

EMPLEOS EN TURISMO EN GUANACASTE

Debido al éxito alcanzado en la Primería Feria de Bolsa de Empleo en Turismo desarrollada el pasado 1 y 2 de abril en el Hotel Best Western Irazú, en conjunto con el Instituto Nacional de Aprendizaje de la zona, efectuaremos la segunda actividad de esta índole.

Este evento está proyectado para desarrollarse del 24 al 26 de setiembre del 2004 como preámbulo a la celebración del 27 de setiembre, Día Mundial del Turismo.

Además, hemos extendido invitación a formar parte de la organización y promoción de dicho evento a la Universidad de Costa Rica y la Universidad Nacional, como instituciones que promueven la formación académica de



carreras afines a turismo en la región.

Proyectamos contar con el apoyo de 50 empresas turísticas de la zona como empleadores y reclutadores de personal.

El objetivo principal del evento es propiciar un encuentro entre los empleadores del sector turismo y las personas que se encuentran desempleadas y subempleadas de la Región Chorotega, con el fin de atender las necesidades de empleo de éstos.

Esperamos con esta unión de esfuerzos, entre el INA y ACOPROT fortalecer nuestro sector y principalmente el de la zona, con la identificación del personal idóneo y contribuir con la disminución del índice de desempleo.



BIBLIOTECA

“El poder del pensamiento positivo en las empresas”, de Scott W. Ventrella, Grupo Editorial Norma (www.norma.com), 272 páginas, 2004.

Una de las fuerzas más poderosas en el mundo empresarial de hoy es el movimiento de la psicología positiva, es decir la superación de las actitudes derrotistas y el desarrollo del talento y los rasgos positivos. De hecho, este pensamiento se nutre directamente de los conceptos expuestos por Norman Vincent Peale en su obra clásica “El poder del pensamiento tenaz”, traducida a 42 idiomas y de la cual se han vendido más de 22 millones de ejemplares. El poder del pensamiento positivo en las empresas estimula al lector para que se concentre en el pensamiento racional positivo y no en las creencias autolimitantes y los automensajes negativos y le proporciona una vía para que desarrolle y fortalezca los 10 rasgos de un pensador positivo. El resultado es una mayor capacidad para enfrentar las situaciones y las personas difíciles, tanto en el ámbito empresarial (en todos los niveles, disciplinas y funciones) como en la vida personal.

(Disponible en las principales librerías del País y en www.norma.com)

“Mercadeo para el Turismo”, de Philip Kotler, John Bowen y James Makens, Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana.

Ya salió de la imprenta la tercera edición (2004) de la obra tantas veces celebrada como pilar de la práctica del mercadeo aplicado al Turismo liderada por Philip Kotler. Igual de voluminosa, esta nueva edición de diseño ampliamente renovado con un visual más agradable cubre ahora la herramienta de Internet.

(Disponible en las grandes librerías de San José, Costa Rica).

“El manejo de restaurantes”, de Hartjen, Editorial Limusa-Noriega, México (www.noriega.com.mx), 220 páginas.

Esta obra presenta soluciones y pautas para el desarrollo de habilidades en la aplicación de sistemas ideados para resolver problemas que se presentan en los restaurantes.

El objetivo de esta obra ahora disponible en Costa Rica es facilitar el trabajo y la administración de un restaurante-bar y servir como guía en el establecimiento de las políticas en ese lugar. Ideal para la docencia.

El tema está dividido en los siguientes capítulos: Fundamentos para la administración del restaurante.- Actividades del personal.- Controles de formas.- Comedor.- Bar.- Bodega y cámara fría. Además cuenta con un glosario práctico.

(En venta ahora la Librería Universal La Sabana, San José, Costa Rica).

Viene de pag. 3

Nuestro programa conjunto ya agrupa más de 530 trabajadores de la industria turística agrupados en las primeras 50 empresas cuyos representantes hoy nos acompañan en el ala izquierda del lunetario. Para todos ellos respetuosamente pido un aplauso de solidaridad y felicitación.

Con la fuerza de la esperanza, miles de hermanos centroamericanos buscan hoy opciones nuevas para producir riqueza y desarrollo. Gobiernos y agencias internacionales reconocen a la industria del turismo como una opción de primer orden por sus particulares efectos multiplicadores, y los países de la región han promulgado leyes de fomento a la inversión mediante incentivos fiscales similares a los que Costa Rica abolió.

La región centroamericana es un crisol de culturas, una exquisita combinación de ríos, lagos, mares y montañas, un maravilloso conjunto de biodiversidad diseñado por la mano de Dios para convertirse durante la próxima de década en el más atractivo producto del multidestino internacional. Para ello nuestra Asociación ha puesto su empeño y experiencia para que el sistema logrado por EXPOTUR, sea útil también en la comercialización de productos turísticos centroamericanos para mercados trascontinentales.

ACOPROT, orgullosamente pionera y solidaria abrirá en octubre próximo las puertas de la II edición anual de CENTROAMERICA MARKETPLACE en la Península de Papagayo para mostrar la identidad nacional de los países de la región, sus particularidades y sus fortalezas en un esfuerzo común de promoción turística.

Hace 20 años ACOPROT llamó al cambio y con la creación de EXPOTUR lanzó un reto.

Nuestras charlas de entonces, los seminarios y comunicados a los profesionales de la industria giraban en torno a la extraordinaria riqueza natural del país, sus microclimas, su diversidad y muy especialmente el invaluable sistema de Parques Nacionales y áreas de conservación, orgullo de este país. Con las felices iniciativas de nuestros asociados, los escasos tours de un día se

multiplicaron dando paso al soft nature como atractivo de clase mundial.

Hoy el llamado a nuestros profesionales se dirige hacia una riqueza muy poco conocida.

La Costa Rica que hoy orgullosamente ocupa la tercera posición latinoamericana en el índice de desarrollo humano, también esconde en recónditos parajes, la riqueza de las tradiciones de su pasado indígena y el origen del ser costarricense.

La madre Naturaleza de nuestros abuelos ha sido a lo largo de los siglos, el signo eterno evocado por poetas, pintores y músicos de todas las épocas. Las leyendas, las tradiciones, la danza y las costumbres de nuestros pueblos, han sido recogidas por dramaturgos, por artesanos y escritores logrando obras de gran valor.

La Costa Rica de una notable ventaja en las tasas de alfabetización, el país que ha logrado una virtual equiparación entre géneros en materia de acceso a la educación ha de ser también capaz de aprovechar estas ventajas comparativas y volver sus ojos a la cultura nacional como la fuente inspiradora de los nuevos productos turísticos.

Aun son pocos los sitios que, agregan valor a sus productos promoviendo festivales dedicados a las artes, mostrando nuestra cultura, creando museos, fomentando el turismo urbano y relatando la historia de nuestra centenaria democracia. Aun son pocos los que han comprendido en el fragor de las corrientes globalizadoras, la trascendencia de reforzar nuestras marcas y afirmar el alma nacional con productos ticos, propios, únicos e irrepetibles.

Estamos seguros que la cultura nacional marcará una nueva generación de productos turísticos de notable calidad en el corto plazo. Por ello, amigas y amigos mayoristas que nos visitan, al tiempo de desearles el mayor éxito en sus negociaciones de estos días, podemos afirmarles que hoy al igual que hace 20 años, Costa Rica esta llena de productos turísticos por descubrir.

Muchas gracias.

Viene de pag. 21

Este territorio del país, comprendido desde Pérez Zeledón hasta Punta Burica, inició la actividad turística hace 23 años con la construcción de la Estación Biológica Marina en Bahía Drake. Luego, en 1989 abre sus puertas el hotel Río Mar, por mencionar dos de los centros turísticos más destacados de la zona.

“Existen varias edificaciones que se adaptan a la ecología del lugar, no que rompen con ella. Respetamos lo que se ha venido dando en Gianacaste —megaproyectos hoteleros—, pero el Sur quiere venderle al visitante la riqueza natural con la que el país se proyecta en el extranjero”, aclara Centeno.

No obstante, no descarta que en un futuro se dispare un desarrollo hotelero controlado en algunas zonas, máxime si está en proyecto la construcción del aeropuerto internacional en la Zona Sur, como lo anunció el actual Gobierno.

Viene de pag. 22

Es cierto que en los últimos años se han llevado a cabo algunas e importantes iniciativas para la creación de infraestructuras públicas e instalaciones privadas; contamos sin duda con un interesante listado de “buenas prácticas”, pero no pasan de ser casos aislados; la normalización de esta oferta está todavía muy lejos.

Entre las buenas prácticas hay que señalar, sin duda, la buena predisposición de la Secretaría General de Turismo, que va a financiar en los próximos meses una serie de seminarios sobre este tema en diferentes ciudades de España y que prevé nuevas acciones al respecto en 2003, declarado, por otra parte, Año Europeo de las personas con Discapacidad. Una buena oportunidad para que también desde las empresas privadas se tome conciencia del interés y la necesidad de hacer que el turismo sea un Turismo para Todos.