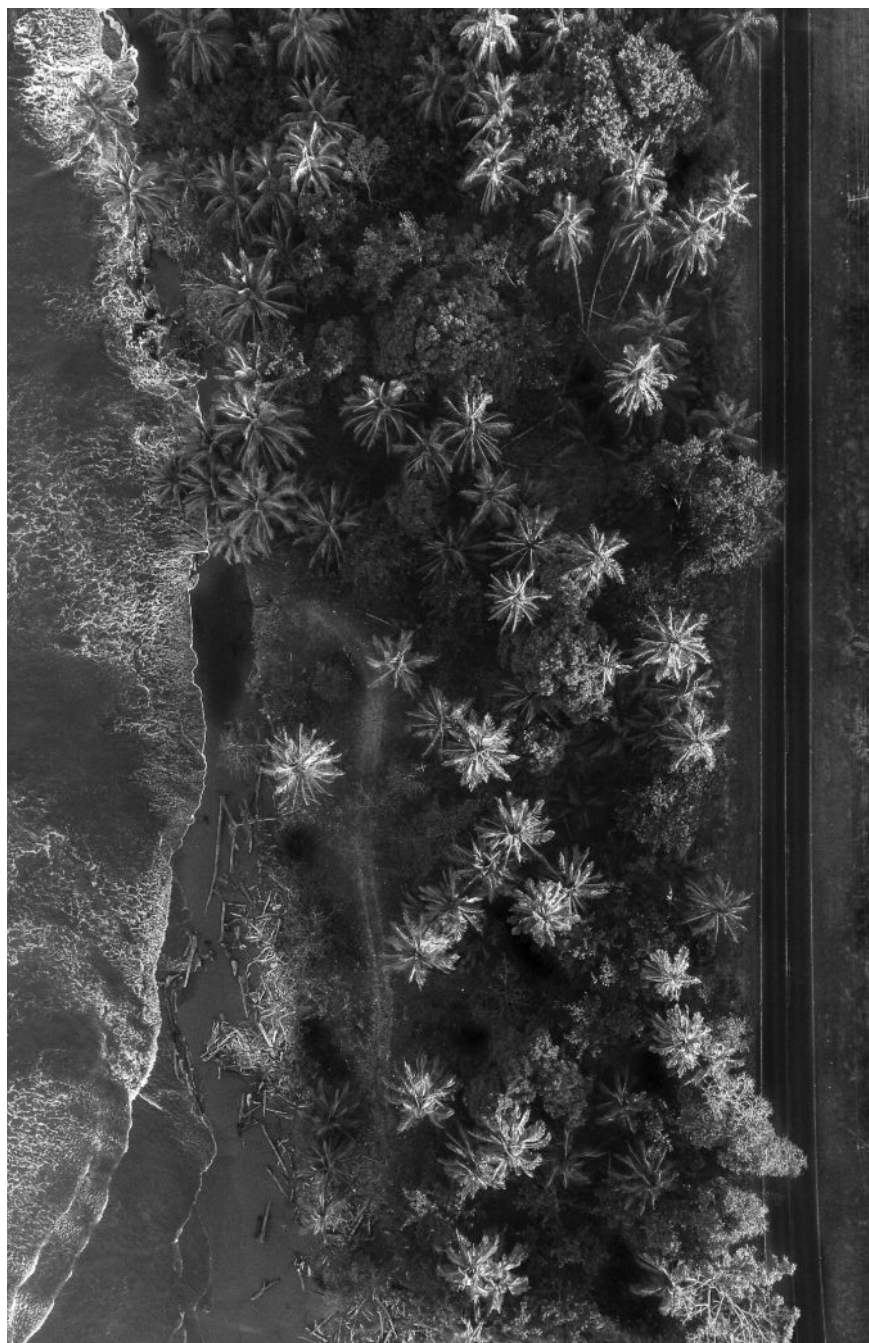




RETO TURISMO SIGLO 21

JORGE WOODBRIDGE GONZÁLEZ



303.38

W873r

5

Woodbridge Gonzalez, Jorge.

Reto Turismo Siglo 21

1a Edición. Colección Costa Rica: Reto Siglo 21

Alajuela, Costa Rica. 2025

142 pp. Ediciones JWG.

ISBN: 978-9930-00-286-5

1. Turismo - Ensayos

2. Turismo y Economía - Ensayos

Libro de conversaciones - Programa Reto Siglo 21.

Autor: Jorge Woodbridge González



STUDIO HOTEL
Boutique

Agradecimiento especial a Studio Hotel, Santa Ana



Diseño, diagramación y concepto editorial:

Juan Diego Otalvaro Ortega - jd@theroversquest.org

theroversquest.org



Grabación y Filmación de Entrevistas:

Amanda Agüero - framefilmscr@gmail.com

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta obra sin la autorización del autor.

Reservados todos los derechos. Se autoriza la reproducción y difusión de los contenidos de este libro para fines educativos u otros no comerciales, siempre que se reconozcan los créditos de la obra en las citas y referencias.



Reto Turismo Siglo 21

Por: Jorge Woodbridge González

NOTA EDITORIAL

Este es el quinto libro de la colección: Reto Siglo 21, donde Jorge Woodbridge resume e interpreta las ideas principales expresadas por más de mil costarricenses que, en los últimos cuatro años, han sostenido conversaciones con él en el marco del programa “Reto Siglo 21”.

Este volumen se refiere al tema del turismo. Este libro nace de la necesidad urgente de comprender el papel del turismo en el desarrollo integral de Costa Rica, no solo como motor económico, sino como fuerza cultural, social y ambiental. En un momento en que el país se enfrenta a cambios profundos; desde las transformaciones digitales hasta los retos climáticos y geopolíticos. Este libro busca ofrecer una mirada crítica, informada y plural sobre el futuro del turismo. Es una herramienta para el análisis, la reflexión y la acción. Está dirigido a profesionales del sector, tomadores de decisiones, estudiantes, emprendedores y cualquier persona interesada en entender cómo Costa Rica puede reinventar su modelo turístico sin perder su esencia.

Quienes deseen conocer a los participantes y escuchar esas conversaciones pueden visitar el sitio web www.retosiglo21.org donde también se brinda información sobre esta importante iniciativa de ciudadanos, ciudadanas y organizaciones, comprometidos con la libertad, la democracia y el desarrollo humano integral.



ÍNDICE GENERAL

6 Nota editorial

12 Presentación

18 *Capítulo 1*
Contexto Internacional del Turismo:
Un Mundo en Movimiento

24 *Capítulo 2*
Lecciones de un Mundo en Pausa:
El Turismo Global tras la Pandemia

32 *Capítulo 3*
Turismo en Costa Rica:
Estado Actual

40 *Capítulo 4*
El Rostro del Turismo:
Costa Rica como Destino por Diseño

50 *Capítulo 5*
Caracterización de la Demanda Turística:
¿Quiénes son los viajeros que visitan Costa
Rica?

56 *Capítulo 6*
Claves para un Destino Turístico Único:
El Secreto de Costa Rica

66 *Capítulo 7*
Un Recurso Valioso y Finito:
Uso del Espacio Turístico

74 *Capítulo 8*

La Nueva Cara del Turismo:
Innovación y Experiencias que Transforman a
Costa Rica

80 *Capítulo 9*

Encadenamientos Productivos:
La conexión entre el Turismo y la Economía
Local

88 *Capítulo 10*

Infraestructura y Conectividad:
La Columna Vertebral del Turismo
Costarricense

96 *Capítulo 11*

Seguridad Turística:
Gestión y Gobernanza para un Destino
Confiable

104 *Capítulo 12*

Capital para el Turismo:
¿Cómo Financiar el Futuro del Sector?

112 *Capítulo 13*

Turismo Digital:
Innovación y Tecnología al Servicio del Viajero

120 *Capítulo 14*

Turismo con Datos:
El Impacto Real en Costa Rica Transformador

128 *Capítulo 15*

Turismo con Propósito:
Desarrollo, Identidad y
Sostenibilidad Nacional

134 *Conclusión*

Llamado a la Acción:
Un Legado que
Proteger, un Futuro
por Construir

El turismo ha sido el impulso de Costa Rica, pero su mayor reto hoy es crecer sin perder aquello que lo hace único.

Imagínese aterrizando en Costa Rica. Desde la ventanilla del avión, se observa un mosaico de verdes montañas, playas de arena dorada y ciudades vibrantes. No es casualidad que el país haya sido reconocido repetidamente como uno de los destinos más deseados del mundo. Su biodiversidad, su modelo de sostenibilidad y su calidez humana han convertido al turismo en un motor clave para su desarrollo.

PRESENTACIÓN

Un País Construido Sobre el Turismo

A lo largo de este libro, exploraremos cómo Costa Rica ha llegado a consolidarse como un referente en turismo sostenible y cuáles son los retos que enfrenta para mantenerse competitivo en un mundo en constante evolución. Lo haremos desde un enfoque narrativo, donde los protagonistas serán los actores clave del sector: empresarios, autoridades gubernamentales, guías turísticos, hoteleros y expertos en planificación. Sus voces, acompañadas de datos sólidos y referencias al Plan Nacional de Turismo 2022-2027, nos permitirán trazar un panorama claro sobre el presente y futuro del turismo en Costa Rica.

Costa Rica no siempre fue un país turístico. Hubo un tiempo en que la economía dependía casi exclusivamente de la agricultura y la exportación de productos como el café y el banano. Sin embargo, en las últimas décadas, el turismo se ha convertido en un pilar económico fundamental, aportando más del 8% del PIB y generando miles de empleos en todo el país.

Desde las montañas de Monteverde hasta las playas de Guanacaste, pasando por los canales de Tortuguero y el vibrante Caribe, el turismo ha sido una fuente de desarrollo para comunidades que antes tenían pocas oportunidades económicas.

Como lo expresa William Rodríguez, Ministro de Turismo:

“El turismo es la única actividad económica que lleva calidad de vida no solo a la zona central del país, sino también a las regiones periféricas. Es una herramienta poderosa para la inclusión y el desarrollo.”

En números, el impacto del turismo es claro. Según datos del ICT (Instituto Costarricense de Turismo), en 2019 el país recibió más de 3.1 millones de turistas internacionales, quienes generaron aproximadamente 4 mil millones de dólares en divisas. El turismo también representa el 42% de las exportaciones de servicios y genera empleo directo a más de 211,000 personas, con un impacto indirecto en casi 600,000 ciudadanos. Pero el crecimiento del sector no ha estado exento de desafíos. La pandemia de COVID-19 fue un golpe devastador: en 2020, las llegadas internacionales cayeron un 67%, regresando a cifras similares a las de 1998. Esto dejó al descubierto la vulnerabilidad del sector y la necesidad de mayor resiliencia.

Como lo menciona Gustavo Segura, ex Ministro de Turismo:

“La pandemia nos llevó 20 años atrás en términos de visitación. La recuperación ha sido rápida, pero nos ha obligado a repensar el turismo: cómo atraer visitantes de más alto valor, cómo diversificar los mercados y cómo innovar en experiencias sin comprometer la sostenibilidad.”

A pesar de estos retos, Costa Rica sigue siendo un referente mundial en turismo sostenible. Su marca país se basa en la naturaleza, la paz y la hospitalidad. El modelo costarricense ha logrado posicionarse como un destino “boutique”, en el que los visitantes no solo buscan descanso, sino también experiencias transformadoras.

Pero, ¿cómo mantener esta ventaja competitiva en un mundo donde los turistas tienen más opciones que nunca? ¿Cómo garantizar que el turismo beneficie a todas las comunidades y no solo a unas pocas? Estas son algunas de las preguntas que exploraremos en los próximos capítulos.

El turismo es una actividad en constante transformación, influenciada por factores económicos, tecnológicos, ambientales y sociales que obligan a los destinos a innovar para mantenerse relevantes. La pregunta que se plantea no es si Costa Rica seguirá siendo un destino turístico atractivo, sino cómo evolucionará su modelo para afrontar los desafíos del siglo XXI.

Uno de los cambios más significativos es el surgimiento del turismo regenerativo, un concepto que va más allá de la sostenibilidad. No se trata solo de minimizar el impacto ambiental, sino de restaurar y mejorar los ecosistemas y las comunidades locales a través de la actividad turística. Según Lisette Acosta, gerente del sector turismo, esta tendencia ya está marcando el rumbo del sector a nivel global y Costa Rica tiene el potencial para liderarla.

“El turista de hoy no solo quiere ver la naturaleza, quiere participar en su conservación. Quiere entender la cultura, compartir con la comunidad y dejar una huella positiva. Costa Rica tiene todo para liderar este nuevo modelo de turismo, pero debemos asegurarnos de que nuestra infraestructura, nuestras políticas y nuestra oferta se adapten a esta realidad.”

El crecimiento de la actividad turística también depende de su capacidad para adaptarse a las nuevas tecnologías. La digitalización ha cambiado la manera en que los viajeros planifican y experimentan sus viajes, y las herramientas como la inteligencia artificial y la realidad aumentada están redefiniendo la experiencia turística. Pablo Heriberto Abarca, empresario del sector, insiste en que Costa Rica debe modernizarse para seguir siendo competitiva en un mercado cada vez más exigente.

“Si queremos atraer más turistas de alto valor, necesitamos simplificar procesos, mejorar la conectividad digital y ofrecer una experiencia más fluida desde la llegada al aeropuerto hasta la reserva en un hotel.”

Pero ningún esfuerzo de innovación y modernización será suficiente si no se atiende un tema crítico: la seguridad. Aunque Costa Rica sigue destacando como uno de los países más seguros de la región, el incremento en la delincuencia representa una amenaza real.

Bary Roberts, presidente del Centro de Estudios del Turismo (CET), ha sido claro en su advertencia:

“Un destino que no es seguro deja de ser un destino. La seguridad no es solo un problema del gobierno, es responsabilidad de todos. El sector privado debe colaborar activamente en la creación de entornos más seguros para nuestros visitantes.”

Costa Rica ha demostrado ser un líder en turismo sostenible, pero mantener ese liderazgo requerirá innovación, planificación y una visión estratégica clara. Este libro no solo busca analizar el estado actual del sector, sino también explorar las oportunidades que pueden convertir al país en un destino aún más resiliente, inclusivo y próspero.

Abordaremos diferentes temas de manera detallada, con datos sólidos de entidades como el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), la Organización Mundial del Turismo (OMT), el Banco Central de Costa Rica y estudios internacionales que permiten analizar tendencias, proyecciones y estrategias de desarrollo. El Plan Nacional de Turismo 2022-2027 establece una hoja de ruta para el futuro del sector, con estrategias clave que buscan fortalecer la competitividad del país, mejorar la infraestructura y garantizar que el turismo siga siendo un pilar fundamental para la economía y la sociedad costarricense.

Con este libro, buscamos entender cómo el país puede seguir capitalizando su potencial turístico sin comprometer su esencia. ¿Cómo innovar en productos y experiencias sin perder autenticidad? ¿Qué políticas públicas pueden asegurar un crecimiento equitativo y sostenible? ¿Cómo enfrentar la creciente competencia de destinos emergentes en Latinoamérica y el mundo?

A través de los siguientes capítulos, responderemos estas preguntas con historias reales, datos actualizados y una visión estratégica de lo que significa hacer turismo en Costa Rica en el siglo XXI.

*Lo que hizo grande al turismo en Costa
Rica no bastará para sostenerlo:
Este es el momento de repensarlo.*



Jorge Woodbridge González



Capítulo 1

Contexto Internacional del Turismo

Un Mundo en Movimiento.



“Una crisis financiera en Estados Unidos o Europa puede afectar el flujo de visitantes a Costa Rica. La pandemia nos enseñó que dependemos de muchos factores externos y que debemos estar preparados para adaptarnos.”

Rubén Acón, ex Presidente de la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR)

El turismo nunca ha sido estático. A lo largo de la historia, su crecimiento ha estado ligado a la evolución de la economía global, los avances en transporte y comunicación, y la estabilidad política de las naciones. En la actualidad, este sector representa cerca del 10% del PIB mundial, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), y es una fuente clave de empleo para más de 300 millones de personas en todo el planeta. Sin embargo, el panorama global está en constante cambio y presenta desafíos que exigen nuevas estrategias para garantizar su desarrollo sostenible.

Costa Rica no está aislada de estas dinámicas. El turismo genera más de 5 mil millones de dólares en ingresos anuales, y depende en gran medida de factores externos como la economía de los países emisores, la estabilidad geopolítica y las nuevas preferencias de los viajeros. En este contexto, entender el impacto del turismo a nivel global es crucial para definir el futuro de esta actividad en el país.

El crecimiento del turismo ha sido impulsado por el incremento del poder adquisitivo de las clases medias en economías emergentes como China, India y Brasil, y por la facilidad de acceso a los viajes gracias a la digitalización. Según un informe de la OMT, más del 50% de las reservas de viajes se realizan en línea, y las redes sociales tienen un impacto significativo en la decisión de los viajeros, lo que demuestra que la conectividad digital se ha convertido en un factor determinante para el turismo.

A pesar del crecimiento sostenido en las últimas décadas, el sector enfrenta nuevos riesgos y vulnerabilidades. Factores como el cambio climático, los conflictos geopolíticos y las crisis sanitarias han puesto en jaque la estabilidad del turismo global. En los siguientes apartados, se explorarán estos desafíos y sus implicaciones para Costa Rica, un país que ha sabido posicionarse como un destino sostenible, pero que debe mantenerse atento a los cambios que afectan al mundo entero.

RIESGOS Y VULNERABILIDADES EN UN MUNDO INCIERTO

El turismo es una actividad resiliente, pero también extremadamente vulnerable. A lo largo de la historia, ha demostrado su capacidad de recuperación ante crisis económicas, conflictos políticos y desastres naturales, pero cada evento deja una marca y redefine las reglas del juego. En la actualidad, el sector enfrenta una serie de desafíos que van desde el impacto del cambio climático hasta la creciente incertidumbre geopolítica. Estos factores no solo afectan la movilidad de los viajeros, sino que también imponen nuevas exigencias para los destinos que buscan mantenerse competitivos en un entorno global incierto.

Uno de los riesgos más evidentes es el cambio climático. El Banco Mundial estima que para 2050, alrededor de 143 millones de personas en América Latina, África y el sur de Asia podrían verse obligadas a desplazarse debido a los efectos del calentamiento global. En el sector turístico, esto se traduce en fenómenos como el blanqueamiento de corales, la erosión costera y el aumento de fenómenos meteorológicos extremos, factores que amenazan la infraestructura y la sostenibilidad de los destinos más populares del mundo.

Otro desafío crucial es la inseguridad y los conflictos geopolíticos. En la última década, el turismo ha sido impactado por ataques terroristas en Europa, inestabilidad política en América Latina y conflictos armados en Medio Oriente y Ucrania. Estos eventos generan miedo entre los viajeros y afectan la percepción de

seguridad de los destinos. En el caso de Costa Rica, aunque el país sigue siendo reconocido como un destino seguro, el aumento de la criminalidad y el narcotráfico representa un riesgo que no puede ser ignorado.

A estos desafíos se suma la fragilidad económica. Las crisis financieras en mercados emisores clave, como Estados Unidos y Europa, pueden reducir el flujo de turistas.

Durante la crisis del 2008, por ejemplo, Costa Rica experimentó una caída del 9% en la llegada de visitantes internacionales, lo que evidenció la dependencia del sector a la estabilidad económica global.

Por último, la digitalización y el avance de la inteligencia artificial están transformando el turismo de manera acelerada. Si bien la tecnología ofrece oportunidades para mejorar la experiencia del turista, también representa un desafío para aquellos destinos que no logren adaptarse. La automatización en aeropuertos, la personalización de servicios a través de algoritmos y la realidad virtual están redefiniendo la forma en que las personas viajan y eligen sus destinos.

Ante este panorama, Costa Rica debe prepararse para afrontar estos retos con estrategias que garanticen su competitividad y resiliencia en el mercado global. La capacidad del país para anticiparse a estas amenazas determinará su éxito en la próxima década y su permanencia como uno de los destinos más atractivos del mundo.

ADAPTACIÓN Y ESTRATEGIAS PARA EL FUTURO

En un mundo donde los riesgos y vulnerabilidades del turismo son cada

Bary Roberts, presidente del Centro de Estudios del Turismo (CET), enfatiza la necesidad de integrar el turismo en una estrategia de resiliencia climática:

“Si no protegemos los recursos naturales que nos han hecho famosos, perderemos la esencia de lo que vendemos. La infraestructura debe adaptarse a nuevas realidades climáticas y el sector debe invertir en prácticas sostenibles, no solo por ética, sino por supervivencia.”

vez más evidentes, la clave del éxito no radica en evitar los desafíos, sino en aprender a gestionarlos. Costa Rica ha logrado posicionarse como un destino líder en sostenibilidad y bienestar, pero para mantener su competitividad en el futuro, debe adaptarse de manera proactiva a los cambios globales.

Una de las principales estrategias para enfrentar estos retos es la diversificación de mercados. Tradicionalmente, Costa Rica ha dependido en gran medida de los turistas provenientes de Estados Unidos y Canadá, que representan más del 70% de las llegadas internacionales. Sin embargo, el crecimiento de mercados emergentes como China, India y el resto de América Latina ofrece una oportunidad para expandir la base de visitantes.

Pablo Heriberto Abarca, empresario del sector turismo, subraya esta necesidad:

“Si no nos diversificamos, seguimos poniendo todos los huevos en la misma canasta. China es un mercado enorme, pero necesita adecuaciones en nuestra oferta. México y Centroamérica también son mercados con gran potencial que hemos dejado de lado por enfocarnos solo en Norteamérica.”

Otro aspecto clave es la inversión en infraestructura y tecnología. Un aeropuerto congestionado, carreteras en mal estado o una mala conectividad digital pueden hacer que un turista elija otro destino. En el caso de Costa Rica, mejorar la capacidad aeroportuaria y la logística de transporte es una prioridad para garantizar la comodidad del viajero.

Gustavo Segura, ex Ministro de Turismo, lo resume de manera contundente:

“El aeropuerto es nuestro cuello de botella. No podemos atraer más turistas si no mejoramos la infraestructura y la experiencia de llegada y salida. Debemos pensar en soluciones innovadoras para la conectividad aérea y terrestre.”

La sostenibilidad también debe evolucionar. Durante años, Costa Rica ha sido referente en turismo ecológico, pero el mundo ya no busca solo destinos sostenibles, sino regenerativos. Esto significa no solo minimizar el impacto ambiental, sino crear experiencias turísticas que restauren

ecosistemas y generen beneficios directos para las comunidades locales.

Lisette Acosta, experta en el sector turismo, enfatiza esta transición:
“El turista de hoy busca más que una estadía en un hotel verde. Quiere involucrarse, aprender, dejar huella positiva. Si Costa Rica logra consolidar un modelo de turismo regenerativo, no solo nos mantendremos en la cima, sino que crearemos un nuevo estándar para esta actividad global.”

Finalmente, la seguridad y la gobernanza son aspectos ineludibles. Un destino puede tener la mejor oferta turística, pero si los visitantes perciben inseguridad o una falta de planificación gubernamental, el crecimiento será insostenible. La cooperación entre el sector público y privado es esencial para abordar estos desafíos.

REFLEXIÓN FINAL

El turismo en Costa Rica enfrenta un mundo en constante cambio. Los riesgos globales son innegables, pero con estrategias adecuadas, el país puede consolidarse como un destino resiliente, diversificado y con una oferta alineada a las nuevas tendencias. La clave está en la innovación, la inversión en infraestructura, la regeneración ambiental y una planificación estratégica que involucre a todos los actores del sector.

Los desafíos son grandes, pero las oportunidades lo son aún más. Costa Rica tiene todo el potencial para seguir siendo un referente mundial en turismo, siempre y cuando logre anticiparse a los cambios y tomar decisiones valientes para el futuro.



Capítulo 2

Lecciones de un Mundo en Pausa

El Turismo Global tras la Pandemia.



“La pandemia nos obligó a hacer una pausa y preguntarnos: ¿queremos volver al mismo modelo de turismo que teníamos antes? ¿O es el momento de reconfigurar nuestra oferta hacia algo más sostenible, más equilibrado y con un impacto más positivo para todos?”.

Gustavo Segura, ex Ministro de Turismo de Costa Rica

El turismo es una de las actividades más resilientes y dinámicas del mundo, pero la pandemia de COVID-19 puso a prueba su capacidad de recuperación como nunca antes en la historia moderna. De la noche a la mañana, aeropuertos cerrados, fronteras bloqueadas y restricciones sanitarias sin precedentes paralizaron un sector que, en 2019, representaba más del 10% del PIB mundial y generaba uno de cada diez empleos a nivel global según datos del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC).

El golpe fue devastador. En 2020, el turismo internacional sufrió una caída del 74% en comparación con el año anterior, una crisis sin precedentes incluso más profunda que la de la crisis financiera de 2008 o los atentados del 11 de septiembre de 2001. Costa Rica, que había recibido más de 3 millones de turistas en 2019, vio reducirse esta cifra a apenas un millón en 2020, lo que representó pérdidas superiores a los 3 mil millones de dólares en divisas y la afectación de más de 211,000 empleos directos e indirectos.

Pero el impacto de la pandemia no fue sólo económico. La crisis obligó a una profunda reflexión sobre el modelo de turismo global. Con las playas desiertas y los parques nacionales sin visitantes, muchas comunidades experimentaron por primera vez en décadas cómo sería su entorno sin la actividad turística. En lugares como Venecia o Tailandia, los canales y las playas recuperaron una claridad en sus aguas que no se veía en años.

En Costa Rica, especies de fauna como los jaguares en Corcovado o las tortugas en Tortuguero se vieron beneficiadas por la ausencia de visitantes.

La crisis también puso de manifiesto la fragilidad turística frente a eventos globales inesperados. Hasta ese momento, el turismo había demostrado una capacidad de adaptación notable, superando guerras, crisis económicas y desastres naturales. Sin embargo, el COVID-19 dejó claro que ningún destino, por exitoso que fuera, estaba a salvo de un colapso total cuando factores externos alteraban el orden global.

En un informe publicado en 2021, la Organización Mundial del Turismo (OMT) destacó que el turismo, si bien tiene gran capacidad de recuperación, necesita fortalecer su resiliencia ante futuras crisis. Esto

implica no solo contar con planes de contingencia para las pandemias, sino también prepararse ante el cambio climático, la inestabilidad geopolítica y la digitalización acelerada.

La pandemia transformó el turismo para siempre, y Costa Rica no fue la

“La caída fue brutal. En cuestión de meses, el turismo pasó de ser el motor económico de muchas economías, incluyendo Costa Rica, a estar completamente paralizado. Hoteles cerrados, aerolíneas en quiebra, miles de familias sin ingresos. Nunca habíamos visto algo así.”

**Rodrigo Castro, ex Ministro de Hacienda
y Experto en Análisis Turístico**

excepción. La clave para el futuro no es solo recuperar lo perdido, sino aprender de la crisis y construir un turismo más fuerte, más sostenible y más preparado para los desafíos del siglo XXI.

UNA MIRADA AL FUTURO: TENDENCIAS EMERGENTES Y NUEVOS SEGMENTOS TURÍSTICOS

El turismo mundial no solo ha comenzado a recuperarse, sino que ha tomado un nuevo rumbo impulsado por cambios en el comportamiento de los viajeros y las prioridades de los destinos. La

pandemia no solo transformó la manera en que se viaja, sino también las expectativas y valores de los turistas. La Organización Mundial del Turismo (OMT) proyecta que el sector no volverá a ser el mismo de antes, sino que evolucionará hacia un modelo donde la sostenibilidad, la digitalización y el bienestar serán aspectos clave.

En Costa Rica, este cambio se ha sentido con fuerza. Mientras en el pasado el país competía principalmente por su biodiversidad y turismo de aventura, ahora enfrenta el reto de adaptarse a nuevas demandas sin perder su esencia. Según un informe del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), más del 75% de los viajeros actuales buscan experiencias sostenibles y están dispuestos a pagar más por opciones que garanticen un impacto ambiental y social positivo.

Lisette Acosta, gerente del sector turismo en Costa Rica, describe esta transición:

“Antes, muchos turistas venían buscando lujo material. Hoy, buscan lujo experiencial. Quieren sentir la esencia del destino, interactuar con la gente local, ser parte de la naturaleza en lugar de solo observarla desde la distancia.”

PRINCIPALES TENDENCIAS EMERGENTES

Turismo Regenerativo

Más allá del turismo sostenible, que busca minimizar el impacto negativo, ha surgido el concepto de turismo regenerativo, cuyo propósito es mejorar los lugares que se visitan. Se trata de involucrar a los turistas en la conservación y recuperación del entorno. Costa Rica, con sus iniciativas de turismo rural y ecológico, tiene un potencial enorme para consolidarse como un referente en este campo.

Turismo de Bienestar y Digital Detox

Después de meses de confinamiento y estrés por la pandemia, los turistas buscan destinos que les brinden una verdadera desconexión. La demanda de retiros de yoga, eco-lodges sin conexión a internet y experiencias en la naturaleza ha crecido exponencialmente. Costa Rica, con su combinación de bosques, playas y aguas termales, ha visto un auge en este tipo de turismo, atrayendo a visitantes que buscan un respiro de sus vidas hiperconectadas.

Bary Roberts, presidente del Centro de Estudios del Turismo (CET), lo explica con claridad:

“El turismo de bienestar no es una moda, es una necesidad. Después de la pandemia, la gente necesita reconectar consigo misma, y Costa Rica ofrece el escenario perfecto para ello.”

Turismo de Trabajo Remoto y Nómadas Digitales

Con el auge del teletrabajo, muchas personas han optado por trabajar desde destinos paradisíacos en lugar de estar encerradas en oficinas. Costa Rica ha dado pasos importantes en este ámbito con la aprobación de la Ley de Nómadas Digitales, que permite a extranjeros trabajar desde el país con beneficios fiscales y migratorios. Este segmento representa

una gran oportunidad económica, ya que estos viajeros suelen quedarse más tiempo y gastar más dinero en la economía local.

Turismo Gastronómico y Experiencial

La comida se ha convertido en un elemento fundamental en la decisión de viaje. La tendencia apunta a experiencias gastronómicas auténticas, desde mercados locales hasta clases de cocina con chefs tradicionales. En Costa Rica, la cocina basada en ingredientes autóctonos como el pejibaye, el cacao y el maíz está ganando protagonismo en la oferta turística.

Turismo con Impacto Social

El viajero post-pandemia busca dejar una huella positiva. Actividades como voluntariado en conservación, hospedaje en comunidades locales y turismo rural han crecido significativamente. Este tipo de turismo no solo beneficia a las comunidades, sino que también permite a los visitantes experimentar una conexión más profunda con la cultura del país.

El futuro del turismo está marcado por viajeros más conscientes, experiencias más inmersivas y un enfoque más responsable. Costa Rica tiene la ventaja de estar alineada con estas tendencias, pero el reto es consolidarse como líder en estos nuevos modelos de turismo sin comprometer la autenticidad y sostenibilidad que lo han convertido en un destino emblemático.

Si algo dejó en claro la pandemia de COVID-19 es que el turismo es resiliente, pero también vulnerable. Los cierres de fronteras, las restricciones sanitarias y la incertidumbre económica hicieron que el mundo entero replanteara la forma en que se viaja y se gestiona la actividad turística. Sin embargo, en medio de esta crisis, surgieron valiosas lecciones que hoy están moldeando el futuro del sector.

LECCIONES DE LA PANDEMIA Y ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN

Costa Rica no fue la excepción. En 2020, la llegada de turistas cayó un 67% en comparación con el año anterior, según datos del Instituto Costarricense de Turismo (ICT). Miles de empleos se vieron afectados y muchas empresas tuvieron que cerrar temporal o permanentemente. Pero el país también supo responder con estrategias innovadoras para mantener su posicionamiento y prepararse para la nueva era del turismo.

Lección 1: La Diversificación es Clave

Uno de los mayores errores de muchos destinos turísticos fue depender excesivamente de un solo mercado. En Costa Rica, Estados Unidos ha sido históricamente el principal emisor de turistas, pero la pandemia demostró la importancia de diversificar las fuentes de visitantes.

“Cuando Estados Unidos cerró sus fronteras, nos dimos cuenta de que no teníamos suficientes alternativas. Eso nos llevó a fortalecer otros mercados como Europa y Centroamérica.” - Gustavo Segura, ex Ministro de Turismo

A partir de esta experiencia, el país ha trabajado en ampliar su presencia en nuevos mercados, promoviendo la conectividad aérea con destinos como España, Suiza y México.

Lección 2: La Tecnología y la Digitalización Son Indispensables

La pandemia aceleró la transformación digital en el turismo. Desde la implementación de reservas en línea hasta la digitalización de trámites migratorios, quedó claro que la tecnología es una aliada clave para mejorar la experiencia del visitante y la competitividad del sector. En Costa Rica, la adopción de herramientas digitales permitió la reactivación del turismo con procesos más ágiles y seguros.

A nivel gubernamental, el ICT implementó el Pase de Salud Digital, un sistema que facilitó la entrada de turistas durante la pandemia y sirvió como un

Lisette Acosta, gerente del sector turismo en Costa Rica, describe esta transición:

“Antes, muchos turistas venían buscando lujo material. Hoy, buscan lujo experiencial. Quieren sentir la esencia del destino, interactuar con la gente local, ser parte de la naturaleza en lugar de solo observarla desde la distancia.”

modelo para futuras innovaciones en control migratorio y experiencia del visitante.

Lección 3: La Sostenibilidad No Es Opcional

La pandemia fue un llamado de atención sobre la relación entre el turismo y el medio ambiente. Durante los meses de confinamiento, la naturaleza tuvo un respiro, lo que evidenció el impacto de la actividad humana en los ecosistemas.

Para Costa Rica, un país reconocido por su liderazgo en turismo sostenible, esta fue una oportunidad para reforzar su compromiso con la conservación y promover aún más el turismo regenerativo.

Bary Roberts, presidente del CET, lo explicó de la siguiente manera:

“El turismo no puede volver a ser como antes. Si queremos un sector resiliente y duradero, debemos asegurarnos de que nuestra actividad aporte a la regeneración de los ecosistemas y comunidades.”

En respuesta a esta lección, se han fortalecido iniciativas como la Certificación de Sostenibilidad Turística (CST), el Programa Bandera Azul Ecológica y el desarrollo de nuevos estándares para garantizar un impacto positivo en las comunidades locales.

REFLEXIÓN FINAL

La pandemia dejó heridas profundas en la actividad turística, pero también abrió la puerta a una transformación necesaria. Los destinos que han sabido aprender de esta crisis y adaptarse con estrategias innovadoras son los que hoy están liderando la recuperación global. Costa Rica ha entendido que para mantenerse como un referente en el turismo mundial, debe seguir diversificando sus mercados, apostando por la digitalización y reforzando su liderazgo en sostenibilidad.

El desafío ahora es consolidar estas lecciones y convertirlas en una hoja de ruta que garantice un crecimiento sostenido, responsable y adaptado a las nuevas expectativas de los viajeros globales.



Capítulo 3

Turismo en Costa Rica

Estado Actual.



“El turista que viene de Estados Unidos o Europa no solo gasta más, sino que también tiene una estadía más larga y busca experiencias auténticas. Es un visitante que valora nuestra sostenibilidad y eso nos permite mantener nuestra propuesta de valor.”

Martí Jiménez, Presidente de la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR)

Si hay un país que ha sabido convertir su riqueza natural y cultural en una poderosa actividad turística, es Costa Rica. Desde sus densas selvas tropicales hasta sus costas bañadas por dos océanos, el país ha cultivado una imagen de destino sostenible y biodiverso que atrae a viajeros de todo el mundo.

Pero el turismo no es solo una postal paradisíaca; es una pieza clave en la economía nacional. Este motor de desarrollo enfrenta una serie de retos y oportunidades en su camino hacia la recuperación y el crecimiento sostenible. En este capítulo, analizaremos la situación actual del turismo en Costa Rica, desde la llegada de visitantes internacionales hasta la evolución del mercado de cruceros, pasando por el impacto económico, la generación de empleo y el papel del turismo en el progreso social.

LLEGADAS INTERNACIONALES Y PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

Costa Rica ha sido tradicionalmente un destino altamente dependiente del turismo internacional. En los años previos a la pandemia, el país recibía en promedio más de 3

millones de turistas al año, con Estados Unidos, Canadá y Europa como sus principales mercados emisores.

El mercado estadounidense sigue siendo el pilar principal, representando más del 50% de las llegadas internacionales. Le siguen Canadá y Europa, con países como España, Alemania y Francia consolidándose como fuentes crecientes de visitantes. Además, se ha identificado un aumento en el interés del mercado mexicano y sudamericano, lo que presenta una oportunidad para diversificar la dependencia del turismo norteamericano.

Uno de los mayores desafíos actuales es consolidar la recuperación total de los flujos turísticos y ampliar la oferta a mercados emergentes. Para lograrlo, el país ha apostado por estrategias como:

- *Mayor conectividad aérea con nuevas rutas directas desde ciudades clave.*
- *Promoción en mercados no tradicionales, como Asia y el Medio Oriente.*
- *Diferenciación del destino con experiencias personalizadas y alto valor agregado.*

A pesar de las adversidades, Costa Rica sigue firme en su camino para reafirmarse como un destino turístico líder en la región. Pero la llegada de turistas es solo una pieza del rompecabezas.

En una terminal llena de viajeros emocionados, una familia estadounidense se detiene frente a una pantalla que muestra los próximos vuelos con destino a San José y Liberia. “Costa Rica”, murmura uno de ellos, sonriendo mientras hojea una guía de viaje que promete

CONECTIVIDAD AÉREA Y EL AUGUE DE LOS CRUCEROS

playas doradas, selvas exuberantes y la calidez de su gente. Como ellos, miles de turistas llegan cada día al país, un fenómeno impulsado en gran parte por la creciente conectividad aérea que ha facilitado la entrada de visitantes desde diversas partes del mundo.

En la última década, Costa Rica ha trabajado intensamente en ampliar su red de vuelos internacionales, consolidando su presencia como un destino accesible y atractivo para mercados clave. Según datos del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), en la actualidad operan más de 30 aerolíneas internacionales en los aeropuertos internacionales Juan Santamaría y Daniel Oduber, conectando al país con más de 40 ciudades alrededor del mundo.

Este crecimiento no ha sido casualidad. Se ha dado como resultado de esfuerzos coordinados entre el gobierno y el sector privado para atraer nuevas rutas, especialmente desde mercados estratégicos como Norteamérica y Europa. En 2022, aerolíneas como United Airlines, American Airlines y JetBlue reforzaron sus operaciones con vuelos directos desde ciudades como Los Ángeles, Nueva York y Houston, lo que ha permitido que más turistas lleguen al país sin escalas innecesarias.

El aeropuerto Daniel Oduber, en Guanacaste, ha jugado un papel crucial en esta estrategia, logrando que la provincia reciba un flujo constante de visitantes que buscan experiencias en la costa del Pacífico.

Pero no solo el tráfico aéreo ha impulsado el turismo en Costa Rica. En los últimos años, el país ha visto un resurgimiento en las actividades de cruceros, con un aumento en la cantidad de embarcaciones que arriban a puertos como Caldera, Puntarenas y Limón.

Los cruceros representan una oportunidad importante para la economía local. Según el ICT, en la temporada 2022-2023 llegaron

Gustavo Segura, ex Ministro de Turismo, destacó la importancia de este aeropuerto para descentralizar el turismo y beneficiar a zonas que antes dependían del mercado interno:

“Liberia se ha convertido en una puerta de entrada clave. Antes, todo el turismo internacional llegaba a San José, lo que limitaba el desarrollo en otras regiones. Hoy, con más vuelos directos a Guanacaste, hemos logrado una distribución más equitativa del beneficio económico del turismo.”

más de 300,000 cruceristas al país, lo que generó ingresos significativos para comercios, operadores turísticos y restaurantes cercanos a los puertos. La clave, sin embargo, radica en convertir estas visitas cortas en estancias prolongadas, logrando que estos turistas regresen al país para explorarlo más a fondo.

“Un turista que baja de un crucero y pasa solo unas horas en el país se lleva un vistazo rápido de nuestra oferta. Si logramos que esa experiencia sea lo suficientemente impactante, tenemos una gran oportunidad de que regrese, esta vez con una estadía más prolongada.”

Rubén Acón, ex Presidente de CANATUR

No obstante, el crecimiento del turismo de cruceros también enfrenta desafíos, como la necesidad de mejorar la infraestructura portuaria y la gestión eficiente del flujo de visitantes en sitios con alta demanda turística.

El país está en una encrucijada: por un lado, ha logrado una expansión notable en conectividad aérea y marítima, atrayendo a más visitantes que nunca; pero por otro, enfrenta la tarea de consolidar estas ventajas y asegurarse de que la infraestructura y los servicios turísticos evolucionen al mismo ritmo que la demanda.

IMPACTO ECONÓMICO Y PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO

A medida que el sol comienza a descender sobre las montañas del Valle Central, cientos de turistas recorren las calles de San José, disfrutando de la oferta gastronómica y cultural de la ciudad. Al otro lado del país, en la costa pacífica, pequeños empresarios abren sus negocios, confiados en que la llegada de visitantes internacionales traerá consigo una oportunidad de crecimiento. Este dinamismo no se limita a hoteles,

aerolíneas y operadores turísticos; el impacto del turismo en Costa Rica es profundo y transversal. Cada dólar que ingresa por esta actividad se distribuye a lo largo de la economía nacional, beneficiando a agricultores, transportistas, artesanos, guías locales, comerciantes y a un sinnúmero de sectores productivos que, aunque no siempre visibles, son fundamentales para sostener la experiencia del visitante. Es este efecto multiplicador lo que convierte al turismo en una herramienta estratégica para el desarrollo territorial.

Uno de los puntos clave en esta recuperación ha sido la diversificación del mercado. Tradicionalmente, Costa Rica ha dependido de visitantes de Estados Unidos y Canadá, que en conjunto representan más del 70% de los turistas internacionales. Sin embargo, la apertura de vuelos desde España, Alemania, Inglaterra y México ha permitido atraer a nuevos segmentos, reduciendo la dependencia de los mercados norteamericanos.

El empleo es otro factor clave en el impacto del turismo. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el sector genera más de 211,000 empleos directos y beneficia indirectamente a más de 600,000 personas, lo que equivale a casi un 25% de la población económicamente activa. Estas cifras son particularmente relevantes en regiones como Guanacaste, Puntarenas y Limón, donde el turismo es la principal fuente de ingresos. No obstante, la inflación global, el aumento de costos operativos y la revaluación del colón han hecho que Costa Rica sea percibida como un destino caro en comparación con otros países de la región.

Pablo Heriberto Abarca, empresario del sector turístico, ha señalado que esto podría afectar la competitividad del país:

“Si no trabajamos en mejorar la infraestructura y optimizar costos, podríamos perder visitantes frente a destinos como República Dominicana o Colombia, que están ofreciendo experiencias similares a precios más bajos.”

A pesar de estos retos, Costa Rica tiene ventajas estratégicas que la posicionan de manera única en el mundo. Su enfoque en sostenibilidad, turismo regenerativo y experiencias auténticas sigue atrayendo a viajeros que buscan algo más que sol y playa.

El turista post-pandemia no solo busca viajar, sino conectar. Quiere sentirse parte del lugar que visita, aprender de su cultura, contribuir a su conservación. Costa Rica tiene una gran oportunidad en este sentido, porque más que vender destinos, vende experiencias transformadoras.

REFLEXIÓN FINAL

El turismo en Costa Rica es más que una actividad: es un eje central del desarrollo económico y social del país. Su impacto se siente en cada rincón del territorio, desde las zonas urbanas hasta las comunidades rurales. Sin embargo, para garantizar su crecimiento sostenido, es fundamental seguir apostando por una estrategia que combine infraestructura, sostenibilidad, seguridad y diversificación de mercados.

Los datos muestran una tendencia positiva: más turistas, más inversión, más empleo. Pero también indican que el país no puede conformarse con los éxitos del pasado. Si Costa Rica quiere consolidarse como un destino turístico de clase mundial, deberá enfrentar con determinación los desafíos que vienen y asegurarse de que el turismo siga siendo una fuente de bienestar para todos.



Capítulo 4

El Rostro del Turismo

Costa Rica como Destino por Diseño.



*“Tenemos que ver el turismo
como una herramienta de
desarrollo socioeconómico,
no como una industria más.”*

Mauricio Ventura, Ex Ministro de Turismo

El amanecer en Costa Rica es un espectáculo que cambia según la región. En el Caribe, los primeros rayos de sol iluminan los manglares de Tortuguero, mientras que en Guanacaste, la brisa marina despierta los pequeños hoteles boutique que bordean la costa. En el Valle Central, cafeterías y mercados empiezan a llenarse de visitantes que buscan experimentar la esencia local. Lo que distingue a Costa Rica como destino turístico no es solo su belleza natural, sino la diversidad de su oferta: desde lujosos resorts hasta pequeños emprendimientos familiares, todos forman parte de un ecosistema turístico vibrante y en constante evolución.

El país ha construido su reputación como un destino de turismo sostenible y de alta calidad, atrayendo a viajeros que buscan algo más que vacaciones convencionales. Según datos del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), Costa Rica cuenta con más de 5,000 empresas turísticas registradas, que incluyen hoteles, agencias de viajes, guías certificados, operadores de tours y transporte especializado. Además, el país es hogar de más de 900 empresas certificadas con el sello de Sostenibilidad Turística (CST), una distinción que refuerza su compromiso con el medio ambiente y el desarrollo social.

DIVERSIDAD DE LA OFERTA: MÁS ALLÁ DEL SOL Y LA PLAYA

Si bien muchas personas asocian el turismo en Costa Rica con sus playas paradisíacas, la realidad es que la oferta turística es mucho más amplia. El país ha desarrollado una variedad de productos y experiencias que lo diferencian en la región:

Ecoturismo y Turismo de Aventura

- ◇ Costa Rica ha sido pionera en este segmento, ofreciendo actividades como canopy, rafting, senderismo y avistamiento de fauna en parques nacionales y reservas privadas. El Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC) administra más de 160 áreas protegidas, que representan el 26% del territorio nacional.

Turismo Rural Comunitario

- ◇ Cada vez más viajeros buscan experiencias que les permitan sumergirse en la cultura local. Comunidades como Santa Juana, Boruca y Los Santos han desarrollado programas donde los turistas pueden aprender sobre agricultura sostenible, gastronomía local y tradiciones indígenas.

Turismo de Bienestar

- ◇ La tendencia global hacia el bienestar ha impulsado el crecimiento de retiros de yoga, spas de aguas termales y hoteles especializados en bienestar holístico. Regiones como La Fortuna, Nosara y Osa han capitalizado esta tendencia, atrayendo a viajeros en busca de equilibrio y sanación.

Turismo Gastronómico

- ◇ La cocina costarricense ha comenzado a ganar reconocimiento internacional, con chefs y restaurantes que fusionan ingredientes locales con técnicas innovadoras. San José, Guanacaste y Limón están viendo un auge en la oferta culinaria, atrayendo a foodies de todo el mundo.

El perfil del viajero ha cambiado. Ya no se conforma con una habitación cómoda o una vista bonita. Busca experiencias que dejen huella, momentos que pueda transformar en historias al volver a casa. En este nuevo panorama, Costa Rica se posiciona con una ventaja natural: la capacidad de ofrecer experiencias diversas en cada rincón del país. Desde caminatas en selvas remotas hasta tardes tranquilas en pueblos costeros llenos de carácter, el territorio costarricense invita a descubrir lo extraordinario en lo cotidiano. Esta riqueza cultural y geográfica impulsa una evolución necesaria en la oferta turística: más personalizada, más significativa, y profundamente conectada con la identidad local.

La expansión de la oferta turística ha permitido que pequeños y medianos empresarios se integren en la cadena de valor, generando empleo y dinamizando economías locales. Sin embargo, la evolución del sector también presenta desafíos: garantizar la calidad del servicio, evitar la sobreexplotación de recursos y asegurar que el crecimiento sea ordenado y sostenible.

En la siguiente parte de este capítulo, exploraremos cómo el hospedaje no tradicional, como Airbnb y eco-lodges, ha cambiado la dinámica del turismo en Costa Rica y qué retos enfrenta el país en la regulación de estas nuevas tendencias.

EL AUGE DEL HOSPEDAJE NO TRADICIONAL Y SUS DESAFÍOS

de los pájaros y el aroma del café recién hecho. A cientos de kilómetros, en una cabaña sobre pilotes en el Golfo Dulce, un viajero canadiense observa delfines desde su terraza privada. Y en el corazón de San José, un apartamento moderno recibe a un grupo de nómadas digitales que han decidido quedarse en Costa Rica por varias semanas.

En una pequeña casa de madera, rodeada de cafetales en el Valle de Orosí, una pareja de turistas alemanes despierta con el sonido

“El crecimiento de plataformas como Airbnb es inevitable y positivo en muchos sentidos. Democratizan el turismo, permiten que más personas participen de la actividad económica y diversifican la oferta. Pero también generan retos enormes, especialmente en términos de regulación y competencia justa.”

Bary Roberts, Empresario y Experto en Turismo

La manera en que las personas viajan y se conectan con los lugares que visitan ha cambiado profundamente. Ya no se trata solo de hoteles o servicios convencionales; hoy, muchas personas abren las puertas de sus hogares o propiedades para recibir a viajeros, creando espacios únicos de intercambio y hospitalidad. En Costa Rica, esta práctica se ha expandido con fuerza en los últimos años, ofreciendo nuevas formas de vivir. Este crecimiento también ha traído consigo importantes retos: garantizar condiciones seguras, equilibrar el desarrollo local y establecer reglas claras que permitan una convivencia justa entre todas las formas de alojamiento.

Según datos del ICT, más de 34,000 alojamientos en Costa Rica se ofrecen en plataformas digitales de hospedaje, con una fuerte presencia en destinos turísticos clave como

La Fortuna, Jacó, Tamarindo y Manuel Antonio. La flexibilidad, el precio y la posibilidad de vivir experiencias más personalizadas han hecho que este tipo de hospedaje gane popularidad entre los viajeros.

REGULACIÓN Y DESAFÍOS DEL HOSPEDAJE NO TRADICIONAL

El rápido crecimiento del hospedaje no tradicional ha generado un debate sobre su impacto en la industria hotelera y en las comunidades locales. Si

bien representa una fuente importante de ingresos para propietarios independientes y pequeños emprendedores, también ha creado preocupaciones en varios sectores:

1. Competencia desigual con hoteles y alojamientos regulados

Los hoteles y lodges en Costa Rica están sujetos a una serie de regulaciones, impuestos y normativas que garantizan calidad y seguridad para los huéspedes. Pero, la gran mayoría de los alojamientos en plataformas digitales operan sin las mismas exigencias, lo que genera una competencia desigual y una posible disminución de ingresos para el sector hotelero formal.

2. Impacto en la vivienda y los costos inmobiliarios

En destinos como Santa Teresa, Nosara y Manuel Antonio, la proliferación de alojamientos turísticos en plataformas digitales ha contribuido al aumento del costo de la vivienda, afectando a las comunidades locales. La alta demanda de alquileres a corto plazo ha reducido la disponibilidad de viviendas asequibles para residentes, generando una presión económica sobre los pobladores.

3. Falta de control en temas de seguridad y calidad

Mientras los hoteles y alojamientos registrados deben cumplir con normas de seguridad, higiene y servicios, muchos hospedajes no tradicionales operan sin supervisión. Esto puede derivar en experiencias negativas para los turistas y afectar la reputación del destino.

Martí Jiménez, presidente de CANATUR, insiste en la necesidad de regular este segmento: “No se trata de prohibir ni de limitar el crecimiento del hospedaje no tradicional, sino de establecer reglas claras. Todos los actores del sector deben contribuir equitativamente, tanto en términos de impuestos como en el cumplimiento de normas de seguridad y calidad.”

HACIA UNA REGULACIÓN EQUILIBRADA

En los últimos años, el gobierno ha dado pasos importantes para regular el hospedaje a través de plataformas digitales. En 2019 se aprobó una ley que exige a

los anfitriones registrarse ante el ICT y cumplir con sus obligaciones tributarias, con el objetivo de promover reglas claras y justas para todos los actores del sector. No obstante, la aplicación de estas medidas ha sido lenta, y una parte significativa de las propiedades aún opera al margen del marco legal.

Además, lo que comenzó como una alternativa flexible y cercana para viajeros, ha evolucionado hacia un modelo altamente comercial. Muchas propiedades ya no son gestionadas por personas locales, sino por empresas administradoras que manejan múltiples unidades sin un verdadero compromiso con la calidad de la experiencia. Esta desconexión puede afectar la autenticidad del destino y la percepción que se llevan quienes nos visitan, debilitando a largo plazo el valor cultural y social del turismo en el país.

Por otro lado, hay un esfuerzo creciente por parte de destinos turísticos para incentivar la formalización y profesionalización del sector. Se han desarrollado programas que ayudan a los anfitriones a mejorar sus servicios, adoptar buenas prácticas de sostenibilidad y garantizar experiencias de alta calidad para los viajeros.

A medida que el turismo evoluciona, Costa Rica enfrenta el reto de adaptarse a estas nuevas dinámicas sin comprometer los principios que han hecho del país un referente en turismo sostenible.

Rubén Acón, ex Presidente de CANATUR, destaca la importancia de una regulación efectiva: “El hospedaje no tradicional llegó para quedarse, y debemos encontrar un balance entre permitir su crecimiento y garantizar que el turismo en Costa Rica siga siendo seguro, sostenible y justo para todos los participantes.”

PROGRAMAS DE POSICIONAMIENTO Y DIFERENCIACIÓN

armonía con las comunidades locales y el medio ambiente.

En una conversación con Lisette Acosta, gerente de sector turismo, resalta el impacto que han tenido estos programas en la percepción del país a nivel internacional:

Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST)

El Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), desarrollado por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), se ha consolidado como una de las herramientas más destacadas para posicionar a Costa Rica como un destino responsable. Este programa evalúa a las empresas turísticas según su compromiso con prácticas sostenibles en los ámbitos ambiental, social y económico. Más de 400 empresas —entre hoteles, tour operadores y restaurantes— han obtenido la certificación, adoptando medidas como el uso de energías renovables, la reducción de residuos y la participación activa de comunidades locales en su operación.

El CST no solo contribuye a diferenciar la oferta turística del país, sino que también genera un impacto tangible en la economía local. Las empresas

A lo largo de los años, el país ha implementado diversos programas que buscan diferenciar su oferta y garantizar que el turismo sea una actividad responsable, ética y en

“Costa Rica ha entendido que no basta con tener bellezas naturales; debemos demostrar que nuestro turismo es responsable, inclusivo y sostenible. Los programas de certificación y diferenciación han sido clave para atraer viajeros conscientes y generar confianza en el destino.”

certificadas proyectan un compromiso genuino con la naturaleza y la cultura costarricense, lo cual resulta cada vez más valorado por los turistas. Estos viajeros no buscan únicamente alojamiento o servicios, sino experiencias que reflejen sus valores y generen un impacto positivo en los lugares que visitan.

Bandera Azul Ecológica y Código de Conducta

Otro programa clave en la estrategia de diferenciación turística de Costa Rica es la Bandera Azul Ecológica, especialmente en su categoría de playas. Esta certificación reconoce a aquellas que cumplen con rigurosos estándares de limpieza, calidad del agua y manejo adecuado de desechos. Actualmente, más de 100 playas en el país han recibido este galardón, lo que las convierte en destinos seguros, sostenibles y visualmente atractivos para los visitantes.

A la par, Costa Rica ha asumido un papel pionero en la protección de los derechos humanos dentro del turismo, mediante la implementación del Código de Conducta para la Protección de Niños y Adolescentes contra la Explotación Sexual Comercial en Viajes y Turismo. Esta iniciativa, respaldada por el ICT y organizaciones internacionales, exige a las empresas del sector adoptar protocolos preventivos, capacitar a su personal y actuar con responsabilidad ante cualquier sospecha. Más allá de ser una medida ética, este código refuerza la imagen del país como un destino comprometido con el bienestar de sus comunidades y con un turismo que genera desarrollo sin poner en riesgo a sus poblaciones más vulnerables.

Turismo Social y Programas de Integración

Más allá de las certificaciones ambientales y de seguridad, Costa Rica ha impulsado activamente el Turismo Social, un modelo que busca garantizar el acceso a experiencias turísticas para todos los sectores de la población, incluyendo adultos mayores, personas con discapacidad y comunidades con recursos limitados. Este enfoque reconoce que el turismo no debe ser un privilegio exclusivo, sino una herramienta de bienestar y equidad social.

En este contexto, el Programa de Gestión Integral de Destinos ha desempeñado un papel crucial al apoyar a municipios y comunidades en el diseño de estrategias sostenibles. Gracias a esta iniciativa, se han desarrollado rutas turísticas en zonas rurales que integran a pequeñas empresas locales y promueven experiencias auténticas, permitiendo que más personas descubran y disfruten los paisajes, tradiciones y sabores del país. Esta diversificación no solo fortalece la economía local, sino que también amplía el significado del turismo como un derecho cultural y una fuente de identidad colectiva.

REFLEXIÓN FINAL

Costa Rica ha entendido que su fortaleza no radica únicamente en su biodiversidad, sino en su capacidad de ofrecer un turismo sostenible, ético y de alta calidad. Los programas de certificación, las iniciativas de turismo responsable y la integración de comunidades han sido herramientas esenciales para consolidar al país como un referente global.

Es necesario fortalecer la supervisión de estos programas, ampliar su alcance y garantizar que más empresas se sumen a estas iniciativas.

“El turista de hoy no solo busca un destino bonito; busca un destino que refleje sus valores. Costa Rica ha hecho un gran trabajo en ese sentido, pero debemos seguir innovando y asegurarnos de que nuestra oferta siga siendo relevante y diferenciada en el mercado internacional.”

Martí Jiménez, presidente de CANATUR



Capítulo 5

Caracterización de la Demanda Turística

**¿Quiénes son los viajeros que visitan
Costa Rica?**



“Realmente debe haber un planeamiento integral por parte de las municipalidades en donde entienda cómo esto encaja dentro de su plan de creación de riqueza para el cantón, y la creación de empleo para el cantón.”

Licenciado Luis Manuel Castro, Inmobiliaria y Hotelería.

A lo largo de los años, Costa Rica ha evolucionado como destino turístico, atrayendo a un espectro cada vez más diverso de visitantes. Lo que una vez fue un país conocido únicamente por atraer mochileros y amantes de la aventura, hoy se ha convertido en un imán para turistas de lujo, familias, nómadas digitales e inversionistas extranjeros. Pero, ¿quiénes son exactamente estos viajeros que eligen Costa Rica y qué buscan en su experiencia?

Según datos del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), más de 2.5 millones de turistas visitaron el país en 2023, con una tendencia creciente que proyecta superar los 3 millones en los próximos años. Pero más allá de los números, la clave está en entender de dónde provienen, cuánto gastan y qué los motiva a elegir Costa Rica sobre otros destinos.

EL DOMINIO DEL MERCADO NORTEAMERICANO

El turismo en Costa Rica continúa dependiendo en gran medida de los visitantes provenientes de Estados Unidos y Canadá. Este mercado no solo representa la mayor cantidad de turistas internacionales, sino que también se distingue por su alto nivel de gasto y una estadía promedio que oscila entre los 10 y 12 días. Se trata de un perfil de viajero que valora tanto la autenticidad como la calidad y comodidad de los servicios, lo que genera un impacto significativo en la economía local.

Estos turistas no vienen únicamente a disfrutar de la naturaleza; su presencia impulsa múltiples sectores al contratar guías, alquilar vehículos, hospedarse en hoteles y consumir una amplia gama de servicios turísticos. Un ejemplo evidente del peso de este segmento es la provincia de Guanacaste, donde la creciente conectividad aérea con estados como California, Texas y Florida ha favorecido un aumento sostenido en la llegada de visitantes. Este flujo ha propiciado además una acelerada inversión inmobiliaria, con un número creciente de estadounidenses que adquieren propiedades en la zona, ya sea para vacacionar o establecerse tras su jubilación.

EL CRECIMIENTO DEL TURISMO EUROPEO

Gustavo Segura, exministro de Turismo, señala las particularidades de este mercado: “El turista europeo es diferente. No solo viene por las playas, sino que busca cultura, gastronomía, senderismo y ciclismo. Es un viajero más independiente y con mayor interés en descubrir el país más allá de los circuitos turísticos convencionales.”

Mientras que Norteamérica sigue siendo el principal emisor de turistas, en los últimos años Costa Rica ha visto un incremento en el turismo proveniente de Europa, representando aproximadamente el 20% de las llegadas. Países como Alemania, España, Reino Unido y Francia lideran la lista, con turistas que tienden a permanecer más tiempo en el país y a explorar más allá de los destinos tradicionales.

Este segmento ha encontrado en Costa Rica un destino alineado con sus valores: sostenibilidad, interacción con la comunidad y un enfoque en

experiencias auténticas. No es casualidad que revistas como National Geographic Traveler y Travel + Leisure hayan posicionado al país entre los mejores destinos del mundo para el ecoturismo.

**EL MERCADO
LATINOAMERICANO,
UN POTENCIAL NO
APROVECHADO**

A pesar de la proximidad geográfica, el turismo proveniente de México, Colombia, Argentina y otros países de la región sigue siendo un área poco explotada.

Un aspecto clave para atraer a estos viajeros es mejorar la oferta de vuelos directos y desarrollar estrategias de marketing enfocadas en sus intereses específicos.

Pablo Heriberto Abarca, empresario del sector, considera que hay una gran oportunidad en estos mercados:

*“Estamos perdiendo
oportunidades
en el turismo
latinoamericano. Hay
un interés creciente
por visitar Costa
Rica, pero la falta
de conectividad
aérea y los costos
elevados hacen que
terminemos perdiendo
competitividad frente
a otros destinos.”*

REFLEXIÓN FINAL

Costa Rica ha sabido abrir camino hacia una nueva dimensión del turismo: aquella que no solo busca sol y naturaleza, sino exclusividad, bienestar y conexión profunda con el entorno. En los últimos años, el país se ha posicionado con fuerza en el segmento de alta gama, atrayendo a viajeros exigentes que valoran experiencias personalizadas, hospedajes boutique, gastronomía de autor, retiros de bienestar y aventuras privadas en entornos naturales cuidadosamente preservados.

Al mismo tiempo, ha emergido un fenómeno que redefine la relación entre el visitante y el territorio: los nómadas digitales. Atraídos por la belleza natural, la estabilidad democrática y una legislación que favorece su residencia temporal, cada vez más profesionales remotos eligen Costa Rica como su base para vivir y trabajar. Este tipo de visitante ya no busca solo una experiencia puntual, sino una relación continua con el país, lo cual representa una oportunidad para dinamizar economías locales más allá de los circuitos turísticos tradicionales.

El futuro del turismo en Costa Rica dependerá de su capacidad para integrar estas tendencias emergentes en un modelo equilibrado y justo. Consolidar al país como un destino para vivir, trabajar y prosperar implica fortalecer su identidad como un lugar donde la calidad de vida, la conexión con la naturaleza y la inclusión social vayan de la mano. Este es, quizás, el próximo gran paso en la evolución de un destino que siempre ha apostado por ser más que una postal exótica: una experiencia de vida.

¿Cómo garantizar que la llegada de estos visitantes contribuya a la sostenibilidad del modelo turístico costarricense?

¿De qué forma asegurar que su impacto beneficie a las comunidades locales sin desplazar a poblaciones vulnerables o encarecer el acceso a servicios básicos?



Capítulo 6

Claves para un Destino Turístico Único

El Secreto de Costa Rica.



“La actividad económica–turística siempre ha sido una actividad económica que demuestra que se puede recuperar más rápido que otras actividades. Lo demostró en el 2001 después de las torres gemelas, lo demostró en el 2008 con la crisis económica en los Estados Unidos...”

William Rodríguez, Ministro de Turismo

El mundo está lleno de destinos turísticos, cada uno con su propia magia, su propio atractivo. Pocos países han logrado construir una marca tan poderosa y diferenciada como Costa Rica. Más que un lugar de visita, el país se ha posicionado como un destino donde la experiencia va más allá del paisaje: aquí, la naturaleza y la hospitalidad se entrelazan con un compromiso inquebrantable con la sostenibilidad y la calidad de vida.

Costa Rica no vende playas, vende bienestar. No vende montañas, vende experiencias auténticas. No vende hoteles, ofrece la calidez de su gente. Esa es la verdadera propuesta de valor.

Desde su independencia, el país ha sabido construir una identidad única, que ha sido reforzada a través de décadas de decisiones estratégicas: la abolición del ejército, la inversión en educación, la conservación de los parques nacionales y la apuesta por el turismo sostenible. Este conjunto de factores ha convertido a Costa Rica en un destino de alto valor agregado, donde el viajero no solo visita, sino que se transforma.

EL TURISMO COMO UNA MARCA PAÍS

Cuando un viajero menciona Costa Rica, es inevitable que surjan palabras como “Pura Vida”, “sostenibilidad”, “naturaleza” y “hospitalidad”. Estas asociaciones no son casualidad; son el resultado de un trabajo consciente por construir una marca país que vaya más allá del turismo y se convierta en un referente mundial de calidad de vida y respeto ambiental.

Esta reputación ha permitido que el país se posicione no solo como un destino vacacional, sino también como un lugar de inversión, retiro y bienestar. El ICT (Instituto Costarricense de Turismo) ha trabajado en consolidar esta imagen con campañas dirigidas a los mercados clave, destacando siempre el compromiso con la naturaleza, la paz y la calidad humana. La clave ha estado en mantener la coherencia entre la promesa de marca y la experiencia real del turista.

En un mundo donde los turistas buscan cada vez más experiencias significativas, Costa Rica ha sabido diferenciarse apostando

LA DIFERENCIACIÓN: SOSTENIBILIDAD Y AUTENTICIDAD

por un modelo de turismo que equilibra el crecimiento económico con la conservación ambiental. El país fue pionero en la implementación de la Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST), un programa que garantiza que las empresas del sector cumplan con estándares estrictos de sostenibilidad. Este tipo de iniciativas han permitido que Costa Rica sea percibida no sólo como un destino turístico, sino como un líder global.

Este énfasis en la sostenibilidad ha atraído no solo a viajeros conscientes, sino también a empresas que buscan alinear su imagen con valores de responsabilidad social y ambiental. Hoteles de lujo, cadenas internacionales y marcas globales han encontrado en Costa Rica un socio estratégico para reforzar su compromiso con el planeta.

EL RETO DE LA COMPETENCIA GLOBAL

Ecuador y República Dominicana han comenzado a desarrollar estrategias similares, apostando por la sostenibilidad como un valor diferenciador.

Para mantener su ventaja competitiva, el país debe seguir invirtiendo en infraestructura, capacitación y tecnología, asegurando que la experiencia del turista sea fluida, segura y memorable.

A pesar de su éxito, Costa Rica enfrenta una competencia creciente de destinos que buscan replicar su modelo. Países como Colombia,

Pablo Heriberto Abarca, empresario del sector, advierte:

“Costa Rica sigue siendo el líder en sostenibilidad, pero otros países han aprendido de nuestro modelo y están avanzando rápido. No podemos dormirnos en los laureles; debemos seguir innovando y mejorando nuestra propuesta de valor.”

LOS PILARES DE LA ESTRATEGIA TURÍSTICA

el tiempo. A diferencia de destinos que apuestan por el turismo masivo, Costa Rica ha construido su posicionamiento en torno a la sostenibilidad, la calidad y la autenticidad. En lugar de grandes resorts y altos volúmenes, el país ha apostado por atraer a un visitante más consciente, que valora la naturaleza, la cultura local y experiencias únicas, y que está dispuesto a invertir más en su viaje.

Este modelo ha permitido consolidar un mercado que aprecia lo que Costa Rica ofrece y responde con un nivel de gasto significativo. A pesar de su tamaño, el país ha logrado destacarse como un destino premium en la región. Según datos del ICT, el turista promedio gasta alrededor de \$1,400 por visita, superando a muchos otros destinos latinoamericanos y confirmando que calidad y sostenibilidad pueden ser también sinónimos de rentabilidad.

Detrás del éxito turístico de Costa Rica no hay casualidad, sino una estrategia cuidadosamente diseñada que ha evolucionado con

1. Uso eficiente del espacio turístico

Rubén Acón, expresidente de CANATUR, explica: “Si todo el turismo estuviera en un solo punto, como ocurre en muchos destinos, el impacto sería negativo. Pero en Costa Rica hemos logrado diversificar la oferta y distribuir el flujo de visitantes, beneficiando a más comunidades y reduciendo la presión sobre los ecosistemas.”

El país ha apostado por un desarrollo turístico descentralizado, asegurando que los beneficios del turismo lleguen a diferentes regiones y comunidades. A diferencia de otros destinos donde el turismo se concentra en una sola zona, en Costa Rica se han creado múltiples polos de

atracción: desde Guanacaste con su oferta de sol y playa, hasta el Caribe con su riqueza cultural afrocaribeña, y el Valle Central con su turismo de bienestar.

2. Desarrollo de productos diferenciados

“El mundo está cambiando, y el turismo también. El viajero de hoy no solo quiere descansar, quiere conectar, aprender, experimentar. Costa Rica ha sabido leer estas tendencias y adaptar su oferta para responder a ellas.” – Gustavo Segura, ex Ministro de Turismo

Costa Rica ha diversificado su oferta con experiencias de turismo regenerativo, ecoturismo, turismo de bienestar y turismo de aventura. Esto ha permitido atraer a un viajero más exigente, que busca algo más que unas vacaciones tradicionales.

Según el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, Costa Rica ocupa una de las primeras posiciones en América Latina en términos de oferta de turismo sostenible y naturaleza, destacándose en categorías como biodiversidad y recursos naturales protegidos.

3. Posicionamiento diferenciado en los mercados clave

El trabajo del ICT ha sido clave en la construcción de la marca país. Mediante campañas internacionales enfocadas en mercados estratégicos como Estados Unidos, Canadá y Europa, Costa Rica ha logrado

consolidarse como un referente en turismo sostenible.

Además, la diferenciación no solo se ha basado en la sostenibilidad, sino también en la experiencia humana. Un estudio reciente del ICT reveló que el 94% de los turistas internacionales destacan la amabilidad del costarricense como uno de los factores más memorables de su viaje.

4. Encadenamientos productivos: Turismo que genera desarrollo local

Uno de los grandes logros de la estrategia turística ha sido integrar a las comunidades en la cadena de valor del turismo. A diferencia de otros modelos donde las grandes cadenas hoteleras capturan la mayor parte de los ingresos, en Costa Rica se ha promovido el empoderamiento de las PYMES locales.

Según datos del Banco Central, el 90% de las empresas turísticas en Costa Rica son pequeñas y medianas empresas, lo que significa que la riqueza generada por el turismo se distribuye de manera más equitativa en la población.

5. Experiencia turística como factor clave

Hoy en día, la experiencia del turista es el eje central de la estrategia. La meta no es solo que visiten el país, sino que su estadía sea inolvidable y que recomienden el destino a otros.

Lisette Acosta, gerente del sector turismo, explica: “En cada feria de turismo, en cada evento internacional, el mensaje es claro: Costa Rica es el destino donde puedes reconectar con la naturaleza, contigo mismo y con los demás. Esa consistencia en la comunicación es lo que ha hecho que nuestra marca sea tan fuerte.”

Pablo Heriberto Abarca, empresario del sector, enfatiza este punto:

“El turismo en Costa Rica es una actividad democrática. No se trata solo de grandes cadenas hoteleras, sino de miles de pequeños emprendedores que encuentran en el turismo una forma de prosperar.”

Bary Roberts, presidente del Centro de Estudios del Turismo (CET), lo resume así:

“La mejor campaña publicitaria es la recomendación de un turista satisfecho. Si logramos que cada persona que nos visita se vaya con una experiencia inolvidable, el crecimiento del sector será natural y sostenible.”

Para lograrlo, se han implementado estrategias como:

- Capacitación constante al personal turístico, asegurando altos estándares de calidad en el servicio.
- Uso de tecnología y digitalización para mejorar la experiencia del visitante.
- Fortalecimiento de la seguridad turística, para garantizar que los viajeros se sientan protegidos durante su estadía.

EL FUTURO DEL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO EN COSTA RICA COMO UNA MARCA PAÍS

A lo largo de los años, Costa Rica ha construido un modelo turístico exitoso basado en sostenibilidad, diferenciación y calidad. El reto ahora es mantener esa ventaja competitiva en un mundo donde cada vez más destinos adoptan estrategias similares. Para garantizar que el país siga siendo un referente global, es fundamental abordar los desafíos actuales y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento.

Uno de los principales factores a considerar es la evolución de las tendencias de viaje. Gustavo Segura, exministro de Turismo, lo expresa claramente: *“El turista de hoy es más exigente, busca experiencias auténticas, quiere conexión con la naturaleza y con las comunidades locales. Costa Rica ha sabido capitalizar eso, pero no podemos quedarnos estancados. Debemos evolucionar con las nuevas expectativas del mercado.”*

Para fortalecer el posicionamiento turístico de Costa Rica, el primer paso es apostar por la innovación.

INNOVACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Aunque el modelo de sol y playa sigue teniendo atractivo, el turista contemporáneo busca mucho más: experiencias regenerativas, turismo de bienestar, astroturismo, gastronomía de autor y una conexión profunda con la cultura local. Costa Rica, reconocida por su exuberante naturaleza, tiene la oportunidad de ampliar su propuesta con vivencias únicas y transformadoras, como cenas bajo las estrellas en medio del bosque tropical, retiros de sanación

que incorporen prácticas ancestrales indígenas o estancias inmersivas en comunidades rurales.

Este enfoque no solo eleva la calidad del destino, sino que también responde a las expectativas del viajero de alto nivel, cada vez más interesado en lo auténtico y personalizado. Paralelamente, es fundamental diversificar los mercados emisores. Aunque Estados Unidos y Canadá continúan siendo las principales fuentes de visitantes, regiones como China, Europa del Este y Sudamérica representan oportunidades de crecimiento significativas. Para captar estos nuevos públicos, será necesario adaptar la oferta turística: mejorar la conectividad aérea, ofrecer servicios multilingües y ajustar la experiencia a distintas sensibilidades culturales. En esta ampliación de horizontes está la clave para consolidar a Costa Rica como un destino global, diverso e innovador.

Pero para que el país pueda aprovechar nuevas oportunidades, es fundamental mejorar la infraestructura turística y la conectividad. A pesar del éxito del sector, el estado de las carreteras, la capacidad de los aeropuertos y la falta de servicios en algunas zonas siguen siendo un obstáculo.

Para que la estrategia de diversificación turística sea realmente efectiva, es indispensable que el desarrollo de infraestructura acompañe el crecimiento del sector. No basta con ofrecer experiencias innovadoras si no se garantiza una llegada y un desplazamiento cómodos y seguros. Modernizar los aeropuertos, mejorar las carreteras y elevar la calidad de los servicios en todas las regiones del país son pasos urgentes. Después de todo, la experiencia del turista comienza desde el momento en que pisa suelo costarricense, y cada punto de contacto cuenta para consolidar una imagen de calidad, eficiencia y hospitalidad.

A medida que otros destinos adoptan estrategias sostenibles, Costa Rica debe seguir liderando con innovación en turismo regenerativo. Esto significa que no solo se debe minimizar el impacto ambiental, sino que el turismo debe generar un efecto positivo en las comunidades y en la naturaleza.

Pablo Heriberto Abarca, Empresario del Sector lo resume así:

*“Sostenibilidad ya
no es suficiente.
Ahora el reto es
regenerar, devolverle
a la naturaleza más
de lo que tomamos y
asegurarnos de que
las comunidades
realmente se
beneficien del turismo.
Ese es el futuro.”*

REFLEXIÓN FINAL

Costa Rica ha logrado posicionarse como un referente mundial en turismo gracias a una marca sólida basada en la sostenibilidad, la autenticidad de sus experiencias y la calidad de su oferta. Sin embargo, sostener ese liderazgo no es un logro garantizado: exige una evolución constante, visión a largo plazo y una inversión continua en todos los niveles del sector.

El reto no es solo mantener lo que se ha construido, sino seguir mejorando cada día. Ser pioneros en turismo sostenible no basta si no se continúa innovando, adaptándose a los cambios del mercado y liderando con propuestas que respondan a las nuevas demandas globales.

Los próximos años serán decisivos para:

- Innovar y diversificar la oferta turística, abriendo espacio a nuevas tendencias y mercados emergentes.
-
- Fortalecer la infraestructura y la conectividad para hacer del país un destino más accesible, eficiente y cómodo.
-
- Impulsar el turismo regenerativo, posicionando a Costa Rica no solo como un destino verde, sino como un ejemplo de cómo el turismo puede restaurar, sanar y transformar comunidades y ecosistemas.

La cima no es un lugar estático. Para permanecer en ella, Costa Rica debe seguir avanzando con inteligencia, creatividad y compromiso.



Capítulo 7

Un Recurso Valioso y Finito

Uso del Espacio Turístico.



“Si seguimos desarrollando sin planificación, en 20 años podríamos perder lo que hoy nos hace únicos. No queremos convertirnos en un destino sobrecargado y deteriorado como ha sucedido en otras partes del mundo.”

Martí Jiménez, Presidente de CANATUR

La geografía de Costa Rica es su mayor tesoro. Playas de arena blanca y negra, montañas cubiertas de bosque nuboso, volcanes activos y una biodiversidad exuberante han convertido al país en un paraíso para los viajeros. Sin embargo, detrás de cada postal perfecta hay un desafío latente: ¿cómo gestionar el uso del espacio turístico sin comprometer la sostenibilidad y la calidad de la experiencia?

El turismo ha crecido de manera acelerada en las últimas décadas, y con ello, el uso del territorio ha cambiado. Lo que antes eran pequeñas comunidades costeras dedicadas a la pesca, hoy alberga hoteles de lujo, condominios y una red de servicios turísticos en expansión. Los caminos rurales que serpenteaban por el bosque ahora soportan el tráfico de cientos de turistas al día. Esta transformación, aunque positiva en términos económicos, ha traído consigo un reto urgente de planificación y gestión del espacio turístico.

Rubén Acón, ex Presidente de CANATUR, explica: “Las imágenes de playas abarrotadas en Manuel Antonio o caminos congestionados en Monteverde son señales de advertencia. Hay muchas otras zonas con infraestructura y atractivo, pero falta promoción y desarrollo adecuado para que los turistas las consideren como opciones viables.”

LA DISTRIBUCIÓN DEL TURISMO EN COSTA RICA

Uno de los mayores problemas del país es que el turismo no está distribuido de manera equitativa.

Mientras que regiones como Guanacaste, el Pacífico Central y el Valle Central reciben la mayoría de los visitantes, otras zonas como el Caribe y la Zona Sur siguen estando subexplotadas o desatendidas.

Según el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), más del 70% de los turistas se concentran en los mismos cinco destinos, dejando grandes extensiones del país con un flujo turístico mínimo. Esto provoca un doble problema: saturación en ciertos puntos y desaprovechamiento de otras áreas con alto potencial.

Este fenómeno no solo afecta la experiencia del visitante, sino que también pone en riesgo la conservación de los ecosistemas más visitados. Áreas como el Parque Nacional Manuel Antonio y el Volcán Arenal han visto un desgaste en sus senderos y una presión creciente sobre sus recursos naturales.

TURISMO Y PLANIFICACIÓN TERRITORIAL

La clave para un desarrollo turístico exitoso radica en la planificación y el uso eficiente del espacio.

En muchos casos, los proyectos turísticos se han desarrollado sin un orden claro, generando conflictos con comunidades locales, problemas de acceso al agua y energía, e incluso afectaciones a la biodiversidad.

Una de las herramientas más importantes para lograr este equilibrio son los Planes Reguladores Costeros y Urbanos. Su implementación ha sido lenta e inconsistente porque muchas municipalidades carecen de los recursos y el conocimiento técnico para gestionar adecuadamente la

zonificación turística.

Hay comunidades que han crecido sin planificación alguna. No hay plantas de tratamiento, el sistema de carreteras no da abasto y la basura es un problema. Sin una estrategia clara, el crecimiento se convierte en un arma de doble filo. La falta de regulación también ha generado un mercado informal en zonas turísticas, con hospedajes no regulados, construcciones en áreas protegidas y problemas de convivencia con comunidades locales.

Para mitigar estos problemas, Costa Rica debe adoptar un modelo de turismo basado en uso racional del espacio, asegurando que el crecimiento turístico no comprometa el futuro del país.

La historia del turismo en Costa Rica está llena de contrastes. Mientras algunas comunidades han logrado desarrollar modelos exitosos de gestión territorial, otras han enfrentado los efectos negativos del crecimiento desordenado y la falta de planificación.

Un ejemplo de éxito es la región de Monteverde, que ha sabido equilibrar el desarrollo turístico con la conservación. En los años 70, esta zona comenzó a atraer visitantes interesados en su biodiversidad y bosques nubosos. Con el tiempo, la comunidad comprendió que su mayor fortaleza era la conservación del entorno y estableció un sistema de reservas protegidas, límites de capacidad en los senderos y modelos de hospedaje que minimizan el impacto ambiental.

Por otro lado, el caso de Jacó muestra los desafíos que puede traer el crecimiento descontrolado. En los últimos 20 años, la construcción masiva de hoteles, condominios y bares ha transformado esta playa en un centro de turismo de entretenimiento nocturno, pero con problemas serios de ordenamiento. La falta de regulación llevó a problemas de saturación vehicular, deficiencias en el manejo de desechos y pérdida de identidad local.

En el Caribe, Limón enfrenta otro tipo de desafíos. Aunque la provincia tiene una enorme riqueza cultural y natural, su potencial turístico sigue estando subexplotado debido a problemas de seguridad, infraestructura y regulación de tierras.

El problema de la seguridad jurídica en la tenencia de tierras es otro factor crítico en el desarrollo del espacio turístico. Muchas comunidades costeras han enfrentado incertidumbre por la falta de títulos de propiedad claros, lo que dificulta la inversión y planificación a largo plazo.

Algunas comunidades han encontrado maneras creativas de integrar el turismo en sus territorios sin perder su esencia. Un caso notable es el Proyecto Ostional, donde la comunidad ha logrado proteger el desove de tortugas y al mismo tiempo generar ingresos sostenibles a través del turismo ecológico.

En Nosara, el crecimiento ha sido controlado mediante regulaciones estrictas de construcción y una fuerte participación de la comunidad en la gestión del desarrollo.

Bary Roberts, del Centro de Estudios del Turismo, destaca la importancia de estos modelos:

La clave para el uso eficiente del espacio turístico es una combinación de planificación, regulación y participación comunitaria.

Los casos de Monteverde, Jacó, Limón y Nosara han demostrado que el uso del espacio turístico debe ser guiado por una planificación estratégica. Cuando el desarrollo se da sin una visión clara, surgen problemas como la congestión vial, la degradación ambiental y la pérdida de identidad cultural. En cambio, un enfoque estructurado permite convertir los destinos en ejemplos de sostenibilidad y desarrollo equitativo.

“Cuando las comunidades se involucran en la planificación, los proyectos turísticos se vuelven aliados en lugar de amenazas. El turismo bien gestionado puede fortalecer las comunidades en lugar de desplazar a sus habitantes.”

El Plan Nacional de Turismo 2022-2027 reconoce que el ordenamiento territorial es fundamental para asegurar que el crecimiento turístico sea armonioso con la conservación de los ecosistemas y el bienestar de las comunidades locales. Para lograrlo, es crucial integrar el turismo dentro de los planes reguladores cantonales, definiendo zonas de desarrollo, áreas protegidas y límites de construcción que guíen el crecimiento de manera ordenada.

Uno de los grandes retos está en las zonas costeras, donde se concentra buena parte de la infraestructura turística del país. La falta de regulación clara en la Zona Marítimo Terrestre (ZMT) ha generado múltiples conflictos legales y frenado iniciativas de desarrollo. Superar este obstáculo requiere una reforma profunda del marco normativo, que brinde seguridad jurídica a inversionistas y comunidades por igual. La clave está en permitir el aprovechamiento turístico de las costas sin comprometer el acceso público ni los valores ambientales, mediante una planificación inteligente y sostenible.

La infraestructura es otro pilar fundamental para el uso adecuado del espacio turístico. En muchos casos, destinos con gran potencial han visto limitado su crecimiento por la falta de carreteras adecuadas, transporte público eficiente y servicios básicos como agua potable y electricidad confiable.

Un caso emblemático es el de la Carretera 32, que conecta San José con Limón. Su estado ha sido una barrera para el desarrollo turístico del Caribe, generando tiempos de viaje largos y poca conectividad con otras regiones del país. En otras áreas, como Guanacaste, la falta de suministro de agua ha generado conflictos entre el crecimiento hotelero y las necesidades de las comunidades locales.

REFLEXIÓN FINAL

El crecimiento turístico en Costa Rica es un arma de doble filo. Sin una planificación adecuada, puede generar impactos negativos en el medio ambiente y en las comunidades locales. Sin embargo, si se gestiona correctamente, el turismo puede ser un motor de desarrollo equilibrado y sostenible.

El desafío está en adoptar modelos de ordenamiento territorial inteligentes, donde cada destino cuente con regulaciones claras sobre uso del suelo, límites de construcción y estrategias de mitigación de impacto. La coordinación entre el sector público y privado es fundamental para garantizar que las inversiones en turismo vayan acompañadas de mejoras en infraestructura y calidad de vida para los habitantes.

Costa Rica tiene la oportunidad de ser un líder en planificación turística sostenible. Para lograrlo, es necesario que la toma de decisiones no solo contemple el crecimiento económico, sino también la preservación del entorno natural y el bienestar de las comunidades.

‘No basta con atraer turistas, hay que darles condiciones para que su experiencia sea fluida y placentera. Eso significa mejorar carreteras, aeropuertos y transporte, pero también garantizar que las comunidades locales tengan los servicios que necesitan para no verse afectadas por el crecimiento turístico.’

Martí Jiménez, presidente de CANATUR



Capítulo 8

La Nueva Cara del Turismo

Innovación y Experiencias que Transforman a Costa Rica.



“Buscamos atraer a un turista que aprecia la autenticidad y la sostenibilidad. Eso nos ha llevado a innovar en los productos turísticos que ofrecemos, desde el avistamiento de vida silvestre hasta el turismo de bienestar y gastronomía.”

Gustavo Segura, ex Ministro de Turismo

En un mundo donde la oferta turística es cada vez más amplia y competitiva, el país ha entendido que no basta con vender playas, montañas o selvas; lo que realmente conquista al visitante es la posibilidad de vivir momentos únicos, que conecten con sus emociones y valores.

El desarrollo de productos turísticos en Costa Rica ha evolucionado con el tiempo. En sus primeras décadas, la oferta se centraba en el turismo de sol y playa, pero con la consolidación de su imagen como destino sostenible, se han abierto oportunidades en segmentos como el turismo de bienestar, el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo regenerativo.

LA NATURALEZA COMO PRINCIPAL PRODUCTO TURÍSTICO

Uno de los diferenciadores más importantes de Costa Rica es su biodiversidad. Más del 25% del territorio está protegido en parques nacionales y reservas, lo que permite ofrecer experiencias de contacto directo con la naturaleza. Desde recorrer los senderos del Parque Nacional Corcovado hasta explorar los volcanes del interior del país, el ecoturismo sigue siendo una de las principales razones por las cuales los viajeros eligen este destino.

Este enfoque ha permitido que Costa Rica sea líder en turismo regenerativo, un concepto que va más allá de la sostenibilidad, al buscar que los viajeros contribuyan activamente a la conservación del medio ambiente y al desarrollo de las comunidades locales. Ejemplos de esto incluyen programas de reforestación, voluntariados en reservas naturales y experiencias inmersivas con comunidades indígenas.

En los últimos años, Costa Rica ha visto un auge en el turismo de bienestar, un segmento que atrae a viajeros en busca de experiencias

EL TURISMO DE BIENESTAR Y LA CONEXIÓN CON LA CULTURA LOCAL

que promuevan la salud física, mental y espiritual. Centros de retiro en Guanacaste y la zona sur ofrecen desde terapias holísticas hasta clases de yoga en la selva, combinando la belleza natural con prácticas ancestrales.

Por otro lado, la conexión con la cultura local también ha cobrado relevancia en la experiencia turística. Cada vez más visitantes buscan interactuar con comunidades, aprender de sus tradiciones y participar en actividades como la cocina autóctona, la música folclórica y las artesanías. Regiones como Guanacaste, el Caribe y la Zona Sur han sabido aprovechar este interés, ofreciendo experiencias auténticas donde los turistas pueden aprender sobre la historia y costumbres del país.

El turismo de aventura, por ejemplo, ha evolucionado más allá de sus actividades tradicionales. Si bien el país sigue siendo líder en rafting,

canopy y surf, hoy los viajeros buscan experiencias que mezclen emociones fuertes con un propósito más profundo.

Según datos del ICT, en 2023 más del 60% de los turistas que visitaron Costa Rica realizaron alguna actividad de aventura, destacando el senderismo en parques nacionales, la observación de fauna y la exploración de cavernas. Sin embargo, la tendencia va más allá de la adrenalina: el visitante moderno quiere que su experiencia tenga impacto positivo.

Lisette Acosta, gerente del sector turismo, enfatiza la importancia de esta transformación:

“El turista de hoy quiere sentir que su viaje es único. Quiere diseñarlo a su medida, combinando diferentes actividades y explorando más allá de los destinos convencionales. Ya no basta con ofrecer un tour de un día; la clave está en crear experiencias auténticas y memorables.”

La tecnología ha jugado un papel crucial en esta evolución. Aplicaciones móviles, plataformas de reservas inteligentes y el uso de inteligencia artificial han permitido ofrecer experiencias más personalizadas, basadas en las preferencias de los visitantes.

Empresas turísticas han incorporado chatbots que asesoran a los viajeros en tiempo real y sistemas de recomendaciones que sugieren actividades según sus intereses previos.

Además, la realidad aumentada y virtual han comenzado a cambiar la forma en que los turistas interactúan con los destinos. En algunos parques nacionales, se han implementado aplicaciones que permiten visualizar información sobre la flora y fauna en tiempo real. Museos y sitios históricos han integrado experiencias de realidad virtual, donde los visitantes pueden ver recreaciones del pasado o interactuar con elementos digitales.

Otro sector en crecimiento es el turismo gastronómico. Durante años, la oferta culinaria costarricense fue vista como complementaria, pero hoy se ha convertido en una de las experiencias más buscadas. La comida no es solo un aspecto logístico del viaje; es una forma de conocer la identidad de un país.

Puntarenas, por ejemplo, ha desarrollado rutas gastronómicas centradas

en mariscos frescos y recetas tradicionales, mientras que en el Caribe se ha impulsado la cocina afrocaribeña como parte de la experiencia turística. El crecimiento de los mercados de productos orgánicos y la promoción de experiencias donde los viajeros pueden cosechar, cocinar y degustar alimentos han añadido valor a la oferta. Este enfoque no solo diversifica el turismo, sino que también beneficia a los productores locales y genera encadenamientos productivos.

*“No podemos permitir
que el turismo se
convierta en lo que
es en otros países:
turismo sin alma; en
Costa Rica, nuestro
modelo tiene como
primer y más
importante objetivo
generar progreso
social, no solo atraer
visitantes.”*

Carolina Trejos, Directora de Mercadeo ICT

REFLEXIÓN FINAL

Aunque Costa Rica ha logrado posicionarse como un referente en turismo sostenible e innovador, ofreciendo experiencias diferenciadas y profundamente conectadas con la naturaleza, el país enfrenta importantes desafíos para consolidar su oferta y mantenerse competitivo en un mercado global cada vez más exigente.

Hoy, ya no basta con tener paisajes espectaculares o una oferta hotelera de primer nivel. El viajero moderno demanda algo más: experiencias cuidadosamente diseñadas y guiadas por expertos —desde chefs que dominen la cocina autóctona hasta guías especializados en ecoturismo con profundo conocimiento del entorno. Esto plantea la urgente necesidad de invertir en la formación continua del talento humano, para elevar la calidad del servicio a estándares internacionales y garantizar que cada experiencia turística sea verdaderamente memorable.

A esto se suma un problema estructural: el encarecimiento del destino. Los altos precios de servicios y bienes, impulsados en parte por la revaluación del colón, están disminuyendo nuestra competitividad frente a otros destinos de la región. Esta realidad no solo impacta al turista, sino también a la rentabilidad del sector, que aún se encuentra en un proceso de recuperación tras el fuerte golpe de la pandemia en 2020 y 2021.

Ante este panorama, el turismo costarricense debe seguir evolucionando, pero sin perder su esencia. La autenticidad, el arraigo cultural y el compromiso con la sostenibilidad siguen siendo los pilares sobre los cuales se debe construir el futuro del sector. Reforzar lo que nos hace únicos, mientras se mejora la calidad, la accesibilidad y la innovación, es la fórmula para que Costa Rica no solo se mantenga vigente, sino que siga brillando como un destino líder a nivel mundial.



Capítulo 9

Encadenamientos Productivos

La conexión entre el Turismo y la Economía Local.



“El turismo en Costa Rica no solo llena hoteles, mantiene vivas comunidades enteras. Desde los que cosechan el café que se sirve en los desayunos hasta los guías locales que ofrecen experiencias únicas, todos dependen de este sector para prosperar.”

Bary Roberts, Presidente del Centro de Estudios del Turismo

El turismo no es una actividad aislada. Cada visitante que llega a Costa Rica desencadena una red de interacciones económicas que benefician a múltiples sectores. Desde el agricultor que provee frutas frescas para los desayunos de los hoteles hasta el artesano que vende sus creaciones en mercados locales, el turismo se convierte en un motor de desarrollo que impulsa la economía a nivel nacional y comunitario.

Este fenómeno, conocido como encadenamiento productivo, es clave para entender el verdadero impacto del turismo en Costa Rica. Según datos del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), por cada dólar que gasta un turista en el país, aproximadamente un 80% se distribuye en sectores fuera de la industria hotelera y de transporte, incluyendo la agricultura, el comercio y los servicios.

Uno de los mejores ejemplos de encadenamiento productivo en el país es la industria del café y el cacao, donde cada vez más turistas buscan experiencias que van más allá del consumo del producto. En lugares como la zona de Turrialba o la región del Caribe Sur, los visitantes pueden recorrer plantaciones, conocer el proceso de producción artesanal y degustar el producto directamente con los productores. Este tipo de turismo vivencial no sólo agrega valor a la experiencia del visitante, sino que genera ingresos directos para las comunidades.

El turismo rural comunitario es otro modelo de encadenamiento exitoso. Programas como Red Sofía y el Programa de Gestión Integral de Destinos del ICT han permitido que pequeñas comunidades participen en el turismo sin depender exclusivamente de grandes inversionistas. Este tipo de turismo fomenta la equidad en la distribución de ingresos y ayuda a preservar tradiciones culturales y gastronómicas únicas.

Sin embargo, no todos los sectores han logrado integrarse de manera efectiva al turismo. Algunos empresarios y productores aún enfrentan barreras para conectarse con la actividad turística, ya sea por falta de acceso a financiamiento, desconocimiento de las oportunidades o la ausencia de canales de distribución eficientes.

El futuro del turismo en Costa Rica no dependerá únicamente del número de visitantes que arriben al país, sino de la capacidad de fortalecer los encadenamientos productivos que permiten que los beneficios económicos se distribuyan de forma equitativa. El verdadero desafío está en lograr que cada dólar gastado tenga un impacto positivo en las comunidades locales, convirtiendo al turismo en un motor más inclusivo y sostenible para el desarrollo nacional. Solo así se podrá consolidar un modelo que no solo atraiga turistas, sino que también genere bienestar en todos los rincones del país.

A pesar de la importancia del turismo como motor económico, no todas las comunidades y sectores han logrado beneficiarse de manera equitativa. Existen barreras estructurales que dificultan la integración de

RETOS Y OPORTUNIDADES PARA UN TURISMO MÁS INCLUSIVO

los pequeños productores y emprendedores locales en la cadena de valor del turismo.

Uno de los principales retos es la falta de acceso a financiamiento. Muchos pequeños empresarios, especialmente en zonas rurales, carecen del capital necesario para mejorar sus productos o servicios y cumplir con los estándares exigidos por el sector turístico. Según datos del Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD), menos del 10% de las micro y pequeñas empresas turísticas han logrado acceder a financiamiento formal. Esto limita su crecimiento y los mantiene en una situación de vulnerabilidad. Superar esta desigualdad requiere políticas públicas que fortalezcan a estas empresas, permitiéndoles competir en condiciones más justas con las grandes cadenas. Si el país logra integrar efectivamente a los pequeños emprendedores en la dinámica turística, el sector podrá convertirse en un motor aún más poderoso para el desarrollo nacional, con beneficios tangibles para todas las regiones.

Otro desafío clave es la falta de capacitación y profesionalización. Muchos pequeños productores tienen bienes y servicios de alta calidad, pero carecen de conocimientos en temas de comercialización, mercadeo o administración. Esto les dificulta negociar con grandes operadores turísticos o promocionar sus productos en plataformas digitales.

Un caso emblemático es el de los pescadores artesanales del Pacífico Sur. Durante décadas, su actividad se basó en la pesca tradicional, pero con el auge del turismo, han encontrado una oportunidad en la pesca responsable y el turismo gastronómico. Sin embargo, sin apoyo en capacitación y estrategias de venta, muchos siguen dependiendo de intermediarios que compran su producto a precios muy bajos.

El turismo gastronómico representa una oportunidad valiosa para que pescadores y agricultores locales se integren a la cadena de valor turística. Sin embargo, en muchas comunidades, estos actores siguen recibiendo una porción mínima de los beneficios. La falta de herramientas para negociar, comercializar directamente o incluso comprender el valor de su producto dentro de la experiencia turística limita su potencial. En este contexto, la formación y la capacitación se vuelven esenciales para cambiar esa realidad y permitir que estos sectores se empoderen y participen activamente en el desarrollo económico local.

Algunas iniciativas han intentado cerrar esta brecha. Programas como el

Turismo Social con Integridad han promovido la inclusión de pequeños proveedores en el sistema turístico. Estos esfuerzos aún no alcanzan la escala necesaria. Según el Banco Mundial, un turismo verdaderamente inclusivo debe asegurar que al menos el 60% del gasto turístico permanezca en la economía local, una meta que Costa Rica todavía no ha logrado consolidar de manera uniforme en todas sus regiones. Además, muchas comunidades con alto potencial turístico carecen de caminos en buen estado, acceso a internet o servicios básicos adecuados. Lugares como Tortuguero, el Caribe Sur y la Península de Osa tienen recursos naturales impresionantes, pero enfrentan dificultades para recibir grandes flujos de turistas debido a la falta de inversión en infraestructura.

El reto está claro: para que el turismo en Costa Rica sea realmente inclusivo, se necesita un esfuerzo coordinado entre el sector público y privado, garantizando que los beneficios económicos lleguen a todas las comunidades y sectores productivos.

CONSTRUYENDO UN TURISMO INCLUSIVO Y SOSTENIBLE

El futuro del turismo en Costa Rica depende de su capacidad para integrar a todos los actores de la economía en un modelo de

crecimiento equitativo y sostenible. Asegurar que el desarrollo turístico no solo beneficie a grandes empresas, sino que también fortalezca a comunidades locales, pequeños productores y emprendimientos familiares.

Algunas iniciativas ya están marcando la diferencia. Un ejemplo es el programa “Turismo Rural Comunitario”, impulsado por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), que ha permitido que comunidades rurales accedan al mercado turístico de manera más directa. Gracias a este programa, familias campesinas han desarrollado alojamientos rurales, recorridos agroecológicos y experiencias gastronómicas auténticas, permitiendo que los visitantes se sumerjan en la vida cotidiana del país.

Otro esfuerzo notable es el impulso a la gastronomía sostenible y la conexión con productores locales. Restaurantes y hoteles han comenzado a establecer relaciones directas con agricultores y pescadores, eliminando

intermediarios y garantizando precios más justos. Esto ha permitido la creación de cadenas de abastecimiento más sostenibles, donde los productos frescos y de calidad llegan directamente a la mesa de los turistas.

En el Caribe costarricense, por ejemplo, algunos hoteles han optado por adquirir directamente su pescado y mariscos de cooperativas de pescadores locales, garantizando que los ingresos se distribuyan mejor y reduciendo el impacto ambiental del transporte de productos desde otras regiones.

El ex presidente de CANATUR, Rubén Acón, enfatiza la importancia de estos encadenamientos productivos:

Aún queda mucho por hacer. La formalización de los pequeños emprendimientos sigue siendo un desafío, ya que muchos negocios operan de manera informal debido a los trámites burocráticos y la falta de acceso a asesoría. Es por eso que organismos como el Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) han comenzado a ofrecer programas específicos para empresas turísticas pequeñas, facilitando el acceso a crédito y capacitación empresarial.

La sostenibilidad también debe ser un eje fundamental en estos encadenamientos. El modelo de desarrollo turístico debe garantizar que el crecimiento económico no se dé a costa del medio ambiente o de las comunidades. El turismo regenerativo, que busca dejar un impacto positivo en los destinos, es una tendencia que Costa Rica debe consolidar.

“Cada dólar que un turista gasta en un pequeño negocio local tiene un impacto multiplicador. Si logramos fortalecer estos encadenamientos, el turismo no solo será un motor económico, sino también una herramienta de desarrollo social.”

REFLEXIÓN FINAL

El turismo tiene el potencial de ser la fuerza económica más democrática del país, pero para lograrlo, Costa Rica debe seguir trabajando en la integración de los pequeños productores y emprendedores a la cadena de valor. Un turismo inclusivo no solo generará mayores ingresos, sino que también asegurará la preservación del entorno natural y cultural del país.

El camino a seguir debe incluir:

- Mayor acceso a financiamiento para pequeños empresarios turísticos.
- Reducción de barreras burocráticas para facilitar la formalización de negocios.
- Fomento de relaciones directas entre grandes operadores turísticos y pequeños proveedores locales.
- Capacitación y formación constante para mejorar la competitividad de emprendedores.
- Promoción del turismo regenerativo, asegurando que el crecimiento económico también beneficie al medio ambiente.
- Si Costa Rica logra consolidar estos encadenamientos productivos, no solo fortalecerá su sector turístico, sino que también contribuirá a un desarrollo más equitativo y sostenible para toda la nación.

*“No se trata solo de
atraer más turistas,
sino de generar
un modelo donde
el turismo sirva
para regenerar
ecosistemas, fortalecer
comunidades y
mejorar la calidad de
vida de la población
local.”*

Gustavo Segura
ex Ministro de Turismo



Capítulo 10

Infraestructura y Conectividad

**La Columna Vertebral
del Turismo Costarricense.**



*“Costa Rica ha sido bendecida
con una naturaleza
exuberante y una marca
turística fuerte, pero si no
invertimos en mejorar la
infraestructura, esa ventaja se
puede perder.”*

Rubén Acón, ex Presidente de CANATUR

Llegar a Costa Rica es, para muchos, la promesa de una aventura verde: selvas tropicales, playas vírgenes, volcanes activos y una biodiversidad que despierta todos los sentidos. Pero más allá de la belleza natural, lo que define la experiencia desde el primer momento no es solo el paisaje, sino el viaje mismo: cómo se llega, cómo se conecta, cómo se transita.

Para un turista que aterriza en el país con entusiasmo, el recorrido comienza mucho antes de pisar un sendero ecológico o saborear un gallo pinto frente al mar. Comienza en un aeropuerto que puede estar saturado durante la temporada alta, en una carretera que serpentea entre montañas pero que a veces parece no avanzar, o en la espera prolongada de un bus que conecta comunidades rurales con los centros turísticos.

La experiencia del viajero está profundamente entrelazada con la infraestructura nacional. Aeropuertos, carreteras, transporte público y servicios digitales son elementos invisibles cuando funcionan bien, pero se vuelven protagonistas cuando fallan. Costa Rica, aunque reconocida como un destino turístico de clase mundial, aún enfrenta retos en este campo. La conectividad hacia zonas rurales, la falta de planificación urbana, y la presión creciente sobre sistemas de transporte son desafíos que impactan directamente en la percepción y disfrute del visitante.

Tomemos, por ejemplo, la Carretera 32. Desde el asiento de un autobús o detrás del volante de un auto alquilado, un viajero que intenta llegar al Caribe costarricense puede enfrentarse a horas de tráfico, obras interminables y condiciones que contrastan con la promesa de paraíso natural. Este trayecto, que debería ser la puerta de entrada a maravillas como Cahuita, Puerto Viejo o Tortuguero, muchas veces se convierte en una barrera psicológica que desalienta el viaje.

Lo mismo sucede con los aeropuertos. Aunque el Juan Santamaría ha mejorado en infraestructura, sufre de congestión en momentos críticos, lo que puede transformar una llegada emocionante en una larga espera. El aeropuerto Daniel Oduber en Guanacaste, por otro lado, ha sido una puerta de entrada clave para el desarrollo turístico del Pacífico norte, pero su rápido crecimiento también exige inversiones urgentes para estar a la altura de la demanda.

En definitiva, el viaje del turista no comienza cuando llega a su destino, sino cuando se enfrenta a la infraestructura que lo sostiene. Y en esa experiencia logística —a menudo invisible pero fundamental— se juega gran parte del éxito del turismo costarricense. Para seguir siendo competitiva y ofrecer una experiencia de clase mundial, Costa Rica necesita ver el turismo no solo como un producto natural y cultural, sino también como una ruta bien diseñada.

El transporte terrestre también enfrenta retos significativos. En muchas regiones turísticas, la falta de transporte público eficiente obliga a los visitantes a depender de vehículos de alquiler o taxis, encareciendo su estadía y limitando el acceso a ciertos destinos. El caso de Monteverde es un claro ejemplo: a pesar de ser una de las joyas del ecoturismo costarricense, el acceso por carretera sigue siendo complicado, afectando la llegada de turistas y la calidad de la experiencia.

Los problemas de infraestructura no solo afectan la comodidad del turista, sino que también impactan la competitividad del país en el escenario global. Colombia, México y República Dominicana han realizado fuertes inversiones en mejorar sus aeropuertos, carreteras y transporte público, lo que los ha vuelto destinos más accesibles y atractivos.

El exministro de Turismo, Gustavo Segura, resume la urgencia de abordar este tema:

A pesar de estos desafíos, existen oportunidades para mejorar. La digitalización de los servicios aeroportuarios, la modernización del transporte público y una mejor planificación del desarrollo turístico pueden marcar la diferencia.

En un país donde el turismo es una de las principales fuentes de ingresos, cada kilómetro, cada elemento de infraestructura es parte esencial del viaje. Y en ese viaje, las conexiones —aéreas, terrestres y marítimas— no solo son rutas físicas, sino puentes hacia oportunidades de desarrollo, inclusión y competitividad.

Costa Rica ha hecho avances importantes en conectividad aérea. El Aeropuerto Internacional Juan Santamaría y el Aeropuerto Daniel Oduber han mejorado sus instalaciones y ampliado sus rutas, logrando atraer aerolíneas clave de Europa y América del Norte. Sin embargo, la eficiencia operativa aún deja espacio para el crecimiento. La saturación en temporadas altas, las largas filas en migración y la falta de rutas directas desde mercados emergentes como Asia o Medio Oriente representan desafíos que deben ser atendidos si se desea consolidar al país como un destino verdaderamente global.

Más allá de los aeropuertos principales, los aeródromos regionales también requieren atención. En lugares como Drake, Puerto Jiménez o Tortuguero, donde la naturaleza impone límites al transporte terrestre, el acceso aéreo no es un lujo, sino una necesidad. Pero la modernización

‘Debemos garantizar que la experiencia sea fluida y sin contratiempos. La conectividad es clave para el crecimiento del sector y para mantener a Costa Rica como un destino líder en turismo sostenible.’

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN LA CONECTIVIDAD TURÍSTICA

de estas terminales ha sido lenta, y su potencial como nodos de desarrollo turístico sigue desaprovechado.

El transporte terrestre tampoco escapa a los contrastes. Aunque ciertas rutas se mantienen en buen estado, otras, como la emblemática Carretera 32 que conecta San José con la costa Caribe, continúan arrastrando problemas de mantenimiento, ampliación y seguridad. Un informe del Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT) reveló que el 30% de la red vial nacional se encuentra en condiciones deficientes. Si se quiere fortalecer el turismo, es fundamental que se prioricen las mejoras en rutas estratégicas para el sector.

Esta arteria, crucial para el desarrollo de destinos como Cahuita o Puerto Viejo, representa el dilema entre el crecimiento del turismo y la lentitud de la inversión pública. Mientras tanto, viajeros enfrentan trayectos prolongados, imprevistos logísticos y, en muchos casos, una primera impresión que no está a la altura del paisaje que los espera al final del camino.

En destinos turísticos consolidados como La Fortuna, Tamarindo o Manuel Antonio, otro obstáculo se presenta: la dependencia casi absoluta del transporte privado. Alquilar un automóvil o pagar por taxis es muchas veces la única opción para desplazarse, lo que encarece la experiencia, genera congestión y excluye a aquellos con presupuestos más limitados. Un sistema de transporte interno eficiente —ecológico, coordinado y accesible— podría transformar esta realidad, conectando hoteles, atracciones y comunidades cercanas mientras se reduce el impacto ambiental.

También en el mar hay oportunidades dormidas. A pesar de su estratégica ubicación y de sus dos costas, Costa Rica no ha desarrollado plenamente su capacidad para atraer turismo de cruceros. Los puertos carecen de servicios adecuados, los procesos migratorios son lentos y la oferta de tours organizados aún no está lo suficientemente integrada a las comunidades locales. Sin embargo, este segmento podría ser una fuente importante de ingresos para regiones menos favorecidas, siempre que se promueva con planificación, respeto por el entorno y visión a largo plazo.

La conectividad no se trata solo de llegar. Se trata de cómo los beneficios del turismo se distribuyen a lo largo del camino. El acceso a la formación, las herramientas digitales y las habilidades de negociación son claves para que agricultores, pescadores y emprendedores puedan participar activamente de la cadena de valor. De lo contrario, por más rutas o vuelos que se habiliten, la riqueza seguirá concentrándose en los mismos eslabones.

El futuro de la conectividad turística en Costa Rica requiere más que cemento y aviones. Necesita una visión integradora donde la infraestructura sea pensada como un medio para la inclusión, la sostenibilidad y la competitividad. Apostar por sistemas de transporte limpios, digitalizar los procesos en puertos y aeropuertos, y descentralizar las inversiones hacia las regiones que hoy permanecen desconectadas no es solo una tarea técnica: es una decisión política y cultural.

En última instancia, cada trayecto que un visitante recorre es una oportunidad para reimaginar el turismo no como una industria de paso, sino como una experiencia transformadora que empieza en el primer kilómetro y puede dejar una huella duradera tanto en el viajero como en las comunidades que lo reciben.

A pesar de los desafíos, hay iniciativas en marcha para mejorar la conectividad turística. El gobierno ha anunciado inversiones en la ampliación de rutas nacionales clave, la digitalización de procesos migratorios y el fortalecimiento de la infraestructura portuaria. Además, se están evaluando alianzas público-privadas para agilizar la ejecución de proyectos estratégicos.

El sector privado también ha comenzado a involucrarse en la solución de estos problemas. Empresas turísticas han impulsado mejoras en caminos de acceso a sus propiedades, mientras que algunas cámaras empresariales han promovido la creación de fondos especiales para la modernización de infraestructura en zonas turísticas.

REFLEXIÓN FINAL

La infraestructura turística no debe entenderse únicamente como un conjunto de obras físicas, sino como una red de oportunidades que permite que el turismo sea verdaderamente inclusivo, sostenible y competitivo. Costa Rica, con su impresionante biodiversidad y su riqueza cultural, ya ha capturado la atención del mundo. Sin embargo, para consolidarse como un destino de clase mundial, debe garantizar que la experiencia del visitante sea fluida desde el primer punto de contacto hasta el último rincón que desee explorar.

Las soluciones no son abstractas ni inalcanzables. Requieren voluntad política, visión estratégica y coordinación multisectorial. Primero, se necesita una planificación nacional que priorice proyectos de conectividad según su impacto en el desarrollo regional, especialmente en zonas con gran potencial turístico pero poca infraestructura. Esto implica la modernización integral de los aeródromos regionales, la ampliación de rutas clave como la 32 o la Interamericana Sur, y la agilización de procesos en puertos y aeropuertos, no solo en términos físicos, sino también mediante la implementación de tecnologías que faciliten los trámites migratorios y aduaneros.

En paralelo, urge repensar el transporte interno en los destinos turísticos más visitados. Un sistema de movilidad sostenible —que combine buses eléctricos, microtransporte comunitario y ciclovías— no solo mejoraría la experiencia del visitante, sino que reduciría la huella ambiental y fomentaría la participación local. Estos modelos ya han sido implementados con éxito en otras partes del mundo, y Costa Rica tiene las condiciones ideales para liderar en esta transición.

También es necesario integrar la infraestructura con la estrategia de desarrollo económico. Las mejoras deben ir de la mano con programas de formación y acompañamiento para emprendedores locales, con el fin de que las comunidades se beneficien directamente de la mayor afluencia turística. Esto incluye asegurar que los nuevos corredores turísticos estén diseñados para conectar no solo destinos, sino también realidades sociales que han estado históricamente marginadas.

Finalmente, se debe fomentar la inversión público-privada con un enfoque sostenible. Incentivar la innovación, simplificar los procesos para alianzas estratégicas, y crear mecanismos de rendición de cuentas asegurará que cada puente construido, cada puerto renovado y cada kilómetro asfaltado responda a una visión integral de país.

Porque en el fondo, mejorar la infraestructura turística no es solo facilitar el viaje del turista: es facilitar el desarrollo del país. Y cada conexión construida —por aire, tierra o mar— puede convertirse en un hilo más del tejido que sostiene la Costa Rica del futuro.



Capítulo 11

Seguridad Turística

**Gestión y Gobernanza para un
Destino Confiable.**



*“Un destino que no es seguro
deja de ser un destino. No
importa cuán hermoso sea el
lugar, si el turista siente que
está en peligro, no va a volver
y tampoco lo recomendará.”*

Bary Roberts, Presidente del Centro de Estudios del Turismo (CET)

En el corazón de la experiencia turística está la percepción de seguridad. No importa cuán exóticas sean las playas, cuán densos y vibrantes los bosques o cuán acogedoras las comunidades locales; si un turista se siente inseguro, su estadía se convierte en una experiencia negativa y, en el peor de los casos, en una advertencia para otros viajeros.

Costa Rica, con su imagen de paz y hospitalidad, ha gozado históricamente de una reputación como un destino seguro, pero en los últimos años, la realidad ha comenzado a mostrar fisuras que amenazan esta ventaja competitiva.

La seguridad en el turismo no solo se trata de la ausencia de delitos violentos, sino también de la prevención de robos, estafas, accidentes y situaciones de emergencia que pueden afectar la experiencia del visitante. Costa Rica enfrenta desafíos que van desde la delincuencia común en zonas urbanas hasta el crecimiento del crimen organizado en algunas áreas costeras, además de la falta de infraestructura y protocolos adecuados para responder a emergencias en destinos turísticos.

William Rodríguez, Ministro de Turismo, reconoce que este es un tema que no puede ser ignorado: “La seguridad es un componente clave de la experiencia del turista. Hemos visto casos en los que un solo incidente se vuelve viral en redes sociales y eso tiene un impacto directo en la decisión de otros viajeros de visitar o no el país.”

Un informe reciente del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) reveló que, aunque el 94% de los turistas que visitan Costa Rica consideran que el país es seguro, un número creciente de visitantes ha reportado incidentes como

hurtos en vehículos de alquiler, estafas en plataformas de hospedaje y, en algunos casos, asaltos en destinos turísticos.

Explorar Costa Rica debería ser sinónimo de asombro, no de preocupación. La seguridad turística sigue siendo uno de los retos más delicados para la consolidación del país como un destino confiable. Cuando un visitante aterriza en tierras costarricenses, espera vivir una experiencia plena, sin sobresaltos que opaquen su aventura. Por eso, garantizar entornos seguros no solo es una responsabilidad ética, sino también un componente esencial del desarrollo turístico sostenible.

Uno de los sectores más vulnerables ha sido el de alquiler de vehículos. Muchos turistas optan por recorrer el país de forma independiente, sin conocer las zonas de riesgo ni los protocolos de prevención más básicos. Esto los expone a robos, estafas o accidentes. En respuesta, instituciones como el ICT han comenzado a articular esfuerzos con el Ministerio de Seguridad para fortalecer las campañas preventivas, distribuir guías en aeropuertos y establecer recomendaciones claras desde las propias plataformas de renta de autos.

No obstante, la seguridad turística va más allá de combatir el crimen. Implica asegurar condiciones que permitan al viajero moverse con confianza y recibir asistencia oportuna cuando sea necesario. Señalización adecuada en carreteras, vigilancia en zonas de alto tránsito, prevención de accidentes en playas y acceso rápido a atención médica son aspectos igual de críticos. Medidas como el uso de banderas de advertencia en playas con corrientes peligrosas han demostrado ser efectivas, contribuyendo a reducir incidentes fatales entre bañistas desprevenidos.

El éxito de un modelo de seguridad turística no depende únicamente del

Estado. Es un esfuerzo colectivo que involucra a empresas del sector, comunidades locales e incluso a los propios viajeros. Una gobernanza efectiva del turismo debe traducirse en políticas claras, pero sobre todo, en una implementación visible desde el aeropuerto hasta la última playa. El reto está en lograr que todos los actores comprendan su rol y se comprometan con una cultura de protección y hospitalidad.

En este escenario, la seguridad deja de ser un lujo o un detalle secundario. Se convierte en un pilar estratégico que puede elevar la reputación del país, prolongar la estadía de los visitantes y asegurar que la experiencia de cada turista sea recordada por su belleza, y no por un incidente que pudo haberse evitado.

ESTRATEGIAS DE PREVENCIÓN Y FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

La seguridad en el turismo no puede depender únicamente de la reacción ante incidentes; debe ser un esfuerzo preventivo y coordinado. Costa Rica, consciente

de la necesidad de preservar su reputación como un destino seguro, ha implementado diversas estrategias para mitigar los riesgos que enfrentan los turistas.

Uno de los principales esfuerzos ha sido la capacitación y profesionalización de la policía turística. Este cuerpo especializado ha sido reforzado en los últimos años con más oficiales, equipamiento y entrenamiento en idiomas extranjeros para facilitar la comunicación con los visitantes. Actualmente, la policía turística tiene presencia en las zonas más visitadas del país, incluyendo Guanacaste, Puntarenas, La Fortuna y el Caribe.

El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) ha trabajado en conjunto con el Ministerio de Seguridad Pública para desarrollar campañas de información dirigidas a los turistas. En aeropuertos, hoteles y plataformas de alquiler de autos, se han distribuido guías con recomendaciones de seguridad, advirtiendo sobre las zonas de mayor riesgo y las precauciones que deben tomar los visitantes.

Costa Rica ha comenzado a trabajar en una serie de mejoras que incluyen el fortalecimiento de los servicios de emergencia en destinos turísticos y la

instalación de señalización en carreteras y playas peligrosas. En particular, el problema de los ahogamientos ha sido una preocupación creciente. En los últimos cinco años, más de 100 turistas han perdido la vida en el mar debido a corrientes peligrosas y la falta de advertencias adecuadas. Como respuesta, el ICT ha promovido la colocación de banderas de advertencia y la presencia de guardavidas en las playas más concurridas.

El ex Diputado Wagner Jiménez también ha señalado la necesidad de un enfoque más integral para la seguridad turística:

“No se trata solo de más policías o más cámaras de seguridad. Se necesita un plan de seguridad turística bien estructurado, con participación de todos los sectores y con un enfoque en la educación y prevención.”

Otro aspecto clave es la digitalización y el uso de tecnología para mejorar la seguridad. Algunos destinos turísticos han comenzado a implementar cámaras de vigilancia con reconocimiento facial y monitoreo en tiempo real, lo que ha permitido reducir los incidentes de delincuencia en áreas concurridas. Además, se han desarrollado aplicaciones móviles que permiten a los turistas reportar incidentes de manera inmediata y recibir asistencia en tiempo real.

La participación de la comunidad también es esencial. En varias zonas turísticas del país, las asociaciones de desarrollo local han impulsado programas de seguridad comunitaria en los que los propios residentes colaboran con las autoridades para prevenir incidentes.

Aún queda mucho por hacer. La percepción de inseguridad en algunos destinos sigue siendo un problema que afecta la llegada de visitantes. Zonas como Limón han visto una disminución en la actividad turística debido a la creciente violencia en la región.

La seguridad turística no solo depende de medidas preventivas o reactivas, sino de una gobernanza eficiente que garantice la coordinación entre instituciones, el cumplimiento de regulaciones y la implementación de estrategias de largo plazo. En Costa Rica, el turismo es un sector estratégico, pero su éxito depende de un marco regulador que asegure estabilidad y confianza tanto para los turistas como para los empresarios.

Uno de los grandes desafíos ha sido la tramitología excesiva y la falta de coordinación interinstitucional. Inversionistas en el sector turístico enfrentan obstáculos burocráticos que pueden retrasar proyectos durante años, mientras que las comunidades locales carecen de un mecanismo eficiente para integrarse a la economía turística.

Pablo Heriberto Abarca, empresario turístico y exdiputado, ha abogado por reformas que reduzcan estos

obstáculos y hagan de Costa Rica un destino más competitivo:

El ex Ministro de Turismo, Gustavo Segura, subraya que el turismo no puede gestionarse de manera aislada, sino que debe ser parte de una estrategia nacional bien articulada:

“El turismo en Costa Rica es un modelo de éxito, pero no podemos depender únicamente de la marca país o de la naturaleza exuberante. Necesitamos reglas claras, inversiones en infraestructura y un plan de desarrollo que garantice seguridad jurídica para los inversionistas y seguridad física para los visitantes.”

“La gobernanza del turismo tiene que facilitar la inversión y la creación de empleos. No podemos seguir con regulaciones que complican más de lo que ayudan. Necesitamos estabilidad jurídica para que el turismo siga creciendo y contribuyendo a la economía del país.”

El tema de la seguridad jurídica es especialmente relevante en la Zona Marítimo Terrestre (ZMT), donde muchas inversiones turísticas han sido frenadas por la incertidumbre legal sobre la propiedad de los terrenos. Sin claridad en las concesiones y permisos, muchos proyectos se estancan, afectando el desarrollo de comunidades costeras.

Otro aspecto clave de la gobernanza es la descentralización de la gestión turística. Si bien el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) juega un rol fundamental en la promoción del país, los gobiernos locales deben asumir un papel más activo en la planificación y seguridad de sus destinos. En la actualidad, solo tres municipalidades en todo el país tienen un plan de desarrollo turístico, lo que limita su capacidad para gestionar de manera efectiva los recursos y necesidades del sector.

Iniciativas como la Comisión Nacional de Competitividad Turística buscan articular esfuerzos entre el sector público y privado. Sin embargo, hay que trabajar más rápido y de manera más coordinada. No se puede seguir esperando a que los problemas se resuelvan solos. La seguridad turística y la gobernanza van de la mano y requieren decisiones firmes y bien ejecutadas.

La digitalización también juega un papel clave en la modernización de la gobernanza del turismo. Países líderes en turismo han implementado plataformas que permiten la gestión de permisos en línea, la recolección de datos sobre el comportamiento de los turistas y la comunicación directa con los visitantes en caso de emergencias. Costa Rica ha comenzado a dar pasos en esta dirección, pero aún está lejos de alcanzar su potencial en términos de gobernanza digital.

REFLEXIÓN FINAL

La sostenibilidad debe ser un eje transversal en cualquier política de gobernanza turística. Costa Rica ha construido su imagen como destino sostenible, pero la gestión de la seguridad, la infraestructura y la inversión deben alinearse con esta visión. La gobernanza tiene que evolucionar para responder a las nuevas demandas del sector y a los desafíos globales.

Costa Rica ha logrado posicionarse como un destino turístico de renombre mundial, pero su futuro depende de la capacidad del país para gestionar eficientemente los desafíos de seguridad y gobernanza. La inversión en prevención del crimen, la mejora de la infraestructura, la seguridad jurídica y la digitalización de procesos son fundamentales para garantizar un turismo competitivo y sostenible.

El reto no es menor, pero con una estrategia bien definida y una gobernanza sólida, el país puede fortalecer su posición y seguir siendo un referente en la actividad turística global. La seguridad no es solo una necesidad para los visitantes, sino una garantía de estabilidad y prosperidad para toda la nación.



Capítulo 12

Capital para el Turismo

**¿Cómo Financiar
el Futuro del Sector?**



“El turismo es un motor de desarrollo social y económico, pero no podemos esperar que crezca sin inversión. Es fundamental que existan mecanismos financieros ágiles, adaptados a las particularidades del sector y que fomenten la innovación y la sostenibilidad.”

Gustavo Segura, Ex-Ministro de Turismo

En el crecimiento turístico de Costa Rica yace un motor fundamental: el financiamiento. Sin inversión, no hay infraestructura, no hay innovación y, sobre todo, no hay capacidad para responder a las crecientes demandas del mercado global. Desde los pequeños emprendimientos familiares en comunidades rurales hasta los grandes desarrollos hoteleros en las costas del Pacífico y el Caribe, todos los actores del sector necesitan recursos económicos para operar, expandirse y mejorar la experiencia del visitante.

Acceder a financiamiento no siempre ha sido una tarea fácil. Durante años, el sector turístico ha enfrentado desafíos significativos en este ámbito, desde la falta de líneas de crédito especializadas hasta procesos burocráticos que limitan el acceso a fondos. A pesar de ser una de las principales fuentes de divisas del país, el turismo no ha recibido siempre el apoyo financiero proporcional a su impacto económico.

En Costa Rica, donde el turismo representa un motor esencial para el desarrollo económico y social, el acceso al financiamiento se ha convertido en una barrera silenciosa pero decisiva para miles de emprendedores del sector. A pesar del auge turístico y del reconocimiento internacional del país como destino sostenible, gran parte de las pequeñas y medianas empresas —que constituyen el 90% del sector, según el ICT— continúan enfrentando dificultades para obtener capital que les permita crecer, innovar o simplemente sobrevivir en tiempos de crisis.

Uno de los mayores obstáculos ha sido la escasa oferta de productos financieros diseñados específicamente para la naturaleza estacional y las particularidades del turismo. Los bancos tradicionales, con criterios de riesgo poco flexibles, exigen garantías y condiciones que excluyen a muchos empresarios, especialmente en zonas rurales o de difícil acceso. Como resultado, una gran cantidad de negocios turísticos recurren al financiamiento informal o a endeudamientos personales que comprometen su sostenibilidad.

Esta situación refleja una realidad preocupante: muchos microempresarios con proyectos sólidos no logran acceder a crédito porque simplemente no encuentran una entidad dispuesta a creer en ellos. El sector, señala, necesita con urgencia un sistema financiero más incluyente y sensible a los retos específicos del turismo, especialmente en momentos críticos como los vividos durante la pandemia.

La crisis sanitaria del COVID-19 dejó al descubierto esa fragilidad financiera. Sin visitantes y con los ingresos reducidos a cero, miles de empresas vieron cómo se acumulaban los costos fijos sin posibilidades de pago. Si bien algunos accedieron a financiamiento de emergencia, la recuperación ha sido desigual y, en muchos casos, limitada por la falta de capital fresco para invertir en mejoras, contratación o promoción.

En respuesta a esta necesidad, el Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) ha emergido como una alternativa con condiciones más favorables para las MiPYMES turísticas. No obstante, su potencial aún se ve limitado por barreras como la burocracia en los procesos, la escasa difusión de sus beneficios y la falta de acompañamiento técnico para quienes inician.

El verdadero reto para Costa Rica no radica solo en abrir más líneas de crédito, sino en construir un ecosistema de financiamiento accesible,

equitativo y estratégicamente orientado. Es decir, canalizar recursos hacia proyectos que impulsen la sostenibilidad, promuevan la inclusión social y generen un impacto positivo en las comunidades locales. Apostar por el fortalecimiento financiero del turismo no es solo una medida de reactivación: es una inversión en resiliencia, innovación y desarrollo territorial.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y PROGRAMAS DE APOYO

Costa Rica. Sin embargo, el acceso a estos fondos sigue siendo un reto para muchos empresarios, quienes a menudo enfrentan barreras burocráticas, altos costos financieros y falta de información sobre las oportunidades disponibles.

Uno de los actores clave en la oferta de financiamiento es el Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD), que ha sido diseñado para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPYMES), incluyendo aquellas del sector turístico. Este programa ofrece tasas de interés más accesibles y condiciones de pago flexibles, permitiendo que emprendimientos en zonas rurales puedan acceder a crédito para expandirse. Sin embargo, no todos los empresarios conocen cómo acceder a estos recursos o cumplen con los requisitos para ser beneficiarios.

Rubén Acón, ex presidente de CANATUR, enfatiza la importancia de mejorar la accesibilidad de estos fondos:

A lo largo de los años, diversos mecanismos de financiamiento han surgido con el objetivo de fortalecer el sector turístico en

“El financiamiento está disponible, pero muchas veces no llega a quienes más lo necesitan. Debemos facilitar los procesos, reducir la burocracia y garantizar que los pequeños empresarios turísticos tengan acceso real a estos recursos.”

Otra opción disponible es el Fondo Nacional de Avalos y Garantías, impulsado como una respuesta a la crisis económica generada por la pandemia. Este fondo permite que las empresas accedan a financiamiento con menores requisitos de garantía, facilitando la obtención de préstamos para aquellos que normalmente no calificarían en la banca tradicional. Además, en los últimos años se ha promovido el uso de cooperativas de ahorro y crédito, como una alternativa para financiar proyectos turísticos de menor escala. A diferencia de los bancos comerciales, estas cooperativas suelen estar más conectadas con las comunidades locales y ofrecen condiciones de financiamiento más flexibles.

El financiamiento internacional también ha jugado un papel fundamental en el desarrollo del turismo en Costa Rica. Organismos como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Mundial han financiado proyectos de infraestructura turística, programas de capacitación y estrategias de sostenibilidad. Uno de los ejemplos más notables fue el apoyo financiero para la implementación de la Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST), un programa que ha permitido diferenciar a Costa Rica como un destino líder en turismo responsable.

Por otro lado, el sector privado también ha desarrollado mecanismos de financiamiento para la innovación y el crecimiento del sector turismo. Programas de inversión de impacto han sido impulsados por grupos empresariales y fondos de capital que buscan proyectos con un alto retorno social y ambiental. Un ejemplo de esto es la creciente inversión en hoteles boutique sostenibles, que han atraído financiamiento privado debido a su potencial de rentabilidad y su alineación con las tendencias globales de turismo regenerativo.

A pesar de la variedad de opciones de financiamiento disponibles para el sector turístico en Costa Rica, muchas empresas, en especial las

micro, pequeñas y medianas empresas (MiPYMES), enfrentan obstáculos significativos al intentar acceder a estos recursos. La burocracia, la falta de información, los requisitos estrictos y las altas tasas de interés en algunos casos se convierten en barreras difíciles de superar.

DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL ACCESO AL FINANCIAMIENTO

Uno de los principales desafíos es la falta de educación financiera entre los emprendedores turísticos. Muchas pequeñas empresas no cuentan con estados financieros adecuados, lo que les impide calificar para préstamos bancarios. Como resultado, dependen de fuentes informales de financiamiento, como ahorros personales o préstamos familiares, lo que limita su capacidad de crecimiento. Para resolver esto, se han promovido programas de capacitación en finanzas y gestión empresarial a través del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) y organizaciones como la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR).

Otro obstáculo es el alto nivel de requisitos y garantías exigidas por la banca tradicional. Muchos pequeños empresarios carecen de propiedades o bienes que puedan ser utilizados como avales, lo que dificulta su acceso a crédito. Para enfrentar este problema, el Fondo Nacional de Avales y Garantías ha sido clave, permitiendo que más empresas turísticas accedan a financiamiento sin necesidad de presentar garantías tradicionales. Además, la lentitud en los procesos de aprobación de préstamos es una preocupación recurrente. Durante la pandemia, muchas empresas turísticas solicitaron financiamiento de emergencia para mantenerse a flote, pero en muchos casos, los trámites tardaron tanto que las ayudas llegaron cuando las empresas ya habían cerrado. Como respuesta, se han impulsado iniciativas para digitalizar y agilizar los procesos de solicitud de crédito, reduciendo el tiempo de espera y facilitando el acceso a los recursos.

La rigidez del sistema financiero y la excesiva burocracia continúan siendo obstáculos significativos para el desarrollo del sector turístico. es urgente agilizar los trámites y flexibilizar las condiciones de acceso al crédito, ya que muchos empresarios con ideas innovadoras y deseos de expansión se ven frenados por procesos engorrosos y requisitos poco realistas. Mejorar la eficiencia del sistema financiero no es solo una cuestión administrativa, sino una necesidad estratégica para permitir que el turismo crezca con solidez e inclusión.

Por otro lado, la sostenibilidad se ha convertido en un factor clave para acceder a ciertos tipos de financiamiento. En los últimos años, ha aumentado la oferta de créditos verdes, dirigidos a empresas turísticas que

implementan prácticas sostenibles, como el uso de energías renovables, la reducción del consumo de agua y la conservación de la biodiversidad. Bancos como el Banco Nacional y el BAC han lanzado programas de financiamiento exclusivo para proyectos turísticos con impacto ambiental positivo, ofreciendo tasas de interés más competitivas.

REFLEXIÓN FINAL

En términos de soluciones, es fundamental fortalecer las alianzas entre el sector público y privado para garantizar que los fondos disponibles lleguen a quienes más los necesitan. Se recomienda ampliar la difusión de los programas de financiamiento, reducir los trámites burocráticos y promover incentivos fiscales para que más empresas puedan invertir en innovación y sostenibilidad.

El acceso al financiamiento es un pilar fundamental para el crecimiento y la sostenibilidad del turismo en Costa Rica. A pesar de los esfuerzos del gobierno y el sector privado para ofrecer opciones de crédito y apoyo financiero, aún existen barreras que impiden que muchos empresarios puedan beneficiarse de estos recursos. La educación financiera, la digitalización de los procesos y la promoción de créditos accesibles y sostenibles son elementos clave para fortalecer el turismo.

El futuro del turismo costarricense depende de la capacidad de sus empresas para innovar y adaptarse a los cambios del mercado. Garantizar que el financiamiento llegue de manera eficiente a los emprendimientos turísticos es esencial para consolidar a Costa Rica como un destino competitivo y sostenible a nivel global.



Capítulo 13

Turismo Digital

**Innovación y Tecnología
al Servicio del Viajero.**



“La iniciativa Destinos Turísticos Inteligentes demuestra que con la tecnología, el sector puede ser más innovador y amigable para el turista y, por otro lado, cerrar las brechas de oportunidades para comunidades rurales y pequeñas empresas.”

Guillermo Castro, Docente e Investigador del Tecnológico de Costa Rica

A medida que el mundo avanza hacia una era dominada por la tecnología, el turismo en Costa Rica no puede quedarse atrás. La digitalización ha cambiado la forma en que los viajeros buscan, reservan y experimentan sus viajes, y las empresas turísticas han tenido que adaptarse rápidamente para mantenerse competitivas. Desde el uso de inteligencia artificial hasta la implementación de plataformas de pago digital y la promoción a través de redes sociales, la tecnología se ha convertido en una herramienta clave para atraer visitantes y mejorar la experiencia del turista.

La pandemia de COVID-19 aceleró esta transformación digital, obligando a muchas empresas a modernizar sus operaciones casi de la noche a la mañana. La venta de paquetes turísticos en línea, los pagos sin contacto y la automatización de procesos administrativos se volvieron esenciales para sobrevivir en un mercado altamente competitivo.

Una de las tendencias más notables en la digitalización del turismo ha sido la proliferación de plataformas de reservas en línea. Empresas como Booking, Airbnb y Expedia han revolucionado la actividad turística, permitiendo que tanto grandes hoteles como pequeños alojamientos rurales tengan visibilidad global sin necesidad de grandes inversiones en mercadeo. En Costa Rica, esta tendencia ha beneficiado especialmente a las pequeñas y medianas empresas turísticas, que ahora pueden acceder a un mercado mucho más amplio.

La comercialización y la tecnología han transformado la forma en que los turistas exploran y experimentan los destinos. Aplicaciones móviles como Google Maps, TripAdvisor y Visit Costa Rica brindan información en tiempo real sobre atracciones, restaurantes y actividades, facilitando la toma de decisiones para los visitantes. La realidad aumentada y la inteligencia artificial han empezado a jugar un papel crucial, permitiendo experiencias inmersivas incluso antes de que los turistas lleguen al país.

La digitalización también ha mejorado la gestión de destinos turísticos a nivel gubernamental. El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) ha implementado herramientas para recopilar y analizar datos en tiempo real sobre el flujo de visitantes, los patrones de gasto y las preferencias de los turistas. Esta información ha permitido ajustar estrategias de promoción y desarrollo turístico de manera más efectiva. Sin embargo, a pesar de estos avances, aún existen desafíos significativos. La brecha digital en Costa Rica sigue siendo un obstáculo, especialmente en zonas rurales donde la conectividad a internet es limitada. Muchas pequeñas empresas turísticas aún no cuentan con las herramientas o conocimientos para aprovechar al máximo la tecnología, lo que les impide competir en igualdad de condiciones con empresas más grandes y digitalmente avanzadas.

Para lograr una digitalización efectiva en el sector, es fundamental continuar invirtiendo en infraestructura tecnológica, capacitar a los empresarios turísticos en el uso de herramientas digitales y promover políticas que fomenten la innovación en las actividades turísticas. Solo así Costa Rica podrá consolidarse como un destino turístico moderno y accesible para la nueva generación de viajeros digitales.

INNOVACIONES TECNOLÓGICAS EN EL TURISMO COSTARRICENSE

El avance de la tecnología no solo ha modificado la forma en que los turistas planifican y experimentan sus viajes, sino que también ha

generado nuevas oportunidades para el turismo en Costa Rica. Desde el uso de inteligencia artificial hasta soluciones de sostenibilidad digital, el sector ha comenzado a integrar herramientas innovadoras que mejoran la eficiencia operativa y la experiencia del visitante.

Uno de los desarrollos más notables en los últimos años ha sido la implementación de inteligencia artificial y big data en la gestión turística. Empresas y organismos gubernamentales han comenzado a utilizar algoritmos de aprendizaje automático para analizar grandes volúmenes de datos y predecir tendencias en el comportamiento de los turistas. Estos sistemas permiten entender qué destinos son más populares en diferentes épocas del año, qué actividades prefieren los visitantes y cómo mejorar la oferta turística para cada segmento de mercado. Hoy en día, la tecnología nos permite conocer mejor a nuestros visitantes y anticipar sus necesidades. Con el análisis de datos podemos diseñar estrategias más efectivas, ofreciendo experiencias personalizadas y mejorando la toma de decisiones en el sector.

Otra innovación clave ha sido el uso de chatbots y asistentes virtuales en la atención al turista. Empresas hoteleras y agencias de viaje han implementado estas herramientas para responder preguntas en tiempo real, agilizar procesos de reserva y brindar recomendaciones personalizadas. Plataformas como WhatsApp Business y los asistentes de voz como Alexa y Google Assistant han sido integrados en hoteles y aeropuertos para mejorar la comunicación con los turistas y reducir tiempos de espera.

La digitalización también ha tenido un impacto positivo en la sostenibilidad del turismo. En Costa Rica, varias iniciativas han incorporado tecnologías limpias y sistemas inteligentes de gestión ambiental. Por ejemplo, algunos hoteles han implementado sensores de consumo energético y programas de reciclaje automatizados que reducen el impacto ambiental sin comprometer la comodidad del huésped. Además, plataformas como Blockchain están comenzando a ser utilizadas para garantizar la trazabilidad de prácticas sostenibles, asegurando que los servicios

certificados realmente cumplan con estándares ambientales.

El uso de realidad aumentada y virtual es otra tendencia que ha ganado tracción en el sector. A través de estas tecnologías, los turistas pueden explorar virtualmente destinos antes de visitarlos, facilitando la toma de decisiones y mejorando su experiencia general. Algunas agencias de viaje han comenzado a ofrecer recorridos virtuales de parques nacionales y sitios culturales, lo que permite a los visitantes obtener una vista previa inmersiva antes de su llegada.

A pesar de estos avances, persisten desafíos en la adopción de tecnología en el sector. Muchas pequeñas y medianas empresas turísticas aún carecen de acceso a estas herramientas debido a limitaciones de presupuesto o falta de capacitación. Además, la conectividad a internet sigue siendo un problema en algunas regiones del país, lo que dificulta la implementación de soluciones digitales avanzadas.

Para cerrar esta brecha, el gobierno y el sector privado han promovido programas de capacitación digital para emprendedores turísticos, facilitando acceso a herramientas digitales y plataformas de comercio electrónico. La clave para el éxito de la transformación digital en el turismo costarricense radica en la colaboración entre diferentes actores del sector, asegurando que la tecnología se convierta en un facilitador del crecimiento sostenible y no en una barrera para los más pequeños.

DESAFÍOS Y FUTURO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL TURISMO COSTARRICENSE

Si bien la digitalización ha traído enormes beneficios para el sector turismo en Costa Rica, su implementación enfrenta desafíos que deben ser abordados estratégicamente. La brecha tecnológica entre grandes empresas y pequeñas y medianas empresas turísticas (PYMEs) sigue siendo un obstáculo considerable. Mientras que cadenas hoteleras y operadores turísticos internacionales han integrado herramientas avanzadas como inteligencia artificial y automatización, muchos pequeños negocios aún dependen de métodos tradicionales de gestión y promoción.

Una de las iniciativas más relevantes para cerrar esta brecha ha sido la

promoción de plataformas digitales accesibles para la comercialización de servicios turísticos. Programas como Red Sofía y el Programa de Gestión Integral de Destinos han permitido que pequeños negocios ingresen al ecosistema digital sin necesidad de grandes inversiones. A través de capacitaciones y subsidios, se ha incentivado el uso de redes sociales, páginas web y plataformas de reservas en línea para mejorar la visibilidad y competitividad de estas empresas.

Otro desafío importante es la infraestructura de conectividad. Si bien Costa Rica ha avanzado en el acceso a internet en las principales ciudades y destinos turísticos, aún existen zonas rurales y costeras con conectividad limitada. Esto afecta la posibilidad de implementar soluciones digitales y limita la experiencia del turista, quien cada vez más depende de la conectividad para planificar y compartir su viaje.

La seguridad cibernética también es un punto crítico en la digitalización del turismo. Con el aumento de transacciones en línea, reservas digitales y pagos electrónicos, el sector debe reforzar sus protocolos para proteger la información de los viajeros y evitar fraudes. El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) ha trabajado en la certificación de sitios web seguros y en campañas de concienciación para que las empresas adopten mejores prácticas en ciberseguridad.

“Un hospital no necesita ser un icono arquitectónico; necesita ser funcional. Debemos priorizar estructuras que optimicen el flujo de pacientes, reduzcan tiempos de espera y faciliten la integración de tecnologías avanzadas”.

Gustavo Segura, ex Ministro de Turismo.

“El turista moderno quiere estar siempre conectado. Desde que aterriza en el país hasta que explora nuestras playas o montañas, su experiencia depende en gran medida de la tecnología. Es fundamental mejorar la infraestructura digital para mantenernos competitivos a nivel global”, comenta Lisette Acosta, gerente del sector turístico.

REFLEXIÓN FINAL

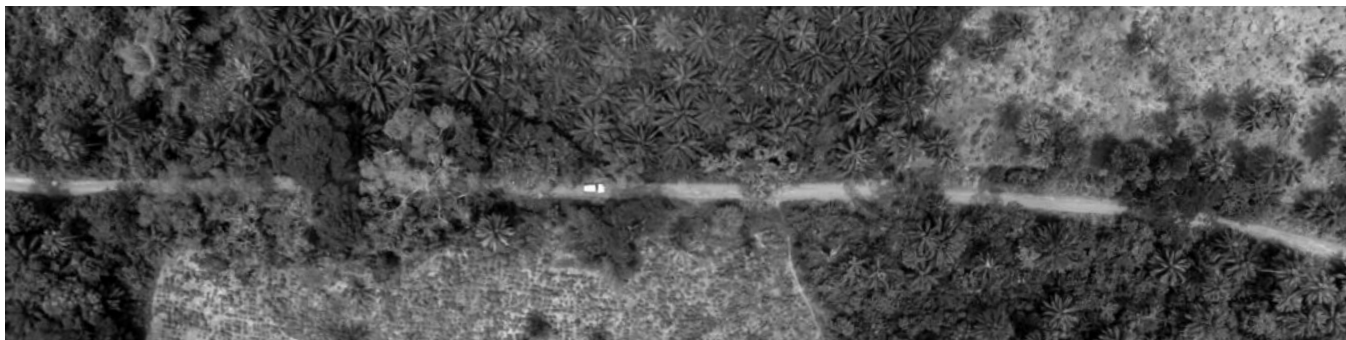
Mirando hacia el futuro, la digitalización del turismo en Costa Rica tiene un enorme potencial para seguir innovando. La integración de inteligencia artificial, realidad virtual y blockchain puede llevar las actividades turísticas a un nuevo nivel, permitiendo experiencias más personalizadas y eficientes. La implementación de pasaportes digitales, sistemas de identificación biométrica en aeropuertos y plataformas de turismo inteligente podrían revolucionar la forma en que los viajeros interactúan con el destino.

El turismo en Costa Rica se encuentra en un punto clave de transformación digital. La adopción de nuevas tecnologías ha mejorado la competitividad del sector y ha permitido atraer a un turista más informado y exigente. Sin embargo, para maximizar estos beneficios, es esencial garantizar la inclusión digital de todos los actores del turismo, mejorar la infraestructura de conectividad y reforzar la seguridad en las plataformas digitales.

La colaboración entre el sector público, privado y académico será fundamental para construir un ecosistema digital robusto que potencie la experiencia del turista y garantice el crecimiento sostenible del país.

‘Debemos asegurarnos de que la tecnología sea una herramienta para potenciar nuestra identidad turística y no una barrera para quienes no tienen acceso a ella. La clave está en el equilibrio entre innovación y accesibilidad’

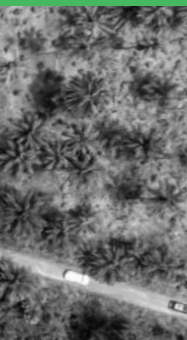
Rubén Acón, ex Presidente de CANATUR.



Capítulo 14

Turismo con Datos

**El Impacto Real
del Turismo en Costa Rica.**



¿Los habitantes de las zonas más visitadas se benefician realmente del auge turístico? ¿Las oportunidades laborales en el sector ofrecen condiciones dignas y salarios competitivos? ¿Se está protegiendo el medio ambiente o se están generando impactos negativos en áreas frágiles?

Estas son algunas de las preguntas que deben guiar la medición del sector turístico.

El turismo en Costa Rica no solo impulsa la economía y genera empleo, sino que también refleja el estado del bienestar social y ambiental del país. Millones de visitantes recorren cada año sus playas, montañas y pueblos, dejando una huella que puede traducirse en oportunidades de desarrollo, pero también en desafíos complejos si no se gestiona con visión de futuro. Medir ese impacto va mucho más allá de contar llegadas internacionales o calcular ingresos en divisas; se trata de comprender cómo el turismo transforma comunidades, influye en la conservación de los ecosistemas y mejora —o no— la calidad de vida de la población.

Sin una medición adecuada y constante, el país corre el riesgo de interpretar una realidad incompleta: creer que progresa mientras, en el fondo, pierde competitividad o erosiona las bases de su sostenibilidad. Evaluar el turismo con rigor no es una opción, sino una necesidad estratégica para tomar decisiones informadas. Ante esta necesidad, Costa Rica ha avanzado en la implementación de herramientas como el Sistema de Cuentas Nacionales de Turismo, que permite conocer con precisión el aporte del sector al Producto Interno Bruto (PIB), y el Índice de Progreso Social, que ayuda a evaluar si ese crecimiento se traduce en beneficios concretos para las comunidades locales.

El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) juega un papel clave en esta labor, recopilando datos sobre ocupación hotelera, perfiles de turistas, gasto promedio por visitante y niveles de satisfacción. Gracias a estos estudios, se han identificado tendencias como el aumento del turismo de bienestar, el crecimiento del mercado europeo y la preferencia por experiencias más auténticas y sostenibles. Pero más allá de las cifras macroeconómicas, es fundamental evaluar cómo el turismo afecta a las comunidades.

Según el Banco Central de Costa Rica, en 2023 el turismo generó más de \$4.000 millones en ingresos, representando más del 8% del PIB nacional. Sin embargo, estos números no reflejan automáticamente una distribución equitativa de la riqueza. En regiones como Limón, donde el potencial turístico es inmenso, los índices de desempleo y pobreza siguen siendo elevados, lo que demuestra que aún hay un largo camino por recorrer para garantizar que los beneficios del turismo lleguen a todos.

La evaluación del turismo también debe considerar su impacto ambiental. Costa Rica se ha posicionado como un destino sostenible, pero la presión sobre ciertos ecosistemas es evidente. Playas con exceso de visitantes, senderos naturales sobreexplotados y comunidades con problemas de acceso al agua son ejemplos de desafíos que requieren una supervisión constante y la implementación de estrategias de turismo responsable. Para lograr una medición integral del sector, se han propuesto herramientas como la Huella de Carbono del Turismo, que calcula la cantidad de emisiones de CO₂ generadas por los visitantes y sus actividades. También se ha impulsado el uso del Índice de Sostenibilidad Turística, que mide la capacidad de carga de los destinos y ayuda a establecer límites de visitantes en áreas protegidas.

“Podemos hacer que el turismo crezca en número, pero el verdadero reto es hacer que crezca en calidad y en equilibrio con el entorno. Medir su impacto es el primer paso para asegurarnos de que sea una actividad que nos beneficie a todos a largo plazo”, comenta William Rodríguez, ministro de Turismo de Costa Rica.

El futuro del turismo en el país dependerá en gran medida de la capacidad de las autoridades y del sector privado para interpretar estos indicadores y tomar decisiones basadas en datos reales. Sin información clara y actualizada, cualquier estrategia de desarrollo turístico corre el riesgo de ser reactiva en lugar de proactiva, y Costa Rica no puede permitirse perder su liderazgo como destino sostenible en la región.

Herramientas y Métodos para un Seguimiento Eficaz

El turismo en Costa Rica ha sido reconocido a nivel mundial por su modelo de sostenibilidad y alto valor ecológico. Sin embargo, para garantizar su crecimiento responsable, es fundamental contar con herramientas precisas de seguimiento y evaluación. Sin medición, no hay gestión efectiva, y sin gestión, los desafíos del sector pueden salirse de control.

Uno de los instrumentos más importantes para la evaluación turística en Costa Rica es el Sistema Nacional de Estadísticas de Turismo (SNET), administrado por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT). Este sistema recopila datos sobre llegadas internacionales, ocupación hotelera, gasto por turista, permanencia promedio y motivaciones de viaje. Estas métricas han permitido, por ejemplo, identificar que el 83% de los turistas que visitan Costa Rica lo hacen por naturaleza y aventura, una ventaja competitiva clave en la región.

Además del SNET, el ICT ha impulsado otras metodologías como el Índice de Competitividad Turística, basado en la capacidad de los destinos para atraer y retener turistas en función de su infraestructura, seguridad y oferta de servicios. Este índice ha sido clave para evidenciar la necesidad de fortalecer la conectividad aérea con mercados emergentes como Asia y Suramérica, o mejorar la señalización en carreteras para facilitar la movilidad de los visitantes.

Otro aspecto crucial en la evaluación del sector es la medición del impacto económico y social del turismo en las comunidades locales. A través de estudios de percepción y encuestas de satisfacción, se ha identificado que,

aunque el turismo ha generado miles de empleos en regiones rurales, no siempre se traduce en mejoras en la calidad de vida.

Como lo menciona Rubén Acón, ex presidente de CANATUR:

Una de las iniciativas más innovadoras en Costa Rica ha sido el desarrollo del Índice de Sostenibilidad Turística (IST), que evalúa la capacidad de carga de los destinos y permite establecer límites de visitación en áreas protegidas como los parques nacionales. Este índice ha sido fundamental para definir estrategias de conservación en lugares icónicos como Manuel Antonio, donde el alto flujo de turistas ha generado presión sobre los ecosistemas.

Otra herramienta fundamental es la Cuenta Satélite de Turismo, desarrollada en conjunto con el Banco Central de Costa Rica, que permite medir el aporte real del turismo al Producto Interno Bruto

(PIB). Este mecanismo ha confirmado que el turismo representa entre el 8% y el 10% del PIB nacional, una cifra que resalta su relevancia dentro de la economía del país.

Sin embargo, más allá de los números, es esencial evaluar la experiencia del turista en el país. Para ello, el ICT ha implementado el Índice de Satisfacción del Visitante, que recoge opiniones sobre la calidad del servicio, la infraestructura y la seguridad. Según este índice, el 94% de los turistas consideran a Costa Rica un destino seguro, aunque preocupaciones sobre el estado de algunas carreteras y la regulación de plataformas de hospedaje como Airbnb siguen siendo puntos de mejora.

“El turismo genera riqueza, pero si no se distribuye correctamente, las comunidades que deberían beneficiarse terminan siendo las más rezagadas. No basta con atraer más turistas, debemos asegurarnos de que su impacto sea positivo y sostenible.”

Asimismo, en un mundo cada vez más digitalizado, la recopilación de datos en tiempo real se ha convertido en una prioridad. Herramientas como el Big Data y la inteligencia artificial están siendo exploradas para predecir tendencias de viaje, optimizar campañas de mercadeo y mejorar la distribución de visitantes en los destinos turísticos.

A pesar de contar con una batería robusta de herramientas de evaluación, un desafío persistente es la falta de integración entre diferentes instituciones. La información sobre turismo se encuentra fragmentada entre entidades como el ICT, el Banco Central, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y las municipalidades, lo que dificulta una visión holística del sector.

“Hoy en día, la tecnología nos permite anticiparnos a los cambios en el comportamiento del turista. Si sabemos que la demanda de turismo de bienestar está en auge, podemos diseñar estrategias antes de que la competencia nos supere”, explica Gustavo Segura, exministro de Turismo.

Para abordar este problema, se ha propuesto la creación de una Plataforma Nacional de Datos Turísticos, donde todas las métricas relacionadas con el turismo sean centralizadas y accesibles para la toma de decisiones. Esto permitiría, por ejemplo, ajustar estrategias de promoción en función de la estacionalidad, identificar nuevas oportunidades de inversión y diseñar políticas más eficientes para la distribución del turismo en todo el país.

*‘La evaluación no
puede quedarse
solo en datos fríos.
Necesitamos entender
la experiencia del
turista y cómo
podemos mejorarla sin
comprometer nuestra
identidad ni nuestro
entorno’*

Lisette Acosta,
Gerente de Sector Turístico

El seguimiento del turismo en Costa Rica no es solo una tarea técnica, sino un elemento clave para garantizar que el sector continúe siendo un pilar de desarrollo económico y social. Contar con datos confiables y bien gestionados es la única manera de asegurar que el crecimiento del turismo beneficie a todos y no comprometa los valores que han hecho de Costa Rica un destino único en el mundo.

REFLEXIÓN FINAL

La supervisión y la evaluación del turismo en Costa Rica han demostrado ser elementos clave para su desarrollo sostenible y competitivo. Sin embargo, a lo largo de este análisis, ha quedado claro que aún hay desafíos por resolver para consolidar un sistema de monitoreo eficiente, integral y alineado con los objetivos nacionales e internacionales.

Uno de los hallazgos más importantes es que, a pesar de contar con herramientas avanzadas como el Sistema Nacional de Estadísticas de Turismo (SNET), la Cuenta Satélite de Turismo y el Índice de Sostenibilidad Turística (IST), la información sigue fragmentada entre diferentes entidades. Esto genera datos pocos precisos y tomas de decisiones a ciegas, lo que limita la capacidad de reaccionar ante los cambios del mercado y la demanda de los turistas.

Para abordar esta problemática, es fundamental fortalecer la integración entre el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), el Banco Central, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y las municipalidades. La propuesta de una Plataforma Nacional de Datos Turísticos es una solución viable que permitiría consolidar toda la información en un solo lugar, facilitando la planificación estratégica y la optimización de recursos.

Otro aspecto crítico es la necesidad de adoptar tecnologías emergentes como el Big Data y la inteligencia artificial para mejorar la recopilación y análisis de datos en tiempo real. Esto no solo permitiría anticiparse a cambios en las tendencias de viaje, sino también mejorar la experiencia del turista a través de recomendaciones personalizadas y estrategias de mercadeo más efectivas. La digitalización de la información es la única manera de garantizar que Costa Rica siga siendo un destino competitivo

en un mundo que cambia a gran velocidad.

La seguridad turística sigue siendo un factor crucial en la evaluación del sector. Aunque el 94% de los turistas consideran a Costa Rica un destino seguro, según el Índice de Satisfacción del Visitante, aún hay retos en la prevención de delitos menores y en la regulación del hospedaje no tradicional. La implementación de medidas como mayor señalización en playas peligrosas y programas de educación para el turista son pasos importantes en la dirección correcta.

En términos de sostenibilidad, el Índice de Sostenibilidad Turística (IST) ha permitido identificar la capacidad de carga de destinos como Manuel Antonio y Tortuguero, evitando el sobreuso de los recursos naturales. No obstante, aún falta mayor fiscalización para asegurar que todas las regiones del país implementen buenas prácticas de conservación.

No podemos pensar en más turistas sin antes asegurarnos de que el ecosistema puede soportarlo; la sostenibilidad no es una opción, es una necesidad, y para garantizar una evaluación efectiva del turismo en Costa Rica, es necesario seguir cinco líneas estratégicas fundamentales:

1. Integración de datos y centralización de información mediante una plataforma única de análisis turístico.
2. Uso de tecnología avanzada para la recopilación y predicción de tendencias, incluyendo inteligencia artificial y Big Data.
3. Mejoras en seguridad y prevención, tanto en áreas urbanas como en destinos naturales de alta visitación.
4. Fortalecimiento del monitoreo de sostenibilidad para asegurar que el turismo crezca de manera equilibrada con el medio ambiente y las comunidades locales.
5. Mayor participación del sector privado y las comunidades en la toma de decisiones para garantizar que las políticas turísticas sean inclusivas y efectivas.

Evaluar el turismo en Costa Rica no es solo una tarea técnica, sino un compromiso con el futuro del país. Un sistema de evaluación sólido y bien estructurado permitirá que el turismo siga siendo una fuente de empleo, desarrollo y bienestar para todos.



Capítulo 15

Turismo con Propósito

**Desarrollo, Identidad y
Sostenibilidad Nacional.**



*“Costa Rica está en
un posicionamiento
envidiable en el mundo.
El pura vida también, sin
lugar a dudas”*

William Rodríguez, Ministro de Turismo

El turismo en Costa Rica es parte de la identidad del país. Ha sido el motor que ha llevado desarrollo a regiones que, de otra manera, habrían quedado rezagadas, generando empleo, atrayendo inversión y proyectando al país como un modelo de sostenibilidad en el ámbito internacional. Desde la costa del Caribe hasta la Península de Nicoya, cada rincón del país ha sido testigo del impacto de una actividad que ha crecido y evolucionado en respuesta a los cambios del mundo.

Pero el turismo costarricense no ha estado exento de desafíos. A lo largo de este libro, hemos explorado los distintos factores que han moldeado el sector: la crisis derivada de la pandemia, la volatilidad del tipo de cambio, la creciente competencia internacional y las amenazas a la seguridad. También hemos analizado las oportunidades que existen para fortalecer el modelo turístico del país, consolidando su posicionamiento como un destino boutique y sostenible.

Uno de los grandes aciertos de Costa Rica ha sido su enfoque en la sostenibilidad, una apuesta que ha permitido diferenciarse en un mercado global saturado. Pero la sostenibilidad debe ser más que un eslogan, debe traducirse en prácticas reales, desde la gestión del agua en los hoteles hasta la conservación de la biodiversidad en las áreas protegidas.

A nivel económico, el turismo ha sido una fuente clave de divisas para el país. En su mejor año, representó más del 8% del PIB y generó cerca de 600,000 empleos directos e indirectos. Pero la pandemia dejó claro que la dependencia exclusiva de este sector puede ser riesgosa. Por eso, es fundamental diversificar la oferta turística, apostando por nuevos nichos de mercado como el turismo de bienestar, el astroturismo y el turismo regenerativo.

El sector también enfrenta retos estructurales que requieren atención urgente. La infraestructura, en particular, sigue siendo una de las principales limitantes para el crecimiento del turismo. La mejora en la conectividad aérea, terrestre y marítima debe ser una prioridad en la agenda nacional si Costa Rica quiere consolidarse como un destino de clase mundial.

En este contexto, el papel del sector público y privado es crucial. La colaboración entre ambos sectores ha sido clave en el éxito del turismo costarricense, y será aún más determinante en el futuro. Desde el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) hasta las cámaras empresariales y los operadores turísticos locales, todos los actores del sector deben trabajar en conjunto para garantizar una visión compartida de desarrollo.

El turismo es un sector vivo, en constante transformación. Costa Rica ha demostrado su resiliencia en momentos difíciles, pero el verdadero desafío será asegurar que el crecimiento del sector sea sostenible y beneficie a todas las comunidades del país.

El turismo ha sido un pilar fundamental para la economía costarricense, pero su éxito futuro dependerá de la capacidad del país

ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA EL FUTURO DEL TURISMO EN COSTA RICA

para adaptarse a los desafíos y oportunidades que se presentan. Con base en el análisis de tendencias, entrevistas con expertos y la estrategia nacional de turismo, es posible identificar una serie de acciones estratégicas que permitirán consolidar a Costa Rica como un destino de clase mundial.

1. Inversión en Infraestructura y Conectividad

Uno de los puntos más recurrentes en las entrevistas fue la urgencia de mejorar la infraestructura turística. Esto implica no solo modernizar aeropuertos y carreteras, sino también garantizar un acceso eficiente a destinos clave.

Para abordar este reto, se recomienda:

- Mejorar la red vial con especial énfasis en corredores turísticos como la Ruta 32 (San José-Limón) y la Ruta 27 (San José-Pacífico).
- Ampliar la capacidad aeroportuaria, especialmente en Guanacaste y Limón, para facilitar el crecimiento del turismo internacional.
- Incentivar la inversión privada en transporte, promoviendo alianzas público-privadas para mejorar el acceso a destinos remotos.

2. Fortalecimiento de la Seguridad en Zonas Turísticas

Costa Rica sigue siendo un destino seguro, pero el aumento de la criminalidad en algunas regiones amenaza con afectar su reputación. Como advirtió Bary Roberts, *“no hay turismo sin seguridad”*.

Las medidas clave para abordar este problema incluyen:

- Ampliar la presencia policial en zonas turísticas mediante destacamentos especializados.
- Implementar tecnología de vigilancia como cámaras de seguridad y sistemas de monitoreo en destinos clave.
- Capacitar al sector turístico en prevención del delito, para que los empresarios y trabajadores puedan actuar como aliados en la seguridad de los visitantes.

3. Incentivos para la Competitividad Empresarial

El costo operativo para las empresas turísticas ha aumentado, afectando la rentabilidad y la capacidad de inversión en calidad y sostenibilidad. Pablo Heriberto Abarca, empresario del sector, señaló: *“El turismo de alta gama solo es viable si garantizamos una experiencia acorde con los precios que cobramos”*.

Para mejorar la competitividad, se recomienda:

- Revisar las tarifas de electricidad y servicios públicos, estableciendo precios diferenciados para el sector turístico.
- Facilitar el acceso a financiamiento mediante programas de crédito para la modernización de infraestructura y tecnología en empresas del sector.
- Reducir la carga regulatoria y la tramitología, agilizando permisos y concesiones en la Zona Marítimo Terrestre y otras áreas clave.

4. Innovación y Digitalización del Turismo

El turismo digital es una tendencia creciente, y Costa Rica no puede quedarse atrás. José Vega, director del Hotel Studio, lo explicó claramente: *“Quién no se adapte a la era digital perderá competitividad”*.

Las acciones necesarias incluyen:

- Fomentar la adopción de herramientas tecnológicas, como sistemas de reservas inteligentes y aplicaciones de información turística en tiempo real.
- Desarrollar un ecosistema digital integrado, en el que hoteles, operadores y guías puedan coordinarse de manera eficiente.
- Capacitar a los empresarios en marketing digital, para fortalecer la promoción del destino en mercados clave.

5. Educación y Capacitación para el Futuro del Turismo

Sin talento humano capacitado, el sector turístico no podrá sostener su crecimiento. Wagner Jiménez, ex Diputado y promotor de reformas en educación, advirtió: *“Necesitamos una fuerza laboral con dominio del inglés y habilidades en hospitalidad”*.

Las estrategias clave para fortalecer el capital humano incluyen:

- Incorporar programas de inglés intensivo en la formación de estudiantes y trabajadores del sector turístico.
- Ampliar la educación dual, permitiendo que más jóvenes se capaciten en hoteles, agencias y aeropuertos mientras estudian.
- Fomentar la certificación en servicio al cliente, asegurando que la experiencia del turista sea de primer nivel en todo el país.

REFLEXIÓN FINAL

Costa Rica ha demostrado que el turismo sostenible es una estrategia viable para el desarrollo económico y social. Sin embargo, mantenerse en la cima requiere esfuerzo continuo, planificación estratégica y una capacidad de adaptación constante.

Las voces de expertos entrevistados en este libro coinciden en que el país tiene todo para consolidarse como un referente global, siempre y cuando tome decisiones audaces y estratégicas. Mejorar la infraestructura, garantizar la seguridad, fortalecer la educación y adoptar la digitalización son pasos esenciales en este camino.

El turismo es una puerta de oportunidades para miles de costarricenses. Si Costa Rica apuesta por la innovación y la sostenibilidad, el futuro del turismo será tan brillante como sus playas y selvas tropicales



Conclusión

Llamado a la Acción

**Un Legado que Proteger,
un Futuro por Construir.**



“El éxito del turismo en Costa Rica no es un logro permanente; depende de un esfuerzo conjunto entre el sector público, privado y la ciudadanía para garantizar su competitividad y proteger su legado.”

Jorge Woodbridge González

Costa Rica ha hecho del turismo mucho más que una simple actividad económica. Se ha convertido en un pilar de desarrollo, en una fuente de empleo, en un reflejo de su identidad y en una carta de presentación ante el mundo. Las selvas, las playas, los volcanes y la cultura del pura vida han sido la clave para posicionar al país como un destino único. Pero el éxito no es algo que pueda darse por sentado.

A lo largo de este libro, se han presentado distintas voces expertas del sector, todas coincidiendo en una realidad ineludible: el turismo costarricense enfrenta retos urgentes que requieren acción inmediata y visión de largo plazo. Desde la infraestructura hasta la seguridad, desde la digitalización hasta la sostenibilidad, cada aspecto del turismo nacional necesita un esfuerzo renovado y coordinado entre el sector público y privado.

Las entrevistas reflejan una preocupación genuina por la competitividad del país. Pero más allá de los desafíos, hay un mensaje de esperanza. La voluntad del sector privado, la resiliencia de los pequeños empresarios y la calidad del servicio ofrecido por los costarricenses siguen siendo fortalezas inquebrantables.

Este libro no es solo un análisis; es también un llamado a la acción. A las autoridades gubernamentales, a las municipalidades, al sector empresarial y a la ciudadanía en general: el turismo costarricense no puede ni debe descuidarse. Es un legado que proteger y un futuro que construir.

La información presentada en este libro es un análisis del estado actual del turismo en Costa Rica, una advertencia y una hoja de ruta. Costa Rica no puede permitirse la complacencia, la reputación del país como destino turístico líder en sostenibilidad no es un activo eterno; es un compromiso que debe renovarse constantemente con acciones concretas y decisiones bien fundamentadas.

El gobierno tiene un papel crucial en este proceso. La inversión en infraestructura es una deuda pendiente que no puede seguir postergándose. La falta de carreteras adecuadas, la deficiencia en aeropuertos y puertos, y la ausencia de planificación urbana en destinos clave no solo afectan la experiencia del turista, sino que también limitan el crecimiento de comunidades enteras.

El sector privado también debe asumir su responsabilidad. No basta con señalar los problemas; es necesario que las empresas turísticas inviertan en la capacitación de su personal, en la mejora de sus servicios y en el desarrollo de modelos de negocio sostenibles. La tendencia mundial apunta hacia un turismo más consciente, en el que el impacto ambiental y social de cada actividad es evaluado minuciosamente por los viajeros.

El futuro del turismo en Costa Rica no depende de una sola entidad, ni del esfuerzo aislado de unos pocos visionarios. Es un proyecto compartido que involucra al gobierno, al sector privado, a las comunidades locales y a cada ciudadano que, de una forma u otra, se beneficia de la llegada de turistas al país. El turismo es una identidad nacional, una forma de vida que ha permitido a Costa Rica destacarse en el escenario mundial como un modelo de sostenibilidad y hospitalidad.

Este libro ha sido posible gracias a la generosidad y el compromiso de múltiples expertos y líderes del sector, quienes compartieron sus conocimientos, experiencias y preocupaciones con total franqueza.

Agradecemos profundamente a cada entrevistado—ministros, empresarios, educadores, hoteleros, operadores turísticos y expertos en desarrollo sostenible—por su valioso aporte. Sus voces han sido el pilar fundamental para construir un relato auténtico y esclarecedor sobre los desafíos y oportunidades que enfrenta el turismo costarricense.

La responsabilidad no termina con este libro. Es momento de que las autoridades escuchen y actúen. Las políticas públicas deben ajustarse a las realidades actuales del sector, con un enfoque más ágil, moderno y proactivo. La inversión en infraestructura, la digitalización de trámites, la promoción de modelos de turismo regenerativo y la seguridad turística no pueden seguir siendo promesas en documentos de planificación; deben convertirse en acciones concretas y verificables.

A su vez, hacemos un llamado a la comunidad empresarial para que redoble esfuerzos en innovación, capacitación y sostenibilidad. Es imprescindible que las inversiones en el sector no solo busquen rentabilidad, sino que también aporten al bienestar de las comunidades y a la conservación de los recursos naturales que hacen de Costa Rica un destino único.

Por último, a los costarricenses, guardianes de esta riqueza natural y cultural, les corresponde el papel más importante: ser embajadores de su propio país. Cada sonrisa, cada muestra de hospitalidad y cada esfuerzo por preservar el entorno contribuye a mantener viva la esencia del turismo en Costa Rica.

Este libro no es un cierre, sino un punto de partida. La historia del turismo en Costa Rica sigue escribiéndose, y es tarea de todos asegurarnos de que su futuro sea próspero, sostenible y lleno de oportunidades para las generaciones venideras.

*“Cuando las oportunidades se alíen con el
alma costarricense, el turismo florecerá
como un jardín eterno: diverso, vibrante
y lleno de esperanza para quienes llegan y
para quienes aquí sueñan.”*



Reto Turismo Siglo 21

Por: Jorge Woodbridge González



COSTA RICA:
**RETO
SIGLO
21**



Este es el quinto libro de la colección Reto Siglo 21, donde Jorge Woodbridge recoge las ideas de más de mil costarricenses con quienes ha conversado en los últimos cuatro años. En esta edición, el enfoque es el turismo: no solo como motor económico, sino como una fuerza cultural, social y ambiental clave para el desarrollo del país. En un contexto de cambios digitales, climáticos y geopolíticos, el libro ofrece una visión crítica y diversa sobre el futuro del turismo en Costa Rica, invitando a la reflexión y a la acción.

Quienes deseen conocer a los participantes y escuchar esas conversaciones pueden visitar el sitio web www.retosiglo21.org donde también se brinda información sobre esta importante iniciativa de ciudadanos comprometidos con la libertad, la democracia y el desarrollo humano integral.

JORGE WOODBRIDGE GONZÁLEZ

Ingeniero químico por la Universidad de Costa Rica, con estudios en Incae Business School y Ipade. Fue director del ICT, viceministro de Economía (2006-2008) y ministro de Competitividad (2008-2010). Es asesor financiero, fundador del Banco de Fomento Agrícola y profesor en la UCR. Ha dirigido diversas empresas y asociaciones, y es autor de varios libros sobre economía y sociedad.