





#### Contenido

- 1. Importancia del Big Data
- 2. Ejemplos de aplicación
- 3. Resultados para la definición de estrategia turística





## 1. Importancia del Big Data





- Hemos considerado la información como un pilar para la planificación estratégica y la toma de decisiones en el sector turístico.
- Desde los 80 se dispone de mediciones estadísticas para construir indicadores país, como "llegadas internacionales", lo que nos permite compararnos con otros países en la evolución del mismo, para períodos específicos y para calcular proyecciones con modelos estadísticos de series de tiempo)
- Además, se cuenta con encuestas de caracterización de nuestros viajeros



- Las encuestas se han realizado históricamente en los principales puertos de ingreso al país, consultando tanto turistas como a cruceristas.
- Las encuestas en la vía aérea, realizadas en los dos principales aeropuertos (AIJS y AIDOQ). Durante 2017 se encuestó a más de 11.000 personas (muestra) de manera que podemos medir variables clave como estadía y gasto promedio (y otras variables psicográficas para caracterizar el viaje).





• Los datos de gasto y estadía sirven de insumo para el BCCR para las cuentas nacionales y muy pronto para el cálculo de la Cuenta Satélite de Turismo. Esta información se complementa con los estudios que realiza mercadeo del ICT sobre los mejores prospectos de Norteamérica, Sudamérica y Europa y las Encuestas de Expectativas y Percepciones que caracterizan la experiencia de viaje.





- Disponemos de un equipo humano interdisciplinario para la gestión de la información turística, de manera que los datos se ven desde una óptica de la estadística, la informática, la geografía y la economía; apegado a los lineamientos conceptuales y de medición de la OMT y el Sistema Estadístico Nacional.
- La información espacial por medio de un Sistema de Información Geográfico, permite visualizar la planta turística en áreas geográficas (unidades de planeamiento turístico, distritos o centros de desarrollo) porque los datos están georeferenciados.



- Dentro de la necesidad continua de disponer más información para la comprensión del turismo en Costa Rica, se desarrollan mediciones específicas como el IPS en centros de desarrollo turístico, que permite estimar cómo la actividad turística se traduce en bienestar en las comunidades e identificar áreas de mejora conjunta entre las instituciones del estado, para impulsar el progreso social.
- Esta innovación de aplicar la herramienta en cantones, en centros de desarrollo turístico, nos puso en la mira del mundo (por ser los pioneros en la medición turística) y nos galardonó con un segundo lugar en los premios de la OMT en 2017.



- La institución también ha incursionado e innovado en big data, de manera que disponemos de información de alto Volumen, Variada y con transmisión Veloz (las 3 V de bigdata), para: tráfico de pasajeros (SAVRE), asientos (OAG) y opiniones del destino (Review Pro).
- Se ha capacitado a funcionarios en temas de minería de datos y big data de manera que se dispone de al menos 3 científicos de datos a cargo de la coordinar, dar seguimiento y procesar la información proveniente de big data.





## 2. Ejemplos de aplicación







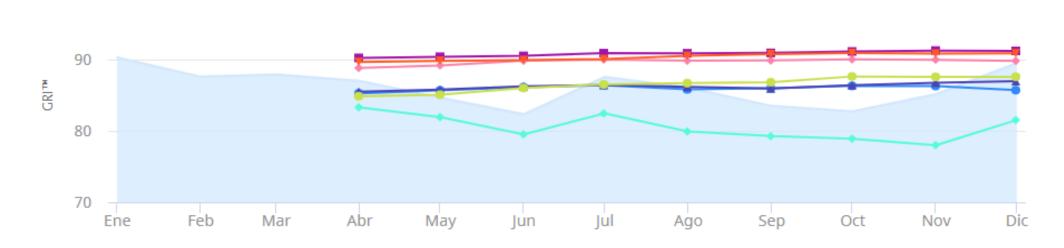




100

#### Global Review Index para hoteles 2017











Asientos y vuelos por aeropuerto 2017

Abreviatura	Ciudad	Asientos	Aerolíneas
ATL	Atlanta	<b>1</b>	Delta
BWI	Baltimore	•	Southwest Airlines
CLT	Charlotte	•	American Airlines
DFW	Dallas	•	American Airlines
EWR	Newark	•	United Airlines
FLL	Fort Lauderdale		Spirit Airlines, Jetblue, Southwest Airlines
HOU IAH	Houston	•	Southwest Airlines United Airlines
IAD	Washington	•	United Airlines
JFK	New York	•	Delta
LAX	Los Ángeles	•	Delta, Alaska Airlines
MCO	Orlando	•	Jetblue
MIA	Miami	•	American Airlines
ORD	Chicago	•	United Airlines
PHL	Philadelphia	•	American Airlines
PHX	Phoenix		American Airlines













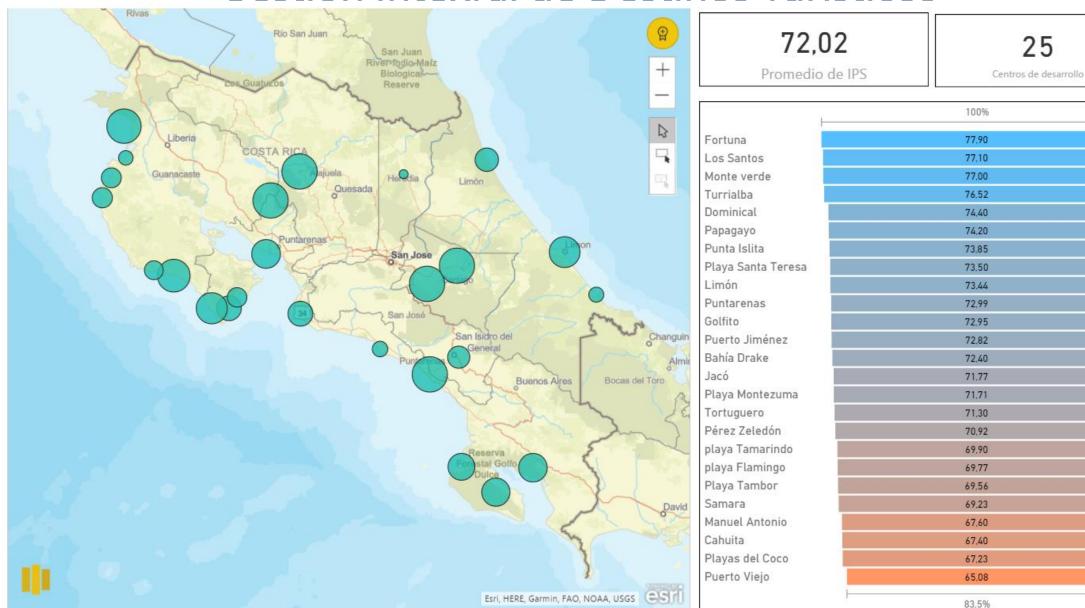




#### Centros de Desarrollo Turístico nivel IPS Gestión Integral de Destinos Turísticos



25







## Ingresos por turismo respecto de las exportaciones



	2013	2014	2015	2016*
Exportaciones de servicios (Miles US\$)	6 949	7 105	7 444	8 292
Divisas por turismo	2 919	2 986	3 254	3 657
% exportaciones por servicios	/1 / 1 %	42,2%	43,9%	46,2%
% total de exportaciones	33,8%	32,7%	35,4%	39,8%



#### Población ocupada en actividades turísticas



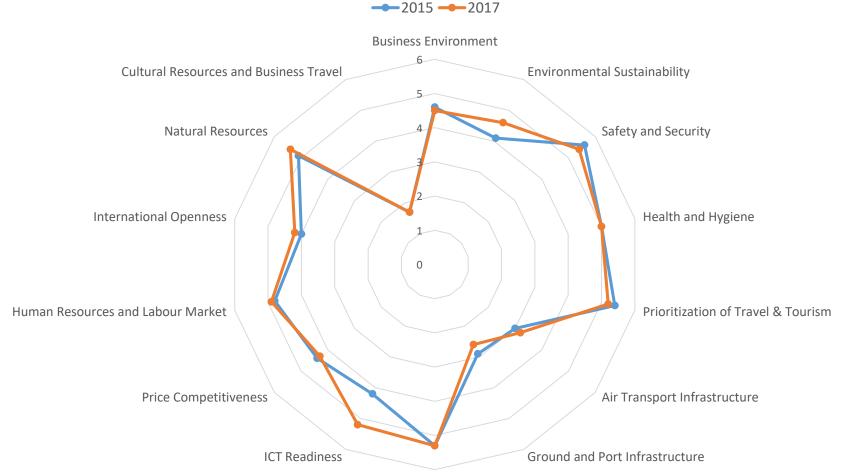
Indicadores generales		20	15			20	16			20	17	
mulcadores generales	1	II	III	IV	1	П	III	IV	1	II	III	IV
Total	150 374	154 121	146 307	161 870	156 509	141 578	140 343	158 772	159 192	158 464	155 341	139 187
Alojamiento para visitantes en estancias cortas	29 573	33 323	30 194	27 360	33 253	30 758	26 392	29 815	27 719	29 766	29 726	27 495
Provisión de alimentos y bebidas	89 514	95 609	87 583	98 193	98 035	82 988	82 684	94 994	98 210	104 461	102 194	90 512
Agencias de viajes y otros servicios, transporte de pasajeros por la vía aérea y marítima y alquiler de vehículos	16 550	9 182	12 923	13 144	11 150	14 931	15 457	16 946	15 077	12 158	8 774	10 037
Actividades culturales, deportivas y recreativas	14 737	16 007	15 607	23 173	14 071	12 901	15 810	17 017	18 186	12 079	14 647	11 143

El empleo turístico directo representa cerca del 7% de la fuerza laboral del país y el empleo turístico total (directo + indirecto) representa cerca del 20% de esa fuerza laboral.



## Índice de competitividad





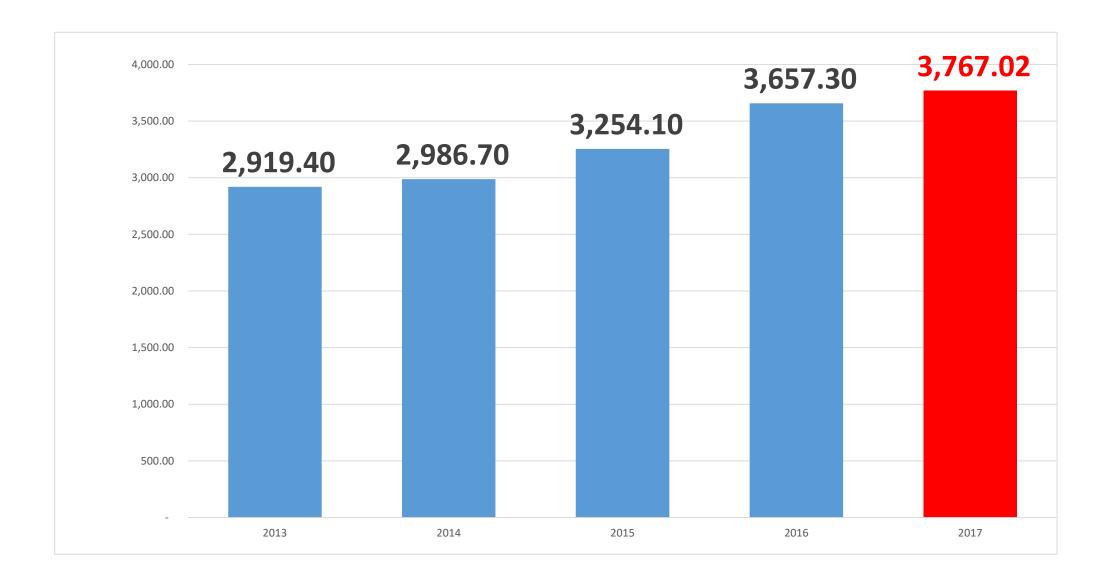
Tourist	Service	Infrastructure

2015		2017	
Países evaluados	: 141	Países evaluados	: 136
País	Posición	País	Posición
Brasil	28	México	22
México	30	Brasil	27
Panamá	34	Panamá	35
Costa Rica	42	Costa Rica	38
Chile	51	Chile	48
Argentina	57	Argentina	50
Perú	58	Perú	51
Colombia	68	Ecuador	57
Uruguay	73	Colombia	62
Guatemala	80	Uruguay	77
Honduras	90	Guatemala	86
El Salvador	91	Honduras	90
Nicaragua	92	Nicaragua	92
Bolivia	100	Bolivia	99
Guyana	104	Venezuela	104
Venezuela	110	El Salvador	105



#### Ingreso de divisas

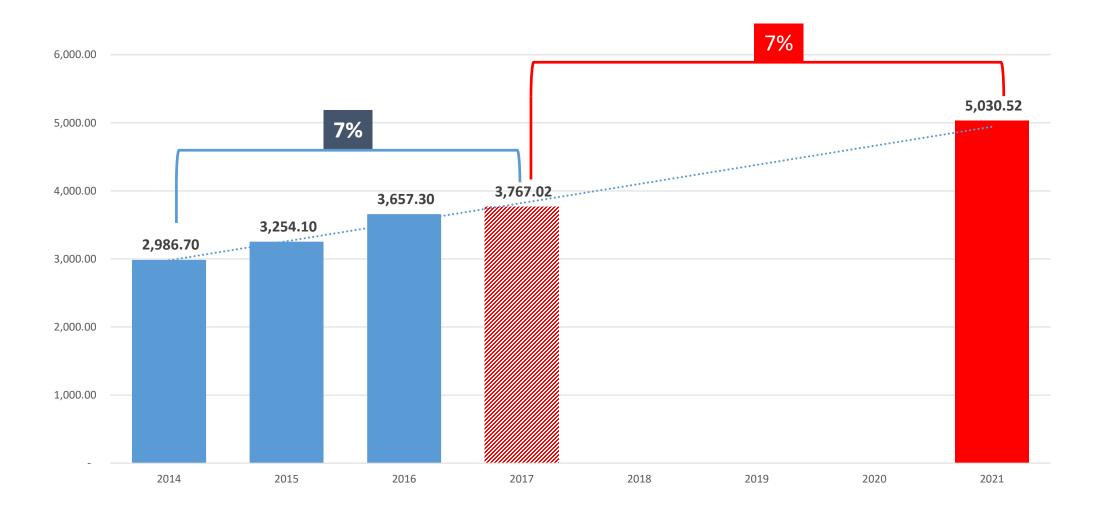






#### Ingreso de divisas proyectado







Corredor turístico.

concentración escalonada.

Conforma una superficie alargada, por lo general paralelo a la costa, río, lago o carretera, con un ancho inferior 5 km, una extensión variable que contiene uno o varios atractivos, planta y equipamiento turístico. La disposición de atractivos y la planta turística puede ser lineal o de

#### Distribución del espacio turístico de Costa Rica



Plan Nacional de Turismo 2017-2021



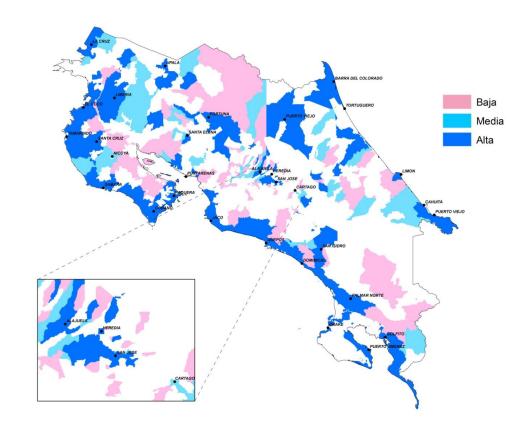
Unidades	distribución	desarrollo	excursión	estadía
Guanacaste	Liberia Santa cruz Nicoya La Cruz Bagaces Cañas	Polo     Papagayo     El Coco     Flamingo     Conchal     Tamarindo     Sámara.     Punta Islita	Rincón de la Vieja. Miravalles Santa Rosa Palo verde. Llanos de Cortés. Ostional	Soley –el Jobo Hermosa-Bahía Azul Flamingo-Tamarindo Avellanas-Junquillal Sámara-Carrillo Nosara-Garza San Miguel-Coyote
Puntarenas	Puntarenas Cóbano Paquera Esparza	8. Santa Teresa 9. Montezuma 10. Tambor 11. Puntarenas 12. Monteverde	Miramar Islas del Golfo Caldera	Santa Teresa-Mal País Cabuya-Montezuma Tambor-Pochote Barranca -Caldera
Pacífico Medio	Jacó Parrita Quepos	13. Jacó 14. Ml. Antonio		Punta Leona-Hermosa Esterillo –Palo seco Quepos – M.Antonio Matapalo - Baru
Pacífico Sur	Cortés Palmar Golfito	15. Drake 16. Puerto Jiménez 17. Golfito 18. Dominical 19. San Vito		Dominical-Uvita Zancudo Pavones
Caribe	Guápiles Limón	20. Tortuguero 21. Parismina 22. Limón 23. Cahuita 24. Puerto viejo		Río Estrella- Cahuita Puerto Viejo- Manzanillo
Llanuras del Norte	Ciudad Quesada Tilarán Fortuna Los Chiles	25. Fortuna 26. Sarapiquí 27. Bijagua 28. Caño Negro	Rio Celeste Pangola Horquetas	Laguna de Arenal
Valle Central	San José Heredia Alajuela Cartago	29. San José 30. Los Santos 31. Turrialba 32. Pérez Zeledón	Volcán Poas Volcán Irazú Orosi	



## Promedio de noches de estadía por todos los motivos de viaje entre el 2017 y el 2021.









# Promedio de la variación interanual en la cantidad de llegadas en el periodo 2017-2021

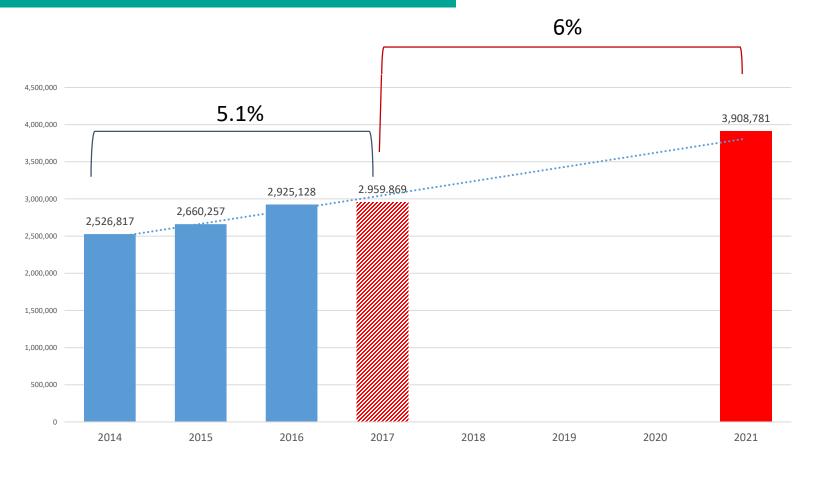










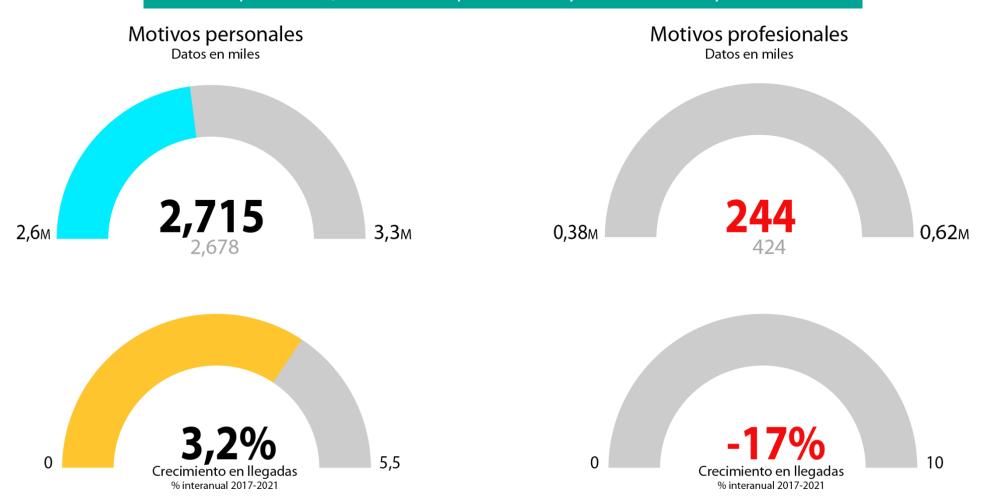




# Promedio de la variación interanual en la cantidad de llegadas 2017-2021



Valor esperado: 5,5% motivos personales y 10% motivos profesionales



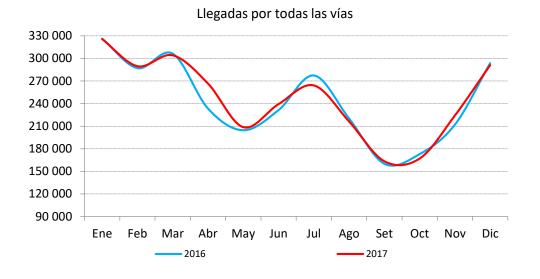


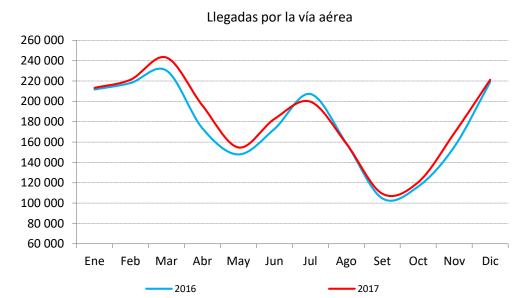
#### Llegadas internacionales 2017



Enero - Diciembre 2017						
VÍA	LLEGADAS	% VARIAC				
TODAS LAS VÍAS	2 959 869	1,2				
INTERNAMIENTO	2 390 076	2,5				
AÉREA	2 189 234	3,5				
JUAN SANTAMARÍA	1 661 897	7,9				
DANIEL ODUBER QUIRÓS	525 661	-8,2				
TERRESTRE Y FLUVIAL	760 315	-4,9				
MARÍTIMA	10 320	-1,1				

VÍA AÉREA					
PAÍSES Y/O ZONAS	LLEGADAS	% VARIAC			
TOTAL	2 189 234	3,5			
AMÉRICA DEL NORTE	1 420 770	-0,5			
CANADA	182 662	7,7			
ESTADOS UNIDOS	1 137 006	-2,7			
MEXICO	101 102	14,1			
AMÉRICA DEL SUR	157 634	8,3			
ARGENTINA	24 474	8,4			
BRASIL	19 766	8,3			
CHILE	11 636	7,7			
COLOMBIA	45 218	11,6			
PERU	12 114	1,4			
URUGUAY	3 585	5,5			
EUROPA	383 066	8,4			
ALEMANIA	54 424	7,5			
ESPAÑA	61 413	5,5			
FRANCIA	61 793	15,0			
REINO UNIDO	63 630	8,4			







### Llegadas internacionales 2018. enero-julio



#### **RESUMEN MOVIMIENTOS MIGRATORIOS**

Julio 2018				
VÍA	LLEGADAS	% VARIAC		
TODAS LAS VÍAS	255 215	-3,4		
INTERNAMIENTO	218 045	1,0		
AÉREA	208 912	4,6		
JUAN SANTAMARÍA	163 176	4,9		
DANIEL ODUBER QUIRÓS	45 625	3,6		
TERRESTRE Y FLUVIAL	46 162	-28,2		
MARÍTIMA	141	-13,5		

VÍA AÉREA				
PAÍSES Y/O ZONAS	LLEGADAS	% VARIAC		
TOTAL	208 912	4,6		
AMÉRICA DEL NORTE	134 495	5,0		
CANADA	8 188	6,0		
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	116 348	6,0		
MEXICO	9 959	-6,6		
AMÉRICA DEL SUR	15 354	5,6		
ARGENTINA	2 707	34,1		
BRASIL	2 103	10,5		
CHILE	1 531	32,2		
COLOMBIA	3 962	-1,8		
PERU	1 203	-2,3		
URUGUAY	348	-5,2		
EUROPA	40 556	6,8		
ALEMANIA	5 120	14,3		
ESPAÑA	6 626	-4,7		
FRANCIA	5 593	7,9		
REINO UNIDO	6 747	12,1		

UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN

#### **RESUMEN MOVIMIENTOS MIGRATORIOS**

Enero - Julio 2018				
VÍA	LLEGADAS	% VARIAC		
TODAS LAS VÍAS	1 916 360	1,0		
INTERNAMIENTO	1 600 512	3,7		
AÉREA	1 488 034	5,5		
JUAN SANTAMARÍA	1 110 083	6,3		
DANIEL ODUBER QUIRÓS	376 812	3,1		
TERRESTRE Y FLUVIAL	421 741	-12,0		
MARÍTIMA	6 585	-17,5		

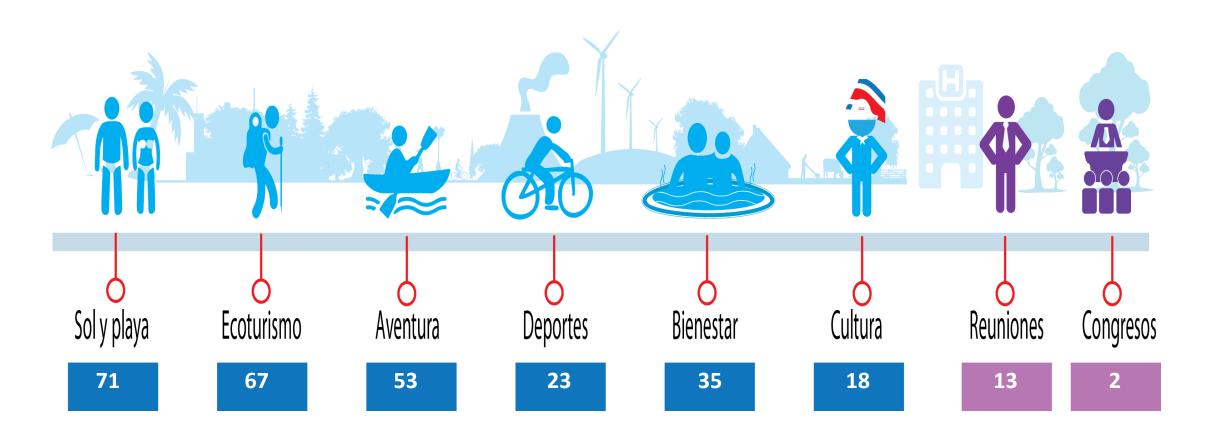
VÍA AÉREA				
PAÍSES Y/O ZONAS	LLEGADAS	% VARIAC		
TOTAL	1 488 034	5,5		
AMÉRICA DEL NORTE	1 005 273	5,6		
CANADA	134 138	6,7		
ESTADOS UNIDOS	813 321	5,7		
MEXICO	57 814	2,8		
AMÉRICA DEL SUR	103 978	8,3		
ARGENTINA	21 577	40,7		
BRASIL	12 477	1,8		
CHILE	9 370	24,0		
COLOMBIA	26 724	-2,5		
PERU	7 760	5,0		
URUGUAY	2 292	3,0		
EUROPA	252 595	10,8		
ALEMANIA	36 110	11,7		
ESPAÑA	31 796	0,7		
FRANCIA	45 827	11,9		
REINO UNIDO	42 126	7,3		

UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN





## Porcentaje de turistas según actividades que realizan en el destino

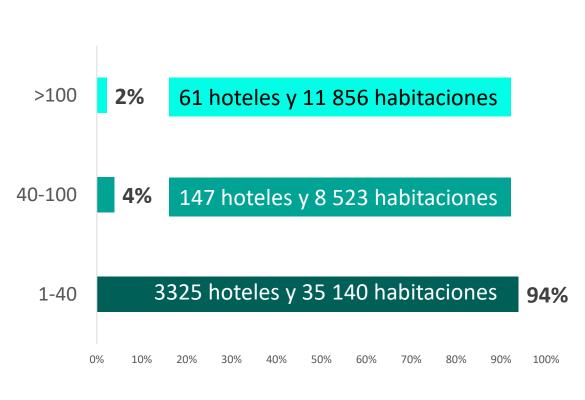




#### Tantidad de empresas de menos de 40 habitaciones que operan respecto del total de empresas del destino.



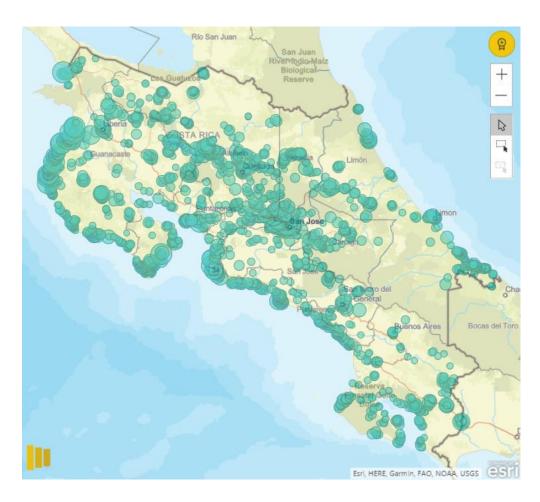
Valor esperado: 85% - 95%



N: 3 533 hoteles

N: 55 519 habitaciones

X: 15 habitaciones por hotel





# Distribución espacial de habitaciones













# Concentración espacial de habitaciones







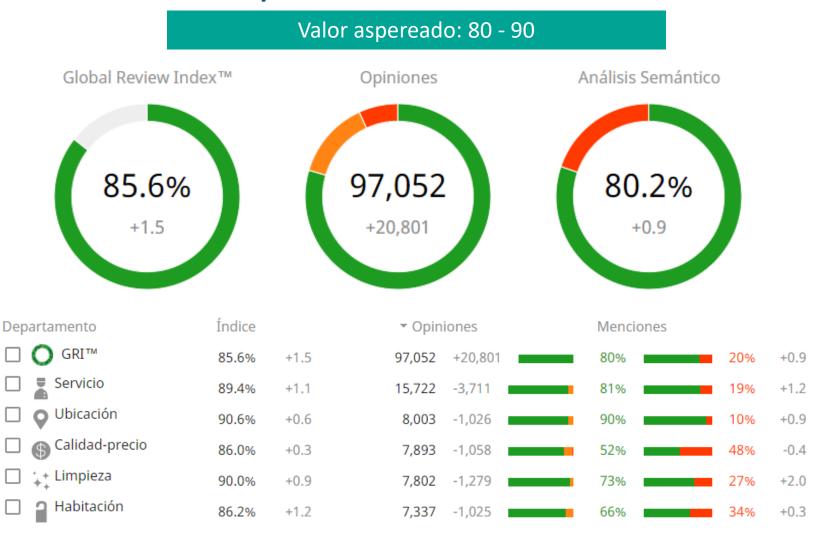






#### Índice de reputación en línea del destino.





GRI: Índice para medir reputación basado en datos recogidos de 175 webs de opinión y agencias de viaje "on line" (OTAS)



#### Percepción de calidad del destino - 31 dic. 2017

Opiniones

97,052

+20,801

+1.5

+1.1

+0.6

+0.3

+0.9

+1.2

-0.2

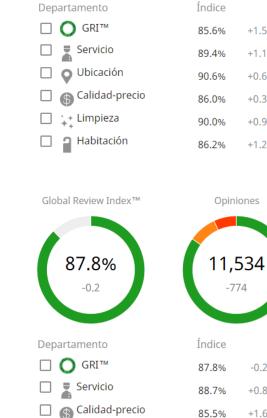
+0.8

+1.6



#### Hoteles

Restaurantes



Global Review Index™

85.6%



VISIÓN

Impulsando un modelo de turismo hacia el futuro



La industria nacional del turismo será el sector líder en generación de divisas, de amplia cobertura territorial y con impacto en el bienestar de las comunidades, gracias a la fortaleza de encadenamientos con empresas de todas las escalas que compiten por calidad, innovación y productividad.

El posicionamiento de Costa Rica como destino turístico se sustentará en la calidad de las experiencias que ofrece a sus visitantes con productos de alto valor agregado, en la sostenibilidad y en la idiosincrasia y cultura de los costarricenses.

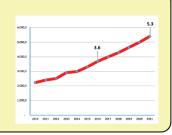
#### **Objetivo General**

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



#### **Meta General**

Lograr un crecimiento proyectado de alrededor de 7% en el ingreso de divisas por concepto de turismo en el periodo 2017-2021.



Uso eficiente del territorio

Crecimiento con innovación Posicionamiento diferenciado

Encadenamientos productivos

Atención a turistas

1.1 Impulsar distribución de la demanda en el territorio manteniendo la estadía promedio entre 11 y 13 noches

2.1 Lograr un crecimiento de alrededor del 6% en llegadas internacionales para un aproximado de 3.9 millones de llegadas al 2021: 5,5% por motivos personales y un 10% en motivos profesionaless

B.1 Posicionar a Costa Rica como destino turístico sostenible diferenciado, en segmentos de alto valor percibido y nichos con alto potencial 4.1 Mejorar la competitividad y capacidad de organización de las medianas y pequeñas empresas turísticas

5.1 Mejorar la experiencia percibida del destino









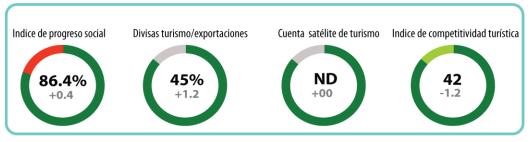


Objetivos



#### Plan Nacional de Turismo. Cuadro resumen de indicadores 2017



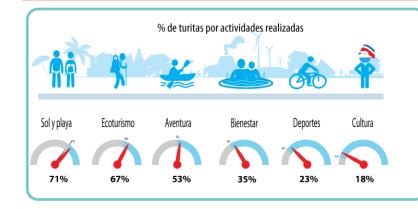


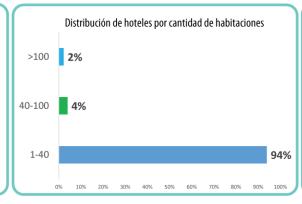
















### Dr. Alberto López C.

Gerente General alberto.lopez@ict.go.cr

2290.5800/2299.5801 Po.Box 771/1000 San José.Costa Rica www.ict.go.cr