



PRESENTACIÓN

El turismo, sin duda alguna, es un sector de vital importancia para el desarrollo económico y social de cualquier país. Además de generar empleo y fomentar la inversión, el turismo promueve el intercambio cultural, fortalece las relaciones internacionales y contribuye a la preservación del patrimonio natural y cultural.

En este informe, se presentan los principales indicadores y tendencias que han marcado la actividad turística en Costa Rica en los últimos seis meses a partir un análisis exhaustivo basado en datos estadísticos e información que proviene de fuentes confiables, válidas y certeras..

El objetivo de este informe es contribuir a la discusión y análisis de la realidad turística del país proporcionando una herramienta para los profesionales del sector, tomadores de decisiones, académicos y cualquier persona interesada en comprender el impacto del turismo en nuestra sociedad. Estamos convencidos de que este análisis contribuirá a la toma de decisiones informadas y al impulso de políticas y prácticas que promuevan un turismo responsable y sostenible.

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



Entorno económico



Situación mundial



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

De acuerdo con el Banco Mundial (Banco Mundial, 2023) luego de crecer un 3,1 por ciento en el 2022, la economía global se desacelerará sustancialmente en 2023, a 2.1 por ciento, en medio de continuos endurecimientos de la política monetaria para frenar la alta inflación, antes de una tibia recuperación en 2024, a 2,4 por ciento. Se espera que las estrictas condiciones financieras mundiales y la débil demanda externa afecten el crecimiento en las economías

de mercados emergentes y en desarrollo (EMDE). Proyecciones para muchos países han sido revisadas a la baja durante el horizonte de pronóstico, con mejoras principalmente debido a datos más fuertes de lo esperado a principios de 2023 más que compensados por las rebajas posteriores.

La inflación ha sido persistente, pero se prevé que disminuya gradualmente a medida que la demanda se debilite y se compense. Los precios de las materias primas se moderan, siempre que las expectativas de inflación a largo plazo permanezcan ancladas. El crecimiento mundial podría ser más débil de lo previsto en caso de presiones inflacionarias más persistentes que puedan provocar una política monetaria más estricta de lo esperado.

Las débiles perspectivas de crecimiento y los mayores riesgos a corto plazo agravan una desaceleración a largo plazo en el crecimiento



potencial, que se ha visto exacerbado por los choques superpuestos de la pandemia, la invasión de Ucrania por parte de la Federación Rusa v el fuerte endurecimiento de las condiciones financieras mundiales.

Vale decir que estos factores dibujan un panorama económico que tendría efectos sobre las actividades productivas y particularmente sobre el turismo, dada la fragilidad que supone

tiene una actividad que apenas viene recuperándose de la crisis que

significaron los tres años de

pandemia.

La fuerte desaceleración del crecimiento será generalizada: los pronósticos se corregirán a la baja para el 95 % de las economías avanzadas y para casi el 70 % de los mercados emergentes y las economías en desarrollo (MEED). Durante los próximos dos años, el ingreso per cápita de los MEED se ubicará, en promedio, en el 2,8 %, un punto porcentual inferior al promedio registrado en el período 2010-2019.

Se prevé que el crecimiento de las economías Avanzadas se desacelerará del 2,5 % en 2022 al 0.5 % en 2023.

En las últimas dos décadas, las desaceleraciones de esta magnitud han sido la antesala de una recesión mundial. En Estados Unidos, el crecimiento caerá al 0,5 % en 2023, 1,9 puntos porcentuales por debajo de los pronósticos anteriores y el desempeño más deficiente, fuera de las recesiones oficiales, desaceleraciones de esta magnitud podrían ser la antesala de una recesión mundial aunque eso es algo que todavía no se puede anticipar.

Dada la frágil situación económica, cualquier nuevo acontecimiento adverso, como una inflación más alta que la prevista, aumentos abruptos de las tasas de interés para contenerla o la intensificación de las tensiones geopolíticas—

podría empujar a la economía mundial

a la recesión.

Sería la primera vez en más de 80 años que se producen dos recesiones mundiales en la misma década desde 1970. En 2023, se espera la zona del euro no registre crecimiento, lo que representa una revisión a la baja de 1,9 puntos porcentuales.

En el ámbito de los riesgos a nivel mundial, el cambio climático continúa siendo uno de los mayores desafíos que enfrenta la humanidad en el siglo XXI.

Sus efectos son cada vez más evidentes y amenazan nuestra seguridad, bienestar y medio ambiente. Para el año 2023, se pronostican varios riesgos asociados al cambio climático que requieren nuestra atención urgente.

En primer lugar, el aumento de las temperaturas globales es un riesgo significativo. Según el informe del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC, 2021), se espera que

las temperaturas promedio del planeta aumenten en 1.5 grados Celsius para el año 2030 si no se toman medidas adecuadas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Este aumento de temperatura conlleva una serie de consecuencias negativas, como el derretimiento de los glaciares, el aumento del nivel del mar y la intensificación de fenómenos meteorológicos extremos como huracanes y sequías.

En segundo lugar, la escasez de recursos hídricos es otro riesgo importante relacionado con el cambio climático. A medida que las temperaturas aumentan y los patrones de lluvia cambian, muchas regiones enfrentan una disminución en la disponibilidad de agua dulce. Según el informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2022), se estima que para el año 2025, dos tercios de la población mundial

podrían estar viviendo en condiciones de estrés hídrico.

La escasez de agua supone menos agua para la producción agrícola, lo cual, a su vez, supone menor disponibilidad de alimentos y pone en peligro la seguridad alimentaria y la nutrición. En vista de que la población mundial llegará a cerca de 9 000 millones de personas en 2050, está claro que la escasez de agua supone una amenaza real para la seguridad alimentaria, pues habrá que cultivar más alimentos con recursos hídricos limitados (FAO, 2023).

Además, la pérdida de biodiversidad es otro riesgo asociado al cambio climático que requerirá atención en el año 2023. Los ecosistemas terrestres y marinos están experimentando cambios drásticos debido al calentamiento global y otros factores relacionados. Según



un estudio de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN, 2023), se estima que el aumento de ~1°C en la temperatura media global está causando impactos graves y, a menudo, inesperados en las especies, afectando su abundancia, composición genética, comportamiento y supervivencia.

La disminución de especies amenaza los servicios que la naturaleza brinda a las personas, que incluyen funcionar como sumideros de carbono y aumentar nuestra resiliencia al cambio climático.

En conclusión, para este 2023, y desde luego para años venideros, se acentúan importantes riesgos asociados al cambio climático. El aumento de las temperaturas globales, la escasez de recursos hídricos y la pérdida de biodiversidad son solo algunos ejemplos de los desafíos que debemos abordar.

Para todas las actividades productivas pero particularmente para las relacionadas con el turismo, es fundamental tomar medidas efectivas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, promover la adaptación al cambio climático y proteger los ecosistemas. Solo a través de una acción global y coordinada podemos enfrentar exitosamente los riesgos del cambio climático y proteger nuestro planeta para las generaciones futuras.





Turismo en el mundo

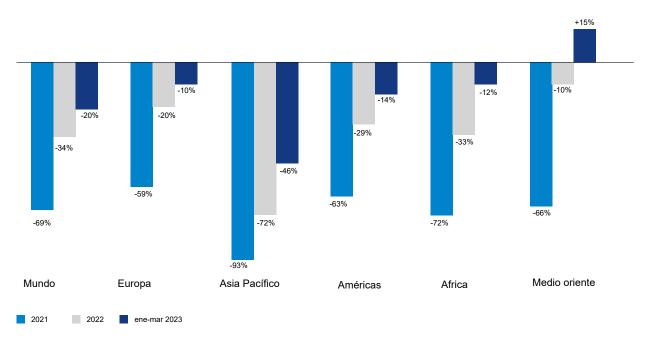


el turismo internacional tuvo mejores resultados más fuertes de lo esperado respaldado por una gran demanda acumulada y el levantamiento o relajación de las restricciones de viaje en una gran cantidad de países. Para el primer trimestre del 2023 los resultados muestran un comportamiento muy positivo de la actividad turística en el plano mundial:

 Las llegadas de turistas internacionales (gráfico 1) alcanzaron el 80 % de los niveles previos a la pandemia en el primer trimestre de 2023 (-20 % en comparación con el mismo trimestre de 2019) impulsadas por los sólidos resultados en Europa y Oriente Medio, en comparación con un nivel de recuperación del 66 % para el año 2022 en general.

El turismo internacional creció un 86% en el primer trimestre de 2023 en comparación con el mismo período del año pasado, mostrando una fortaleza continua a principios de año.

Gráfico 1. Arribo de turistas internacionales (% de cambio sobre el 2019)



Fuente: UNWTO. Datos provisionales a mayo 2023.

- Se estima que 235 millones de turistas viajaron internacionalmente en los primeros tres meses, más del doble que en el mismo período de 2022.
- Oriente Medio tuvo el mejor desempeño (+15%) y es la primera región del mundo en recuperar las cifras previas a la pandemia en un trimestre completo. Europa alcanzó el 90 % de los niveles previos a la pandemia en el primer trimestre de 2023, respaldada por una sólida demanda intrarregional.
- África y las Américas (gráfico 2) alcanzaron alrededor del 85 % de los niveles de 2019 en los primeros tres meses de 2023, mientras que las llegadas a Asia y el Pacífico subieron al 54 % de los niveles previos a la pandemia. Por subregión, el sur de Europa

- mediterránea (+1 %) y el norte de África (+4 %) recuperaron las cifras de 2019.
- Los ingresos por turismo internacional recuperaron la marca de USD 1 billón en 2022, creciendo un 50 % en términos reales en comparación con 2021 y alcanzando el 64 % de los niveles previos a la pandemia.
- Se esperan sólidos resultados en la próxima temporada de verano del hemisferio norte respaldados por una sólida demanda acumulada, la recuperación sostenida de la conectividad aérea y la reciente reapertura de China y otros importantes mercados y destinos asiáticos.
- La encuesta del Panel de Expertos de la OMT indica que casi el 70% de los expertos esperan un mejor desempeño en mayo-

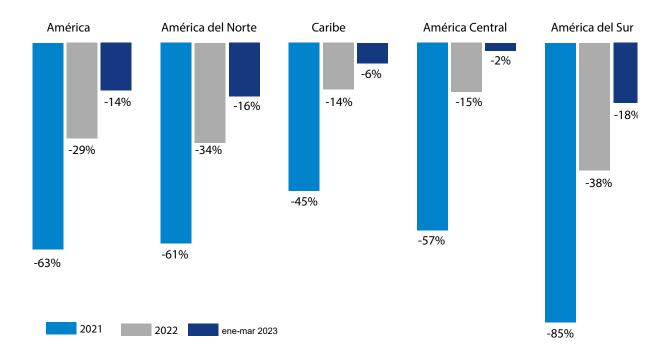


Gráfico 2. Arribo de turistas internacionales a la región de América (% de cambio sobre el 2019)

Fuente: ICT a partir de UNWTO. Datos provisionales a mayo del 2023

agosto de 2023. Sin embargo, la mayoría sigue creyendo que el turismo internacional no volverá a los niveles de 2019 hasta 2024 o más tarde.

- En respuesta al entorno económico desafiante, se espera que los turistas busquen cada vez más valor por su dinero y viajen más cerca de casa este año.
- El turismo interno continúa apoyando la recuperación en varios destinos, en particular aquellos con grandes mercados internos. En China, el Ministerio de Cultura y Turismo informó que se registraron 274 millones de viajes de turismo interno durante las vacaciones del Día del Trabajo (del 29 de abril al 3 de mayo), un 19 % más que en 2019.
- El gasto en turismo interno alcanzó los

- 21 000 millones USD, un 129 % más que en 2022 y a la par con los niveles de 2019 durante este período. Según los datos de Ctrip, se registró un aumento de casi el 700 % en las reservas de viajes al extranjero, aunque la recuperación de los viajes internacionales hacia y desde China se ha visto obstaculizada por los vuelos aún limitados y la acumulación de visas.
- Los ingresos por turismo internacional alcanzaron USD 1 billón en 2022, creciendo un 50 % en términos reales en comparación con 2021, impulsados por el importante repunte de los viajes internacionales.
- Como resultado, el gasto de los visitantes internacionales alcanzó el 64 % de los niveles previos a la pandemia (-36 % en comparación con 2019, medido en términos reales).



- Por regiones, Europa disfrutó de los mejores resultados en 2022 con USD 550 mil millones en ingresos por turismo, equivalente al 87% de los niveles previos a la pandemia. África recuperó el 75% de sus ingresos previos a la pandemia, Oriente Medio el 70% y América el 68%.
- La recuperación también se puede ver en el turismo emisor, con un fuerte gasto internacional de los principales mercados emisores como Francia (4 % durante 2019), Alemania (8 %), Italia (10 % hasta octubre de 2022) y Estados Unidos. (15 % hasta noviembre), en comparación con 2019. Los mercados emergentes con un sólido repunte del gasto en 2022 incluyen Qatar (+29 %), India (+10 % hasta junio) y Arabia Saudita (+7% hasta septiembre).

Expectativas para 2023.

Expertos de la OMT confían en que la llegada de la temporada alta (de mayo a agosto) dará buenos resultados en el hemisferio norte, como indica el ultimo índice de Confianza de la OMT, que predice resultados aún mejores que en el 2022 para este periodo.

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

A corto plazo, es probable que la reanudación de los viajes desde China beneficie en particular a los destinos asiáticos. Sin embargo, la elección de los destinos estará determinada por la disponibilidad y el costo de los viajes aéreos, las regulaciones y los procesos de visa, así como las restricciones relacionadas con el COVID-19. A mediados de enero, un total de 32 países habían impuesto restricciones de viaje específicas relacionadas con los viajes desde China, principalmente en Asia y Europa.

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

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



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

Desafíos

Según el Panel de Expertos de la OMT (UNWTO, 2023), el desafiante entorno económico sigue siendo el principal factor que pesa sobre la recuperación efectiva del turismo internacional en 2023, con una alta inflación y el aumento de los precios del petróleo que se traducen en mayores costos de transporte y alojamiento.

En este contexto, se espera que los

En este contexto, se espera que los turistas busquen cada vez más la relación calidad-precio y viajen más cerca de casa en respuesta a los precios elevados y los desafíos económicos generales.

Las últimas Perspectivas de la economía mundial del Fondo Monetario Internacional (abril de 2023) indican que el crecimiento mundial podría caer del 3,4 % en 2022 al 2,8 % en 2023, en medio de la turbulencia del sector financiero, la alta inflación y los impactos de tres años de COVID.

La incertidumbre derivada de la agresión rusa contra Ucrania y otras crecientes tensiones geopolíticas también siguen representando riesgos a la baja. Si bien, persisten los riesgos asociados con la salud, la Organización Mundial de la Salud declaró el 5 de mayo de 2023 que COVID-19 es ahora un problema de salud establecido y continuo que ya no constituye

una emergencia de salud pública de interés internacional.

El reporte más reciente del WTTC "Un mundo en movimiento: cambiando las tendencias de viaje de los consumidores en 2022 y más allá" (WTTC, 2023), señala que se avecinan varios desafíos de cara al 2023, pero a pesar de la actual situación económica impulsada por la inflación, problemas y riesgos geopolíticos, junto con los problemas actuales de escasez

de personal y limitaciones de capacidad dentro del sector, el deseo de viajar de los consumidores no ha disminuido.

Se da por sentado existe que un nivel mayor preferencia de el turismo por sostenible entre los consumidores; con el 69% de los viajeros buscan activamente opciones viaje en modalidad. De este modo, el informe muestra que la

sostenibilidad es un elemento clave de la agenda de viajes, con turistas deseosos de reducir su huella de carbono y apoyar el turismo sostenible.

En este reporte de seguimiento, el WTTC unió fuerzas con el proveedor líder mundial de servicios de viajes, Trip.com Group y sus principales marcas de consumo Trip.com, Ctrip y Skyscanner, con datos adicionales provenientes de Deloitte, para analizar las tendencias que dieron forma a los Viajes y Turismo el año pasado y seguirá haciéndolo a lo largo de 2023. Una de las encuestas de dicho informe reveló que alrededor de las tres cuartas

partes de los viajeros están dispuestos a pagar más para que sus viajes sean más sostenibles.

El 2023 se ve aún mejor en términos de gasto de los viajeros. A pesar de las preocupaciones sobre la inflación y la crisis del costo de vida en todo el mundo, casi un tercio (31 %) de los viajeros tienen la intención de gastar más en viajes internacionales este año, comparado con 2022

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

Sumado a estos apuntes del WTTC, en términos de consumo en general, el turismo en el plano

mundial sigue apareciendo como una de las industrias más dinámicas y cambiantes, siempre en busca de nuevas formas de satisfacer las demandas y expectativas de los viajeros. Durante 2023, se han acentuado varias tendencias emergentes que impactan significativamente el consumo en el sector turístico.

En primer lugar, la personalización de la experiencia del viaje se posiciona como una Los viajeros buscan cada tendencia clave. vez más experiencias únicas y a medida que se adapten a sus preferencias individuales. En general los turistas están dispuestos a pagar más por servicios personalizados y experiencias exclusivas. En respuesta a esta demanda, las empresas turísticas están invirtiendo en tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial y el análisis de datos, para recopilar información sobre los intereses y preferencias de los clientes y así ofrecerles recomendaciones y opciones personalizadas.



Además, la sostenibilidad se consolida como una tendencia de consumo en el turismo para el 2023. Los viajeros están cada vez más preocupados por el impacto medioambiental de sus desplazamientos y buscan opciones más responsables. Muchos de los turistas consideran importante que los alojamientos tengan prácticas sostenibles. Por lo tanto, se espera que las empresas turísticas implementen medidas más ecológicas, como la reducción del consumo de energía y agua, la gestión eficiente de residuos y la promoción del turismo responsable en comunidades locales.

Por último, el uso de tecnologías emergentes como la realidad virtual y aumentada tendrá un impacto significativo en el consumo turístico. Muchos turistas hoy día afirman estar interesados en utilizar estas tecnologías para explorar destinos antes de realizar su viaje. Las empresas turísticas aprovecharán esta tendencia para ofrecer a los viajeros experiencias inmersivas y virtuales que les permitan conocer destinos, atracciones y actividades desde la comodidad de sus hogares, lo que podría influir en su toma de decisiones y en la planificación de sus itinerarios.

En conclusión, en este 2023 continúa como tendencia la personalización de las experiencias, la sostenibilidad y el uso de tecnologías emergentes se posicionan como elementos clave en la satisfacción de los viajeros y en la evolución de la industria turística. Las empresas turísticas que se adapten a estas tendencias y ofrezcan servicios y productos acordes a ellas estarán mejor posicionadas para satisfacer las demandas de los viajeros y para impulsar su crecimiento y éxito en un mercado cada vez más competitivo.





Turismo en Costa Rica



a vía aérea sigue siendo la vía de entrada y salida de viajeros más importante del país, moviliza el 90% de los turistas que ingresan y salen de Costa Rica.

Durante el mes de junio del 2023, la vía aérea registró la llegada de 202 235 turistas, de los cuales 142 025 ingresaron por el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría y 60 177 por el aeropuerto Internacional Daniel Oduber, lo que representa un aumento en comparación con el mes homólogo del 2022 de 10,1% y 5,5% respectivamente.

El acumulado de esta vía, en el período de enero a junio es de 1 338 303 llegadas de turistas (19,4% más que el primer semestre del 2022).

En el primer semestre del año, América del Norte, registró 977 783 turistas por la vía aérea, cifra superior en 21% al dato del 2022. Por países, Estados Unidos suma 792 944, Canadá 148 973 turistas y México 35 866 personas; lo que hace que el crecimiento, en comparación al año previo, sea de dos dígitos.

Europa como región, durante los 6 primeros meses del 2023 aumenta 9,3% con respecto al mismo período del 2022 y contabiliza la llegada de 225 617 turistas.

Los principales mercados muestran el siguiente comportamiento (las variaciones se refieren a la comparación con los datos del 2022): Francia 40 016 (13,1%), Reino Unido 37 006 (2,2%),



Alemania 39 369 (19,7%), España 21 293 (1,8%), Países Bajos 14 280 (20,1%) y Suiza 13 610 (-1,1%,). En resumen (figura 1 y gráficos 3 -5), la vía aérea muestra el siguiente comportamiento para el mes de junio, el acumulado enero a junio y las variaciones con respecto al año previo.

Cuadro 1. Llegadas internacionales de turistas a Costa Rica por la vía aérea. enero-junio 2023

Vía aérea	JUNIO		% VARIAC		
	2019	2022	2023	2022-2023	2019-2023
Aeropuertos	196 977	186 097	202 235	8,7	2,7
JUAN SANTAMARÍA	150 809	129 027	142 025	10,1	-5,8
DANIEL ODUBER QUIRÓS	46 057	57 039	60 177	5,5	30,7

PAÍSES Y/O ZONAS		VÍA AÉREA	% VARIAC		
	2019	2022	2023	2022-2023	2019-2023
TOTAL	196 977	186 097	202 235	8,7	2,7
AMÉRICA DEL NORTE	143 972	145 323	159 855	10,0	11,0
CANADÁ	6 926	6 361	7 274	14,4	5,0
ESTADOS UNIDOS	129 659	134 187	145 920	8,7	12,5
MÉXICO	7 387	4 775	6 661	39,5	-9,8
AMÉRICA DEL SUR	13 564	8 378	9 541	13,9	-29,7
ARGENTINA	2 331	1 351	1 524	12,8	-34,6
BRASIL	1 743	1 230	1 609	30,8	-7,7
CHILE	1 282	968	1 309	35,2	2,1
COLOMBIA	3 602	2 327	2 496	7,3	-30,7
PERÚ	1 128	1 287	1 176	-8,6	4,3
URUGUAY	416	265	334	26,0	-19,7
EUROPA	22 523	21 537	19 793	-8,1	-12,1
ALEMANIA	3 361	3 382	3 035	-10,3	-9,7
AUSTRIA	324	280	278	-0,7	-14,2
ESPAÑA	4 601	3 772	3 909	3,6	-15,0
FRANCIA	2 195	2 124	2 370	11,6	8,0
PAÍSES BAJOS	1 235	1 405	1 088	-22,6	-11,9
REINO UNIDO	4 241	3 992	2 657	-33,4	-37,3
SUIZA	1 031	1 000	949	-5,1	-8,0
ASIA Y EL PACÍFICO	3 730	2 002	3 152	57,4	-15,5
CHINA	1 224	356	537	50,8	-56,1
JAPÓN	373	136	185	36,0	-50,4
REP. DE COREA (SUR)	253	122	188	54,1	-25,7

Vía aérea	ENERO - JUNIO			% VARIAC		
	2019	2022	2023	2022-2023	2019-2023	
Aeropuertos	1 336 687	1 120 576	1 338 303	19,4	0,1	
JUAN SANTAMARÍA	979 651	756 532	910 057	20,3	-7,1	
DANIEL ODUBER QUIRÓS	356 175	363 949	427 816	17,5	20,1	

PAÍSES Y/O ZONAS	VÍA AÉREA			% VARIAC		
PAISES 1/O ZONAS	2019	2022	2023	2022-2023	2019-2023	
TOTAL	1 336 687	1 120 576	1 338 303	19,4	0,1	
AMÉRICA DEL NORTE	919 018	808 165	977 783	21,0	6,4	
CANADÁ	139 849	93 393	148 973	59,5	6,5	
ESTADOS UNIDOS	734 509	690 249	792 944	14,9	8,0	
MÉXICO	44 660	24 523	35 866	46,3	-19,7	
AMÉRICA DEL SUR	90 669	47 887	62 887	31,3	-30,6	
ARGENTINA	18 269	8 310	13 116	57,8	-28,2	
BRASIL	12 596	6 918	10 238	48,0	-18,7	
CHILE	10 195	6 673	10 278	54,0	0,8	
COLOMBIA	20 837	11 322	13 401	18,4	-35,7	
PERÚ	7 271	6 723	7 898	17,5	8,6	
URUGUAY	2 317	1 497	2 041	36,3	-11,9	
EUROPA	221 137	206 388	225 617	9,3	2,0	
ALEMANIA	35 247	32 894	39 369	19,7	11,7	
AUSTRIA	3 558	3 378	4 187	23,9	17,7	
ESPAÑA	25 683	20 926	21 293	1,8	-17,1	
FRANCIA	40 541	35 366	40 016	13,1	-1,3	
PAÍSES BAJOS	12 268	11 895	14 280	20,1	16,4	
REINO UNIDO	37 270	36 270	37 066	2,2	-0,5	
SUIZA	13 001	13 763	13 610	-1,1	4,7	
ASIA Y EL PACÍFICO	27 336	10 709	18 759	75,2	-31,4	
CHINA	8 663	1 649	3 631	120,2	-58,1	
JAPÓN	3 330	802	1 583	97,4	-52,5	
REP. DE COREA (SUR)	2 239	866	1 410	62,8	-37,0	

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

300 000 250 000 200 000 150 000 100 000 50 000 Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Set Oct Nov Dic ~~2019 -2021 -2022 2023

Gráfico 3. Llegadas internacionales de turistas a Costa Rica. vía aérea enero-junio 2023

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

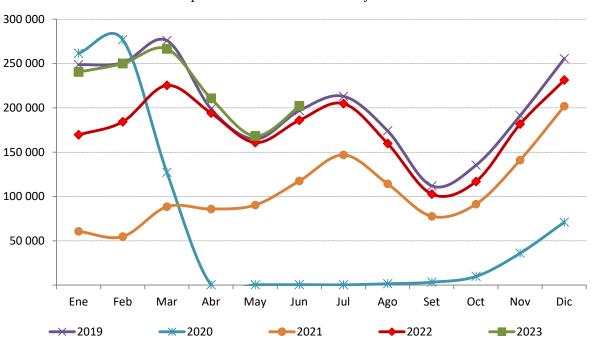


Gráfico 4. Llegadas internacionales de turistas a Costa Rica. Aeropuerto Juan Santamaría enero-junio 2023

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

80 000 70 000 60 000 50 000 40 000 30 000 20 000 10 000 Feb Abr Jul Oct Dic Ene Mar May Jun Ago Set Nov ~~2019 2021 2022 2023

Gráfico 4. Llegadas internacionales de turistas a Costa Rica. Aeropuerto Daniel Oduber enero-junio 2023

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



Las salidas de costarricenses al exterior también van en incremento. En lo que va del 2023, el primer semestre registró 555 153 costarricenses que viajaron al exterior, lo que representa un incremento de 38,9 % con respecto a los viajes realizados durante el 2022.

Cuadro 2. . Salidas de costarricenses por zonas y países de destino enero-junio 2023

ZONAS / PAÍSES	2018	2019	2020	2021	2022	Ene-jun 2023
TOTAL	1 078 645	1 152 758	324 381	588 088	934 320	555 153
AMÉRICA DEL NORTE	375 637	417 976	130 673	332 831	380 166	197 078
Canadá	3 494	4 102	1 318	751	3 273	2 298
Estados Unidos	250 750	280 341	94 026	245 088	234 050	109 870
México	121 393	133 533	35 329	86 992	142 843	84 910
AMÉRICA CENTRAL	583 080	603 801	167 234	221 648	414 425	255 605
AMÉRICA DEL SUR	68 935	75 155	16 742	13 899	83 604	64 167
CARIBE	3 290	3 362	744	106	2 556	4 862
EUROPA	47 685	52 456	8 986	19 587	53 550	33 432
OTRAS ZONAS*	18	8	2	17	19	9

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



Gasto y estadía.

El gasto medio de los turistas en el destino durante el 2022 (cuadro 3) se mantiene en niveles similares a los de años previos: 1 470,3 dólares promedio por persona durante la estadía en el país, al considerar todas las vías de ingreso. En cuanto a la vía aérea, los datos de enero a diciembre 2022 se mantienen en niveles altos: con estadías entre 12 y 13 noches, de las más altas de la región. El gasto en servicios turísticos oscila entre \$1 500 y \$1 600 dólares.

Cuadro 3.Gasto y estadía media por persona 2017-202	22
---	----

Año	GMP	Estadía media		
2017	1561,4	11,9		
2018	1335,4	11,7		
2019	1438,2	12,6		
2020	1592,1	12,9		
2021	1565,6	13,6		
2022	1590,6	13,5		
*GMP: Gasto medio por persona durante la estadía en US\$				
* GMDP: gasto medio diario por persona durante la estadía en US\$				

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



Empleo turístico.

El impacto de la pandemia por COVID 19 en las actividades económicas durante 2020, dejó una importante reducción en la cantidad de personas que participan en los servicios relacionados con turismo. En promedio, en 2019 se contrataron cerca de 171 000 personas para atender alojamiento, alimentación, transporte y actividades recreativas de los turistas en el país. Con el cierre del permiso de ingreso a no residentes durante 2020, esta cifra se reduce en casi 25%, en la estimación para ese año de acuedo con los datos proporcionados por la Encuesta Continua de Empleo. La cifra más baja en el histórico de la serie se presenta durante el segundo trimestre, donde se ubica precisamente la llamada temporada cero para el turismo de Costa Rica.

Desde el 2021 se inició el proceso de recuperación del empleo, permitiendo para el 2022 alcanzar cifras muy similares a los niveles de contratación del 2019 con cerca de 169 205 empleados (cuadro 4).

Actividad turística 2017 2018 2019 2020 2021 2022 Total 155 296 160 976 170 870 127 570 150 483 169 205 Alojamiento 28 677 27 622 17 939 31 743 24 293 29 602 Alimentación 98 844 99 402 103 099 89 449 100 963 107 393 **Transporte** 13 762 21 116 18 861 12 809 13 496 15 462 Actividades 14 014 12 836 17 167 7 3 7 4 11 732 16 749

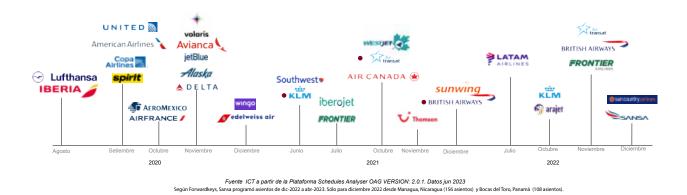
Cuadro 4. Empleo turístico por rama de actividad.





Conectividad aérea

Luego del cierre de los aeropuertos en el país en marzo de 2020, el retorno de las aerolíneas ha sido un proceso paulatino que inició desde agosto de ese año. En el primer semestre del 2023 la oferta se recuperó totalmente. La siguiente figura muestra las líneas aéreas que operan el destino y el momento en el tiempo que retomaron operaciones hacia el país.



Mediante la Plataforma Schedules Analyser de OAG, se procesa información sobre la cantidad total de asientos programados para volar al país en el mes recién terminado y para los tres meses siguientes. En los gráficos 5 a 7 se realizan varias comparaciones con el objetivo de ver las dinámicas de futuro.

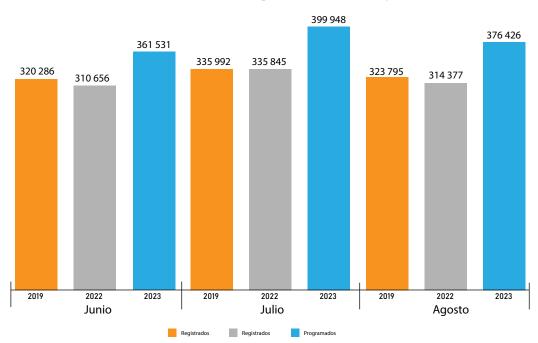
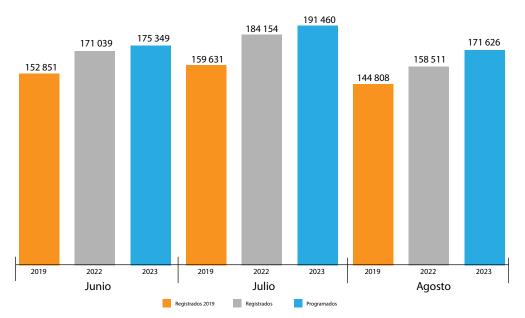


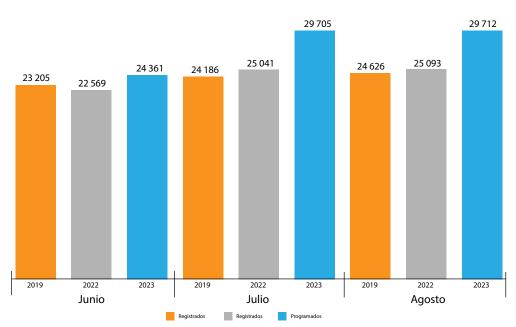
Gráfico 5. Cantidad de asientos para volar a Costa Rica. junio 2023

Gráfico 6. Cantidad de asientos para volar a Costa Rica desde Estados Unidos. junio 2023



FUENTE: ICT a partir de Forwardkeys, OAG y AERIS. Procedencia Estados Unidos. Actualización de datos julio de 2023.

Gráfico 7. Cantidad de asientos para volar a Costa Rica desde Europa. junio 2023



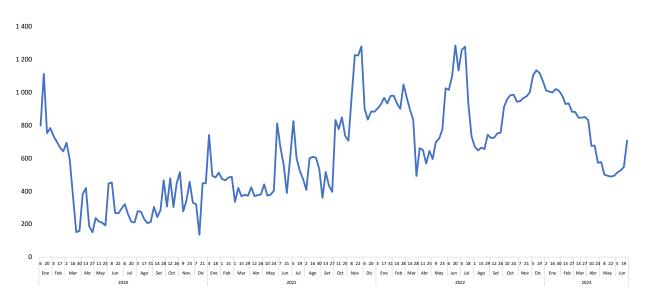
FUENTE: ICT a partir de Forwardkeys, OAG y AERIS. Procedencia Europa. Actualización de datos julio de 2023.

Precios promedio boletos aéreos.

El precio promedio de los tiquetes de vuelos directos con destino Costa Rica es un indicador indirecto que se ha utilizado con dos fines: mostrar la reactivación en la etapa post pandemia y el interés por viajar al destino como resultado de las fuerzas de mercado de oferta y demanda, si se asume que un aumento en la demanda tendría efectos sobre la variable precio.

La gráfica incluye los niveles de precio de principio del año 2020 lo que permite comparar la evolución de la situación actual en el 2023 con los niveles de precio observados en el momento del mayor impacto de la pandemia. Los precios corresponden a los vuelos directos desde Francia, Países Bajos, Canadá, Alemania, Estados Unidos, Reino Unido, México y España. No se dispone de información para 2019.

Gráfico 8. Precio promedio (en \$USD) de los boletos aéreos para viajar a Costa Rica en el mes siguiente. junio 2023



Fuente: ICT con datos de MABRIAN.

Indice de satisfacción del destino.

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

Esta identificación y clasificación a su vez permite calcular indicadores que devuelven información para evaluar la percepción de satisfacción respecto de diferentes elementos del destino por parte de los turistas, incluyendo en este caso la percepción de satisfacción sobre hoteles, productos, clima, seguridad. Se suman otros como los denominados origen y estacionalidad que se refieren a la distribución de la demanda en el tiempo y la diversidad de países emisores de turismo hacia Costa Rica.

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

La plataforma MABRIAN, encargados del cálculo de los indicadores, extrae la información de diversas fuentes incluyendo comentarios o "reviews" de TripAdvisor, Booking, Expedia; por su parte los precios utilizan como fuente TripAdvisor. En todos los casos corresponde a una porción de la totalidad de los datos, pero dan una buena idea del comportamiento de las variables en el tiempo. La percepción de la satisfacción de los turistas con el destino se obtiene por medio del Índice de Satisfacción Global y sus componentes; los Índices de Hotel, Producto, Seguridad, Clima, Balance Origen y Balance Producto.

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

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

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

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

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

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

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

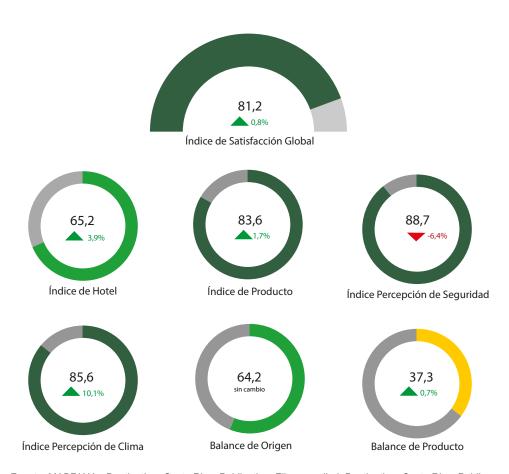
Balance de producto: mide la distribución de menciones turísticas por tipo de producto en un período de referencia. Ayuda a identificar la dependencia del destino en algunos productos en específico. Hay baja dependencia cuando los valores son cercanos a 100 y alta dependencia conforme disminuye y se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

Índice de satisfacción del destino.

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

Los valores de los índices que se muestran en el siguiente Dashboard reflejan la situación acumulada del primer semestre del año (de enero a junio 2023) y las variaciones correspondientes al período homólogo del 2019; esto como una forma de comparar el destino con los niveles alcanzados antes de la afectación por covid-19. Se muestran en rojo (variaciones negativas o disminuciones) y en verde (variaciones positivas o aumentos

Figura 1. Percepción de satisfacción con el destino. Enero-junio 2023



Fuente: MABRIAN. Destination: Costa Rica, Publication: Filters applied: Destination: Costa Rica, Publication: enero-junio 2023, Previous Publication: enero-junio 2019, Origins: All



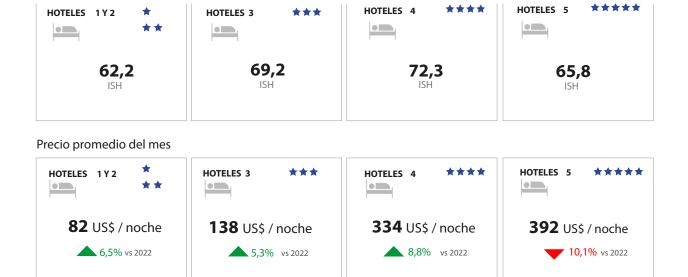
Satisfacción con los servicios de hospedaje.

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

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

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

Figura 2. Índice de satisfacción hotelera y precios promedio según categoría en estrellas. Enero-junio 2023



Fuente: MABRIAN. Publication: Filters applied: Destination: Costa Rica, Publication: enero-junio 2023, Previous Publication:enero-junio 2022, Origins: All Proveedor de datos para Mabrian: Para los reviews, TripAdvisor, Booking, Expedia. Para los precios TripAdvisor (OTA que recoge el mayor volumen de precios). HSI: Hotel Satisfaction Index

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

Figura 3. Información sobre alquileres vacacionales. Enero-junio 2023



	Cantidad
Casa de alquiler	1 764
Piso/apartamento	941
Habitación privada	191
Cabaña de alquiler	50

Zona Top 10			
Jacó	254		
Tamarindo	161		
Manuel Antonio	118		
Playas del Coco	117		
Santa Teresa	61		
Playa Hermosa	91		
Herraduras	90		
San José	65		
Puerto Viejo de Talamanca	45		
La Fortuna	75		

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



Interés en los productos turísticos.

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

% cuota **Producto** Indice de satisfacción menciones Activo 29 % 30 % Natural Sol y playa 18 % 64 Cultural 9 % 60 2,4 % Gastronomía 0,8% Bienestar 72 0,3 % Compras 55 0,2 % Ocio nocturno 45

Figura 4. Interés y Satisfacción en los productos turísticos. Enero-junio 2023

Fuente: MABRIAN. Destino: Costa Rica, Publicación: enero-junio 2023. Origins: All Este gráfico muestra el interés, expresado en términos de menciones turísticas, con respecto a cada producto durante el periodo seleccionado.



Comparación con otros destinos.

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

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

Los gráficos que se presentan a continuación comparan el nivel de satisfacción de los hoteles en Costa Rica y lo compara con Perú y Nueva Zelanda, según su categoría en estrellas.

La clasificación por estrellas corresponde a la categorización utilizada en las diversas plataformas utilizadas para la comercialización en línea. El destino tiene comparativamente los precios promedio más altos (en habitaciones estándar en ocupación doble), situación inversa a la valoración de la calidad percibida.

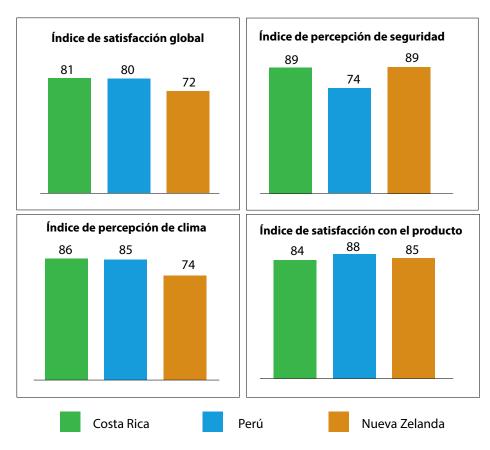


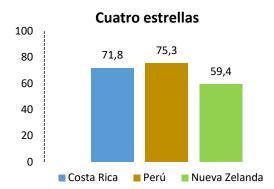
Gráfico 9. Indicadores generales del destino. Enero-junio 2023

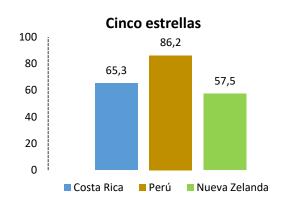
Fuente: MABRIAN. Destination: Costa Rica, Publication: Filters applied: Destination: Costa Rica, Publication: enero-junio 2023 Indicadores de securidad v clima: Twitter.

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

Gráfico 10. Indicadores comparados de satisfacción con el hotel. enero-junio 2023











Conclusiones

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

Según los escenarios de la OMT (OMT, 2023), las llegadas de turistas internacionales podrían alcanzar entre el 80 % y el 95 % de las cifras previas a la pandemia en 2023 y se espera que ya para el 2024 se hayan alcanzado lo números y tendencias prepandemia.

Desde luego esto no quiere decir que ya los efectos de la crisis han pasado ni mucho menos porque todavía hay sectores, empresas, destinos, productos y empresas que siguen luchando contra las condiciones del entorno para alcanzar una recuperación plena.

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

Los datos presentados para el primer semestre del 2023 muestran un panorama positivo para el turismo en Costa Rica. El hecho de que el 90% de los ingresos de turistas lleguen por vía aérea a través de los dos aeropuertos internacionales indica que las acciones de promoción y atracción de aerolíneas por parte del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) están siendo efectivas.

Es destacable que el ingreso de turistas por vía área en el primer semestre del 2023 sea un 19,4% más alto que el mismo período en 2022 y esté en línea con los números de 2019, lo que indica una sólida recuperación después de los desafíos ocasionados por la pandemia.

Los turistas de nacionalidad estadounidense y canadiense representan el 70% de las llegadas de turistas en el primer semestre del 2023, mientras que un 17% proviene de Europa, principalmente de



Francia, Alemania y el Reino Unido. Además, los turistas que visitan Costa Rica tienen una estadía prolongada de 13,5 días, una de las más altas a nivel mundial, lo que contribuye a un mayor gasto promedio de \$15 90 por turista.

Estos gastos benefician directamente a la economía del país, habiéndose registrado un total de \$3 131 millones en ingresos en 2022.

El sector turístico ha generado 158 810 empleos en el primer trimestre del 2023, mostrando una recuperación significativa en los rubros de alojamiento y transporte en comparación con el mismo período del año anterior.

Los esfuerzos de promoción con la participación conjunta del sector público y el privado han sido constantes y han permitido mantener un fuerte posicionamiento en la mente de los viajeros estadounidenses. Esto ha contribuido a esta rápida recuperación, lo cual se percibe claramente en la reactivación de empresas y servicios del sector.

Para el primer semestre del 2023 han regresado todas las aerolíneas norteamericanas que operaban en el país antes de pandemia e incluso se han sumado más operaciones desde nuevas ciudades y mayores frecuencias hacia Costa Rica desde Estados Unidos. Esto responde al esfuerzo no solo de comunicación y promoción de Costa Rica como destino turístico en este mercado, sino en las acciones directas que se llevan a cabo en conjunto con los aeropuertos para lograr la llegada de más líneas aéreas.

Esta recuperación de todas las aerolíneas que en 2019 y el aumento operaban en la oferta de asientos hacia Costa Rica desde los mercados de origen para los meses de julio y agosto, tanto en comparación con 2019 como con 2022, indican un crecimiento continuo en la demanda hacia el país que apoya las buenas expectativas de futuro.

El ICT proyecta un cierre exitoso del 2023, estimando entre 2.3 y 2.5 millones de turistas por vía área, lo que representa un aumento del 5% en comparación con las llegadas de 2019 y un 8% en comparación con el año anterior. Además, se observa un crecimiento en los viajes de los costarricenses hacia otros países, siendo Estados Unidos y México los destinos preferidos.

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

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

No hay variaciones sustanciales en los principales índices de percepción de satisfacción de Costa Rica como destino turístico. El índice de satisfacción del destino se mantiene por arriba de 80 y los índices de hotel, producto, seguridad, clima y estacionalidad son muy buenos y tienen incluso variaciones positivas respecto de la situación que prevalecía en el 2019.

> En general, estos datos reflejan una buena recuperación y un panorama prometedor para la industria turística de Costa Rica, con un crecimiento constante en la llegada de turistas, un aumento en el gasto promedio y la recuperación de empleo. El país se posiciona como un

destino atractivo tanto para turistas internacionales como para los propios costarricenses.

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

Los números al primer semestre del 2023 son positivos y ponen al destino en la senda de la recuperación, pero se debe tener muy en cuenta que no se trata solamente de alcanzar una cifra de turistas determinada y no podemos pensar que recuperar es simplemente volver atrás. No es simplemente crecer en cantidad sino hacerlo con calidad, diferenciación, sostenibilidad y accesibilidad para los nuevos gustos y preferencias de la demanda.

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

Este es un momento importante para mejorar la gobernanza del turismo, la creación de resiliencia, el avance de la sostenibilidad, la inclusión, innovación, la educación y la formación, la planificación, la promoción y el apoyo a las empresas para impulsar una recuperación, no solo económica, sino principalmente social y ambiental.

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

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



Bibliografía

- 1. Banco Mundial. (4 de abril de 2023). Banco Mundial. Obtenido de https://www.bancomundial.org/es/country/costarica/overview#:~:text=A%20pesar%20de%20que%20Costa,reflejando%20el%20desafiante%20entorno%20externo.
- 2. Banco Mundial. (2023). Global Economic Prospects, June 2023. Washington, DC: World Bank. doi:doi:10.1596/978-1-4648-1951-3
- 3. FAO. (21 de 3 de 2023). www.fao.org. Obtenido de https://www.fao.org/newsroom/detail/water-scarcity-means-less-water-for-agriculture-production-which-in-turn-means-less-food-available-threatening-food-security-and-nutrition/es
- 4. IPCC. (2021). Informe del panel intergubernamental sobre cambio climático. Switzerland: IPCC.
- OCDE. (2023). OECD LIbrary. Obtenido de Estudios económicos de la OCDE:Costa Rica 2023: https://www.oecd-ilibrary.org/sites/09d84187-es/index.html?itemId=/content/publication/09d84187-es
- 6. UICN. (octubre de 2023). UICN Issues Brief. Obtenido de Species and climate change: https://www.iucn.org/resources/issues-brief/species-and-climate-change
- 7. UNWTO. (2023). WorldTourism Barometer. Madrid: WTO.
- 8. WTTC. (25 de 1 de 2023). https://wttc.org/. Obtenido de https://wttc.org/news-article/incrementa-tendencia-en-viajes-sostenibles-entre-nos-viajeros-wttc
- 9. WTTC. (2023). A world in motion. Reino Unido: WTTC.

