueden mejorar y tomar las medidas adecuadas para prevenir la propagación del virus y mitigar el clima.

CREST quisiera extender un agradecimiento especial a Gabriela Cicenía, Consultora de CREST, por realizar las entrevistas utilizadas en este artículo de especial interés.

ⁱ Organización Mundial de la Salud. (2020). "Pandemia". <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019>

ⁱⁱ Ministerio de Salud de Costa Rica. (2020). "Informes Diarios". <https://www.ministeriodesalud.go.cr/>

ⁱⁱⁱ Dirección General de Extranjería. (2020). "Cierre de fronteras". <https://www.migracion.go.cr/Paginas/Cierre-de-Fronteras.aspx>

^{iv} Instituto Costarricense de Turismo (ICT). (2020). "Informes estadísticos". <https://www.ict.go.cr/es/estadisticas/informes-estadisticos.html>

^v Presidencia de Costa Rica. (2020). "Nueva Normalidad". <https://www.presidencia.go.cr/comunicados/tag/nueva-normalidad/>

^{vi} Forbes Centroamérica. (2020). "Investigan extracción ilegal de oro en Costa Rica". <https://bit.ly/2GayNKc>

^{vii} Ministerio de Salud de Costa Rica. (2020). "Apertura de los vuelos comerciales". <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/centro-de-prensa/noticias/741-noticias-2020/1813-apertura-de-vuelos-comerciales-al-pais-inicia-el-01-de-agosto-con-trayectos-limitados-desde-europa>

^{viii} Presidencia Costa Rica. (2020). "Apertura de fronteras a todos los países". <https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2020/10/costa-rica-abrira-frontera-aerea-a-todos-los-paises-en-noviembre/>

^{ix} Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020). "Turismo Interno". <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-destaca-el-potencial-del-turismo-interno-para-ayudar-a-impulsar-la-recuperacion-economica-de-los-destinos-en-todo-el-mundo>

^x Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020). "Desarrollo sostenible". <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

^{xi} Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). (2020). "Turismo Post COVID-19". <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>

^{xii} Center for Responsible Travel (CREST). (2020). The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2020. <https://www.responsibletravel.org/docs/trendsStats2020.pdf>

^{xiii} The New York Times. (2020). "La pandemia, desde el punto de vista del virus". <https://nyti.ms/2TyN7PC>

^{xiv} NASA. (2020). "El dióxido de nitrógeno en el aire se desploma sobre China". <https://go.nasa.gov/2TAj22h>

^{xv} Center for Responsible Travel (CREST). (2020). "The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2020". <https://www.responsibletravel.org/docs/trendsStats2020.pdf>

^{xvi} Banco Mundial. (2020). "Contaminación Atmosférica". <https://www.bancomundial.org/es/news/immersive-story/2020/07/01/air-pollution-locked-down-by-covid-19-but-not-arrested>

^{xvii} National Geographic. (2020). "El resurgir del plástico por culpa del coronavirus". <https://bit.ly/31N7BIP>