



Situación del turismo en Costa Rica 2022.

Análisis de los principales indicadores
turísticos al cierre del año 2022.



INSTITUTO
COSTARRICENSE DE
TURISMO

esencial
COSTA
RICA



Durante el 2022 el ICT publicó informes mensuales sobre la situación del turismo que hizo posible dar seguimiento continuo al proceso de recuperación. Esta nueva publicación corresponde a la presentación y análisis de información actualizada sobre los resultados alcanzados por la actividad turística durante el 2022.

El objetivo de este informe es contribuir a la discusión y análisis de la realidad turística del país para mirar con esperanza y realismo el proceso de recuperación del turismo que cada vez se consolida más.

Está organizado en tres secciones: (1) análisis general de la situación económica mundial; (2) apuntes sobre la situación del turismo en el ámbito internacional; y (3) los resultados de la actividad turística en Costa Rica.

Entorno económico



Situación mundial



El turismo continúa transitando por la ruta de la recuperación luego del impacto y afectaciones por la pandemia de COVID-19. Aunque los efectos se sienten aún en toda la cadena de valor del sector turística y aunque las expectativas de crecimiento futuro dibujan un mejor panorama en los ámbitos mundial y regional, siempre debe considerarse la complicada situación de la economía mundial como factor determinante para el sector de viajes y turismo.

Prevalece el riesgo de una posible desaceleración de la economía mundial tanto en las economías avanzadas como en las de mercados emergentes alimentados tanto por los efectos de la pandemia, cuellos de botella en la cadena de suministros, inflación, estrés financiero, desastres relacionados con el clima y un debilitamiento de los motores de crecimiento a largo plazo (Banco Mundial, 2022)

La inflación mundial mostró un fuerte aumento desde sus valores mínimos de mediados de 2020, como consecuencia de la recuperación de la demanda mundial, los cuellos de botella en la oferta y el alza marcada de los precios de los alimentos y la energía, en especial desde la

invasión rusa a Ucrania.

El crecimiento mundial se ha movido en la dirección contraria: se ha reducido drásticamente desde comienzos de año y, para lo que resta de esta década, se prevé que se mantenga por debajo del promedio de la década de 2010. (Banco Mundial, 2022).

De acuerdo con el informe del Banco Mundial sobre las perspectivas económicas mundiales (Banco Mundial, 2022), la economía mundial continúa sufriendo una serie de perturbaciones desestabilizadoras. Después de más de tres años de pandemia, la invasión de la Federación de Rusia a Ucrania y sus efectos en los mercados de productos básicos, las cadenas de suministro, la inflación y las condiciones financieras de todo el mundo han intensificado la desaceleración del crecimiento mundial.

En particular, la guerra en Ucrania está provocando un marcado aumento de los precios y volatilidad en los mercados energéticos, al tiempo que las mejoras en la actividad de los países exportadores de energía se ven contrarrestada sobradamente por factores



adversos en la mayoría de las demás economías.

La invasión a Ucrania también ha provocado una subida significativa de los precios de los productos básicos agrícolas, lo cual está exacerbando la inseguridad alimentaria y la pobreza extrema en muchos mercados emergentes y economías en desarrollo (MEED). Numerosos riesgos podrían desarticular aún más lo que es ahora una recuperación precaria. Entre ellos cabe mencionar, en particular, el riesgo de una inflación mundial persistentemente alta acompañada de un crecimiento modesto, que recuerda la estanflación de la década de 1970.

Vale decir que estos factores dibujan un panorama económico que tendría efectos sobre las actividades productivas y particularmente sobre el turismo dada la fragilidad que supone tiene una actividad que apenas viene recuperándose de la crisis que significaron los tres años de pandemia.

Según la edición más reciente del informe Perspectivas económicas mundiales del Banco Mundial (Mundial, 2023), la tasa de crecimiento mundial se está desacelerando marcadamente debido a la elevada inflación, el aumento de las tasas de interés, la reducción de las inversiones y las perturbaciones causadas por la invasión de Rusia a Ucrania.

Dada la frágil situación económica, cualquier

nuevo acontecimiento adverso —como una inflación más alta que la prevista, aumentos abruptos de las tasas de interés para contenerla, el resurgimiento de la pandemia de COVID 19 o la intensificación de las tensiones geopolíticas— podría empujar a la economía mundial a la recesión. Sería la primera vez en más de 80 años que se producen dos recesiones mundiales en la misma década.



Se prevé que la economía mundial crecerá un 1,7 % en 2023 y un 2,7 % en 2024. La fuerte desaceleración del crecimiento será generalizada: los pronósticos se corregirán a la baja para el 95 % de las economías avanzadas y para casi el 70 % de los mercados emergentes y las economías en desarrollo (MEED).

Durante los próximos dos años, el ingreso per cápita de los MEED se ubicará, en promedio, en el 2,8 %, un punto porcentual inferior al promedio registrado en el período 2010-19.

Se prevé que el crecimiento de las economías avanzadas se desacelerará del 2,5 % en 2022 al 0,5 % en 2023. En las últimas dos décadas, las desaceleraciones de esta magnitud han sido la antesala de una recesión mundial. En Estados Unidos, el crecimiento caerá al 0,5 % en 2023, 1,9 puntos porcentuales por debajo de los pronósticos anteriores y el desempeño más deficiente fuera de las recesiones oficiales

desde 1970. En 2023, se espera la zona del euro no registre crecimiento, lo que representa una revisión a la baja de 1,9 puntos porcentuales.

Excluyendo a China, se prevé que el crecimiento de los MEED se desacelerará del 3,8 % en 2022 al 2,7 % en 2023, lo que refleja una demanda externa considerablemente menor, agravada por la elevada inflación, la depreciación monetaria, condiciones de financiamiento más restrictivas y otros factores adversos internos.

Para fines de 2024, los niveles del producto interno bruto (PIB) en las economías emergentes y en desarrollo serán aproximadamente un 6 % inferiores a los niveles previstos antes de la pandemia. Si bien se prevé que la inflación

mundial se modere, se mantendrá por encima de los niveles pre-pandemia.

En otro orden de cosas, a este momento ha aumentado la confianza de los consumidores por los viajes y ha disminuido considerablemente la volatilidad, de las restricciones de viaje que significaban un cuello de botella importante para el turismo. Para enero de 2023 ya la mayoría de los países en el mundo están abiertos al turismo (Kayak, 2023), algunos sin restricciones y solo en algunos pocos se continúa solicitando la prueba PCR o cuarentena tal y como se muestra en la figura 1.

Figura 1. Situación actual sobre las restricciones de viaje en el mundo.





Turismo en el ámbito internacional

Turismo en el mundo



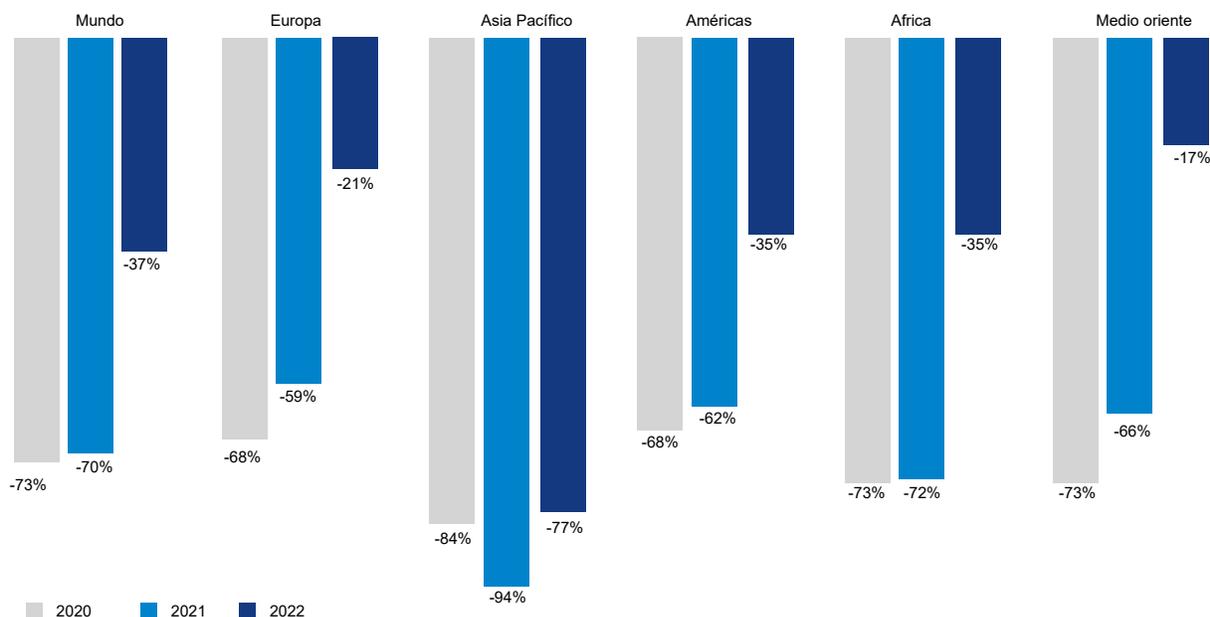
De acuerdo con la OMT (OMT, 2023) el turismo internacional tuvo resultados más fuertes de lo esperado en 2022, respaldado por una gran demanda acumulada y el levantamiento o relajación de las restricciones de viaje en una gran cantidad de países.

Más de 900 millones de turistas viajaron internacionalmente en 2022, el doble que en 2021 aunque todavía un 37% menos que en 2019. El turismo internacional recuperó un 63% de los niveles previos a la pandemia, en línea con los escenarios de la OMT publicados en mayo de 2022. Todas las regiones disfrutaron de aumentos significativos en 2022 con respecto al año anterior (gráfico 1).

Europa, la región de destino más grande del mundo, registró 585 millones de llegadas en 2022 para alcanzar casi el 80 % de los niveles previos a la pandemia (21 % en 2019). Oriente Medio disfrutó del aumento relativo más fuerte en todas las regiones en 2022, con llegadas que ascendieron al 83 % de las cifras previas a la pandemia (17 % en comparación con 2019).

Por subregiones, Europa Occidental (87%) y el Caribe (84%) estuvieron más cerca de sus niveles previos a la pandemia. Oriente Medio disfrutó del aumento relativo más fuerte en todas las regiones en 2022, con llegadas que ascendieron al 83 % de las cifras previas a la

Gráfico 1. Llegadas internacionales de turistas en el 2022 (% de variación sobre el 2019).



Fuente: UNWTO. Datos provisionales a diciembre 2022.

pandemia (17 % en comparación con 2019). La región recibió grandes eventos como la Expo 2020 Dubai y la Copa Mundial de la FIFA en Qatar, así como una peregrinación Hajj muy concurrida en Arabia Saudita.

Los resultados para las subregiones de las Américas se muestran en el gráfico 2, en el que destaca la recuperación del Caribe y América Central cuyos resultados están por arriba de la media mundial de recuperación (37%).

La recuperación también se puede ver en el turismo emisor, con un fuerte gasto internacional de los principales mercados emisores como Francia (4 % durante 2019), Alemania (8 %), Italia (10 % hasta octubre de 2022) y Estados Unidos. (15 % hasta noviembre), en comparación con 2019. Los

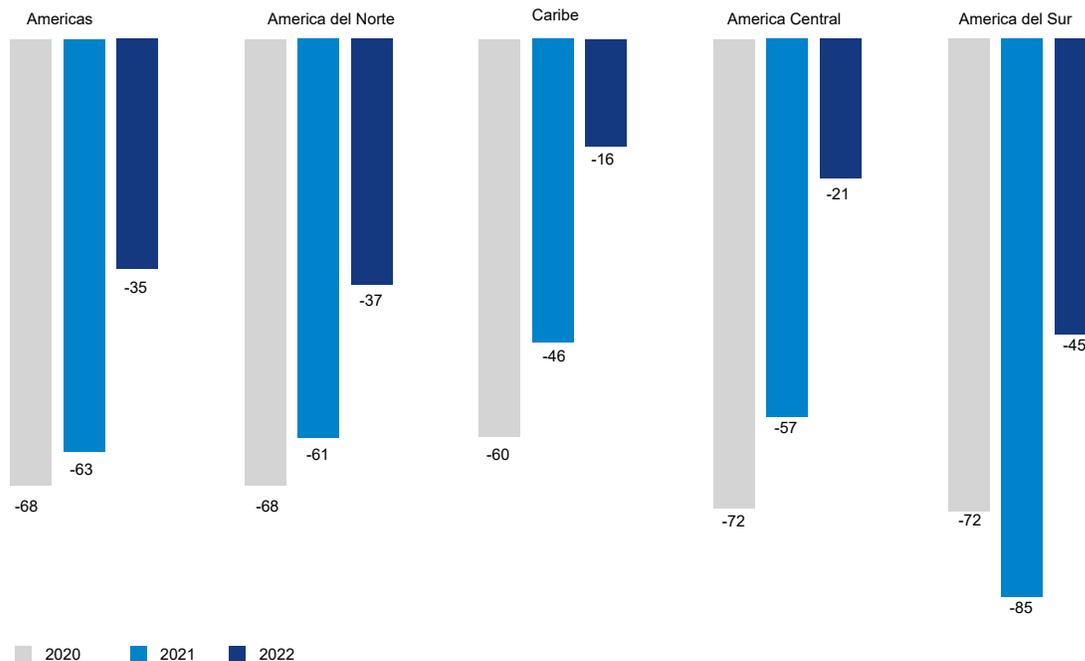
mercados emergentes con un sólido repunte del gasto en 2022 incluyen Qatar (+29 %), India (+10 % hasta junio) y Arabia Saudita (+7 % hasta septiembre).

El 2022 vio un fuerte repunte en el gasto turístico, lo que resultó en la recuperación de los niveles de ingresos previos a la pandemia en muchos destinos.

Varios destinos informaron ingresos por turismo por encima de los niveles previos a la pandemia en los primeros diez a doce meses de 2022, incluidos Turquía (+40 %), Rumania (+25 %), México (+13 %), Portugal (+15 %), Letonia (+14 %), Pakistán, Marruecos (ambos +6 %) y Francia (+1 %).

De cara al futuro, el turismo internacional

Gráfico 2. Llegadas internacionales de turistas en el 2022 a la región de la Américas (% de variación sobre el 2019).



Fuente: UNWTO. Datos provisionales a diciembre 2022.

consolidará su recuperación en 2023, respaldado por la demanda reprimida, particularmente de Asia y el Pacífico a medida que se abren los destinos y los mercados. La encuesta del Panel de Expertos de la OMT indica que el 72% de los encuestados espera un mejor desempeño en 2023. Sin embargo, la mayoría de los expertos (65%) también cree que el turismo internacional no volverá a los niveles de 2019 hasta 2024 o más tarde.

Según los escenarios de la OMT para 2023, las llegadas de turistas internacionales podrían alcanzar entre el 80 % y el 95 % de los niveles previos a la pandemia este año, y se espera que Europa y Medio Oriente alcancen esos niveles.

Sin embargo, quedan por delante importantes riesgos, especialmente económicos y geopolíticos.

Se espera que los turistas busquen cada vez más la relación calidad precio y viajen cerca de casa en respuesta al desafiante entorno económico.

De acuerdo con el WTTC (WTTC, 2023) el crecimiento turístico durante el 2022 se ha caracterizado por algunos temas relevantes:

- En 2019, los viajes y el turismo contribuyeron con el 10,3 % del PIB mundial y respaldaron 1 de cada 10 puestos de trabajo. Con el golpe de la pandemia de COVID-19, el sector se contrajo un 50,4% en 2020, lo que resultó en una pérdida de 62 millones de puestos de trabajo. Sin embargo, 2021 fue testigo del inicio de la recuperación del sector ya que su contribución total a la economía mundial creció de US\$ 4,8 billones a US\$ 5,8 billones y los puestos de trabajo aumentaron en 18,2 millones.



- Desde 2021, la intención de viajar y gastar en general ha sido fuerte e incluso la expectativa viajes más largos parece haber regresado: en 2019, el viaje de ida y vuelta promedio reservado en Trip.com duró solo nueve días; en 2022, fueron casi dos semanas.
- Durante 2022, el deseo de viajar nuevamente se vio atenuado por las crecientes preocupaciones sobre la economía. En el 'Estado global del rastreador de consumidores' de Deloitte, el 42% de los encuestados globales sintieron que sus finanzas empeoraron en 2022. La inflación en particular podría frenar la demanda de viajes en los próximos años.
- Pero incluso con la posibilidad de dificultades económicas en el horizonte, hay buenas noticias para el sector: la gente sigue valorando los viajes. De hecho, la mayoría de las personas están poniendo las vacaciones cerca de la cima de las prioridades de gasto discrecional, prefiriendo economizar en otras áreas.
- Si bien la necesidad de explorar suele ser universal, nuestros hábitos generalmente no lo son. La forma en que viajamos está cambiando constantemente y 2022 no fue la excepción.

Expectativas para 2023.

Se espera que el turismo internacional consolide su recuperación en 2023, respaldado por la demanda acumulada, particularmente en Asia y el Pacífico. Según los escenarios de la OMT, las llegadas de turistas internacionales podrían alcanzar entre el 80 % y el 95 % de las cifras previas a la pandemia en 2023. Se espera que Europa impulse los resultados en 2023, con llegadas que alcancen o superen los niveles previos a

la pandemia y todavía un margen considerable para la recuperación en algunos destinos y subregiones. Oriente Medio también podría recuperar los niveles de 2019 a lo largo de 2023 tras un fuerte repunte en 2022.

La reciente reapertura de varios mercados emisores y destinos asiáticos contribuirá a consolidar la recuperación en 2023. La eliminación de las restricciones de viaje relacionadas con la COVID-19 en China, el mercado emisor más grande del mundo en 2019, es un paso importante y muy bienvenido para la recuperación del sector turístico en Asia- Pacífico y en todo el mundo.

A corto plazo, es probable que la reanudación de los viajes desde China beneficie en particular a los destinos asiáticos. Sin embargo, la elección de los destinos estará determinada por la disponibilidad y el costo de los viajes aéreos,



las regulaciones y los procesos de visa, así como las restricciones relacionadas con el COVID-19. A mediados de enero, un total de 32 países habían impuesto restricciones de viaje específicas relacionadas con los viajes desde China, principalmente en Asia y Europa.

Al mismo tiempo, la sólida demanda de viajes de los Estados Unidos, respaldada por un dólar estadounidense fuerte, continuará beneficiando a los destinos en la región y más allá. Europa, en particular, se beneficiará en parte debido a un euro más débil frente al dólar estadounidense.

Se espera que el desempeño mejorado del tráfico aéreo contribuya a la recuperación en curso del turismo internacional en 2023. Sin embargo, la capacidad de asientos internacionales se mantuvo un 37 % por debajo de los niveles de 2019 hasta septiembre de 2022.

El turismo interno seguirá apoyando la recuperación del turismo, impulsado por la demanda de destinos más cercanos a casa a medida que los turistas buscan actividades al aire libre, productos basados en la naturaleza y turismo rural.

Desafíos

De acuerdo con la OMT (OMT, 2023), los obstáculos económicos, de salud y geopolíticos podrían afectar la recuperación sostenida del turismo internacional y los niveles de confianza en 2023.

Según la última encuesta del Panel de Expertos, el desafiante entorno económico que incluye la alta inflación y las tasas de interés, el aumento en los precios del petróleo y los alimentos, así como los temores de una recesión mundial, sigue siendo el principal factor que pesa sobre la recuperación del turismo.

Además, la continua incertidumbre derivada de la agresión rusa contra Ucrania y otras crecientes tensiones geopolíticas, los desafíos de salud relacionados con el COVID19, así como la escasez de mano de obra también representan riesgos a la baja.



El reporte más reciente del WTTC (WTTC, 2023), señala que se avecinan varios desafíos de cara al 2023, pero a pesar de la actual situación económica impulsada por la inflación, problemas y riesgos geopolíticos, junto con los problemas actuales de escasez de personal y limitaciones de capacidad dentro del sector, el deseo de viajar de los consumidores no ha disminuido.

De acuerdo con esta misma fuente, el año pasado se produjo un retorno a algunas tendencias tradicionales previas a la pandemia entre los consumidores, como un renovado interés por visitar ciudades y reservar sus viajes con mayor antelación.

Sin embargo, la pandemia también ha provocado la aparición de nuevas tendencias y acelerado algunas anteriores que incluyen la creciente influencia de las redes sociales en

la toma de decisiones, el deseo de políticas de reserva flexibles y opciones de pago al reservar un viaje, y una mayor tendencia hacia viajes que combinan trabajo y ocio.

El interés en los viajes sostenibles siguen siendo fuertes, mientras que el segmento de lujo ha mantenido su resiliencia.

Comprender y adoptar estas últimas tendencias en un mundo en constante cambio debería permitir a las empresas, los gobiernos y comunidades se adapten y brinden experiencias de viaje auténticas y memorables, al mismo tiempo que se prioriza la sostenibilidad, la inclusión y el crecimiento resiliente que beneficia a las personas y al planeta.





Turismo en el ámbito nacional



Turismo en Costa Rica



Llegadas internacionales.

Por todos los puertos de ingreso al país, diciembre registró 260 112 turistas; cifra que representó una variación de -20,4% con respecto a igual periodo del 2019 (cuadro 1 y gráficos 3 y 4).

El acumulado enero a diciembre suma 2 349 537 llegadas de turistas, con una variación de -25,2% con respecto a las llegadas de turistas de igual período del 2019, lo que equivale a decir que alcanzamos el 75% de la cantidad de turistas del año pre pandemia.

La vía aérea contribuye con 231 402 turistas de los cuales 153 395 ingresaron por el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría y 77 888 por el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber. Todos

los aeropuertos internacionales contabilizan de enero a diciembre 2 117 960 llegadas de turistas, lo que representa una disminución con el período homólogo del 2019 de 12,4%.

Por zonas y países, durante diciembre del 2022 y por la vía aérea: Estados Unidos reportó 127 452 turistas equivalente a una variación negativa de -5,3%. Desde Canadá recibimos 29 589 turistas (-4,7% con respecto al homólogo de 2019). En esta vía, de enero a diciembre, América del Norte contabiliza 1 480 603 turistas equivalente a -7,0% de lo registrado para el período homólogo de 2019.

Europa como región, en diciembre 2022 disminuye -9,2% al registrar 44 235 turistas y compararlo con diciembre del año 2019. De enero a diciembre, esta zona registró 410 832



Llegadas de turistas (-6,3% de variación). Los principales mercados que dimos seguimiento durante el 2022, cierran cifras de la siguiente manera: Reino Unido 70 425 (-0,8%), Alemania 66 716 (-1,0%), Francia 59 504 (-15,8%), España 53 217 (-15,2%), Países Bajos 28 693 (-5,9%) y Suiza 26 109 (5,7%).

La vía terrestre y fluvial mantiene el nivel bajo durante todo el año y cierra el 2022 con 227 511 llegadas de turistas, cifra que apenas representa el 32,1 % de lo registrado por esta vía en el período de enero a diciembre del 2019 (variación -67,9%). Lo mismo sucede con la vía marítima que contabilizó en diciembre 962 personas y un acumulado anual de 4 066 turistas.

Las salidas de costarricenses al exterior, también muestran niveles de recuperación: 934 320 costarricenses viajaron durante 2022, lo que representa 82% de los valores registrados en el 2019. México, Europa y América del Sur registran cifras superiores a las de 2019.

Figura 1. Llegadas internacionales de turistas a Costa Rica.
Diciembre 2022 y enero-diciembre 2022.

VÍA	DICIEMBRE			% VARIAC	
	2019	2021	2022	2021-2022	2019-2022
TODAS LAS VÍAS	326 922	216 678	260 112	20,0	-20,4
AÉREA	255 611	201 902	231 402	14,6	-9,5
JUAN SANTAMARÍA	185 319	137 875	153 395	11,3	-17,2
DANIEL ODUBER QUIRÓS	70 157	64 026	77 888	21,7	11,0
TERRESTRE Y FLUVIAL	68 559	14 133	27 748	96,3	-59,5
MARÍTIMA	2 752	643	962	49,6	-65,0

VÍA	ENERO - DICIEMBRE			% VARIAC	
	2019	2021	2022	2021-2022	2019-2022
TODAS LAS VÍAS	3 139 008	1 347 055	2 349 537	74,4	-25,2
AÉREA	2 418 300	1 270 483	2 117 960	66,7	-12,4
JUAN SANTAMARÍA	1 817 043	882 424	1 455 928	65,0	-19,9
DANIEL ODUBER QUIRÓS	599 433	388 054	661 579	70,5	10,4
TERRESTRE Y FLUVIAL	709 134	74 183	227 511	206,7	-67,9
MARÍTIMA	11 574	2 389	4 066	70,2	-64,9

PAÍSES Y/O ZONAS	VÍA AÉREA			% VARIAC	
	2019	2021	2022	2021-2022	2019-2022
TOTAL	255 611	201 902	231 402	14,6	-9,5
AMÉRICA DEL NORTE	172 927	143 157	163 283	14,1	-5,6
CANADÁ	31 041	18 721	29 589	58,1	-4,7
ESTADOS UNIDOS	134 624	119 839	127 452	6,4	-5,3
MÉXICO	7 262	4 597	6 242	35,8	-14,0
AMÉRICA DEL SUR	14 598	8 706	10 396	19,4	-28,8
ARGENTINA	2 730	1 529	2 143	40,2	-21,5
BRASIL	2 008	1 438	1 815	26,2	-9,6
CHILE	1 282	739	1 344	81,9	4,8
COLOMBIA	3 552	2 145	2 415	12,6	-32,0
PERU	1 245	778	1 495	92,2	20,1
URUGUAY	358	340	290	-14,7	-19,0
EUROPA	48 703	39 849	44 235	11,0	-9,2
ALEMANIA	6 530	6 296	6 749	7,2	3,4
AUSTRIA	904	717	833	16,2	-7,9
ESPAÑA	5 024	3 998	4 093	2,4	-18,5
FRANCIA	7 067	6 021	5 978	-0,7	-15,4
PAÍSES BAJOS	2 937	2 455	2 930	19,3	-0,2
REINO UNIDO	7 777	5 332	8 120	52,3	4,4
SUIZA	3 223	3 586	3 077	-14,2	-4,5

PAÍSES Y/O ZONAS	VÍA AÉREA			% VARIAC	
	2019	2021	2022	2021-2022	2019-2022
TOTAL	2 418 300	1 270 483	2 117 960	66,7	-12,4
AMÉRICA DEL NORTE	1 592 888	937 802	1 480 603	57,9	-7,0
CANADÁ	218 982	49 917	171 033	242,6	-21,9
ESTADOS UNIDOS	1 283 112	852 182	1 252 469	47,0	-2,4
MÉXICO	90 794	35 703	57 101	59,9	-37,1
AMÉRICA DEL SUR	173 635	57 663	102 484	77,7	-41,0
ARGENTINA	30 615	8 058	17 731	120,0	-42,1
BRASIL	23 769	11 503	14 830	28,9	-37,6
CHILE	18 357	4 898	13 634	178,4	-25,7
COLOMBIA	41 988	14 610	24 816	69,9	-40,9
PERU	15 615	5 786	16 118	178,6	3,2
URUGUAY	4 475	1 764	3 363	90,6	-24,8
EUROPA	438 284	212 639	410 832	93,2	-6,3
ALEMANIA	67 357	31 739	66 716	110,2	-1,0
AUSTRIA	7 020	3 531	7 134	102,0	1,6
ESPAÑA	62 783	39 618	53 217	34,3	-15,2
FRANCIA	70 641	30 129	59 504	97,5	-15,8
PAÍSES BAJOS	30 502	9 699	28 693	195,8	-5,9
REINO UNIDO	70 972	16 674	70 425	322,4	-0,8
SUIZA	24 692	20 547	26 109	27,1	5,7

Fuente: ICT con datos de la Dirección General de Migración y Extranjería.

Gráfico3. Llegadas internacionales de turistas a Costa Rica.
Todas las vías 2019 - diciembre 2022.

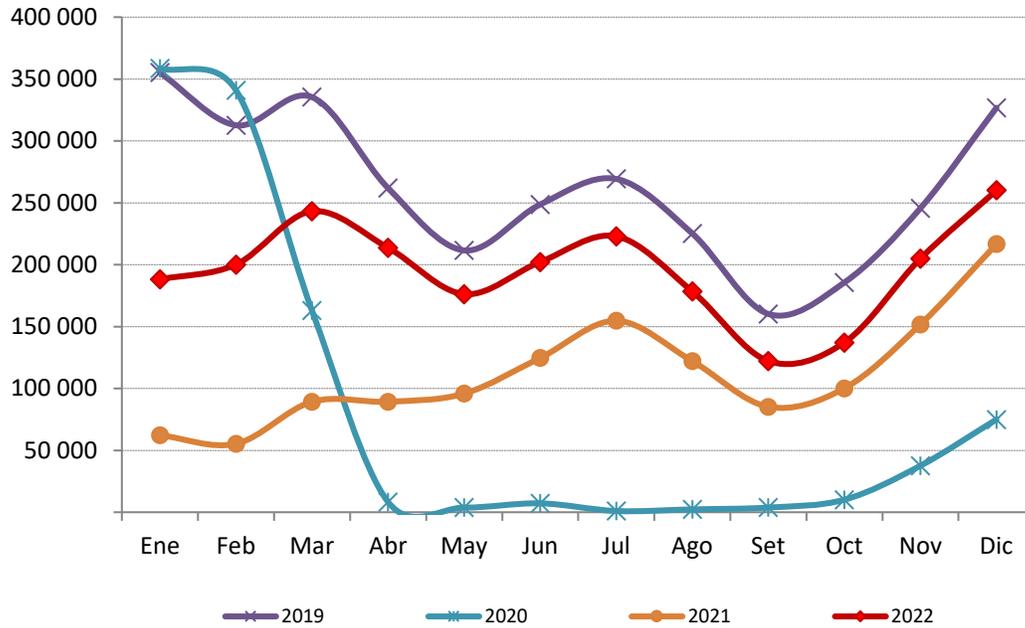
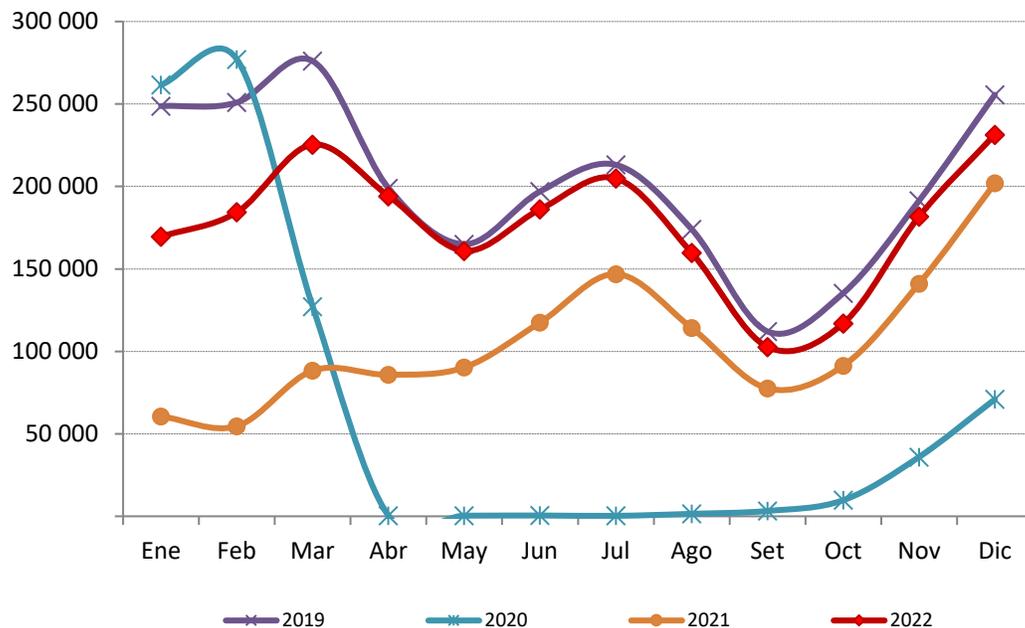


Gráfico 4. Llegadas internacionales de turistas a Costa Rica.
Vía aérea 2019 - diciembre 2022.



Gasto y estadía.

El gasto medio de los turistas en el destino durante el 2022, se mantiene en niveles similares a los de años previos: 1 470,3 dólares promedio por persona durante la estadía en el país, al considerar todas las vías de ingreso.

En cuanto a la vía aérea, los datos de enero a diciembre 2022, se mantienen en niveles altos: con estadías entre 12 y 13 noches y gasto entre \$1 500 y \$1 600 dólares de consumo en servicios turísticos.

Cuadro 1. Gasto y estadía media por persona 2017-2022

Año	GMP	Estadía media
2017	1561,4	11,9
2018	1335,4	11,7
2019	1438,2	12,6
2020	1592,1	12,9
2021	1565,6	13,6
2022	1590,6	13,5

*GMP: Gasto medio por persona durante la estadía en US\$

* GMDP: gasto medio diario por persona durante la estadía en US\$

Fuente: ICT a partir de encuestas y consultas en aeropuertos internacionales Juan Santamaría y Daniel Oduber



Empleo turístico.

El impacto de la pandemia por COVID 19 en las actividades económicas durante 2020, dejó una importante reducción en la cantidad de personas que participan en los servicios relacionados con turismo.

En promedio, en 2019 se contrataron cerca de 171 000 personas para atender alojamiento, alimentación, transporte y actividades recreativas de los turistas en el país. Con el cierre del permiso de ingreso a no residentes durante 2020, esta cifra se reduce en casi 25%, según los datos proporcionados por la Encuesta Continua de Empleo, en la estimación para ese año. La cifra más baja en el histórico de la serie se presenta durante el segundo trimestre, donde se ubica precisamente la llamada temporada cero para el turismo de Costa Rica.

Durante el 2021 se inició el proceso de recuperación del empleo, permitiendo para el 2022 alcanzar cifras muy similares a los niveles de contratación del 2019 (con las cifras disponibles preliminares que no incluyen el último trimestre del año).

Cuadro 2. Empleo turístico por rama de actividad.

	2019				2020				2021				2022			
	t1	t2	t3	t4	t1	t2	t3	t4	t1	t2	t3	t4	t1	t2	t3	t4
Total	170 144	176 232	169 679	167 423	171 022	85 272	122 171	131 815	139 954	152 656	158 007	151 316	171 351	174 663	164 700	
Alojamiento	33 264	33 536	32 791	27 381	27 369	15 636	13 276	15 473	22 279	21 987	23 444	29 463	27 464	27 514	30 527	
Alimentación	99 825	105 665	102 397	104 510	105 362	57 266	95 404	99 762	92 199	109 353	105 918	96 382	107 939	110 474	102 865	
Transporte, agencias y alquiler vehículos	20 603	16 520	20 360	17 959	23 080	7 632	9 580	10 944	15 987	13 571	14 982	9 442	14 909	14 623	18 524	
Actividades culturales, deportivas y recreativas	16 452	20 511	14 131	17 573	15 211	4 738	3 911	5 636	9 489	7 745	13 663	16 029	21 039	22 052	12 784	

Fuente: ICT con datos de INEC. Encuesta continua de empleo.



Conectividad aérea.

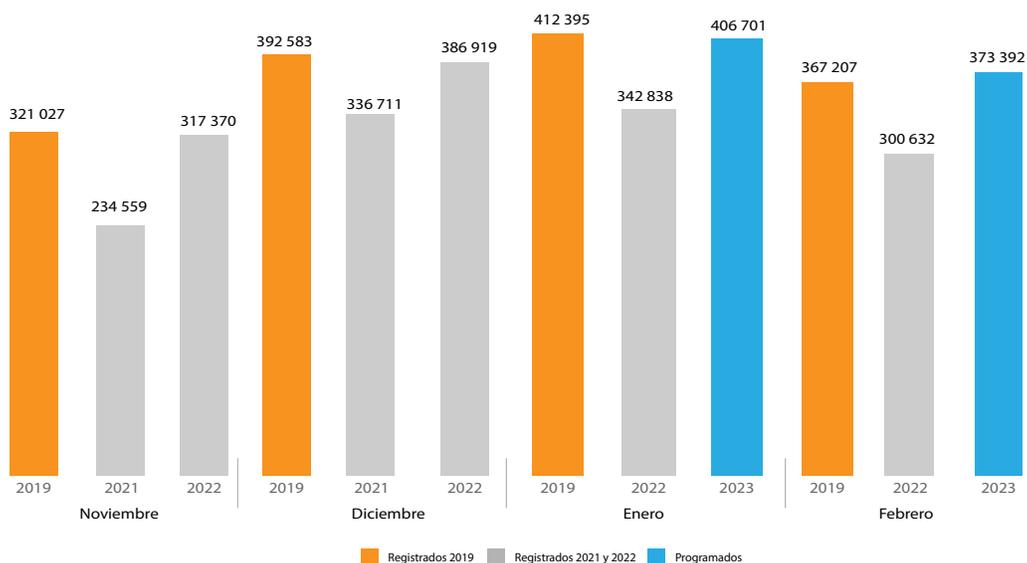
Luego del cierre de los aeropuertos en el país en marzo de 2020, el retorno de las aerolíneas ha sido un proceso paulatino que inició desde agosto de ese año. Se espera que a futuro más líneas aéreas reinicien operaciones y aumenten la oferta y capacidad para viajar al país. La siguiente figura muestra las líneas aéreas que ya reiniciaron operaciones.



Fuente ICT a partir de la Plataforma Schedules Analyser OAG VERSION: 2.0.1. Datos dic 2022. Según Forwardkeys, Sansa programó asientos de dic-2022 a abr-2023. Solo para diciembre 2022 desde Managua, Nicaragua (156 asientos) y Bocas del Toro, Panamá (108 asientos).

Mediante la Plataforma Schedules Analyser de OAG, se procesa información sobre la cantidad total de asientos programados para volar al país en el mes recién terminado y para los tres meses siguientes. En el gráfico 5 se realizan comparaciones con meses anteriores para ver el efecto de la recuperación.

Gráfico 5. Cantidad de asientos para volar a Costa Rica. Enero 2023



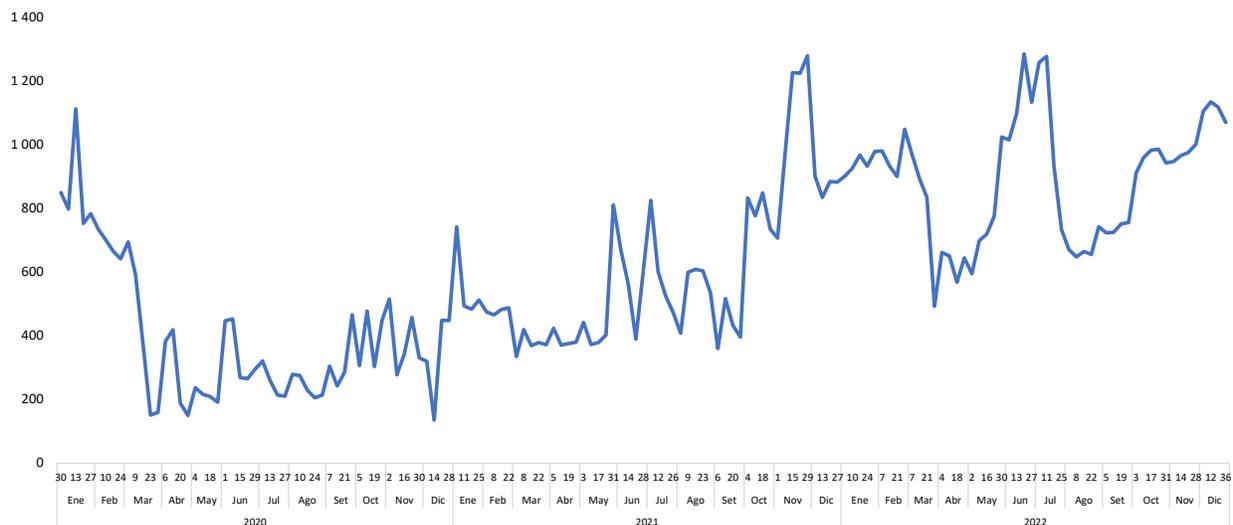
FUENTE: ICT a partir de Forwardkeys, OAG y AERIS. actualización de datos enero de 2023..

El precio promedio de los tiquetes de vuelos directos con destino Costa Rica es un indicador de re activación que refleja el interés por viajar al destino, si se asume que un aumento en la demanda tendría efectos sobre la variable precio. La gráfica incluye los niveles de precio de principio del año 2020 lo que permite comparar la evolución de la situación actual con los niveles de precio observados en ese momento de prepandemia.

Cabe destacar que las cancelaciones de vuelos durante la pandemia generaron datos de precios desde algunos orígenes de cero, afectando con ello el promedio y generando las fluctuaciones que se observan en el gráfico. Conforme más aerolíneas continúen operando el destino y los precios sean más estables, es muy probable que la gráfica oscile en una franja más estrecha de precios.

Los precios corresponden a los vuelos directos desde Francia, Países Bajos, Canadá, Alemania, Estados Unidos, Reino Unido, México y España. No se dispone de información para 2019.

Precio promedio (en \$USD) de los boletos aéreos para viajar a Costa Rica en el mes siguiente.
Diciembre 2022



Fuente: ICT con datos de MABRIAN.

Índice de satisfacción del destino.

Los avances tecnológicos permiten que la experiencia de viaje se comente en redes sociales durante y después del viaje y el procesamiento natural del lenguaje (PNL) permite, mediante algoritmos informáticos, capturar e identificar dichos comentarios y clasificarlos según sean positivos, negativos o neutrales.

Esta identificación y clasificación a su vez permite calcular indicadores que devuelven información para evaluar la percepción de satisfacción respecto de diferentes elementos del destino por parte de los turistas, incluyendo en este caso la percepción de satisfacción sobre hoteles, productos, clima, seguridad, origen.

Los indicadores se mueven entre 0 y 100. Los indicadores de clima y seguridad inician en 100 y van perdiendo puntos conforme aparecen comentarios negativos, el resto de indicadores empiezan en 0 y se van construyendo con las menciones positivas y negativas.

MABRIAN extrae la información de diversas fuentes incluyendo comentarios o “reviews” de TripAdvisor, Booking, Expedia y los precios en TripAdvisor. En todos los casos corresponde a una porción de la totalidad de los datos, pero dan una buena idea del comportamiento de las variables en el tiempo.

Índice de percepción turística global: mide el nivel general de la satisfacción del visitante con el destino. Este índice combina los índices de hotel, producto, seguridad y clima, y analiza la distribución del sentimiento general sobre el destino.

Índice de hotel: mide la satisfacción del hotel en el destino analizando los comentarios publicados en TripAdvisor y Booking.

Índice de producto: mide el nivel de satisfacción con los productos del destino de acuerdo con los comentarios recibidos.

Índice de seguridad: mide el nivel de seguridad que perciben los visitantes en el destino identificando el volumen de menciones negativas sobre la seguridad.

Índice de percepción climática: mide la satisfacción del visitante con relación al clima en el destino. Se obtiene analizando el volumen de menciones negativas sobre el clima. Ayuda a entender la relación entre las expectativas del visitante con la realidad del destino.

Balance de estacionalidad: se obtiene de la distribución diaria de menciones turísticas durante el periodo seleccionado. Hay una baja dependencia estacional cuando el índice tiende a cero, eso quiere decir que el número de menciones dentro del periodo seleccionado tiene un comportamiento lineal.

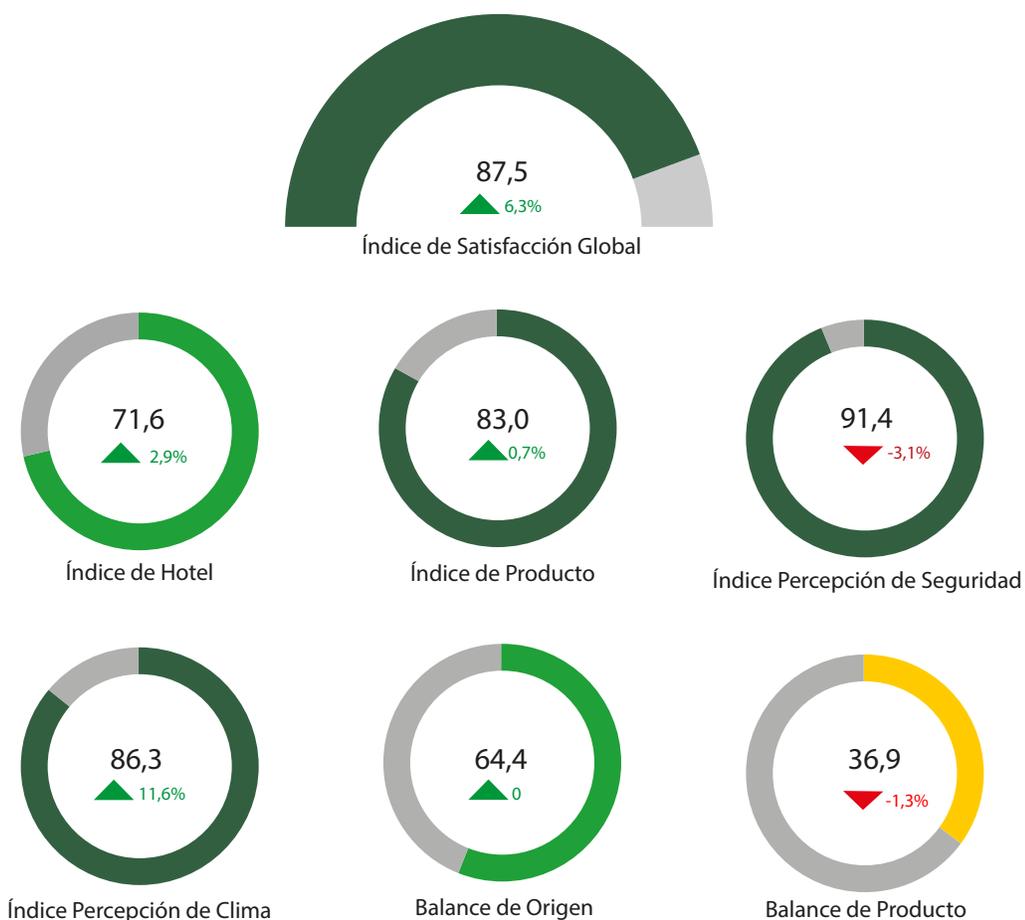
Balance de origen: mide la distribución de las menciones turísticas por origen en un destino durante un período seleccionado. Ayuda a identificar la dependencia que tiene el destino con los diferentes países de origen, hay una baja dependencia de los orígenes cuando el índice tiende a 100.

Balance de producto: mide la distribución de menciones turísticas por tipo de producto en un período de referencia. Ayuda a identificar la dependencia del destino en algunos productos en específico. Hay baja dependencia cuando los valores son cercanos a 100 y alta dependencia conforme disminuye y se aproxima a cero.

La percepción de la satisfacción de los turistas con el destino, se obtiene por medio del Índice de Satisfacción Global y sus componentes; los Índices de Hotel, Producto, Seguridad, Clima, Balance Origen y Balance Producto.

Los valores de los índices que se muestran en el siguiente *Dashboard*. Los valores reflejan la situación acumulada del año 2022 (de enero al diciembre) y las variaciones corresponden a la comparación con 2019: se muestran en rojo (variaciones negativas o disminuciones) y en verde (variaciones positivas o aumentos).

Percepción de satisfacción con el destino.
Enero a diciembre 2022 vs Enero a diciembre 2019.



Fuente: MABRIAN. Destination: Costa Rica, Publication: 24 Jan 2022 - 18 Jan 2023, Previous Publication: 24 Jan 2019 - 18 Jan 2020, Origins: All Indicadores de seguridad y clima: Twitter. Incluyen opiniones de todos los mercados de interés.

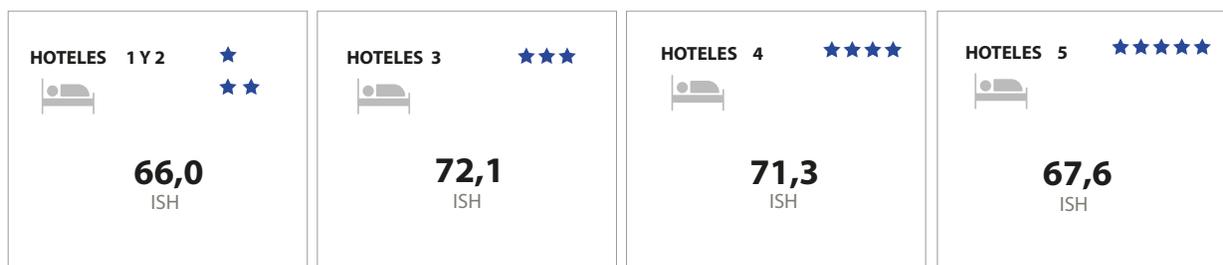
Satisfacción con los servicios de hospedaje.

Aunque no se dispone de información para evaluar la percepción de calidad en toda la cadena de valor necesaria, se puede contar con indicadores del componente que históricamente ha representado el mayor porcentaje en la estructura de gasto turístico: el alojamiento.

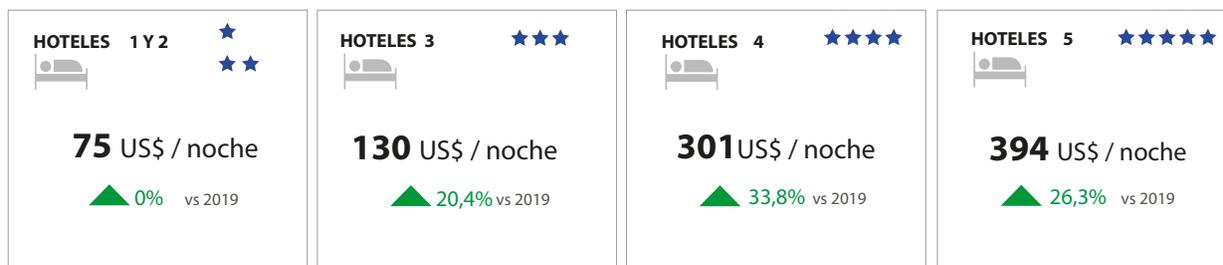
Se presenta a continuación información sobre dos conjuntos de datos: los relacionados con establecimientos de hospedaje, en su mayoría hoteles, y los alquileres vacacionales que incluyen casas, apartamentos, cabinas o habitaciones.

En ambos casos la información disponible para el ICT la genera MABRIAN desde las opiniones o comentarios de TripAdvisor, Booking, Expedia y las publicaciones de precios de TripAdvisor.

Índice de satisfacción hotelera y precios promedio según categoría en estrellas.
Enero-diciembre 2022 vs. Enero- diciembre 2019.



Precio promedio del mes



Fuente: MABRIAN. Destination: Costa Rica, Publication: 24 Jan 2022 - 23 Jan 2023, Previous Publication: 24 Jan 2019 a 22 Jan 2020. Origins: All
Proveedor de datos para Mabrian: Para los reviews, TripAdvisor, Booking, Expedia. Para los precios TripAdvisor (OTA que recoge el mayor volumen de precios). HSI: Hotel Satisfaction Index

Los indicadores de alquiler vacacional recopilados por TripAdvisor se muestran a continuación. Se incluyen únicamente los alojamientos activos. El HRSI corresponde al *Holiday Rental Satisfaction Index*.

Información sobre alquileres vacacionales.
Diciembre 2022 vs. Diciembre 2019.

<p>TOTAL ALOJAMIENTOS </p> <p>3 993</p>	<p>CAPACIDAD TOTAL </p> <p>25 625</p>	<p>PRECIO PROMEDIO Por noche y por persona en el mes</p> <p>\$297 (\$41,9/pers)</p>	<p>INDICE DE SATISFACCIÓN</p> <p>75,0 HRSI</p>
--	--	---	--

Tipo de alojamiento	Cantidad
Casa de alquiler	2 370
Piso/apartamento	1 332
Habitación privada	230
Cabaña de alquiler	69

Zona Top 10	
Jacó	316
Tamarindo	253
Manuel Antonio	220
Playas del Coco	182
Santa Teresa	141
Playa Hermosa	138
Herraduras	122
San José	89
Puerto Viejo de Talamanca	88
La Fortuna	88

Fuente: MABRIAN. Destination: Costa Rica, Promedio de los datos publicados durante el 2022. Origins: All
Incluye solo alojamientos activos. HRSI: Holiday Rental Satisfaction Index



Interés en los productos turísticos.

La figura muestra el interés, expresado en términos de menciones turísticas, con respecto a cada producto durante el período seleccionado, el nivel de satisfacción con los productos del destino. Este índice está calculado a partir de las menciones de cada uno de los productos y clasificando estos comentarios en positivos, negativos y neutrales. El porcentaje de menciones es un indicador proxy del volumen de consumo de cada tipo de producto y el índice de satisfacción refleja el grado en que se llenan las expectativas.

Interés y Satisfacción en los productos turísticos. Enero–diciembre 2022

	Producto	% cuota menciones	Índice de satisfacción
	Activo	31 %	 61
	Natural	28 %	 56
	Sol y playa	18 %	 61
	Cultural	10 %	 58
	Gastronomía	2,2 %	 65
	Bienestar	0,7%	 68
	Compras	0,4 %	 65
	Ocio nocturno	0,2 %	 49

Fuente: MABRIAN. Destination: Costa Rica, Publication: 24 Jan 2022 - 18 Jan 2023, Previous Publication: 24 Jan 2019 - 18 Jan 2020, Origins: All

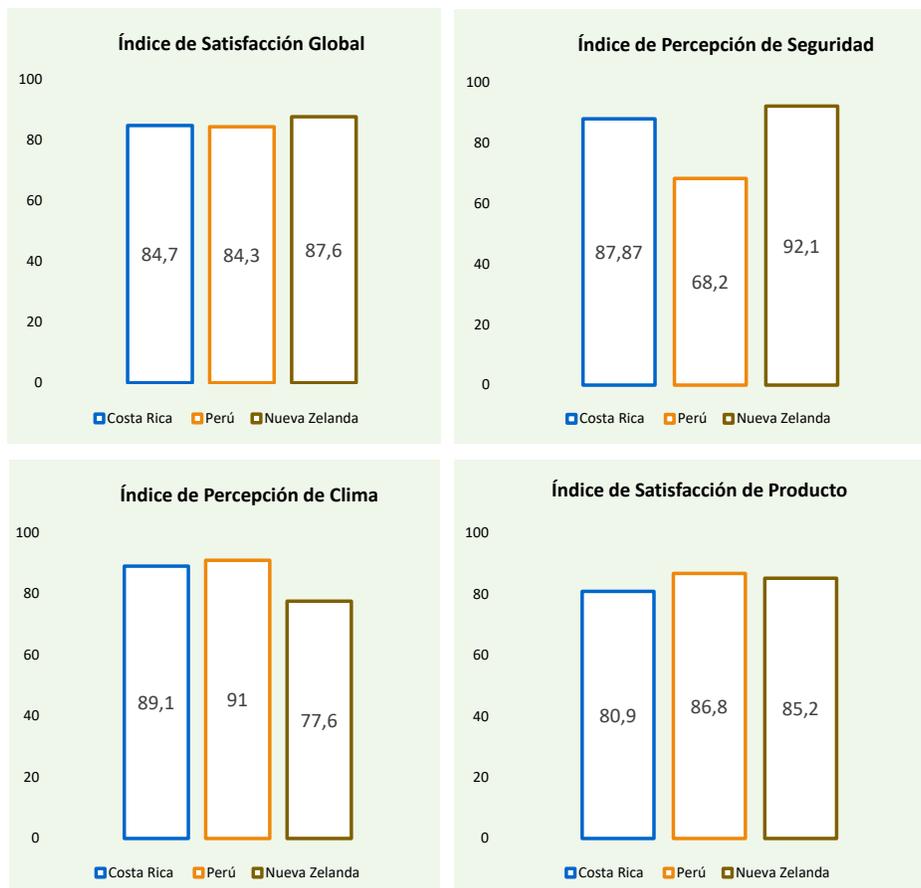


Comparación con otros destinos

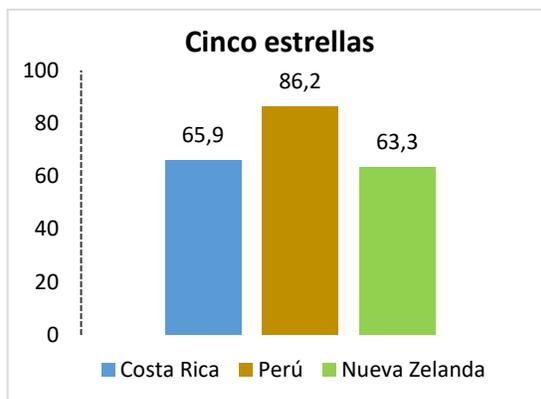
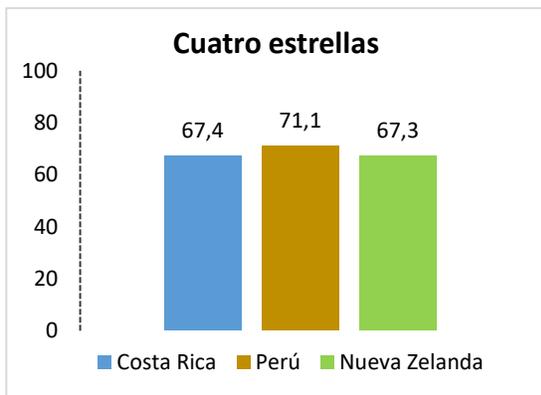
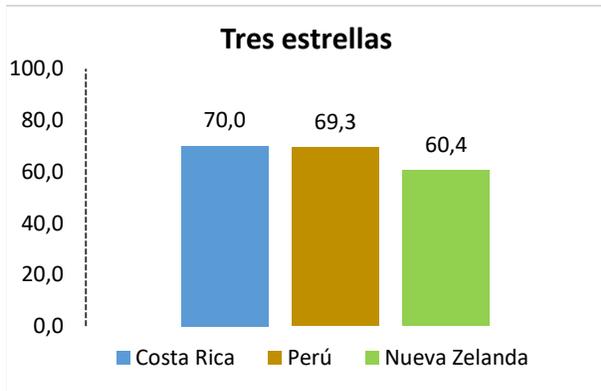
La comparación de indicadores seleccionados con Perú y Nueva Zelanda (destino de corta y larga duración) permite tener un criterio adicional para evaluar la situación del turismo en el destino y tener una idea del posicionamiento del país y aporta información para identificar oportunidades de mejora.

La selección de estos países incluidos en el análisis se hizo mediante la identificación de similitudes en algunos productos y cantidad suficiente de datos desde la plataforma MABRIAN. Corresponden solo a un punto de referencia y debe considerarse con las limitaciones del caso.

Indicadores generales del destino. Diciembre 2022.



Los gráficos que se presentan a continuación comparan el nivel de satisfacción del hotel entre el destino y lo compara con Perú y Nueva Zelanda, según su categoría en estrellas.





Conclusiones



Conclusiones

Tras la crisis más profunda a la que se ha enfrentado el sector turismo en el plano mundial mantiene una tendencia al alza. Ha sido sin lugar a duda un esfuerzo extraordinario de muchos actores de los sectores público y privado que han permitido el resurgimiento de este sector.

Según los escenarios de la OMT (OMT, 2023), las llegadas de turistas internacionales podrían alcanzar entre el 80 % y el 95 % de las cifras previas a la pandemia en 2023. Se espera que Europa impulse los resultados en 2023, con llegadas que alcancen o superen los niveles previos a la pandemia y todavía un margen considerable para la recuperación en algunos destinos y subregiones. Oriente Medio también podría recuperar los niveles de 2019 a lo largo de 2023 tras un fuerte repunte en 2022.

De acuerdo con el WTTC (WTTC, 2023) algunas de las tendencias de viaje que se han mantenido y fortalecido hasta el 2022 son las siguientes:

- La continua popularidad de los viajes 'mixtos', que combinan viajes de negocios y de placer, ya que la gente cada vez más desea tomar un tiempo de un viaje de trabajo para explorar, o agregar unas vacaciones al final de una conferencia.
- La tecnología, también está dando forma al sector de muchas maneras, especialmente en lo que respecta a la toma de decisiones de los viajeros. Cada vez más los viajeros recurren a plataformas en línea en busca de inspiración para viajar concentrado principalmente entre la Generación Z y los turistas de ocio.
- Finalmente, la sostenibilidad ha mantenido su importancia como uno de los elementos clave de la agenda de viajes. Los viajeros buscan cada vez más formas de reducir su huella de carbono y apoyar la sostenibilidad en sus prácticas turísticas.

En el caso de Costa Rica, poco a poco se van dejando atrás los nefastos efectos de la pandemia sobre el turismo y aumenta el optimismo con el que miramos el futuro dados los resultados que tenemos hasta el momento.

Los datos de cierre del 2022, de 2.3 millones de turistas concuerdan con los escenarios previstos por el ICT publicados en los informes mensuales durante todo el 2022. Es un dato incluso superior al escenario de crecimiento para el 2022 incluido en el Plan Nacional de turismo 2022-2027 que había sido de 2 023 781 turistas por todos los puertos.

Aunque todavía no se alcanzan las cifras del 2019, la diferencia es del orden de -25% por todas las vías y cercano a -12% por la vía aérea. Este crecimiento supera el crecimiento del -37% del turismo mundial y al de la región de la Américas que fue del -35%.

Estados Unidos cerró en una cifra cercana a los 1.2 millones por la vía aérea lo que representaría ya cerca del -2 o -3 % respecto del 2019. Lograr la recuperación de este mercado de manera acelerada ha sido un importante objetivo en el ICT desde la reapertura de las operaciones áreas en los aeropuertos internacionales en Alajuela y Guanacaste en agosto del 2020. Estos números son extremadamente positivos tomando en cuenta el impacto que tuvo la pandemia y demuestran el excelente posicionamiento que tiene la marca Costa Rica en los mercados internacionales

Para el cierre de 2022 han regresado todas las aerolíneas norteamericanas que operaban en el país antes de pandemia e incluso se han sumado más operaciones desde nuevas ciudades y mayores frecuencias hacia Costa Rica desde Estados Unidos. Esto responde al esfuerzo no solo de comunicación y promoción de Costa Rica como destino turístico en este mercado, sino en las acciones directas que se llevan a cabo en conjunto con los aeropuertos para lograr la llegada de las líneas áreas.

Además, los esfuerzos de promoción han sido constantes incluso durante el periodo de pandemia lo que nos permite mantener un fuerte posicionamiento en la mente de los viajeros estadounidenses. Esto ha contribuido a esta rápida recuperación lo cual se percibe claramente en la re activación de todas las empresas y servicios del sector. Sin duda esto nos deja en una excelente posición frente a la temporada alta de inicios del 2023, Semana Santa y temporada de julio las cuales son las más visitadas por los estadounidenses.

En general el viaje turístico se sigue caracterizando por una tendencia de los turistas por consumir muchos productos debido a la gran variedad de actividades disponibles en el destino lo que hace pensar que el perfil de demanda no ha cambiado y más bien se puede haber fortalecido respecto del tipo de demanda que interesa al país.

El consumo de productos de aventura, naturaleza, sol y playa complementados con cultura, gastronomía, bienestar y compras continúa sin cambio respecto de la situación que se tenía en el 2019. Ninguno de los dos indicadores que se analizan respecto del consumo de productos tiene cambios sustanciales respecto de la situación del 2019.

No hay variaciones sustanciales en los principales índices de percepción de satisfacción de Costa Rica como destino turístico. El

índice de satisfacción del destino se mantiene por arriba de 85 y los índices de hotel, producto, seguridad, clima y estacionalidad son muy buenos y tienen incluso variaciones positivas cambio positivas respecto de la situación que prevalecía en el 2019

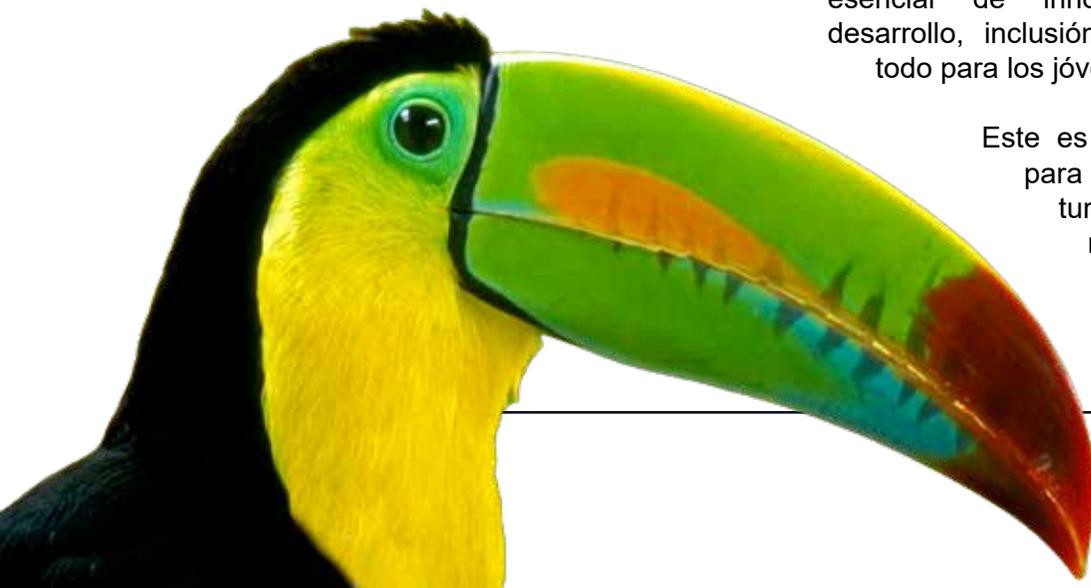
El proceso de recuperación del empleo ha sido muy positivo permitiendo en el 2022 alcanzar cifras muy similares a los niveles de contratación del 2019 según la encuesta continua de empleo del INEC (con las cifras disponibles preliminares que no incluyen el último trimestre del año).

Si tuviéramos que resaltar alguna característica particular de lo que ha sido el turismo en Costa Rica sin duda coincidiríamos en la capacidad de adaptación que ha demostrado tener todo el sistema, tanto público como privado, ante los constantes cambios que ha sufrido el consumidor a lo largo de la historia reciente.

Los números del 2022 son positivos y ponen al destino en la senda de la recuperación pero se debe tener muy en cuenta que no se trata solamente de alcanzar una cifra de turistas determinada y no podemos pensar que recuperar es simplemente volver atrás. No es simplemente crecer en cantidad sino hacerlo con calidad, diferenciación, sostenibilidad y accesibilidad para las nuevos gustos y preferencias de la demanda.

Este es el momento que debemos aprovechar para posicionar el turismo como un pilar esencial de innovación, transformación, desarrollo, inclusión y oportunidades sobre todo para los jóvenes.

Este es un momento importante para mejorar gobernanza del turismo, la creación de resiliencia, el avance de la sostenibilidad, la inclusión, innovación, la educación y la formación, la



planificación, la promoción y el apoyo a las empresas para impulsar una recuperación no solo económica sino principalmente social y económica más amplia.

El esfuerzo público privado que siempre ha caracterizado la historia del turismo de este país debe dirigirse a desplegar el potencial dinamizador del turismo para proteger y recuperar el empleo, salvaguardar y sostener a las empresas turísticas y proteger la esencia del producto turístico que es una de las riquezas más grandes que tienen a su haber las sociedades. Sabemos que no todas las regiones del país ni todas las empresas se pueden estar recuperado por igual, pero estamos haciendo todos los esfuerzos necesarios para apoyarlos en esta nueva ruta de futuro.

Aunque ciertamente tenemos muchas amenazas, algunas insospechadas, en el corto plazo, no podemos dejar de pensar en las oportunidades que se presentan para encontrar salidas innovadoras para que el turismo trascienda de nuevo como una fuerza transformadora en el contexto de lo que nos ha tocado vivir.



Bibliografía

1. Banco Mundial. (2022). Global Economic Prospects, enero de 2022. Washington, DC: Banco Mundial. doi: 10.1596/978-1-4648-1758-8
 2. Banco Mundial. (2022). Grupo Banco Mundial. Perspectivas económicas mundiales. Junio 2022. Washinton: BM.
 3. Banco Mundial . (9 de enero de 2023). Perspectivas económicas mundiales. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2023/01/10/global-economic-prospects>.
 4. Kayak. (2023). Restricciones de viaje internacionales por país. Obtenido de <https://www.kayak.es/restricciones-de-viaje>.
 5. OMT. (2023). Barómetro mundial de turismo. 5. Madrid
 6. WTTC. (2022). Travel & toruism development index 2021 rebuilding for sustainable and resillient future.report may 2022.
 7. WTTC. (2023). A wolrd in motion. Reino Unido: WTTC.
-



esencial
**COSTA
RICA**



**INSTITUTO
COSTARRICENSE DE
TURISMO**