

# PLAN NACIONAL DE TURISMO DE COSTA RICA 2022 - 2027





# Contenido

1. *Presentación*
2. *Indicadores generales*
3. *Indicadores de turismo*
4. *Propuesta de valor*
5. *Modelo de desarrollo turístico*
6. *Objetivos de desarrollo sostenible*
7. *Distribución del espacio turístico de Costa Rica*
8. *Visión y objetivo general*
9. *Objetivos y metas específicos*
10. *Estrategias y acciones*
11. *Indicadores objetivos y metas generales*
12. *Indicadores objetivos y metas específicos*
13. *Infograma del plan*



# Presentación

El crecimiento del turismo nos ha enseñado que esta es una actividad que genera beneficios para la sociedad capaces de impactar positivamente el bienestar de los costarricenses. Mantener el turismo en esta senda supone establecer una mejora continua en la gestión para asegurar que la evolución futura de la actividad se apegue al posicionamiento logrado con la “marca turística” del país, y más aún, al desarrollo humano al que se aspira como nación.

El Plan Nacional de Turismo de Costa Rica es la herramienta en la que el país se apoya para encarar -con ventaja- el futuro promisorio del turismo. Más allá de los logros alcanzados como destino turístico, se visualizan los nuevos retos y oportunidades que dibujan un escenario de futuro cuyos desafíos deben ser enfrentados para mantener al turismo como uno de los principales dinamizadores de la economía del país.

Ha sido diseñado mediante un proceso participativo del sector público y el privado asumiendo que no es, ni debe ser visto como un instrumento estático, por el contrario, debe ser utilizado como una herramienta dinámica que marca una ruta y una agenda consensuada de cara al futuro sobre la base de tendencias más que verdades absolutas. El estudio y análisis constante de la situación nacional, regional y mundial, es un complemento necesario para su ejecución y constante adaptación.

En suma, este Plan representa el punto de partida para enfrentar los retos del nuevo milenio, bajo una premisa fundamental: ajustar el rumbo para continuar por la senda de una recuperación turística de una Costa Rica que mira hacia el futuro. De esto se trata este ejercicio, de utilizar la información disponible y la experiencia acumulada para repensar el futuro con fundamento en la innovación, la inclusión y la sostenibilidad, como las tres fuerzas fundamentales que impulsan el desarrollo del turismo en Costa Rica.

Como parte del proceso constante de evaluación y seguimiento, se realizó, a finales del 2022 y principios del 2023, un proceso de consulta y actualización con representantes del sector turístico que ha dado como resultado esta nueva versión del plan. Este proceso de seguimiento se mantendrá a futuro con la intención que la propuesta del plan se mantenga actualizada.

El documento completo del Plan Nacional de Turismo 2022-2027 puede ser consultado en: <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/plan-nacional-turismo.html>

# Costa Rica

## Indicadores generales

1

Límites: Costa Rica está situada en el Istmo Centroamericano. Limita al norte con Nicaragua y al sur con Panamá, al noreste con el Mar Caribe y al suroeste con el Océano Pacífico  
Idioma oficial: Español  
Población total: 5 229 649 (septiembre 2022)  
Superficie: 51.100 Km<sup>2</sup>  
Fronteras: 516 km  
División Administrativa: El país está dividido en siete provincias, 82 cantones y éstos en 488 distritos (2021).

2

Población urbana % (2020): 80.77  
Densidad de población (2020): 100 hab./km<sup>2</sup>  
IDH (nº orden mundial) (2020): 25 de 188 países  
Coeficiente Gini de BM (2022): 0.503  
Porcentaje de hogares pobres (PHP) 20,04 (2022)  
Tasa Bruta de mortalidad infantil (menores 5 años 2021): 8,47  
Esperanza de vida al nacer (años) (2022): 80,9  
Edad media (2020): 31 años  
Crecimiento de la población anual (2020): 0.9  
Tasa de analfabetismo (2021): 2.14%  
Tasa de Natalidad (2021): 10,5%  
Renta Per cápita (nominal 2020): 12.076 dólares  
Renta Per cápita (BM, PPA 2019): 21.059 dólares

3

Cobertura eléctrica 99.4%  
Cobertura boscosa: 31% de bosque maduro, 13.7% de bosque secundario y un 4.6% de bosque deciduo.  
El 25,22% de la superficie terrestre costarricense se encuentra dentro de 125 Áreas Silvestres Protegidas.



# Costa Rica

## Indicadores de turismo

### Llegada de turistas <sup>1</sup>



**2 349 537** (2022)  
Turistas por todos los puertos

**3 139 008** (2019)  
Turistas por todos los puertos

### Contribución al PIB <sup>2</sup>



**6.0 %** (2021)  
CRC 2,378 BN (US\$ 3,851 BN)

**10.8%** (2019)  
CRC 4,146 BN (US\$ 9,630 BN)

### Empleo <sup>2</sup>



**200.5M** (2021)  
9.8% del total de empleo

**238.8 M** (2019)  
11% del total de empleo

### Crucelistas <sup>1</sup>



**100 000** (2021)  
Visitantes

**240 000** (2022)  
Visitantes

### Gasto internacional <sup>2</sup>



**CRC 1,013.7 BM** (2021)  
US\$ 1,641 MN

**CRC 2,495.4 BM** (2019)  
19.2% del total exportaciones  
US\$ 4,040 MN

### Gasto nacional <sup>2</sup>



**CRC 698.1 BM** (2021)  
US\$ 1,130.4 MN

**CRC 827 BM** (2019)  
19.2% del total exportaciones  
US\$ 4,040 MN



1. Fuente: ICT a partir de datos de la DGME

2. Fuente: WTTC. 2022 Annual Research: Key Highlights

# Propuesta de valor

## ELEMENTOS DIFERENCIADORES DEL PAÍS SOCIEDAD VALIOSA



*La propuesta de valor es una decisión que toma la marca, acorde con su propósito, basada en lo que ha detectado como relevante para el público al que se dirige.*

La marca Costa Rica está asociada con historias que den relieve al país como sociedad valiosa, que honra la naturaleza y potencia el bienestar humano de sus ciudadanos. Este concepto encuentra su territorio natural de expansión entre los consumidores más afines a Costa Rica como destino en vacaciones.

La decisión de posicionamiento es precisamente impulsar la marca Costa Rica como una sociedad valiosa que por una parte honra la naturaleza en su territorio (protege, cuida y comparte) y por otra, potencia el bienestar humano de sus ciudadanos (amigables, cultos, felices). Considerando estos elementos, la promesa de la marca apunta a que el destino sea percibido como una atmósfera que invita a la inmersión.

Con esta decisión de posicionamiento se pretende que:

La fuerza motriz en el viajero sea el deseo de descubrir esta sociedad valiosa y extraordinaria, fruto de una trayectoria de decisiones valientes, e igualmente sorprendente.

La experiencia vivida por los turistas entre nosotros sea, en algún sentido, una transformación positiva, con independencia de cuáles sean sus aficiones turísticas (playa, jungla, fauna, volcanes, aventura, wellness, surf, trekking, canopy y otros) y sus preferencias de alojamiento (gran hotel, lodge, apartamento u otros).

# Modelo de desarrollo

Los elementos clave en esta estrategia competitiva que han generado el posicionamiento deseado con: **sostenibilidad, innovación e inclusión**. A través del tiempo, estos tres elementos describen el corazón del modelo de turismo de Costa Rica y constituyen la esencia de la propuesta de valor del destino la promesa de la marca y el posicionamiento del país en los mercados internacionales.

Estos tres factores clave del modelo son esenciales para su continuidad y fortalecimiento y por lo tanto son componentes primarios de la política turística del país. Este plan de turismo tiene su punto de partida en esta política de sostenibilidad, innovación e inclusión como elementos clave sobre los que se sostiene la posición competitiva, el tipo de turismo deseado y el tipo de desarrollo humano al que se aspira como nación.

Cada uno de estos ejes de política se desdoblan a su vez en una serie de factores clave que permite una mejor comprensión de los alcances de cada uno de ellos (ver esquema), en el contexto del modelo de turismo de Costa Rica.

**Eje de innovación turística** es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local; que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencien la competitividad turística y la sostenibilidad. La innovación turística puede aplicar ya sea a destinos y productos turísticos; tecnología, funcionamiento, aseguramiento de la calidad; procesos, organizaciones y modelos de negocio; arquitectura; servicios, herramientas o prácticas de gestión; destrezas, marketing, comunicación, y a fijación de precios, entre otros. (OMT, 2019).

**Eje de sostenibilidad turística** es el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras; económicas, sociales y ambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, la industria, el entorno y las comunidades anfitrionas.

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico; debiéndose establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

**Eje de destino turístico inclusivo** es un destino que ofrece una experiencia turística basada en atributos propios y diferenciados, transforma la industria aumentando su capacidad competitiva, crea trabajo decente y promueve la igualdad de oportunidades de todas las personas – especialmente los colectivos vulnerables – para incorporarse y beneficiarse de la actividad turística; todo ello bajo los principios del desarrollo sostenible. Un destino turístico inclusivo, trabaja para mantener una senda de crecimiento capaz de integrar en su sistema turístico a todas las personas, en igualdad de condiciones, de manera sostenida en el tiempo. (UNWTO,2018).





# ODS

## Objetivos de desarrollo sostenible

En el marco de las recomendaciones globales de la OMT este plan de turismo integra los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) como parte fundamental de los objetivos y estrategias integrando el concepto de turismo innovador, sostenible e inclusivo en la formulación de las políticas y asegurando que las acciones estratégicas del plan estén conectadas con estos objetivos.

Muy particularmente el turismo de Costa Rica se ha relacionado con los ODS debido a:  
1. La capacidad de generar empleo en prácticamente en el territorio nacional (objetivo 1 y 8 relacionados con el combate a la pobreza y el trabajo decente y crecimiento económico).

2. La producción y consumo sostenible que se interconecta con el impulso al programa de certificación para la sostenibilidad turística que promueve la incorporación de los costos ambientales y sociales en la ecuación de producción.

Sin embargo, la crisis que ha generado la pandemia es una oportunidad para aumentar la contribución del turismo al logro de los 17 ODS, al tiempo que se mejora su resiliencia a los desastres y al cambio climático. Solo restan 10 años para la consecución de los ODS antes de la fecha límite de 2030 y a partir de este plan el turismo es un sector clave que debe contribuir directa o indirectamente a la mayor parte de ellos tal y como se muestra en siguiente esquema.

Todos los factores críticos del modelo turístico de Costa Rica conectan directamente con los ODS de manera que el avance de los objetivos y estrategias de este plan están directamente asociados principalmente a los siguientes nueve objetivos destacados en la siguiente figura.



### **Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo**

El turismo en Costa Rica representa más del 4% del PIB mundial, teniendo un impacto directo sobre los niveles de pobreza a nivel nacional. El sector debe potenciar la creación de puestos de trabajo decente que repercutan directamente sobre el bienestar de la población local y les ayude a obtener ingresos justos, seguridad y protección social y mejores perspectivas para su desarrollo personal e integración social.



### **Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades**

El sector turístico puede operar de una forma sostenible, sana y segura para las comunidades locales, los turistas y los empleados, contribuyendo al bienestar de todos ellos. Poner en marcha planes adecuados de seguridad e higiene y llevar a cabo las medidas oportunas para prevenir accidentes o problemas de salud entre los turistas y empleados son medidas a las que pueden contribuir las empresas.



### **Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos**

El sector turístico puede llevar a cabo una gestión eficiente de los recursos hídricos, limitando su impacto sobre los ecosistemas locales y al mismo tiempo proporcionando acceso a agua potable y a servicios de saneamiento a turistas y población local. Las empresas turísticas deben integrar el agua y el saneamiento como cuestiones clave dentro de sus estrategias de negocio.



### **Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos**

Las empresas del sector proporcionan puestos de trabajo que deben ser decentes a través de toda su cadena de valor. También deberían fomentar la contratación y el emprendimiento de la población local, especialmente entre grupos en situación de vulnerabilidad.



### **Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación**

Las empresas del sector tienen capacidad de invertir en instalaciones e infraestructuras sostenibles que permitan el acceso y uso universal, especialmente por parte de personas con discapacidad y otros grupos desfavorecidos. También pueden mejorar la capacidad tecnológica de los destinos turísticos, especialmente de las comunidades rurales en relación al acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones.



### **Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles**

El sector debe fomentar las prácticas de consumo y producción sostenible por parte de sus empleados, población local y turistas, en medidas tales como el uso eficiente de los recursos naturales y la gestión sostenible de alimentos y residuos sólidos y la selección de productos y proveedores. Las empresas del sector tienen en su mano la oportunidad de poner en marcha medidas de separación, reutilización y reciclaje, adoptar prácticas sostenibles en relación a su cadena de suministro y promover la cultura y los productos locales.



### **Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos**

Es imprescindible asegurar la sostenibilidad del sector, garantizando su compromiso con la protección ambiental para mitigar los efectos negativos sobre las personas y los destinos turísticos. Las empresas del sector y los destinos pueden participar en la lucha contra el cambio climático, mediante la planificación, reduciendo el consumo de energía, fomentando el uso de energías renovables y creando alianzas. Estas medidas son especialmente relevantes para las industrias del transporte y la hotelera.



### **Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible**

El sector debe fomentar una ordenación integrada de las zonas costeras a fin de ayudar a conservar y preservar los ecosistemas marinos y servir de vehículo para promover la economía azul. Las empresas que operan en el sector del turismo costero y marítimo pueden ayudar a prevenir y reducir la contaminación marina y utilizar los recursos marinos de forma sostenible en sus actividades. Además, una actividad responsable puede revertir en beneficios económicos para los lugares de destino, especialmente en zonas costeras o insulares poco desarrolladas.



### **Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica**

El turismo sostenible contribuye a generar beneficio a largo plazo, invertir en medidas de lucha contra la deforestación y la desertificación, para mantener los destinos turísticos en condiciones óptimas y generar un mayor flujo de visitas y beneficios para el ambiente y las comunidades locales. Las empresas que apuestan por un turismo sostenible pueden crear programas para los turistas enfocados en cómo preservar y cuidar el ambiente, para ayudar a las comunidades locales a administrar las visitas de modo que obtengan el mayor beneficio posible con un mínimo de riesgos para sus ecosistemas, su diversidad biológica y su flora y fauna.



# Espacio turístico

## Distribución del espacio turístico de Costa Rica

El marco de referencia para la gestión del territorio turístico de este plan se fundamenta en la clasificación del espacio turístico basado en una adaptación de la propuesta metodológica que se han utilizado en los diferentes procesos de planificación hasta la fecha.

Se parte de un concepto de unidad turística como la división de rango superior que engloba los elementos del patrimonio que integran el concepto de destino país. Se consideran siete unidades en las que se divide toda la superficie del país con el afán de destacar que el producto turístico de Costa Rica incluye toda la realidad social, ambiental, cultural económica y política del país.

Con la aplicación de una escala de estudio más precisa las unidades turísticas se subdividen, a efectos de aplicar programas particulares de gestión del espacio turístico, en sectores que abarcan un territorio formado por uno o varios distritos con gran concentración de actividades turísticas o en el que el turismo es una actividad potencialmente importante.

Las unidades y sus respectivos sectores se desdoblan a su vez, en espacios más pequeños los siguientes tres componentes del espacio turístico:

**Centro de distribución:** conglomerado urbano que sirve de base para visitar los atractivos incluidos en su radio de influencia. Corresponden a ciudades o poblados donde se concentran servicios generales de apoyo al turismo.

**Centro de desarrollo:** representa una porción del espacio turístico cuya concentración de atractivos de alta jerarquía, servicios en general, planta y equipamiento turístico y, le permite atraer, de modo más o menos constante, corrientes turísticas que pernoctan al menos una noche. Contiene una combinación de atractivos de alta jerarquía concentrados en un área en particular, generando una imagen de atracción turística de importancia

nacional que se expresa a través de la oferta y consumos de diversos productos turísticos.

**Centro de excursión:** reciben turistas procedentes de otros centros, para disfrutar de algún atractivo de importancia sin necesidad de pernoctar en el destino.

**Corredor turístico:** conforma una superficie alargada, por lo general paralelo a la costa con un ancho inferior a 5 kilómetros y una extensión variable, contiene uno o varios atractivos, planta y equipamiento turístico. La disposición de atractivos y la planta turística puede ser lineal o de concentración escalonada.

La división del espacio turístico, tal y como está planteado, permite una aproximación a la planificación que va de lo general (la unidad en nivel macro, el sector en nivel meso y el centro de desarrollo en el nivel micro) a lo particular, lo que facilita el planteamiento de estrategias y acciones puntuales, enfocadas en resolver las necesidades o potenciar las oportunidades concretas según los casos encontrados y según la dinámica turística que prevalece.

La definición de estas áreas no define un producto turístico ni les confiere automáticamente, a las localidades incluidas, una diferenciación turística per se. La distribución se hace con fines de ordenar la planificación y la gestión pública de espacios turísticos y no significa que la división genera productos turísticos particulares o acceso a mercados de manera automática.



Unidades de planeamiento	Centros distribución	Centros desarrollo	Centros excursión	Corredores estadia
<b>GUANACASTE</b>	Liberia Santa cruz Nicoya La Cruz Bagaces Cañas Tilarán	Santa Elena Polo Papagayo El Coco Flamingo Conchal Tamarindo Sámara Islita	Rincón de la Vieja Miravalles Santa Rosa Palo Verde Llanos de Cortés Ostional	Soley – El Jobo Hermosa-Bahía Azul Flamingo-Tamarindo Avellanas-Junquillal Sámara-Carrillo Nosara-Garza San Miguel-Coyote
<b>PUNTARENAS</b>	Puntarenas Cóbano Paquera Esparza	Santa Teresa Montezuma Tambor Puntarenas Monteverde	Miramar Islas del Golfo Caldera San Luis	Santa Teresa-Mal Pais Cabuya-Montezuma Tambor-Pochote Barranca -Caldera
<b>PACÍFICO MEDIO</b>	Jacó Parrita Quepos	Jacó Mi. Antonio	Esterillos Bejuco Herradura	Punta Leona-Hermosa Esterillo –Palo seco Quepos – Manuel Antonio Matapalo - Barú
<b>PACIFICO SUR</b>	Cortés Palmar Golfito	Drake Pérez Zeledón Puerto Jiménez Golfito Dominical San Vito	Rancho Quemado El Progreso Los Planes Sierpe	Dominical-Uvita Zancudo Pavones Jimenez-Carate
<b>CARIBE</b>	Guápiles Limón	Tortuguero Parismina Limón Cahuita Puerto viejo	Canales Tortuguero Río Yorkín Shiroles Bri Bri Gandoca	Río Estrella-Cahuita Puerto Viejo-Manzanillo Puerto Viejo- Gandoca Puerto Viejo- La Pera
<b>LLANURAS DEL NORTE</b>	Ciudad Quesada Tilarán Fortuna Los Chiles	Fortuna Sarapiquí Bijagua Caño Negro	Río Celeste Pangola Horquetas La virgen Arenal Tilarán Río Chiquito	Embalse Arenal La Fortuna- Tilarán La Fortuna-Guatuso
<b>VALLE CENTRAL</b>	San José Heredia Alajuela Cartago	San José Los Santos Turrialba	Volcán Poas Volcán Irazú Orosí Charrara Ujarraz	Copey- San Gerardo Tarrazú- Quepos Pacuare-Siquirres



## Visión

El turismo será el sector líder en la economía nacional, que le ofrece oportunidades de crecimiento y mejoramiento de vida a las personas; que valora, aprovecha y potencia de manera responsable los recursos naturales, culturales y humanos de cada sector del país.

Será una actividad inclusiva, resiliente, que genera encadenamientos, servicios innovadores, seguros y de alta calidad para los turistas nacionales e internacionales, que les permita conectar con la esencia costarricense, sus riquezas, valores y con la sociedad valiosa que hemos construido entre todos.

## Objetivo general

Mantener el turismo como el principal motor de la economía costarricense impulsando un modelo de desarrollo turístico sostenible, innovador e inclusivo que permite una distribución equitativa de beneficios para contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida a la que se aspira como nación.



# Objetivo específico 1

Promover una actividad turística resiliente que aproveche de manera sostenible el patrimonio turístico y cultural.

Meta 1.1: contar al 2027 con “planes de gestión de destinos turísticos” que integren desarrollo turístico local, producción sostenible y medidas para combatir el cambio climático y sus efectos, en el 100% de los Centros de Desarrollo Turístico del país.



# Objetivo específico 2

Impulsar la distribución de la demanda en los centros de desarrollo turístico del destino para mejorar la calidad de vida de las comunidades en las diferentes regiones del país.

Meta 2.1: al 2027 se habrá superado el nivel de 70 puntos de Índice de Progreso Social (IPS) en los “Centros de Desarrollo Turístico” del país.



# Objetivo específico 3

Mantener el turismo como el principal motor de la economía costarricense para contribuir a mejorar el bienestar de todos los costarricenses

Meta 3.1: generar 4,8 mil millones de dólares en el ingreso de divisas por concepto de turismo al 2027.

Meta 3.2: Alcanzar la llegada de 2,9 millones de turistas al 2027 por la vía aérea.

Meta 3.3: alcanzar la cifra de 400 mil cruceristas que desembarcan al 2027.





01

## Estrategia 1 Uso eficiente del espacio turístico

**Alcance:** El uso eficiente del espacio no solo pasa por la utilización inteligente de los recursos turísticos adoptando una perspectiva inclusiva, interdisciplinaria e intersectorial, sino por abordar los retos de conservación de la biodiversidad junto con la crisis del cambio climático, cuyos efectos globales tienen impacto sobre la realidad del turismo.

El uso eficiente del espacio turístico supone la responsabilidad que tiene el turismo por adoptar medidas e iniciativas que representen esfuerzos genuinos para proteger, rehabilitar y gestionar de forma sostenible los recursos naturales y culturales, como base para mejorar la resiliencia de la actividad turística en el contexto actual de Costa Rica.

**Enfoque:** hacer propuestas de valor en el territorio que impulsen la sostenibilidad, resiliencia, ordenen el uso del suelo y mejoren la capacidad de atracción de la demanda. Estas propuestas, deben además impulsar esquemas de gestión local que integren la asociatividad, la inclusión, la conservación y el valor del patrimonio natural y cultural.

**Objetivo estratégico 1:** adoptar prácticas innovadoras, sostenibles e inclusivas para promover el uso eficiente de los recursos turísticos en beneficio de los turistas, las empresas y la población en general, siempre en armonía con la naturaleza.

**Meta estratégica 1a:** mantener la distribución de la demanda en el territorio con una estadía promedio de 11 noches o más, como promedio del periodo.

Estrategias	Acciones
<p><b>1.1 Planificación del espacio turístico y cultural.</b></p> <p>Desarrollo de procesos y gestión de los destinos turísticos, a fin de contar con las condiciones necesarias para un desarrollo ordenado, estructurado, lógico y coherente con el modelo sostenible definido por el país.</p>	<p>1.1.1 Fortalecimiento del sistema de planificación (plan nacional, planes regionales, zona marítimo terrestre, entre otros), información y conocimiento turístico y cultural.</p> <p>1.1.2 Propuesta de un programa nacional de infraestructura y equipamiento turístico.</p>
<p><b>1.2. Gobernanza, asociatividad y capacidad de gestión local.</b></p> <p>Proceso de empoderamiento, organización y generación de capital social para mejorar la competitividad turística y las condiciones de vida para los pobladores de los diferentes centros de desarrollo turístico del país.</p>	<p>1.2.1 Desarrollo del programa de Gestión Integral de Destinos en todos los centros de desarrollo turístico del país.</p> <p>1.2.2 Programa de atención y apoyo al funcionamiento de las cámaras y organizaciones de turismo.</p>
<p><b>1.3 Gestión sostenible del turismo.</b></p> <p>Procesos de planificación, organización, ejecución y gobernanza para promover que el desarrollo de la industria turística genere desarrollo económico, social de las regiones turísticas, garantizando la protección y conservación de los ecosistemas, la riqueza y los valores culturales de las comunidades receptoras.</p>	<p>1.3.1 Impulso a la innovación en turismo climáticamente inteligente (adaptación, mitigación, prevención).</p> <p>1.3.2 Programa para el desarrollo y fortalecimiento de atractivos naturales y culturales.</p> <p>1.3.3 Impulso a la contribución del turismo a la consecución de los 17 ODS de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en particular de los ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), 13 (acción por el clima), 14 (vida submarina) y 15 (vida de ecosistemas terrestres), con proyectos tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar de economía circular en los destinos turísticos.</li> <li>• Impulsar ideas de economía circular y economía azul.</li> <li>• Integrar el agua y el saneamiento como cuestiones clave dentro de sus estrategias de negocio.</li> <li>• Programas de cero desechos.</li> <li>• Programas kilómetro cero y producción sostenible de alimentos.</li> <li>• Reforestación y recuperación de bosques, humedales y áreas degradadas.</li> </ul>
<p><b>1.4 Áreas silvestres protegidas.</b></p> <p>Impulso al uso y gestión sostenible de áreas silvestres protegidas que permitan generar sinergias entre los sectores de turismo y la conservación como elemento importante para la competitividad y fortalecimiento de ambos sectores.</p>	<p>1.4.1 Mejoramiento de equipamiento en infraestructura en áreas silvestres protegidas.</p> <p>1.4.2 Desarrollo de nuevas opciones para el crecimiento y diversificación de productos turísticos en Parques Nacionales, Áreas Protegidas públicas y privadas.</p> <p>1.4.3 Vinculación de las Áreas Silvestres Protegidas con comunidades locales por medio del turismo.</p>



01

## Estrategia 2 Desarrollo de productos.

**Alcance:** El desarrollo de nuevos productos debe enfocarse en la calidad y en la utilización de nuevos espacios y destinos, con el fin de apoyar la distribución de la demanda en el territorio nacional, para contribuir con la distribución de la riqueza y el bienestar, la revalorización de los espacios naturales y culturales, la descongestión de destinos saturados, la conservación del paisaje y la biodiversidad y, finalmente, contribuir con el cumplimiento de los ODS.

**Enfoque:** impulsar nuevos productos y destinos que promuevan la diversificación de la propuesta turística, la rentabilización del patrimonio, y la creación de cadenas de valor social, ambiental y cultural. El enfoque apunta a considerar el impulso en la operación de nuevos productos en las categorías de viajes por motivo de ocio, recreación y por motivos profesionales relacionados con la industria de reuniones. Este enfoque de productos considerará en principio y como base de reflexión las categorías definidas por la OMT.

Objetivo estratégico 2: mejorar la oferta de productos enfocada hacia la diversificación, la innovación, la inclusión, la sostenibilidad y la calidad, para generar mayor valor agregado para los turistas.

Meta estratégica 2a: mantener el índice de satisfacción del producto turístico de manera que supere el 70% como promedio del periodo.

Meta estratégica 2b: mantener el índice de balance del producto de manera que supere el 30% como promedio del periodo.

Meta estratégica 2c: mantener el índice de satisfacción del producto turístico, en relación con el turismo nacional, de manera que supere el 70% como promedio del periodo.

Estrategias	Acciones
<p><b>2.1 Componentes del producto para incorporar en la oferta turística.</b></p> <p>Apoyo al sector y actores locales, en la identificación y mejoramiento de elementos naturales, culturales y sociales para su incorporación en productos turísticos, buscando que aporten un valor añadido y reafirmando el carácter local y la autenticidad de las experiencias ofrecidas a los turistas.</p>	<p>2.1.1 Ejecución de programas de apoyo al desarrollo de diversas manifestaciones culturales locales (artesanías y otras actividades productivas locales).</p> <p>2.1.2 Desarrollo de un programa de gastronomía saludable y sostenible con identidad local.</p> <p>2.1.3 Levantamiento de información del patrimonio turístico en los diferentes CDT del país.</p>
<p><b>2.2 Desarrollo de nuevos productos turísticos.</b></p> <p>Impulsar nuevos productos priorizando aquellos que pueden ser desarrollados para fortalecer la conectividad y diferenciación de los CDT.</p>	<p>2.2.1 Estrategia de impulso a nuevos productos/ mercados para segmentos de ocio y MICE.</p> <p>2.2.2 Estructuración y análisis de propuestas de carteras de productos (mezcla, viabilidad, prestación, comercialización y esquemas colaborativos) en los destinos del país.</p> <p>2.2.3 Desarrollar un proyecto para cuantificar la oferta y la diversidad de productos turísticos en operación y comercialización para ocio y MICE).</p> <p>2.2.4 Desarrollo de propuestas para impulsar el turismo urbano como potencial integrador de las ciudades del país en la oferta turística.</p>
<p><b>2.3 Turismo social (inclusivo, accesible y otros).</b></p> <p>Favorecer un crecimiento medible de igualdad de oportunidades para el disfrute de la oferta turística actual y las nuevas, mejorando la diversidad de productos turísticos y servicios con accesibilidad.</p>	<p>2.3.1 Apoyar el desarrollo de propuestas para productos turísticos inclusivos.</p> <p>2.3.2 Apoyar al desarrollo de espacios turísticos accesibles.</p> <p>2.3.3 Diseñar e implementar propuestas para el desarrollo de turismo social.</p> <p>2.3.4 Implementación de la inclusión laboral en el sector.</p>



03

### Estrategia 3 Posicionamiento diferenciado.

**Alcance:** Las estrategias y acciones en este eje fomentan el posicionamiento basado en nuestros valores, resaltando todas las posibilidades de esparcimiento y recreación por medio de productos turísticos que incluyen sol y playa, ecoturismo, aventura, deportes, bienestar, turismo rural y actividades vivenciales.

**Enfoque:** impulsar propuestas para mantener la imagen del país como destino que protege el entorno y promueve valores sociales, ambientales y culturales, ofertando productos que transmiten experiencias y vivencias más que actividades. El enfoque está dirigido a implementar una estrategia integral de mercadeo en los países con mayor potencial emisor de turistas, para incentivar la reactivación dirigida a posicionar a Costa Rica como sociedad valiosa y apta para visitar todo el año, haciendo hincapié en la construcción de elementos diferenciadores que nos identifican con la propuesta de valor (sociedad valiosa) y la promesa de la marca (experiencia inolvidable).

**Objetivo estratégico 3:** incrementar el interés de los principales mercados emisores de turistas internacionales y del mercado de turistas nacionales como destino diferenciado, impulsando una estrategia integral para posicionar a Costa Rica como sociedad valiosa y apta para ser visitada durante todo el año

**Meta estratégica 3a:** aumento del 5% anual en la búsqueda de vuelos hacia Costa Rica.

**Meta estratégica 3b:** aumentar un 2% anual en la estimación de turistas nacionales y de residentes que hacen paseos y vacaciones en nuestro país.

**Meta estratégica 3c:** alcanzar 5 millones de asientos de avión disponibles para viajar a Costa Rica al 2027.

Estrategias	Acciones
<p><b>3.1 Mercadeo y promoción turística hacia diversos mercados.</b></p> <p>Posicionar a Costa Rica en forma diferenciada para viajes por motivos personales manteniendo el posicionamiento actual como sociedad valiosa y buscando atraer turistas con nuevos motivos de viajes bajo nuevos esquemas de rutas, entre ellas las gastronómicas rurales y urbanas.</p>	<p>3.1.1 Posicionamiento de Costa Rica como destino diferenciado para viajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por motivos personales de ocio: playa, naturaleza, aventura, deportes, turismo rural, urbano, bienestar, gastronómico y cultural.</li> <li>• Por motivos profesionales de negocios, congresos, convenciones, industria fílmica.</li> <li>• Por motivos personales en el concepto de nómada digital.</li> </ul> <p>3.1.2 Orientación de acciones de mercadeo hacia aquellos mercados de respuesta rápida, con posicionamiento país o con grandes audiencias y hacer mayores esfuerzos en "trade" y en prensa.</p>
<p><b>3.2 Atracción de líneas aéreas, de cruceros, veleros, yates, megayates y pequeños cruceros.</b></p> <p>Fomento al crecimiento gradual y sostenido de la conectividad aérea y marítima desde los mercados prioritarios. Se pretende incrementar la frecuencia de las líneas aéreas y la conectividad con otros mercados emergentes, así como la atracción de cruceros.</p>	<p>3.2.1 Fomento al crecimiento de la conectividad aérea.</p> <p>3.2.2 Concentrar los esfuerzos en la atracción en líneas aéreas desde Estados Unidos, Canadá y México; y en Europa en los mercados de Alemania, Reino Unido, Francia, España, Suiza y Países Bajos.</p> <p>3.2.3 Mejoramiento de la infraestructura y condiciones en los aeropuertos internacionales del país.</p> <p>3.2.4 Atracción de líneas de cruceros turísticos.</p> <p>3.2.5 Mejoramiento de infraestructura y condiciones en las terminales y ciudades portuarias para la atención de visitantes.</p> <p>3.2.6 Fomentar el crecimiento y consolidación de torneos de pesca turística y deportiva para la atracción de pescadores y yates desde EEUU.</p>
<p><b>3.3 Impulso al turismo nacional.</b></p> <p>Incentivar el turismo interno para atenuar efectos de la estacionalidad, pero sobre todo para incrementar la convivencia familiar, el esparcimiento y mejorar la calidad de vida las personas residentes del país.</p>	<p>3.3.1 Implementación de estrategias y acciones para fomentar y facilitar el turismo interno.</p> <p>3.3.2 Desarrollo de métrica sobre turismo interno a través de aplicaciones digitales.</p> <p>3.3.3 Integración de estrategias para potenciar la gastronomía tradicional, así como la de innovación con identidad cultural y la gastronomía saludable y balanceada.</p>



04

## Estrategia 4 Encadenamientos productivos.

**Alcance:** Las estrategias y acciones en este eje se orientan además del apoyo inmediato, en preparar a las empresas del sector y particularmente a las mipymes para el futuro, específicamente mediante el fortalecimiento de las habilidades empresariales, comerciales y digitales. Otro aspecto relevante en este eje es la atención del tema del empleo en el sector del turismo que se caracteriza por altos niveles de informalidad, con jornadas parciales, temporales, ocasionales o estacionales realizado por cuenta propia o de manera independiente.

**Enfoque:** impulsar propuestas para apoyar redes, cadenas de valor y nuevas herramientas que permitan a las empresas mejorar su competitividad. Incluye además impulsar programas de calidad en el sector empresarial para mejorar la relación calidad-precio, disminuir barreras de entrada y facilitar la incorporación de pequeñas y medianas empresas en el sistema de comercialización. Con respecto al empleo, este plan toma en consideración un principio del trabajo digno para todos quienes laboren en actividades turísticas.

**Objetivo estratégico 4:** fortalecer los encadenamientos productivos inclusivos mediante el fomento de la productividad y la competitividad de las empresas, para la generación y la distribución de beneficios entre actores y comunidades locales.

**Meta estratégica 4a:** mantener la proporción de empresas pequeñas y medianas de hospedaje entre el 70% y el 80% respecto de la oferta nacional.

**Meta estratégica 4b:** crecimiento del 10% en la cantidad de asegurados directos en la actividad económica hoteles y restaurante del régimen de la Caja Costarricense de Seguro Social.

Estrategias	Acciones
<p>4.1 Desarrollo y fortalecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas y empresas asociativas. Fomentar y fortalecer el desarrollo y la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas dedicadas a actividades turísticas, propiciando la articulación de emprendimientos, sinergias productivas, mejora de la capacidad de gestión y comercialización.</p>	<p>4.1.1 Mejoramiento de las capacidades y competencias empresariales del sector turismo. 4.1.2 Impulso a procesos de comercialización en línea para micro, pequeñas y medianas empresas. 4.1.3 Apoyo e impulso en la generación de encadenamientos productivos turísticos por medio de paquetes, alianzas y promoción por sector geográfico o por temática turística. 4.1.4 Alianzas público-privadas en la gestión de programas de mejoramiento en la gestión de pequeñas y medianas empresas turísticas.</p>
<p>4.2 Atracción y generación de inversiones. Corresponde a la coordinación, responsabilidad, seguimiento y facilitación de trámites y procedimientos para impulsar el crecimiento de las inversiones turísticas tanto nacionales como internacionales.</p>	<p>4.2.1 Implementación de una estrategia de atracción de inversiones nacionales e internacionales. 4.2.2 Programa de apoyo para micro, pequeñas y medianas emprendimientos turísticos. 4.2.3 Facilitación de trámites para la instalación y el funcionamiento de empresas turísticas.</p>
<p>4.3 Estrategia de capacitación turística. Impulsar un proceso de mejora continua, que surge de la necesidad de dirigir la formación de los diferentes sectores turísticos, ya sea en la oferta de producto o de servicio, en función para contribuir al desarrollo de las estrategias y objetivos del destino.</p>	<p>4.3.1 Fortalecimiento de la capacitación turística. 4.3.2 Alianzas público-privadas para el desarrollo de capacidades empresariales.</p>
<p>4.4 Transformación empresarial. Crecimiento en el desarrollo de una oferta turística más competitiva, generando una mejor planta turística, para la prestación de servicios con mejora continua en calidad, experiencia y seguridad para el usuario y empresario turístico.</p>	<p>4.4.1 Mejoramiento de la calidad turística, la experiencia, la sostenibilidad y competitividad de las empresas turísticas basados en la innovación. 4.4.2 Fomento a la asistencia crediticia para el desarrollo de pequeñas y medianas empresas. 4.4.3 Fomento a la obligatoriedad del registro de empresas turísticas. 4.4.4 Valorar la factibilidad de una nueva generación de incentivos turísticos. 4.4.5 Desarrollo de infraestructura tecnológica. 4.4.6 Programa de apoyo para microemprendimientos turísticos para fomentar la formalidad y acceso a crédito.</p>
<p>4.5 Empleo turístico. Generar fuentes de trabajo de calidad, en igualdad de oportunidades.</p>	<p>4.5.1 Programa de sensibilización sobre calidad del empleo. 4.5.2 Desarrollo de un programa continuo para el de análisis de las condiciones del empleo turístico. 4.5.3 Incidencia en los programas del MEP para que los colegios sean técnicos en todos los centros de desarrollo turístico para atender las necesidades del sector turismo.</p>



05

## Estrategia 5 Experiencia turística.

**Alcance:** la oferta turística debe incorporar la gestión de la calidad y la innovación permanente en el producto y los servicios, para mejorar la relación calidad- precio percibida y promover la oferta de experiencias novedosas, ligadas a la cultura local y seguras pues los consumidores demandarán, continuamente, nuevas experiencias.

**Enfoque:** impulsar programas que refuercen la percepción de la experiencia turística por parte de los visitantes. El enfoque considera impulsar experiencias personalizadas de tal modo que el visitante pueda realizar en todo momento elecciones individuales de consumo que le permitan participar y ser parte directa del producto.

**Objetivo estratégico 5:** generar una buena percepción de la experiencia turística por parte de los visitantes.

**Meta estratégica 5a:** mejorar el índice de percepción global del destino de manera que supere el 70% como promedio del periodo.

Estrategias	Acciones
<p>5.1 Autenticidad de las experiencias turísticas.</p> <p>Que la experiencia que viva el turista sea auténtica, que le permita conocer el ser costarricense, disfrutar y compartir momentos especiales durante su estancia. Además, que conozca nuestras tradiciones y costumbres, de las diversas regiones del país ambientes llenos de paz y nuestras bellezas naturales.</p>	<p>5.1.1 Asistencia e información al turista sobre producto auténticos mediante innovación tecnológica.</p> <p>5.1.2 Desarrollo y divulgación de guías turísticas para sectores turísticos en formatos accesibles para turistas nacionales e internacionales.</p> <p>5.1.3 Alianzas público-privadas para la seguridad y salvamento de turistas.</p>
<p>5.2 Tecnología de información y comunicación</p> <p>Incentivar el desarrollo de plataformas tecnológicas digitales accesibles para los turistas que les facilite lograr un conocimiento del destino. También de las empresas para mejorar la comercialización de su oferta turística. Se debe realizar esfuerzos para lograr la conectividad en todas las regiones para alcanzar el uso eficiente de la tecnología.</p>	<p>5.2.1 Desarrollo de plataformas digitales de información turística para empresas y turistas en formatos accesibles.</p> <p>5.2.2 Apoyo para el desarrollo de plataformas digitales de información turística para empresas y turistas en formatos accesibles.</p>
<p>5.3 Manejo de emergencias y riesgo.</p> <p>La seguridad es pieza clave en el desarrollo turístico, por lo que se debe trabajar en la protección de la vida, la salud, la integridad física, psicológica y económica de los visitantes. Ante esto, los prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras deben contar con planes de emergencia inclusivos que contemplen a los turistas, por lo que será necesario el desarrollo de procesos de sensibilización de riesgos y manejo de emergencias.</p>	<p>5.3.1 Fomento a la cultura de prevención del riesgo y atención de emergencias en el sector Turismo.</p>



06

## Estrategia 6 Alineamiento del turismo en la agenda nacional.

**Alcance:** el turismo, como queda de manifiesto en este plan, es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de Costa Rica, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general, promueve un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo, desarrolla actividades económicas locales. Todos estos beneficios deben reflejarse en la importancia relativa que se le dé en el contexto de otros sectores productivos, en el espacio que se le brinde para la construcción de acuerdo interinstitucionales y en el reconocimiento que debería tener por parte de la ciudadanía en general.

**Enfoque:** impulsar programas que fomenten el reconocimiento del turismo como un sector estratégico para el desarrollo del país, que turismo lidere una rectoría sectorial efectiva impulsando iniciativas de impacto turístico juntamente con otras instituciones del Estado.

**Objetivo estratégico 6:** lograr que el turismo lidere una rectoría sectorial efectiva, impulsando iniciativas de impacto turístico juntamente con otras instituciones del Estado.

**Meta estratégica 6a:** lograr al menos 5 iniciativas políticas formuladas y ejecutadas al 2027.

Estrategias	Acciones
<p>6.1 Desarrollo sectorial.</p> <p>Consolidar la secretaria sectorial de turismo y fortalecer las relaciones entre el sector turismo y otras instituciones, organizaciones, grupos de interés y la población en general.</p>	<p>6.1.1 Establecimiento de alianzas público-privadas para el desarrollo integral del sector turismo.</p> <p>6.1.2 Fomento de programa de crédito el financiamiento para empresas turísticas.</p> <p>6.1.3 Fomento de inversiones que son necesarias y urgentes, el déficit de infraestructura para la gestión de residuos y economía circular en los destinos turísticos.</p> <p>6.1.4 Proyectos para mejorar la capacidad tecnológica de los destinos turísticos, especialmente de las comunidades rurales en relación con el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones.</p> <p>6.1.5 Mejoramiento de la atención de turistas en aeropuertos, puertos y otras instituciones que brinden algún tipo de atención al turista.</p>



# INDICADORES OBJETIVOS-METAS GENERALES

## 01



OBJETIVOS ESPECÍFICOS	METAS ESPECÍFICAS	INDICADORES
Promover una actividad turística resiliente que aproveche de manera sostenible el patrimonio turístico y cultural.	Contar al 2027 con "planes de gestión de destinos turísticos" que integran desarrollo turístico local, producción sostenible y medidas para combatir el cambio climático y sus efectos, en el 100% de los Centros de Desarrollo Turístico del país.	Porcentaje de planes de gestión integral elaborados y en ejecución en Centros de Desarrollo Turístico. Fuente: ICT
Impulsar la distribución de la demanda en los Centros de Desarrollo Turístico del país para mejorar la calidad de vida de las comunidades en las diferentes regiones del país.	Al 2027 se habrá superado el nivel de 70 puntos de IPS en los "Centros de Desarrollo Turístico" del país.	Promedio del valor obtenido en el Índice de Progreso Social (IPS) medido en Centros de Desarrollo Turístico para el periodo 2022-2027. Fuente: INCAE-ICT
Mantener el turismo como el principal motor de la economía costarricense.	Generar 4,9 mil millones de dólares en el ingreso de divisas por concepto de turismo al 2027.	Cantidad de divisas por concepto de turismo que ingresan al país. Fuente: BCCR
	Alcanzar la llegada de 2,9 millones de turistas al 2027 por la vía aérea.	Cantidad de turistas internacionales que ingresan al país por todas las vías. Fuente: DGME-ICT
	Alcanzar la cifra de 400 mil cruceristas que desembarcan al 2027.	Promedio en la variación interanual en la cantidad de cruceristas que desembarcan en el país. Fuente: JAPDEVA-INCOOP



INDICADORES  
OBJETIVOS Y METAS  
ESPECÍFICOS

02



Objetivos estratégicos	Meta	Indicador
Adoptar prácticas innovadoras, sostenibles e inclusivas para promover el uso eficiente de los recursos turísticos en beneficio de los turistas, las empresas y la población en general, siempre en armonía con la naturaleza.	Mantener la distribución de la demanda en el territorio con una estadía promedio de 11 noches o más, como promedio del periodo.	Promedio de noches de estadía por todos los motivos de viaje entre el 2022 y 2027. Fuente: ICT. Encuesta aérea de no residentes
Mejorar la oferta de productos enfocada hacia la diversificación, la innovación, la inclusión, la sostenibilidad y la calidad, para generar mayor valor agregado para los turistas.	Mantener el índice de satisfacción del producto turístico de manera que supere el 70% como promedio del periodo.  Mantener el índice de balance del producto de manera que supere el 30% como promedio del periodo.  Mantener el índice de satisfacción del producto turístico, en relación con el turismo nacional, de manera que supere el 70% como promedio del periodo.	Promedio del valor del índice de satisfacción del producto entre el 2022 y 2027. Fuente: MABRIAN  Promedio del valor del índice de producto entre el 2022 y 2027. Fuente: MABRIAN.  Promedio del valor del índice de satisfacción del producto para turismo nacional entre 2022 y 2027. Fuente: MABRIAN
Incrementar el interés de los principales mercados emisores de turistas internacionales y del mercado de turistas nacionales como destino diferenciado, impulsando una estrategia integral para posicionar a Costa Rica como sociedad valiosa y apta para ser visitada durante todo el año.	Aumento del 5% anual en la búsqueda de vuelos hacia Costa Rica, como promedio del periodo.  Aumentar un 2% anual en la estimación de turistas nacionales y de residentes que hacen paseos y vacaciones en nuestro país, como promedio del periodo.  Alcanzar 5 millones de asientos de avión disponibles para viajar a Costa Rica, al 2027.	Promedio en la variación anual del indicador de búsqueda de vuelos totales en el período 2022-2027. Fuente: MABRIAN.  Promedio en la variación anual del indicador en el período 2022-2027. Fuente: ICT  Promedio en la cantidad de asientos totales hacia el destino en el período al 2027. Fuente: OAG
Fortalecer los encadenamientos productivos inclusivos mediante el fomento de la productividad y la competitividad de las empresas, para la generación y la distribución de beneficios entre actores y comunidades locales.	Mantener la proporción de empresas pequeñas y medianas de hospedaje entre el 70 y el 80 % respecto de la oferta nacional en el período 2022 al 2027.  Mantener al menos el 63% de las habitaciones en establecimientos de hospedaje con menos de 40 habitaciones en el periodo 2022-2027.  Crecimiento del 10% en la cantidad de asegurados directos en la actividad económica hoteles y restaurantes del régimen de la CCSS.	Proporción media de empresas pequeñas y medianas de hospedaje en el periodo 2022-2027. Fuente: ICT  Proporción de habitaciones en empresas con 40 o menos habitaciones respecto del total de habitaciones del país. Fuente: ICT  Promedio en la variación interanual en la cantidad de asegurados directos en hoteles y restaurantes en el período 2022-2027. Fuente: CCSS
Generar una buena percepción de la experiencia turística por parte de los visitantes.	Mejorar el índice de percepción global del destino de manera que supere el 70% como promedio del periodo.	Puntuación media del indicador percepción global en el período 2022-2027. Fuente: MABRIAN.
Lograr que turismo lidere una coordinación interinstitucional efectiva, impulsando iniciativas de impacto para el sector.	Lograr al menos 5 iniciativas políticas formuladas y ejecutadas al 2027.	Cantidad de iniciativas formuladas y ejecutadas en el periodo 2022-2027. Fuente: ICT



# Plan de Turismo de Costa Rica 2022-2027



**VISIÓN**

El turismo será el sector líder en la economía nacional, que le ofrece oportunidades de crecimiento y mejoramiento de vida a las personas, que valora, aprovecha y potencia de manera responsable los recursos naturales, culturales y humanos de cada sector del país. Será una actividad inclusiva, resiliente, que genera encadenamientos, servicios innovadores, seguros y de alta calidad para los turistas nacionales e internacionales, que les permita conectar con la esencia costarricense, sus riquezas, valores y con la sociedad valiosa que hemos construido entre todos.

**Objetivo General**

Mantener el turismo como el principal motor de la economía costarricense impulsando un modelo de desarrollo turístico sostenible, innovador e inclusivo que permite una distribución equitativa de beneficios para contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida a la que se aspira como nación.

**OBJETIVOS**

- 1** Promover una actividad turística resiliente que aproveche de manera sostenible el patrimonio turístico y cultural.
- 2** Impulsar la distribución de la demanda en los centros de desarrollo turístico del país para mejorar la calidad de vida de las comunidades en las diferentes regiones del país.
- 3** Mantener el turismo como el principal motor de la economía costarricense.

**METAS**

- Pontar al 2027 con "planes de gestión de destinos turísticos" que integran desarrollo turístico local, producción sostenible y medidas para combatir el cambio climático y sus efectos, en el 100% de los Centros de Desarrollo Turístico del país.
- Generar 4,8 mil millones de dólares en el ingreso de divisas por concepto de turismo al 2027.
- Alcanzar la llegada de 2,9 millones por la vía aérea al 2027.
- Lograr un aumento del 10% anual del total de cruceristas que desembarcan en el periodo 2022-2027.
- Al 2027 se habrá superado el nivel de 70 puntos de Índice de Progreso Social (IPS) en los "Centros de Desarrollo Turístico" del país.



**Objetivos**

- Adoptar prácticas innovadoras, sostenibles e inclusivas para promover el uso eficiente de los recursos turísticos en beneficio de los turistas, las empresas y la población en general, siempre en armonía con la naturaleza.
- Mejorar la oferta de productos enfocada hacia la diversificación, la innovación, la inclusión, la sostenibilidad y la calidad, para generar mayor valor agregado para los turistas.
- Incrementar el interés de los principales mercados emisores de turistas internacionales y del mercado de turistas nacionales como destino diferenciado, impulsando una estrategia integral para posicionar a Costa Rica como sociedad valiosa y apta para ser visitada durante todo el año.
- Fortalecer los encadenamientos productivos inclusivos mediante el fomento de la productividad y la competitividad de las empresas, para la generación y la distribución de beneficios entre actores y comunidades locales.
- Generar una buena percepción de la experiencia turística por parte de los visitantes.
- Lograr que turismo lidere una coordinación interinstitucional efectiva, impulsando iniciativas de impacto para el sector.

**Metas**

- Promedio de noches de estadía por todos los motivos de viaje entre el 2022 y 2027: **12,0** (rango 9-14)
- Índice Producto: **70**
- Balance Producto: **30**
- Promedio en la variación anual del indicador de búsqueda de vuelos totales 2022-2027: **5%**
- Promedio en la variación anual de turistas nacionales que hacen paseos y vacaciones 2022-2027: **2%**
- Proporción de empresas de hospedaje pequeñas y medianas 2022-2027: **80%**
- Proporción de habitaciones en establecimientos de hospedaje con 40 o menos habitaciones respecto del total de habitaciones del país 2022-2027: **63%**
- Índice de percepción global del destino: **70,0**
- Cantidad de iniciativas formuladas y ejecutadas en el periodo 2022-2027: **5** (rango 0-10)

**Estrategias**

- Planificación del espacio turístico y cultural.
- Gobernanza, asociatividad y capacidad de gestión local.
- Gestión sostenible del turismo.
- Áreas protegidas.
- Componentes del producto para incorporar en la oferta turística.
- Desarrollo de nuevos productos turísticos.
- Turismo inclusivo.
- Mercadeo y promoción turística hacia diversos mercados.
- Atracción de líneas aéreas, de cruceros y de embarcaciones pequeñas.
- Impulso al turismo nacional.
- Desarrollo y fortalecimiento de MiPyMes.
- Atracción y generación de inversiones.
- Estrategia de capacitación.
- Transformación empresarial
- Empleo turístico.
- Autenticidad de las experiencias turísticas.
- Tecnología de información y comunicación.
- Manejo de emergencias y riesgo.
- Desarrollo sectorial.

