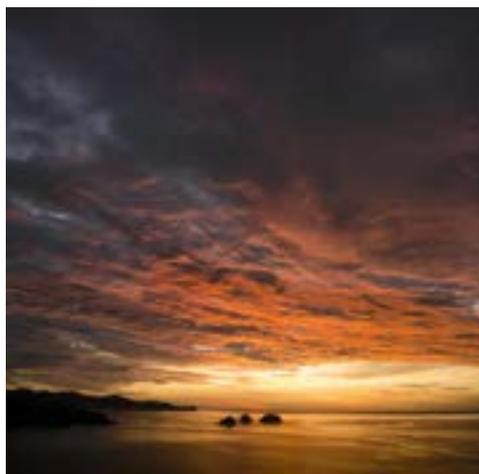




MEMORIA INSTITUCIONAL 2016



Índice

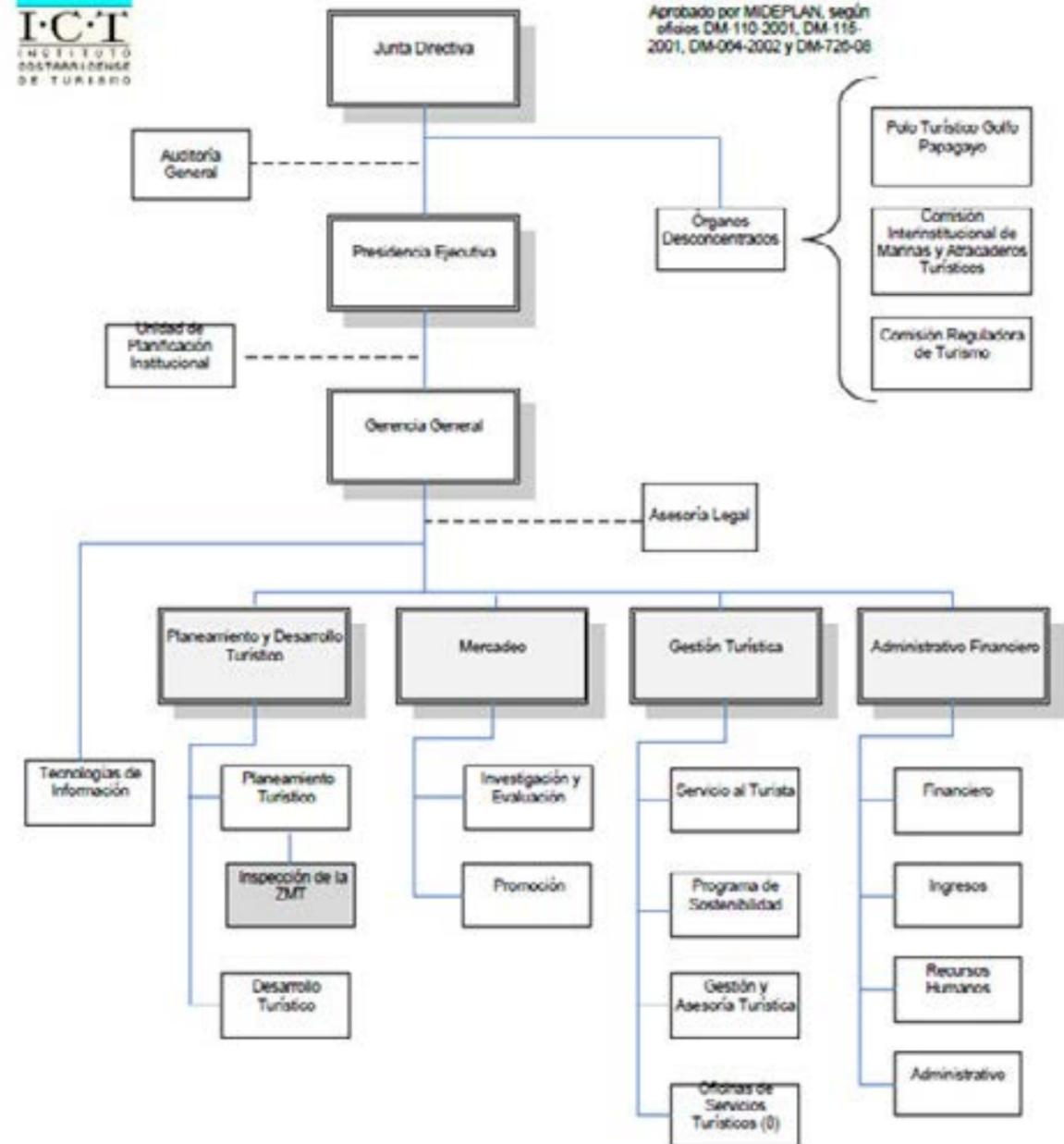
ORGANIGRAMA	5
JUNTA DIRECTIVA	7
PRESIDENCIA EJECUTIVA	8
GERENCIA GENERAL	12
AUDITORÍA GENERAL	20
UNIDAD DE PLANIFICACIÓN	32
SECRETARÍA DE ACTAS	34
ASESORIA LEGAL	38
DIRECCIÓN DE PLANEAMIENTO	46
DIRECCIÓN DE MERCADEO	68
DIRECCIÓN DE GESTIÓN TURÍSTICA	122
DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA	164
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN	186
CIMAT	192
GOLFO TURISTICO GOLFO DE PAPAGAYO	198

Organigrama



Instituto Costarricense de Turismo

Aprobado por MIDEPLAN, según oficios DM-110-2001, DM-115-2001, DM-004-2002 y DM-720-08



Junta Directiva



Roberto Fernández Zelada



Leyla Solano Pacheco



Patricia Forero Cabezas



Rolando Campos Corrales



Erasmo Rojas Madrigal



Ceila Quintana Madriz

Mensaje de la Presidencia



La actitud correcta que empuja a un país

El turismo sin duda representa una de las actividades más democráticas, retadoras e inclusivas que existen.

Cuando analizamos el impacto de esta actividad, es sorprendente cómo encarna en sí misma un poder multiplicador de beneficios que se extienden a todos los rincones, permeando en gran cantidad de personas.

El turismo es una industria que a pesar de que se enfrenta constantemente a un proceso de cambio, su capacidad de adaptación y más aun de innovar, han permitido que además de afrontar los retos de la industria, seamos un país que asume el liderazgo y va a la vanguardia en materia turística.

Por ello, históricamente hablamos de las cifras que respaldan el desarrollo turístico y en el caso del 2016 no es la excepción. Casi 3 millones de visitantes anuales, 600 mil empleos entre directos e indirectos, 27% de la fuerza laboral y alrededor de 4 mil millones de dólares en divisas, sin duda son datos importantes que consolidan al turismo como motor de desarrollo.

Pero este año decidimos ir más allá y nos convertimos en el único país del mundo que logra medir el impacto de la actividad turística en las comunidades.

Desarrollamos el Índice de Progreso Social en Centros Turísticos y con ello logramos demostrar que efectivamente el turismo es una industria dinamizadora que aporta innumerables beneficios a las economías locales y sus habitantes; pero más allá de la medición, buscamos establecer mecanismos innovadores que promuevan el desarrollo de acciones conjuntas entre el Estado, la sociedad civil y el sector privado empresarial, para fortalecer así el papel del turismo y su impacto en las comunidades.

Asumimos el reto de convertirnos en el primer país del mundo que realiza esta medición, lo que permitió que fuéramos galardonados en los premios de Innovación y Excelencia en Turismo de la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas, entre 55 naciones y 139 candidatos.

Aunado a esta acción vanguardista, dimos un giro a nuestra estrategia de promoción y realizamos diferentes acciones para afianzar nuestro posicionamiento en Europa y reducir nuestra dependencia natural e histórica al mercado estadounidense.

Por primera vez tenemos una agencia de relaciones públicas en el continente europeo, realizamos estudios de mejores prospectos en nuestros cuatro principales mercados emisores (Francia, España, Alemania y Reino Unido), transformamos nuestra presencia en las ferias internacionales al mostrar nuestro acervo cultural y la autenticidad del tico, reforzamos las campañas cooperativas y robustecimos nuestra estrategia para la atracción de líneas aéreas.

Durante muchos años, el país únicamente contaba con un vuelo directo que nos conectaba con el continente europeo; sin embargo, debíamos dar un giro importante en nuestra visión y meter el acelerador en materia de líneas aéreas.

De esta manera, pasamos de un vuelo directo a España proporcionado por Iberia, a cuatro vuelos directos a mencionar, Reino Unido (British Airways), Francia (Air France), Alemania (Condor) y Suiza (Edelweiss), que se inaugurará el 9 de mayo del 2017.

Sumado a estas acciones, decidimos trabajar en el diseño y la comercialización de nuevos productos turísticos, que permitan aprovechar las ventajas comparativas para fortalecer el posicionamiento del país como destino turístico y a la vez impulsar mayores encadenamientos productivos.

Para el 2017 presentaremos la estrategia país definida como Wellness Pura Vida, que conlleva la realización de actividades de bienestar, que promuevan el mejoramiento de calidad de vida de las personas.

De esta manera, se aprovecha el posicionamiento del país en naturaleza y aventura para construir sobre esto, un producto diferenciado que involucre la realización de actividades al aire libre, degustar de una gastronomía autóctona, saludable y con una excelente presentación, así como el cuidado personal y las técnicas más novedosas de relajación pero con sello tico, hacer deporte en un entorno natural, entre otros componentes, que propicien el mejoramiento de la condición de vida del nacional y extranjero.

Por otra parte, desde el 2015 iniciamos una agresiva estrategia para competir en el mundo por la industria de reuniones, que comprende la participación en ferias turísticas especializadas, la realización de alianzas estratégicas con importantes organismos nacionales e internacionales, el desarrollo de un plan promocional para incursionar en este nicho, la contratación de asesores expertos de calidad mundial, entre otros aspectos.

Nuestro objetivo es allanar el terreno y competir con nuestro Centro Nacional de Congresos y Convenciones, como cabeza visible en la industria mundial de turismo de reuniones, un proyecto país que inició su construcción a principios del 2017. De esta manera, tras largos años de espera, finalmente el país contará con el Centro Nacional de Congresos y Convenciones en el primer trimestre del 2018.

La industria de reuniones atrae a un turista que de acuerdo con las estadísticas, tiende a gastar más por día durante su estadía en el país, realiza pre y post tours y además nos permitirá generar nuevos ingresos especialmente en la temporada verde, rompiendo el ciclo de la estacionalidad.

Esto es solo una muestra de la gran cantidad de proyectos que ejecutamos de manera exitosa, lo cual no se hubiera podido lograr sin el compromiso y el trabajo en equipo de los profesionales que conforman el ICT.

Gracias a la actitud correcta, nos hemos retado como país, asumiendo proyectos complejos, pero que generan un impacto positivo en la economía y el bienestar de las personas.

Por ello, estoy convencido que la actitud correcta que empuja a un país, nos llevará a desafiarnos aún más, superando los logros alcanzados y haciendo del 2017 un año aún mejor.



Mensaje de la Gerencia



La Gerencia General del Instituto Costarricense de Turismo es un área jerárquica con el más alto nivel en la toma de decisiones administrativas y estratégicas como apoyo fundamental en la ejecución de los objetivos, políticas y metas diseñadas por la Presidencia Ejecutiva.

En ese sentido se procederá a señalar las principales acciones en el marco de los quehaceres y proyectos más destacados de esta Unidad Institucional denominada Gerencia General, las cuales se han desempeñado desde el 16 de setiembre del 2014 al 15 de setiembre de 2016.

1. Ejecución de Acuerdos. De los 388 acuerdos tomados por Junta Directiva emitidos al 20 de diciembre del 2016, 79 de ellos fueron acuerdos de Junta Directiva dirigidos directamente a la Gerencia o para resolver en forma conjunta con un Director de Macroproceso, Jefatura o Director de Junta Directiva de ICT, de los cuales se han atendido y ejecutado un promedio de 65 acuerdos, quedando un 17% de acuerdos en proceso de cierre con algunas acciones ya ejecutadas que persiguen el cumplimiento del mismo. A ellas se les dará el debido seguimiento para que se cierre su cumplimiento cuanto antes.

2. Colaboración al Ministerio de Relaciones Exteriores en el proceso de logística, coordinación y ejecución de la VII Reunión Ministerial de Cancilleres del Foro de Cooperación América Latina-Asia del Este (FOCALAE), se realizaron reuniones interinstitucionales para propiciar el aporte de temas en la programación de la agenda del Foro, específicamente con el tema de sostenibilidad turística, así como apoyo en la parte logística con hoteles e invitados especiales y con el patrocinio de algunas de sus actividades.

3. Seguimiento a lo establecido en el Decreto Ejecutivo 37045-MP-MEIC. La Contraloría de Servicios se ejecuta desde el año 2015. De acuerdo con lo establecido en el Decreto Ejecutivo 37045-MP-MEIC, encargándose de brindar información a los ciudadanos personal y electrónicamente. Ha coordinado el seguimiento para la publicación de todos los trámites que realiza el Instituto en el Catálogo Nacional de Trámites así como en la página web. Recientemente como enlace con las jefaturas de la Institución, se elaboraron propuestas al Plan Anual de Mejora Regulatoria institucional como respuesta al resultado de las encuestas de opinión y percepción de usuarios.

4. Seguimiento de recomendaciones y sugerencias de los informes emitidos por la Auditoría Interna, garantizándose que se cumpla con los plazos establecidos. La Gerencia General en el año 2015 emitió las Políticas para el Seguimiento de disposiciones de la Contraloría General de la República, recomendaciones y sugerencias emitidas por la Auditoría Interna, con el fin de asegurarse de que las acciones llevadas a cabo por la Administración fueran oportunamente cumplidas.

5. Evaluación de cumplimiento de recomendaciones, asesoría y advertencias emitidas por la Auditoría Interna de años del 2011 al 2015:

AÑO	EMITIDAS	A diciembre 2016		
		CUMPLIDAS	PARCIALMENTE CUMPLIDAS	% de Cumplimiento
2014	117	117	---	100
2015	79	74	5	94
2016	121	74	47	61
TOTAL:	317	265	52	84%

Cuadro 1. Fuente: Informe del estado de las recomendaciones, sugerencias y disposiciones emitidas al 31 diciembre 2016.

6. El resultado al seguimiento de hallazgos a los informes de las Auditorías Externas a los estados financieros, son: de los 30 hallazgos correspondientes al año 2014 a la fecha aún se encuentran 6 en proceso. En relación a los 30 hallazgos del año 2015 se encuentran 4 en proceso, los demás están ejecutados.

7. Apoyo sustancial a distintas Unidades en la Institución, mediante resoluciones o criterios, en el año 2016 se emitieron criterios de Auditoría (resoluciones del período evaluado).

Resoluciones emitidas del 2014 al 2016

Años	Cantidad de oficios por criterio
2014 (16 al 30 de diciembre)	92
2015 período completo	304
2016 (hasta el 14 de setiembre)	205

Cuadro 2. Fuente: Propia.

8. Resultados a través de la coordinación interinstitucional desde varios temas, entre ellos los relacionados con los resultados que se vienen alcanzando con la Comisión Fílmica, en la que participa el Instituto con las entidades y organizaciones participantes (CINDE- COMEX- PROCOMER – CENTRO DE CINE – MCJ), para facilitar la labor institucional público-privada y las gestiones de apoyo a las acciones, proyectos y producciones audiovisuales orientadas a la promoción del país en el exterior como destino de inversión en materia de filmación y producción cinematográfica, así como escenarios de rodaje de películas, documentales, comerciales y series de televisión. En el año 2014, se convirtió en una tarea de seguimiento y apoyo a producciones nacionales e internacionales.

9. Oficina de Salud Ocupacional Institucional. Esta Gerencia General ha estado desde el inicio de su gestión interesada en construir el camino hacia un medio de trabajo con mejores condiciones de bienestar y seguridad en el medio ambiente laboral, a partir de esto se viene impulsando el tema de Salud Ocupacional desde el 2014, inicialmente mediante la asignación de una persona encargada del tema. A partir de ese momento se han venido incluyendo espacios que involucran al personal en prácticas que promueven el bienestar físico y la disminución de estrés laboral.

En el 2015 se giraron directrices en favor de temas de seguridad (física) laboral de los trabajadores en relación al edificio que en conjunto con Administrativo fueron valorados. Adicionalmente se inició la exploración de las Oficinas Regionales con el propósito de abordar preventivamente inconsistencias previas a un accidente. También se dieron los primeros pasos hacia la implementación de una Plan de Emergencia Institucional, con la confección de rótulos de emergencia y evacuación colocados en todos los pisos del Instituto. Adicionalmente se adquirieron 10 botiquines equipados que serán usados por los brigadistas en formación dentro de la Institución.

Uno de los logros más significativos del 2016 fue la contratación directa de la capacitación de brigadas a 18 funcionarios la cual consta de nueve módulos. Finalmente se encuentra en trámite con la proveeduría la contratación de una empresa que elabore un Plan de emergencia y un Plan de Salud Ocupacional para la Institución. Adicionalmente por primera vez, la Institución se une a la celebración de la Semana de Salud Ocupacional, contando con charlas, productos e información.

10. Coordinación del Programa Ruta Nacional de las Aves. El año 2016 la Gerencia General asume la coordinación del Programa Ruta Nacional de las Aves, gestión compartida con la Dirección de Planeamiento y Desarrollo. El lanzamiento del proyecto se realizó en San Gerardo de Dota, con una cobertura importante por parte de los medios de comunicación. La ejecución del proyecto incluye buscar alianzas entre organizaciones que generen valor a los objetivos en común, por este motivo, se viene trabajando junto con la Asociación Ornitológica de Costa Rica un convenio de cooperación, teniendo como propósito un calendario de fotografías para el año 2017.

Se coordinaron acciones con FUTUROPA para el patrocinio de un catálogo sobre aves, mismo que fuera presentado en una feria especializada en aves en Inglaterra, en dicho documento promocional se hizo un inserto sobre la "Ruta Nacional de Aves". Además de la programación de la inclusión del tema en Festivales a lo largo de diferentes regiones a nivel nacional.

El siguiente cuadro incluye el resumen de los talleres educativos realizados en diferentes comunidades que representan Nodos principales para el disfrute de la ruta. Los Talleres educativos tienen como prioridad que organizaciones y empresarios turísticos, sean motivados a participar dentro del proyecto mediante los programas de la Institución.

Resumen de talleres educativos, Ruta de Aves

Nodo Visitado	Cantidad de personas capacitadas	Cantidad de empresas visitadas	Cantidad de Organizaciones
La Cruz	52	25	5
Bagaces	45	5	1
Golfito	26	5	2
San Vito	33	14	3
Puerto Jiménez	62	25	1
Drake	50	12	1
Guápiles	47	23	5
Cahuita	23	6	3
Sarapiquí	26	11	2
Caño Negro	28	7	2
Upala	25	7	2
Fortuna	18	5	0
TOTAL	435	145	26

Cuadro 3 Fuente: Propia

11. Participación institucional, en representación del Señor Ministro, en comisiones contra la trata de personas y la explotación sexual comercial de personas menores de edad:

Esta Gerencia tiene a su cargo la representación oficial de la institución ante comisiones nacionales contra el tráfico ilícito de migrantes, la trata de personas, la explotación sexual comercial y otras formas de explotación de personas menores de edad.

El ICT, como representante del Sector Turístico, es llamado a ser parte integrante de la Comisión Nacional Contra la Explotación Sexual Comercial - CONACOES, dirigida por la Presidencia Ejecutiva del Patronato Nacional de la Infancia, y que constituye el brazo especializado en ese tema, del Consejo de la Niñez y la Adolescencia, que es dirigido por la Vice-Presidencia de la República, en forma directa de parte de doña Ana Elena Chacón.

A sí mismo, la Gerencia representa a la Institución ante la Coalición Nacional contra el Tráfico Ilícito de Migrantes y la Trata de Personas - CONATT, cuya Secretaría Técnica está a cargo de la Dirección de Migración y Extranjería.

En ambas organizaciones nacionales, nuestra institución participa activamente, tanto en las sesiones plenarias, como en las comisiones de prevención, con los análisis y propuestas generales, y muy especialmente, con la visión en los movimientos y destinos turísticos, nacionales e internacionales.

Mediante las acciones gerenciales de esta dependencia y de gran interés del Despacho del Ministro, a partir del 2º. Semestre del 2016, el ICT es miembro formal del Grupo de Acción Regional de las Américas contra la Trata de Personas y Explotación de Personas Menores de Edad - GARA. Esta organización constituye una gran plataforma para fortalecer las acciones de Latinoamérica, mejorar los procesos de combate a esos flagelos y mantener la cooperación técnica en políticas, legislación, protocolos, programas, proyectos y otras acciones, tan necesarias para combatir la delincuencia organizada, que trasciende nuestras fronteras.

12. Creación e implementación del Proyecto SIT-ICT. Este proyecto institucional ha venido mejorando la efectividad de la gestión electrónica tributaria, el mismo constituye la estrategia para incrementar los ingresos, la cual fue comunicada al Ministerio de Hacienda (STAP y Crédito Público) como parte de las acciones necesarias para el soporte financiero que requiere el Centro Nacional de Convenciones y Congresos.

Para su implementación esta Gerencia ha realizado la asignación, seguimiento y control de actividades de dicho proyecto, como también el manejo del equipo de trabajo principal conformado con compañeros del Departamento de Ingresos. Este proyecto involucra nuevos procesos o actualización de los ya existentes, como también el desarrollo de nuevas competencias de auditoría, fiscalización y de tecnologías de la información.

13. Sistema de Gestión Documental Electrónica ICT. La formulación e implementación del proyecto busca dar cumplimiento a la normativa relacionada con Simplificación de Trámites, Mejora Regulatoria, Gobierno Abierto así como contribuir a los esfuerzos ambientales que se realizan en la institución, se coordinó el proyecto denominado "Documento Electrónico" el cual busca que la documentación formal que se realiza en el ICT sea creada electrónicamente utilizando el certificado y firma digital.

Este proyecto servirá de base como modelo de gestión avanzado para que la Institución pueda brindar servicio continuo de 24 horas, 7 días de la semana en servicios tales como: expediente electrónico, ventanillas virtuales, como medida de mejora a los usuarios que requieren realizar trámites en el ICT.

En el 2016 concluyó la etapa de capacitación compuesta por diez charlas dirigidas a todos los funcionarios de la Institución, donde se expuso lo relacionado al modelo básico de gestión documental como también de Firma Digital. La cual estuvo a cargo por miembros del comité técnico nombrado por la Gerencia General.

14. El apoyo de esta Gerencia a la creación de soluciones transaccionales desde el sitio Web Institucional, ha permitido que el usuario pueda realizar su gestión en línea, como previa plataforma a la operación del sistema electrónico de declaraciones de impuestos. El esfuerzo y dedicación del equipo de implementación se reflejó en el informe realizado por el INCAE "Evaluación de la Calidad de los Servicios Públicos por Medios Digitales CR2015" en donde el ICT avanzó de posición 51 en el año 2014 a la posición 17 en el año 2015.

15. Gestión del cambio: Dicho proyecto se desarrolló durante el 2015 e inicios del 2016, se inició con la gestión de los cambios originada a partir de la revisión de la formulación del PEI aprobada por Junta Directiva y se discutió el alcance de los resultados esperados y realmente realizables a partir de los programas y acciones planteados en el PEI para cumplir con cada objetivo estratégico. Adicionalmente se estableció la necesidad de incorporar indicadores de desempeño y de revisar y replantear los indicadores de gestión que permitan medir los resultados perseguidos con cada objetivo estratégico, proceso posteriormente alcanzado mediante convenio marco específico FUNDATEC/ITCR/ICT.

16. Proyecto de revisión y construcción de un sistema de indicadores de gestión PAO y desempeño PEI. Mediante convenio entre el ITCR, FUNDATEC y el ICT, en atención del Preventivo Ad-27-2014. Se desarrolló una gestión exploratoria a nivel institucional de los proyectos, acciones, procesos y demás, a modo de construir el inventario solicitado Realizando un proceso de levantamiento del número de proyectos por cada Departamento en la Institución.

Para conocer la calidad de los indicadores de gestión y llevar a cabo un proceso Institucional de creación de indicadores de desempeño, se inició el proceso hacia la contratación de dicha Consultoría, partiendo de la experiencia y conocimientos en el tema, después de todo el análisis entre las posibilidades a contratar se inició el proceso de convenio con el TEC.

Este proyecto ya desarrollado en sus primeras tres etapas, ha traído como resultados un extenso proceso de acercamiento y priorización de los proyectos y programas de la Institución que realmente deben hacerse para alcanzar los objetivos planteados, adicionalmente ha sido un proceso de construcción institucional hacia la medición de resultados de los mismos, a través de la construcción consensuada de indicadores de desempeño y un proceso institucional de revisión, modificación, mejora y construcción de indicadores de gestión para medir los resultados que se esperan alcanzar al 2021.

17. Participación en Comisiones Institucionales

- Comisión de Becas
- Comisión Institucional de Ética y Valores
- Comisión de Mejora Regulatoria
- Comisión de Simplificación de Trámites Ley 8220.
- Comisión Fílmica de Costa Rica en la instancia del Poder Ejecutivo, creada mediante Decreto No. 35384-MCJ-COMEX.
- Comisión de Ética
- Comisión de Salud Ocupacional
- Comisión de Atención de Emergencias
- Comisión de Bandera Azul Ecológica categoría Acciones para enfrentar el Cambio Climático y en la Re activación del Plan de Gestión Ambiental.
- Consejo Cantonal de Coordinación Institucional de Aserrí.
- Comité de Recuperación de Negocios.
- CAETI (comisión de asuntos estratégicos de TI)
- Comisión de NICSP
- Comité de Recuperación de Negocios.
- Comisión para la revisión y ejecución conjunta del PEI
- Comisión de Turismo Social

18. Otras representaciones: de acuerdo con solicitudes especiales, se representa al señor Ministro en distintos eventos y comisiones, entre las que destacan:

- Consejo Sectorial Ambiental (MINAE)
- Consejo de Competitividad (Casa Presidencial)
- Consejo Económico (Casa Presidencial)
- Comisión de Turismo de la Asamblea Legislativa (según convocatorias y giras)
- Conferencias de prensa
- Recepción de nuevos vuelos
- Otros



Auditoría General



La auditoría interna es una actividad independiente, objetiva y asesora, creada para aportar seguridad a la Institución mediante la validación y mejora de sus operaciones para proporcionar a la ciudadanía una garantía razonable de que las actuaciones del Jerarca y de la Administración se realizan conforme al marco legal y técnico y a las sanas prácticas.

A continuación, se presentan algunos de los proyectos desarrollados durante el período 2016 que han colaborado a mejorar la calidad y oportunidad de los servicios de auditoría y que a su vez han permitido el adecuado cumplimiento de la normativa técnica aplicable:

1. Actualización del Plan Estratégico de la Auditoría.

Según lo estipulado en las Normas para el Ejercicio de la Auditoría Interna en el Sector Público, las auditorías internas deben ejecutar un proceso sistemático para la planificación de la actividad de auditoría interna, el cual debe cubrir los ámbitos estratégico y operativo, considerando la determinación del universo de auditoría, los riesgos institucionales, los factores críticos de éxito y otros criterios relevantes. Asimismo, deben establecer una planificación estratégica en la que se plasmen la visión, y la orientación de la auditoría interna, y que sea congruente con la visión, la misión y los objetivos institucionales.

Con el propósito de cumplir con lo dispuesto en dicha normativa se actualizó la planificación estratégica de la Auditoría Interna, en esta ocasión, como una propuesta de cambio, de generación de valor, pero sobretodo, en procura de la sostenibilidad de la calidad en cada uno de los servicios que la Auditoría Interna brinda al ICT y a cada una de las partes interesadas.

Para lo anterior, se definió el siguiente marco estratégico para la Auditoría Interna:



Marco orientador estratégico	Misión	“Somos el órgano de fiscalización y asesoría, independiente y objetivo que, mediante la evaluación del control, los riesgos y el gobierno corporativo, proporciona a las partes interesadas una garantía razonable de que el ICT cumple sus objetivos.”	Valores: Honestidad Compromiso Respeto
	Visión	“Para el año 2020, la Auditoría Interna posicionará su gestión de fiscalización y asesoría, mediante la excelencia en la práctica de auditoría, con el fin de contribuir al logro de los objetivos del ICT.”	
	Propuesta de valor	“La Auditoría Interna proporcionará seguridad razonable sobre la calidad, oportunidad y valor agregado de sus servicios, a través de la mejora continua, la innovación y la pasión por la excelencia.”	
Objetivos Estratégicos 2017-2020	OAC-01 Fortalecer el conocimiento del personal de auditoría, con el fin de optimizar y desarrollar sus competencias y habilidades en la actividad de auditoría interna.		
	OPI-01 Estandarizar y optimizar el proceso de la actividad de auditoría, con el fin de fortalecer el sistema de control de calidad de la Auditoría Interna.		
	OPIN-01 Mejorar la calidad, oportunidad y valor agregado en los estudios mediante el fortalecimiento de los procesos internos y la gestión del talento humano con el fin de incrementar la percepción positiva del auditado.		
	OG-01 Mejorar el posicionamiento de la Auditoría Interna ante la Junta Directiva mediante la calidad, oportunidad y valor agregado de las asesorías y rendición de cuentas.		

2. Universo Auditable

2.1 Diseño y conceptualización

La Contraloría General de la República define el universo auditable como:

“Conjunto de elementos susceptibles de la prestación de los servicios de la Auditoría Interna dentro de su ámbito de competencia institucional. Generalmente, el universo de auditoría contempla un detalle de unidades auditables que pueden agruparse de diferentes formas (por función, actividad, unidad organizacional, proyecto, proceso, etc.), pero puede ampliarse para considerar un inventario de los trabajos que la Auditoría Interna puede efectuar en relación con esas unidades auditables”¹.

De conformidad con lo anterior la Auditoría Interna determinó fundamentar su universo auditable bajo los siguientes enfoques:

- *Gestión de procesos
- *Valoración de los procesos por factores de riesgo.
- *Conciliación con la estrategia de la Institución.
- *Cadena de valor.

Estructura	Elementos Auditables		TOTALES
	Sustantivos y Soporte	Tecnologías de Información	
Procesos	33	2	35
Subprocesos	101	33	134
Actividades	744	210	954

Fuente: Auditoría Interna

2.2 Priorización del Universo Auditable

Determinado el universo auditable, la normativa dispone que:

...” la Auditoría Interna deberá organizar los estudios conforme a su relevancia en términos del riesgo identificado para los elementos del universo de auditoría al que se refieren, teniendo en cuenta que algunos estudios deben realizarse todos los años, mientras que otros pueden emprenderse con una frecuencia menor.”

En concordancia con lo anterior, se identificaron los factores de riesgo más comunes y presentes en los procesos según el siguiente detalle:

Capital Humano
Complejidad del Proceso
Normativa
Tecnologías de Información
Partes Interesadas
Patrimonio
Objetivos Institucionales
Fraude

De igual manera, se determinó a través de una escala de valoración: la probabilidad de ocurrencia, el impacto y el riesgo inherente para cada uno de los subprocesos.

Como otro elemento de ponderación y priorización, se añadió el “apetito al riesgo” que posee el Auditor Interno, sobre los elementos que conforman el universo auditable.

Producto de la calificación de los factores de riesgo, la valoración de probabilidad y el impacto, así como de la determinación del apetito al riesgo del Auditor Interno, se obtuvo la valoración del riesgo, clasificados por niveles de riesgo: alto, significativo, medio y bajo, para establecer prioridades por parte de la Auditoría, según el siguiente detalle:

Priorización	Proceso	Subprocesos	Actividades
Alto	1	9	134
Significativo	19	41	198
Medio	12	48	257
Bajo	1	3	155
Subtotal	33	101	744
Tecnología de la Información	2	33	210
Total Universo Auditable	35	134	954

3. Servicios de la auditoría interna

La Auditoría Interna define y ejecuta un Plan Anual de Trabajo (PAT) basado en la planificación estratégica congruente con el universo auditable que contribuye a que la Institución alcance sus objetivos, para lo cual utiliza un enfoque sistémico y profesional.

Este plan se desarrolla y cumple mediante los productos que se detallan a continuación:



De conformidad con sus competencias la Auditoría Interna durante el año 2016, desarrolló estudios en diferentes dependencias emitiéndose 86 recomendaciones, 17 sugerencias y se autorizaron 8 aperturas y 6 cierres de libros (Anexo N°1). Lo anterior con el objetivo de que la institución mejore en la eficiencia y eficacia de sus operaciones, confiabilidad y oportunidad de la información, cumplimiento con el ordenamiento jurídico y técnico, y en la protección y conservación del patrimonio público contra pérdida, despilfarro, uso indebido, irregularidad o acto ilegal, además de contribuir en la dirección institucional.

Lo anterior permitió el cumplimiento del 97% del PAT 2016 (Anexo N°2), y contribuyó a mitigar riesgos identificados en las siguientes unidades:

- *Comisión Institucional de Ética
- *Departamento de Ingresos
- *Departamento de Promoción
- *Departamento de Recursos Humanos
- *Departamento de Gestión y Asesoría Turística
- *Departamento de Tecnologías de la Información
- *Departamento Financiero
- *Dirección Ejecutiva Polo Turístico Golfo Papagayo
- *Departamento de Investigación y Evaluación
- *Unidad de la Administración de la Información
- *Unidad de Proveduría Institucional
- *Unidad de Planificación
- *Unidad Contable
- *Unidad de Tesorería
- *Junta Administradora de Fondos
- *Comité Mixto de Mercadeo
- *Secretaría de Actas

4. Valor agregado

Con las 86 recomendaciones y 17 sugerencias emitidas durante el periodo 2016 se promovieron mejoras para contribuir con el cumplimiento del marco de legalidad, la efectividad de los procesos institucionales, administración del riesgo, del control y de los procesos de dirección con el afán de contribuir a que la Institución cumpliera sus objetivos y además garantizarle a la ciudadanía el cumplimiento de la normativa técnica, legal y sanas prácticas.

Lo anterior se realizó mediante proyectos relevantes desarrollados durante el periodo 2016 producto de los estudios elaborados y otras acciones de la Auditoría Interna, las cuales se detallan a continuación:

4.1 Asuntos relevantes sobre exposición al riesgo y control

Como parte del proceso de auditoría, en cada uno de los estudios realizados en el periodo 2016, se valoraron los riesgos asociados a los procesos auditados, su impacto sobre los objetivos y metas institucionales y los controles establecidos para mitigar los posibles riesgos que pudieran impedir el cumplimiento de los objetivos.

Como resultado de los servicios de auditoría interna, se emitieron recomendaciones y sugerencias para mitigar riesgos y mejorar los controles que permitan:

Mejorar la eficiencia y eficacia: Se emitieron recomendaciones para mejorar la eficacia de las campañas mediante la alineación del Plan General de Campañas Cooperativas Integrales, para que éste incluya la definición de objetivos orientados hacia resultados y la instauración de indicadores para la medición del progreso y alcance de los objetivos, de igual forma en la Unidad de Proveduría se recomendó la definición de indicadores de gestión que permitan monitorear la eficiencia y eficacia de las contrataciones administrativas, también se emitieron recomendaciones para que se tomen acciones en situaciones que generan reproceso como por ejemplo devoluciones de solicitudes de materiales y contrataciones declaradas infructuosas. Adicionalmente, la Dirección Ejecutiva del Polo Turístico Golfo Papagayo (PTGP) se recomendó para mejorar la eficacia el diseño e implementación de una planificación estratégica y sus respectivos indicadores que permitan medir el cumplimiento de los objetivos, a nivel de eficiencia se emitieron recomendaciones para mejorar la coordinación interdepartamental, la implementación de actividades de control en la gestión de proyectos de infraestructura y fiscalización de concesiones. Al Departamento de Recursos Humanos se emitieron recomendaciones orientadas a la implementación de sanas prácticas para una gestión más eficiente y efectiva del talento humano. También para para simplificar el alcance y las funciones de la Unidad de Planificación Institucional, se advirtió sobre el proceso realizado por la Unidad en materia de revisión de los manuales con el objetivo de hacer más eficiente el proceso de revisión, actualización y emisión de manuales de procedimientos institucionales.

Mejorar la confiabilidad de la información y oportunidad: A nivel de campañas cooperativas se emitieron recomendaciones para la inclusión de actividades de control que ayuden en la presentación de informes de resultados oportunamente. Para el departamento de Tecnologías de información y Financiero se hicieron aportes sobre las mejoras necesarias en los sistemas de información para contribuir a la calidad de la información financiera, de tal forma que ésta sea razonable y representativa de la situación financiera de la institución y cumpliendo con el marco contable aplicable de las NICSP. También se emitieron recomendaciones a la Unidad de la Administración de la Información para mejorar la oportunidad y calidad de la información estadística del movimiento migratorio turístico.

Mejorar el cumplimiento con ordenamiento jurídico y técnico: Se advirtió sobre el ordenamiento jurídico y técnico bajo el cual se tiene que tramitar la acción de campañas cooperativas previendo la materialización de riesgos legales, así como las actividades de control que garanticen el cumplimiento de los acuerdos cooperativos y el respectivo reglamento. Se advirtió a los integrantes del Comité Mixto de Mercadeo sobre los deberes y responsabilidades como miembros de dicho Comité. También se emitieron advertencias sobre los incumplimientos normativos para la autorización de mapas turísticos, presentación de estados financieros del Fondo de Jubilaciones, declaraciones juradas de bienes, entre otros.

Mejorar la conservación del patrimonio público contra pérdida, despilfarro, uso indebido, irregularidad o acto: Se advirtió sobre la necesidad de contar con un instrumento de control de programación de pagos y asegurarse de tener garantías de cumplimiento para resarcirse de daños ante eventuales incumplimientos por parte de las agencias. Se advierte sobre las debilidades en los controles de vales de caja chica lo cual expone a la Institución a riesgos de pérdida y el uso indebido de fondos públicos. También se emitieron recomendaciones para mejorar la custodia de los inventarios y mitigar riesgos de malversación de los activos, además de recomendaciones para mejorar la seguridad de las bases de datos institucionales y mitigar riesgos en el uso indebido o irregularidades de la información.

4.2 Asuntos relevantes sobre Procesos de Dirección

Evaluación sobre el Modelo de Gestión Ética Institucional: Se recomendó la implementación de un Modelo de Gestión Ética para la prevención, detección y corrección de riesgo de fraudes, el cual contribuye significativamente con el fortalecimiento de la ética, promoviendo y creando una cultura de integridad, probidad, transparencia, control interno y rendición de cuentas.

Rutina de auditoría para los sistemas institucionales: Se inició con la planificación para la implementación de una auditoría continua en los sistemas de información asociados a pagos y maestro de proveedores, como plan piloto.

Gobierno Corporativo: Se coordinó la charla del “Buen gobierno corporativo” para direcciones y jefaturas de la Institución, con la intención de introducir a los participantes en el tema y su rol en el mismo, también se realizó esta actividad como precursor de una iniciativa de la Auditoría en contribuir en la generación de un buen gobierno corporativo siendo este una herramienta para promover y mitigar riesgos institucionales.

5. Gestión Administrativa de la Auditoría Interna.

De conformidad con la ejecución del Plan Anual de Trabajo 2016, se procedió a analizar los indicadores establecidos para los Servicios de la Auditoría Interna, Seguimiento de Recomendaciones/ Sugerencias y Desarrollo Interno; los cuales son satisfactorios ya que se observa una mejora en los mismos, según se detallan en el Anexo N°3.

5.1 Implementación del sistema informático de gestión de auditoría:

Se implementó el sistema de gestión GPA a finales del año 2014 y en el año 2016 se consolidó como una herramienta de trabajo de suma utilidad para la gestión de auditoría, este sistema ha implicado un cambio de paradigmas debido a la eliminación del uso del papel, lo que ha generado: ahorro, eficiencia en el uso del tiempo, seguridad y oportunidad de la información, entre otros. A su vez permitió la estandarización de los procesos de auditoría.

Por otra parte, la gestión automatizada de auditoría, permite tener un mayor control visual del avance del proyecto y se elimina el doble esfuerzo porque se trabaja directamente en el sistema, permitiendo también la supervisión en tiempo real.

5.2 Autoevaluación Anual de la Calidad de la Auditoría Interna

La Autoevaluación de la calidad se aplicó con base en las herramientas establecidas por la Contraloría General de la República. Los resultados obtenidos por la Auditoría Interna fueron satisfactorios se comprobó que la Auditoría Interna cumple con lo requerido en la normativa aplicable a la actividad. A pesar de los resultados satisfactorios, debido a la política de mejora continua y acercamiento al auditado, se consideró conveniente establecer un plan de mejora con algunas acciones que permitan continuar fortaleciendo la calidad de la Auditoría Interna.

Del plan de mejoras se está trabajando en la actualización del “Reglamento de Organización y Funcionamiento de Auditoría Interna” y se realizaron actividades como la elaboración de un informe de la Gestión de la Auditoría Interna semestral para mejorar la oportunidad de la rendición de cuentas, se desarrolló e implementó una encuesta a las instancias auditadas al concluir el servicio de auditoría para verificar si se cumplieron las expectativas del servicio y se procedió a actualizar el los procedimientos para normalizar formalmente los servicios de la auditoría interna, y el sistema de gestión de calidad, así como otras actividades para mejorar la calidad de la información utilizada por la Auditoría Interna.



5.3 Ejecución del Plan de Capacitación

En el siguiente cuadro se detallan las capacitaciones recibidas en el 2016 así como los beneficios obtenidos:

CAPACITACIÓN	BENEFICIO
Planeación Estratégica en la Auditoría Interna a través de la aplicación del Cuadro de Mando Integral.	Contribuyó en la actualización del Plan Estratégico y en el desarrollo de la política estratégica de la Auditoría Interna.
Política de Riesgo y su Gestión en la práctica de la Auditoría Interna en el Sector Público.	Contribuyó con la actualización del Universo de Auditoría, su respectiva priorización y política de riesgo.
Especialización en Indicadores de Desempeño de las Organizaciones.	Contribuyó en el desarrollo de indicadores para el Plan Estratégico de la Auditoría Interna de forma que permitan verificar el avance y cumplimiento de objetivos, además en el diseño de indicadores de gestión para la medición de la eficiencia y eficacia en Auditorías Operativas
Diseño e impartición del curso Aseguramiento de la Calidad en la Auditoría Interna.	Se mejoró la calidad de los estudios lo cual impactó positivamente en la percepción por parte de las instancias auditadas.
Documentación y estandarización del proceso de auditoría.	Incremento en la calidad del proceso de auditoría y el cumplimiento del Plan Anual de Trabajo
Interpretación y análisis de las regulaciones administrativas y la solicitud y asignación de recursos a los funcionarios de las Auditorías Internas del Sector Público.	Se revisaron las regulaciones emitidas por la Contraloría General de la República. Con base en esta capacitación se estará actualizando el "Reglamento de organización y funcionamiento de Auditoría Interna".
Auditoría de la Gestión Ética.	Se emitió informe de auditoría de cumplimiento sobre el Modelo de Gestión Ética Institucional.
Técnico de Tecnologías de Información	Se definió el personal de respaldo para asegurar la continuidad de las auditorías de sistemas de información y otros temas de soporte tecnológico.
Elementos esenciales del Diseño e Implementación del Estudio de Dotación de Recursos de la Auditorías Internas y del Procedimiento de Dotación y Ejecución de Recurso elaborado por la Administración.	Con base en esta capacitación se estará elaborando el respectivo estudio considerando el incremento que se dio en el ciclo de auditoría.

Con lo anterior se cumple con la norma que establece que el personal de auditoría debe mantener y perfeccionar sus capacidades y competencias profesionales mediante la participación en programas de educación y capacitación profesional continua.

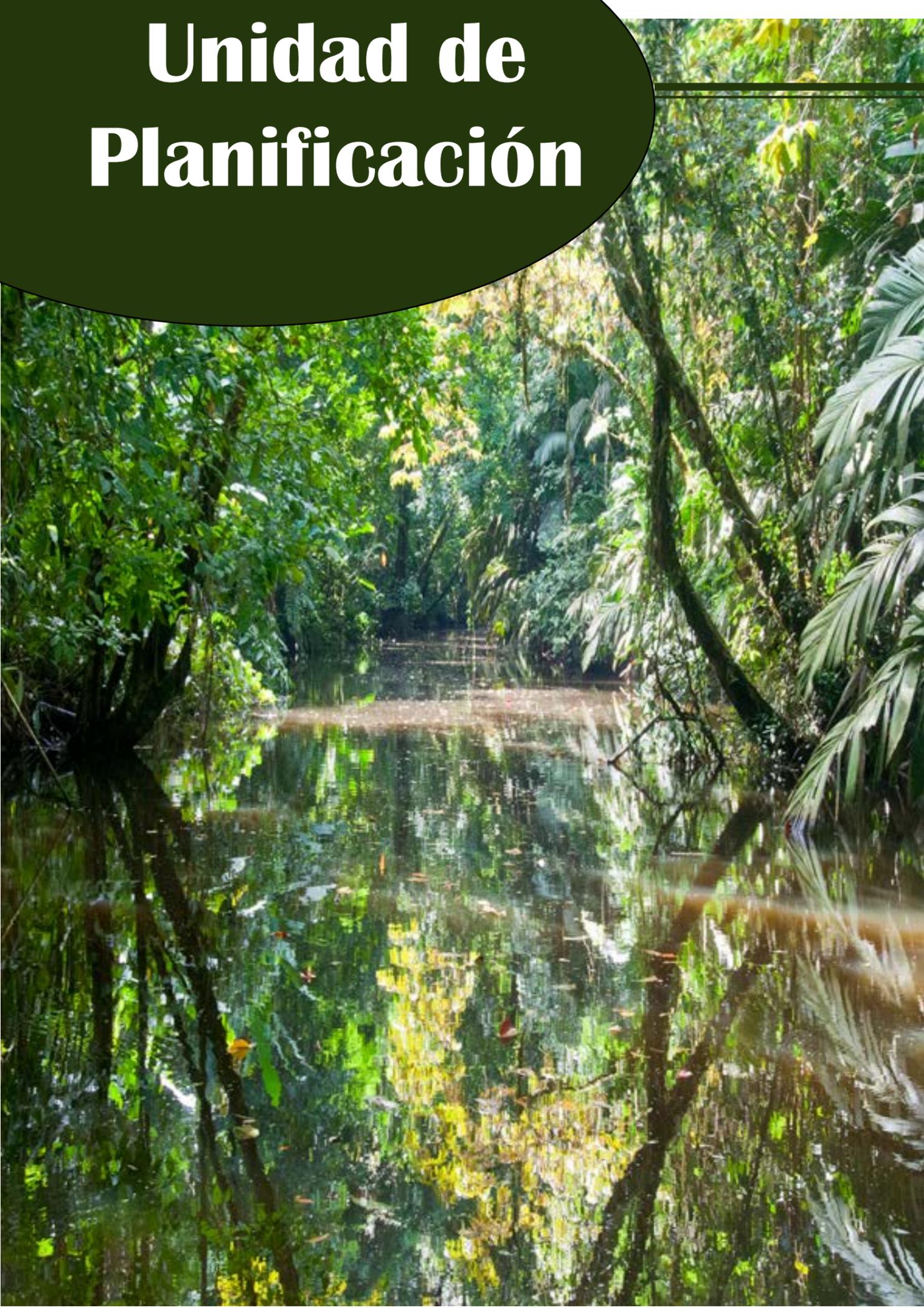
5.4 Otros proyectos de gestión administrativa

Es importante mencionar que para el 2016 se logró un cumplimiento del 100% de los proyectos internos, generando beneficios para la Auditoría Interna y para la Institución, a continuación otros temas desarrollados en el año 2016:

- Normalización del proceso de auditoría y sistema de gestión de calidad: con el objetivo de contar con herramientas de trabajo más eficientes y completamente actualizadas con los últimos cambios de la normativa.
- Clima laboral: Se realizaron diferentes actividades de integración que mantienen la unión y la motivación del personal, logrando un ambiente agradable de trabajo y de la mano con los valores de la Auditoría.
- Adicionalmente se cumplió el 100% del PAO y el 94% de la ejecución presupuestaria.



Unidad de Planificación



La Unidad de Planificación Institucional (UPI) constituye un área jerárquica que produce servicios de asesoría en temas de su competencia, cuyo fundamento legal es el artículo 3 de la Ley Nacional de Planificación (Ley N°5525). Las funciones de la UPI están contempladas en el artículo N°28 del Decreto Ejecutivo N°37735-PLN.

En el periodo 2016 estuvo compuesta por 3 Ejecutivos de Turismo 2, una Secretaria y un Asesor de Planificación Institucional (jefatura). El presupuesto disponible fue de ¢57.5 millones y el ejecutado alcanzó 90%. El presupuesto incluye el pago institucional a la OMT y SITCA por ¢48.7 millones en su conjunto.

Procesos de Planificación Institucional: Estos se enmarcan dentro de los lineamientos, metodologías y procedimientos establecidos por el Jerarca institucional y por el Sistema Nacional de Planificación (SNP) de MIDEPLAN, la Autoridad Presupuestaria del Ministerio de Hacienda y la Contraloría General de la República.

En el panorama expuesto, le correspondió a la UPI dirigir y coordinar los procesos de seguimiento y evaluación del cumplimiento institucional de las políticas y metas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico (PND) de manera trimestral durante el año 2016, así como la Evaluación y seguimiento del PAO mediante dos informes semestrales presentados a la Contraloría General de la República y cuatro informes trimestrales para la Gerencia General. Asimismo se lideró a nivel institucional la elaboración del PAO 2017, el cual contó con un proceso de diagnóstico FODA.

Adicionalmente, se coordinó y elaboró el expediente e informes correspondiente al Índice de Gestión Institucional (IGI) del periodo 2015, requerido por la Contraloría General de la República, cuyo resultado institucional logró un puntaje global de 85.5% (según G-0266-2016 y oficio 09115 DFOE-ST-0038), logrando la posición 46 de 154 instituciones participantes.

Programa Institucional de Inversiones Públicas: Se verificó la concordancia con las prioridades establecidas en el PND, en el PEI y con las políticas de endeudamiento público y se procedió a inscribir ante el Banco de Proyectos de Inversión Pública (BPIP) operado por MIDEPLAN, los proyectos que realizará cada Dirección y/o Unidad durante el periodo 2017, susceptibles de inscripción en el BPIP, clasificados según el tipo de proyecto (capacitación, estudios, mantenimiento, formación de capital físico, pre-inversión, obras y equipamientos menores, sustituciones y reconstrucciones, proyectos por resolución legal y proyectos por declaratoria de emergencia) en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo "Alberto Cañas Escalante" del periodo 2015-2018, y se continuó con el seguimiento del Centro Nacional de Congresos y Convenciones en el Banco de Proyectos de Inversión Pública de MIDEPLAN y velando por el seguimiento de su ejecución. Al respecto MIDEPLAN registró el aval a los proyectos del ICT en oficio AI-094-2016 y señaló a otros que deberán complementar información en el 2017, según AI-090-2016.

Proyectos de Cooperación Internacional: Le corresponde a la UPI verificar el alineamiento de los proyectos de cooperación internacional que se realicen en la institución con las prioridades nacionales y velar por su inscripción en el SIGECI de la Cancillería.

Proyectos del 2016: Se apoyó cooperación Costa Rica/ Uruguay, la cual se ejecutó en el IV Trimestre del año en materia de Sostenibilidad Turística y Cambio Climático, financiado con fondos de Cooperación Española. Además, se ha participado en la ejecución del proyecto de Cooperación Triangular entre Alemania, Costa Rica y Túnez en materia de sostenibilidad y según cronograma establecido. Asimismo se han atendido consultas e informes especiales de MIDEPLAN (Turquía, Uruguay y Argentina).

Análisis Administrativo: Este ítem tiene dos ámbitos de acción, a saber: la revisión de manuales de procedimientos y la realización de análisis y estudios de la estructura orgánica vigente y su presentación ante MIDEPLAN.

En el 2016 se recibieron 18 solicitudes de revisión de manuales de procedimientos, de los cuales se emitieron 12 criterios positivos:

Manual de la Oficina Regional de Puntarenas (4 procedimientos), Departamento de Oficinas Regionales, (8 procedimientos), Proyecto Golfo Papagayo (1 procedimiento), Departamento de Certificaciones y RST (15 procedimientos), Mercadeo (2 procedimientos) y Unidad de Inspección de la ZMT (2 procedimientos), Recursos Humanos (121 procedimientos).

Reorganizaciones parciales: Informe de implementación de la Reorganización del Depto. de Certificaciones y Responsabilidad Social Turística, elaboración de una propuesta de Visualización en la Estructura del ICT de Unidades Funcionales Subordinadas a Niveles Departamentales y otras reguladas por Normas Específicas, Revisión de Propuesta de Creación de la Unidad de Atracción de Inversiones.

Control Interno: Se coordinó la autoevaluación del Sistema de Control Interno del ICT y el Proceso de Autovaloración de Riesgos Institucionales (SEVRI), así como la elaboración de los respectivos Informes Institucionales, en cumplimiento de la Ley General de Control Interno 8292. Además se realizó un informe específico sobre riesgos del Proyecto Centro Nacional de Congresos y Convenciones.

Se presentó ante la Gerencia General Informe de seguimiento de SEVRI, el cual se incluirá en la Agenda 2017 para ser visto por la Junta Directiva.

Se estructuró un Plan de Capacitación en SEVRI y Control Interno, el cual se llevará a cabo entre enero y febrero del 2017, en atención a una sugerencia de la Auditoría Interna (AI-Ad-12-2015).

Se elaboró propuesta de Actualización de Lineamientos ASCI y SEVRI, los cuales se presentaron ante la Gerencia General para su valoración. También se propuso y ejecutaron las acciones de implementación 2016 para dar cumplimiento a los Servicios Preventivos de la Auditoría Interna AI-Ad-12-2015 sobre SEVRI y AI-Ad-13-2015 sobre ASCI. También se elaboró la información de la Encuesta Anual de Ciencia y Tecnología del MICITT, entre otros informes.

Secretaría Técnica del Equipo Gerencial de Control Interno y Riesgos: Dada la suspensión temporal del EGCIR durante el 2016, la UPI elaboró una justificación técnica de la conveniencia de cese o continuidad de funciones para su disolución, la cual fue presentada al Equipo Gerencial de Control Interno y Riesgos, así como a la Gerencia General para su valoración.



Secretaría de Actas

El trabajo de la Secretaría de Actas se basa en la organización, planificación, logística y apoyo general de las reuniones de la Junta Directiva, Consejo Director del Polo Turístico Golfo de Papagayo, Comisión Reguladora de Incentivos Turísticos creada por la Ley 6990, Comisión Nacional de Acreditación de Certificado de Sostenibilidad Turística (CST) y la Comisión Mixta de Mercadeo. La labor fundamental es la de comunicar a las instancias internas del ICT y las externas que corresponda, en el menor tiempo posible, las resoluciones tomadas por los Órganos Colegiados y asesores, así como llevar el seguimiento de los mismos.

Entre las funciones se destaca la atención de los Administrados que requieren información sobre Acuerdos, Actas y documentos que se resguardan en esta oficina, así como brindar similar información al público interno.

Corresponde a esta oficina expedir certificaciones, llevar el control y seguimiento de la ejecución de los Acuerdos tomados, así como coordinar con la Presidencia, Gerencia General, Dirección Ejecutiva del Polo Turístico Golfo Papagayo, la Secretaría Técnica de la Comisión Reguladora de Incentivos, la Secretaría Técnica de la Comisión de Acreditación y la Subgerencia de Mercadeo, las agendas y documentación respectiva para conocer en las sesiones correspondientes.

Se coordina y confecciona las convocatorias a las sesiones ordinarias y extraordinarias, se prepara el orden del día. La Secretaría de Actas distribuye en tiempo todos los acuerdos a los departamentos y entidades según corresponda. Confecciona y actualiza los Libros Oficiales de Actas y sus índices, da seguimiento a la correspondencia, prepara informes, asiste a reuniones estratégicas y elabora todas aquellas labores ejecutivas, administrativas y de logística que se requieran.

Adicionalmente informa a los Órganos Colegiados sobre el nivel de ejecución de los acuerdos por parte de las diferentes unidades del Instituto. Lleva el control y el seguimiento de los temas que han quedado para estudio, hasta que se tome alguna resolución al respecto. Mantiene en custodia la información original correspondiente a todas las sesiones, documentos que resguardan la historia institucional del ICT.

Es responsable en su Unidad de dirigir e implementar, así como del seguimiento del control interno, de igual forma de la elaboración, desarrollo y seguimiento del Plan Anual Operativo, del Sistema de Evaluación y Valoración del Riesgo, del Plan Anual de Compras, así como de planear, dirigir, confeccionar, controlar y ejecutar la administración y cumplimiento del presupuesto de la Junta Directiva de la Institución.

Es labor de la titular de la Secretaria de Actas fungir en la cantidad de veces que se le asigne por parte de la Junta Directiva, como Órgano Director de los Procedimientos Administrativos, de conformidad con el Artículo 90, inciso e) de la Ley General de la Administración Pública, en donde tiene la responsabilidad de dirigir, investigar, redactar e impulsar el proceso.

Junta Directiva:

En el año 2016 se realizaron un total de 47 sesiones de Junta Directiva (de la N° 5914 de fecha 11 de enero a la N° 5961 del 19 de diciembre). Respecto a los acuerdos tomados, durante este año se dictaron 388 resoluciones, ejecutándose al final del año aproximadamente el 86 % de los acuerdos tomados.

El Ministro de Turismo es quien preside las sesiones de la Junta Directiva, exceptuando cuando por las funciones propias de su cargo se encuentra en misión oficial, presidiendo en estos casos el Vicepresidente de la Junta Directiva.

Consejo Director Polo Turístico Golfo Papagayo:

El Consejo Director del Polo Turístico Golfo de Papagayo sesionó en 11 ocasiones, iniciando con fecha 08 de febrero y finalizando el 19 de diciembre de 2016. El Consejo Director del PTGP tomó 112 acuerdos, al final del año se había ejecutado aproximadamente el 94%.

Comisión Reguladora de Turismo de Incentivos Turísticos, Ley 6990:

En el año 2016 la Comisión Reguladora celebró un total de 6 sesiones (de la N° 832 de fecha 09 de febrero a la N° 837 del 07 de diciembre, de las cuales todas fueron ordinarias. La Comisión Reguladora de Incentivos Turísticos, tomó 50 acuerdos, al final del año se habían ejecutado aproximadamente el 70%.

Comisión Nacional de Acreditación del Certificado de Sostenibilidad Turística (CST)

En el año 2016 la Comisión Reguladora celebró un total de 8 sesiones (de la N° 1184 de fecha 11 de febrero a la N° 191 del 15 de diciembre. Dicha Comisión tomó 85 acuerdos, ejecutándose al final del año el 95%.

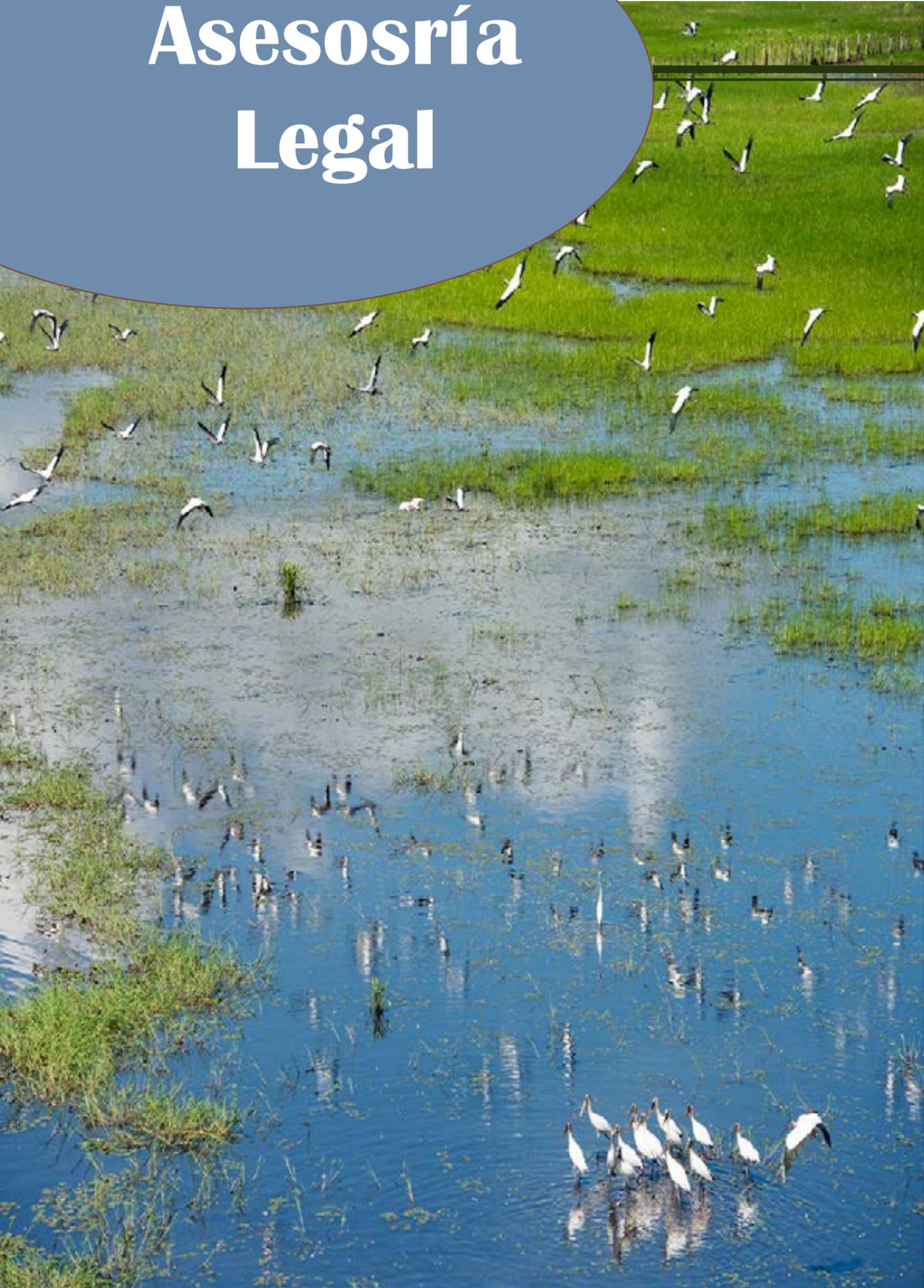
Comité Mixto de Mercadeo ICT

El Comité Mixto de Mercadeo se reunió en 10 ocasiones, celebrándose la Sesión N° 01 el 27 de enero y concluyendo el año con la sesión del 14 de diciembre. Se tomaron 34 acuerdos, para un nivel de ejecución del 82 %.

De esta forma se da por cumplido el Objetivo 1.1.12, Meta 1.1.12.1 del PAO 2016.



Asesoría Legal



A.- Principales labores de esta Asesoría.

- Asesorar en materia jurídica a los diferentes órganos colegiados que componen el Instituto así como a las distintas dependencias de éste.
- Tramitar y dar seguimiento a los distintos procesos judiciales en los que es parte el Instituto. Revisión de requisitos legales en distintos trámites tales como declaratoria y contrato turístico, contratación administrativa, concesiones en Papagayo, concesiones en Zona Marítimo Terrestre.
- Refrendo de contrataciones internas.
- Elaboración de contratos y convenios.
- Elaboración de proyectos de ley o reglamentos relacionados con el turismo.
- Fungir como órgano director en procedimientos administrativos.

B.- Labores realizadas durante el año 2016

1.- Asesoría a órganos colegiados del Instituto.

Además de asesorar durante el período de estudio al resto de dependencias de la Institución, se brindó la asesoría a : Junta Directiva de la Institución, Consejo Director del Polo Turístico Golfo Papagayo, Comisión Reguladora de Turismo, Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos (CIMAT), Comisión Nacional de Acreditación del Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), Comisión Institucional de Tránsito, Comisión de Salud Ocupacional, Comisión de Zonificación Portuaria Moín, Comisión de Archivo del ICT, Comisión Institucional para la Implementación de las Normas Internacionales de Contabilidad (NICS). Lo anterior sin dejar de lado al Sector Privado de Turismo, por medio de la evacuación de consultas telefónicas, atención directa de las dudas o asistiendo directamente a reuniones que se realizan con funcionarios del Instituto, representantes de cámaras, asociaciones o empresarios turísticos.

2.- Consultas.

Esta Asesoría legal como parte de su función asesora, atendió durante el 2016, un número aproximado de 2080 consultas. Lo anterior al margen de las consultas telefónicas y vía electrónica que a diario se atienden en las diferentes áreas y sobre diversos temas.

3.- Contratación Administrativa y Convenios de Cooperación.

En materia de Contratación Administrativa, la Asesoría Legal se avocó al asesoramiento general de todas las unidades de la Institución, así como a la elaboración y tramitación de contratos y convenios, velando por el estricto apego a los procedimientos establecidos en el Ordenamiento Jurídico y las diferentes disposiciones emitidas principalmente por la Contraloría General de la República.

Dentro de este marco, se revisaron carteles de licitación y ofertas presentadas, además de asesorar en el proceso posterior de adjudicación.

Asimismo, correspondió a la Asesoría Legal la redacción de diversos convenios de cooperación que suscribe la Institución con el propósito de cumplir los objetivos señalados en su Ley Orgánica. En aquellos supuestos en que la suscripción de estos convenios implica disposición de fondos públicos, debe esta Asesoría Legal dar seguimiento al mismo hasta la obtención del refrendo respectivo por parte de la Contraloría General de la República, cuando este corresponde.

ACTIVIDAD	Contratos	Convenios	Licitaciones	Refrendo Interno	Consulta a Contraloría
CANTIDAD	13	21	41	46	0

ACTIVIDAD	Autorizaciones de Contraloría	Referendos o Constros Contraloría	Referendos Convenios Contraloría	Consultas
CANTIDAD	0	1	0	63

4.- Actualización de Normas.

En atención a las recomendaciones emitidas por la Auditoría General y contenidas en el oficio AG - P - As 004- 2010 y el punto 2- del oficio G 648- 2010 de la Gerencia General, se instauró un procedimiento de control para revisar y modificar la normativa interna, cuando esta sufra cambios, producto de reformas, modificaciones, adiciones o derogatorias, que puedan incidir en los textos que rigen las actuaciones y competencias de la Institución. Producto de lo citado se mantiene actualizados tres compendios de normas :

1.- Compendio de Normas que regulan las Empresas y Actividades Turísticas, que contiene la legislación que rige los trámites que se realizan ante el ICT.

2.- Compendio de Normas Internas del ICT, donde se incluyen la normativa que a lo interno de la Institución, rige labores de los funcionarios.

3.- Compendio de Normas donde el ICT participa en Comisiones Externas. Adicionalmente, se mantiene informada de forma escrita a la Gerencia General, sobre cualquier ley, reglamento, directriz de gobierno, relativo a las Instituciones Autónomas.

ACTIVIDAD	Información sobre Normas que involucran Instituciones Autónomas	Actualizaciones en Compendio Normas que regulan las Empresas Turísticas	Actualizaciones en Compendio Normas Internas	Actualizaciones en Compendio Comisiones Externas .
CANTIDAD	27	3	3	0

5.- Juicios.

La Asesoría Legal tiene a su cargo la tramitación de todos los procesos monitorios de cobro judicial, juicios ordinarios, procesos en materia civil, de tránsito, laboral, agraria, administrativa, penal, así como Acciones de Inconstitucionalidad y Recursos de Amparo ante la Sala Constitucional, en los cuales el Instituto o sus funcionarios figuran como demandados o actores, lográndose en su amplia mayoría satisfactorios resultados para la Institución. Se gestionan igualmente las diligencias de desalojo administrativo y judicial por usurpación de terrenos propiedad de este Instituto.

ACTIVIDAD	Juicios Monitorios (Cobro Judicial)	Juicios de Transito	Juicios Laborales
CANTIDAD	175	0	3

ACTIVIDAD	Juicios de Lesividad	Acciones de Inconstitucionalidad, amparos y habeas corpus	Procesos Contenciosos bajo la Ley de Jurisdicción Contencioso Administrativa
CANTIDAD	0	2	29

ACTIVIDAD	Convenio Preventivo de Acreedores	Diligencias de Información Posesoria
CANTIDAD	3	5

6.- Revisión de requisitos legales de Declaratoria Turística y Contrato Turístico.

En aplicación de la Ley N° 6990, denominada Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico, del Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas y el Reglamento a la Ley Reguladora de Agencias de Viajes que respaldan la Declaratoria y Contrato Turístico que se otorgan a las empresas turísticas previstas en dichas regulaciones, esta Asesoría Legal se encarga de la revisión de los requisitos estrictamente legales que deben de cumplirse para obtener la Declaratoria Turística y el Contrato Turístico mencionados; así como para la acreditación de cambios de propietario, apoderados, razón social, nombre comercial, domicilio, renuncia de la declaratoria. A continuación se resume el trabajo desarrollado en este sentido durante el año 2016.

ACTIVIDAD	Solicitud Declaratoria Turística	Solicitud Acreditación Cambio de Nombre Comercial	Solicitud Acreditación Cambio Razón Social	Solicitud Acreditación Cambio Propietario	Solicitud Acreditación Cambio Apoderados
CANTIDAD	199	38	11	14	67

ACTIVIDAD	Solicitud Acreditación Cambio de Domicilio	Solicitud de Contrato Turístico	Solicitud Acreditación de Renuncia Voluntaria Declaratoria Turística	Consultas en materia de declaratoria turística	Consultas en materia de contrato Turístico
CANTIDAD	26	13	18	5	6

ACTIVIDAD	Revisión de borradores de Fideicomisos, adenda, y contrato turístico
CANTIDAD	18

7.- Consultas y revisión de requisitos legales en gestiones relativas a zona marítimo terrestre. En aplicación de la Ley N° 6043, Ley sobre la Zona Marítimo Terrestre y su Reglamento, se revisan expedientes de concesiones, cesiones y prórrogas, así como solicitudes para autorización para dar en garantía derechos de concesión.

De igual forma, se atienden consultas de municipalidades con jurisdicción en zona marítimo terrestre y de particulares. Así las cosas, a continuación se presenta el resumen del trabajo desarrollado en este sentido durante el año 2015.

ACTIVIDAD	Concesiones nuevas aprobadas	Cesiones de concesión aprobadas	Prórrogas de Concesión aprobadas	Denegatoria de aprobación	Ejecución de garantía sobre concesión (Acreedor Ejecutante)
CANTIDAD	76	01	22	49	01

ACTIVIDAD	Atención de Consultas	Estudio de antecedente de dominio	Autorización para dar en garantía
CANTIDAD	17	09	03

8- Recaudación de tributos.

Con el fin de resguardar el patrimonio de la Institución, esta unidad se encarga de la tramitación y seguimiento a los juicios ejecutivos por concepto del cobro de impuesto del 3% sobre hospedaje (ya derogado), mediante la Ley N° 8494, publicada en la Gaceta del 27 de Marzo del 2009 y 5% sobre pasajes internacionales, a aquellas empresas recaudadoras de dichos tributos que se encuentran con moratoria en el pago de los mismos.

Para ejecutar esta labor, fue necesario efectuar investigaciones y estudios registrales, confección y tramitación de los juicios en instancias civiles y penales, estudio de expedientes y consultas directas a los interesados, así como confección de documentos de arreglos de pago a que se llegue con los mismos. A continuación, se resume la labor desarrollada en este sentido por la Asesoría Legal durante el año 2016.

ACTIVIDAD	Arreglos de Pago	Juicios Activos	Juicios terminados	Juicios con sentencia firme
CANTIDAD	1	175	21	106
Monto Recuperado	Se realiza la revisión y se recupera por mensualidades	¢ 691.796.607,33	¢35.358.711.17	¢592.595.373,61

ACTIVIDAD	Estudios Registrales de bienes muebles e inmuebles	Nuevas demandas	Liquidaciones de intereses y costas procesales	Honorarios liquidados	Declarados incobrables
CANTIDAD	140	15	104	2	9

9.- Asamblea Legislativa.

Se prepararon criterios legales y sus documentos de respuestas a fin de manifestar la posición institucional frente a consultas de la Asamblea Legislativa sobre 21 proyectos de ley. Esto es, específicamente con relación a los proyectos de ley que corresponden a los siguientes títulos y números de expediente:

NUMERO DE EXPEDIENTE	NOMBRE PROYECTO DE LEY
Expediente N°18,014	Proyecto de Ley "Ley de autorización para la titularización de flujos de caja de obra pública para disminuir la necesidad de endeudamiento público y promover la inversión pública"
Expediente N°18512	Proyecto de Ley: "Ley de Navegación Acuática".
Expediente N°18,939	"Ley del Refugio de Vida Silvestre Ostional" (Anteriormente denominado Ley para la constitución del Refugio Nacional de Vida Silvestre Ostional en Territorio Costero Comunitario."
Expediente N°19,139	"Protección a los Ocupantes de Zonas Clasificadas como Especiales ."
Expediente N°19288	"Prevención, Eliminación, Sanción del Racismo y de toda forma de discriminación. "
Expediente N°19465	"Contratos de Gestión Local"
Expediente N°19,555	"Ley de Eficiencia en la Administración de los Recursos Públicos"
Expediente N°19,582	"Reforma de los artículos 3° Y 4° de la Ley N° 9242 para la Regularización de las construcciones existentes en la zona restringida de la zona marítimo terrestre "
Expediente N°19592	"Ley de Creación del Depósito Libre de Talamanca "
Expediente N°19654	"Ley Marco de la Economía Social Solidaria "
Expediente N°19799	"Ley de Promoción del Turismo inclusivo en la provincia de Cartago "
Expediente N°19800	"Donaciones y Permutas de bienes inmuebles entre Instituciones del Estado, Instituciones Autónomas y Semi autónomas y Empresas Públicas "
Expediente N°19885	"Ampliación de los plazos del artículo 4 de la Ley para la regulación de las construcciones existentes en la zona restringida de la zona marítimo terrestre N° 942 de 06 de mayo 2014 y del Transitorio I de la Ley marco para la declaratoria de zona urbana litoral y su régimen de uso y aprovechamiento territorial N° 9221 de 25 de abril de 2014."
Expediente N°19959	"Desarrollo Regional de Costa Rica "
Expediente N°19123	"Transparencia de las Contrataciones Administrativas por medio de la reforma del artículo 40 y de la inclusión de un artículo 40 bis de la Ley No. 7494, Ley de Contratación Administrativa, 2 de mayo de 1995 y sus reformas".
Expediente N°19245	"Ley para mejorar la lucha contra el Fraude Fiscal "
Expediente N°19251	"Ley Reguladora del Cabildo en la Función Pública. Expediente Legislativo N° 19251."
Expediente N° 19612	"Ley de reforma de varios artículos de la Ley N° 7969, Ley Reguladora del Servicio Público de Transporte Remunerado de Personas en Vehículos en la Modalidad de Taxi y otras, para su apertura a servicio colectivo".
Expediente N°19775	Adición de un nuevo capítulo XII a la Ley de Contratación Administrativa, Ley N.° 7494, para crear la Autoridad Nacional de la Contratación Administrativa.
Expediente N°20045	"Ley General de Derechos Culturales "

10.-Procedimientos Administrativos.

En el año 2016, esta Asesoría Legal, designada por la Gerencia o Junta Directiva como órgano director, tramitó procedimientos administrativos disciplinarios y otros procedimientos ordinarios contra funcionarios o terceros, lo que implica principalmente el seguimiento del expediente, realización de comparecencias orales, valoración de pruebas documentales y testimoniales, contestación de recursos y redacción del informe final para el órgano decisorio.

Dentro de esos procedimientos, se incluye el soporte legal en los procedimientos ordinarios establecidos en contra de las empresas turísticas amparadas a este Instituto, cuando se han detectado irregularidades en su funcionamiento, labor que ha consistido en la asistencia legal en las comparecencias orales y privadas que los mismos comprenden, así como redacción de los criterios legales que sirven de base a las resoluciones finales que la Gerencia tome en los mismos.

ACTIVIDAD	Investigaciones Preliminares	Procedimientos Administrativos disciplinarios y cobratorios	Asesoría al Departamento de Gestión y Asesoría Turística en Audiencias de Procedimientos Administrativos por incumplimiento en materia de Declaratoria y Contrato Turístico	Criterio para la Comisión Nacional de Acreditación del Programa certificación para la Sostenibilidad Turística (CST)
CANTIDAD	3	8	5	99

ACTIVIDAD	Informes a Junta Directiva sobre apelaciones en procedimientos administrativos	Informes, criterios a Junta Directiva sobre conciliaciones judiciales	Criterios sobre temas tributarios, para Ingresos
CANTIDAD	4	2	2

ACTIVIDAD	Informes a la Gerencia sobre otros procedimientos	Criterio para la acreditación del Programa Marca País	Procedimientos Registrales para inscripción de marcas
CANTIDAD	6	23	7

11.- Redacción de Reglamentos.

Como parte de nuestra actividad procedemos a la redacción de reglamentos, así como las modificaciones a la reglamentación interna y externa relacionada con la materia turística.

En el año 2016, se redactaron, revisaron y complementaron los borradores de las iniciativas que se detallan en el cuadro adjunto.

I Trimestre	II Trimestre	III Trimestre	IV Trimestre
Reglamento a la Ley Programa de Apoyo y Reactivación de las Mipymes del Sector Turismo Costarricense, Ley Número 9339 del 23 de Noviembre del 2015.	Adición al Artículo 10 del Decreto Ejecutivo N° 36223-MOPT-TUR, "Reglamento para la Regulación y Explotación de Servicios de Transporte Terrestre de Turismo.	Reforma al Reglamento para la regulación y explotación de servicios de Transporte Terrestre de	Reforma al Reglamento de Guías de Turismo.

12.- Polo Turístico de Papagayo.

Esta dependencia brinda asesoría legal a la Oficina Ejecutora del Polo Turístico Golfo Papagayo, en la persona del Consejo Director, como órgano colegiado, así como de su Dirección Ejecutiva, como órgano técnico. La base para dicha asesoría encuentra asidero en la normativa especial aplicable al Proyecto Polo Turístico Golfo Papagayo, así como en el derecho supletorio.

Esta Asesoría Legal se encarga de evacuar todas las consultas generadas por acuerdos propios del seno del Consejo Director, de emitir criterios legales en temas de relevancia, y de asistir como asesores legales a todas las sesiones ordinarias y extraordinarias de dicho órgano. En la relación de la Oficina Ejecutora con los concesionarios, la Asesoría Legal interviene en la redacción de los contratos de concesión para el caso de las nuevas concesiones, y respecto de las ya otorgadas, en la redacción de los addenda a contratos ya suscritos, en la revisión de los requisitos legales para la aprobación de las solicitudes formales de cesiones parciales, al igual que respecto de las escrituras públicas relativas a dichas cesiones y demás negocios jurídicos como sometimiento de las mismas a garantía hipotecaria o a fideicomiso. De igual forma se realizan informes sobre traspasos de capital social y solicitudes de fusión por absorción que realizan las concesionarias.

Así mismo, esta Asesoría Legal evacúa las consultas específicas de los concesionarios, tanto verbales como escritas.

ACTIVIDAD	Criterios Legales	Criterios Sobre solicitudes cesiones parciales	Contratos y Addendum a contratos de concesión	Traspaso de capital social y nuevos apoderados	Sometimientos en garantía	Fusiones por Absorción	Atención en asuntos judiciales
CANTIDAD	15	1	8	29	1	2	4

Además se brindó asesoría en los procedimientos administrativos abiertos contra concesionarias del PTGP por incumplimientos a sus obligaciones contractuales, los cuales implican sanciones que van desde la ejecución parcial de sus garantías de cumplimiento hasta la cancelación de derechos de concesión otorgados.

Dirección de Planeamiento y Desarrollo Turístico

Para dar cumplimiento a lo establecido en el Plan estratégico institucional y al Plan Anual Operativo en el objetivo estratégico 1.1 "Planificar el espacio turístico, para garantizar un uso adecuado del mismo en todas las Unidades del Planeamiento Turístico del país" y la meta estratégica 1.1.12.1 "Mantener actualizado el Plan de turismo mediante una reunión a diciembre del 2016", se realizaron diversos talleres de análisis y discusión sobre el Plan Nacional de Turismo con la participación de representantes del sector privado (CANATUR, CCH, ACOT, CANTURURAL, ACAR, ACOPROT, FUTUROPA, PROIMAGEN, CANAECO, REDNAPH, CACORE), sector público (AVIACION CIVIL, MIDEPLAN, MINAE, INVU, INDER, CULTURA, AYA, MOPT) y discusión a lo interno del ICT(incluidas todas las Direcciones del ICT) convocada por la Gerencia General.

Como resultado se avanzó con la preparación de una propuesta para el Plan nacional de turismo 2017-2021 que fue presentado a la Junta directiva del ICT y en el Congreso Nacional de Turismo de noviembre del 2016. Esta propuesta deberá ser finalmente oficializada por la junta Directiva del ICT a partir del 2017.

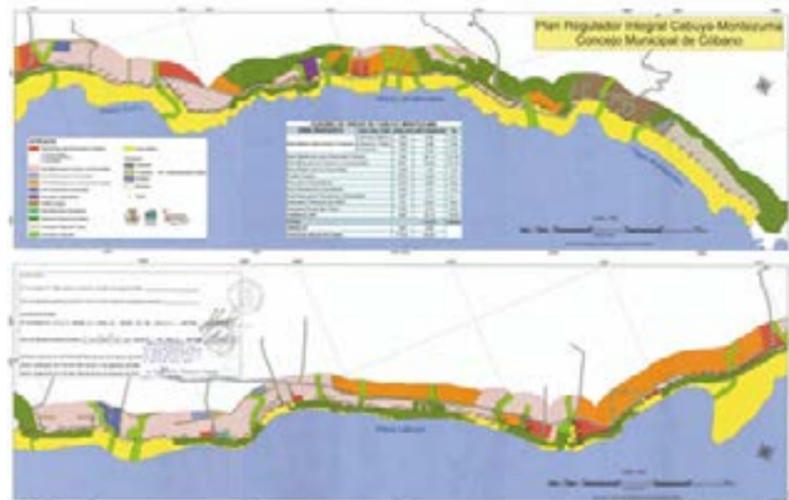
Departamento de Planeamiento Turístico

En temas de planificación costera en la zona marítimo terrestre, se logra la aprobación institucional y oficialización por parte de las municipalidades de tres Planes Reguladores Integrales que contribuirán a la gestión de administración y desarrollo sostenible de la zona marítimo terrestre del Distrito de Cóbano, La Cruz y Carrillo en Guanacaste, estos se detallan a continuación:

-En mayo de 2016 se oficializa mediante la publicación en la Gaceta el Plan Regulador Integral para el sector costero comprendido entre Acantilados al norte de Playa Jobo hasta Punta Manzanillo en el cantón de La Cruz.



En setiembre de 2016 se aprueba el plan regulador integral para el sector costero comprendido entre Cabuya – Montezuma bajo la administración del Concejo Municipal del Distrito de Cóbano.



En diciembre 2016 se oficializa mediante la publicación en la Gaceta el Plan Regulador Integral para el sector costero comprendido entre Playa Hermosa – El Coco – Bahía Azul bajo la administración de la Municipalidad de Carrillo.



Se llevó a cabo un proyecto piloto, mediante la toma de imágenes de alta resolución en Centros de Desarrollo Turístico a nivel costero, Sámara – Carrillo en Nicoya y Hojancha, Santa Teresa – Mal País en el Distrito de Cóbano, San Miguel Coyote en Nandayure y adicionalmente el sector de Playa Tivives en Esparza. Este trabajo se realizó utilizando aeronaves no tripuladas (drones), lo que nos brindó una excelente información de la situación costera en éstos Centros, permitiéndonos contar con insumos para la planificación y gestión sobre éstos Centros.



Sector de Playa Sámara



Sector de Playa Carmen en Cóbano



Sector del Estero de Coyote



Sector de Playa Tivives

En lo que corresponde a las Metas Institucionales siempre en temas relacionados con la planificación costera, se brindó apoyo y orientación técnica a las municipalidades de Nandayure, Garabito, Pococí y Esparza con el proceso de Rectificación y Ajuste de Plan Reguladores Vigentes.

En el marco estratégico de la generación de información para la toma de decisiones para la planificación nacional, se elaboraron cuatro planes de monitoreo turístico en Centros de Desarrollo Turísticos definidos en el Plan Nacional de Turismo 2010-2016, los Centros intervenidos fueron: Tamarindo en el cantón de Santa Cruz, Puerto Viejo en el cantón de Talamanca, San Gerardo de Dota cubriendo el sector Intermontano de Tarrazú, Dota y León Cortés y La Fortuna en el cantón de San Carlos.



Como Meta Institucional ligada al Plan Nacional de Desarrollo Alberto Cañas Escalante 2015-2018, se elaboró la Propuesta de una Ruta Turística que se denominó Ruta de Energías Limpias, esta meta fue trabajada conjuntamente con el Instituto Costarricense de Electricidad.

Rutas Turísticas de Costa Rica
Diseño de una ruta de energías renovables
 Para la Innovación del producto turístico de Costa Rica

Dirección de Planeamiento y Desarrollo
 Instituto Costarricense de Turismo



Con el apoyo del Instituto Costarricense de Electricidad



Diciembre 2016

Locación de zonas aptas para atracaderos en el Embalse Arenal. (Fuente DABI CIMAT. 2016)

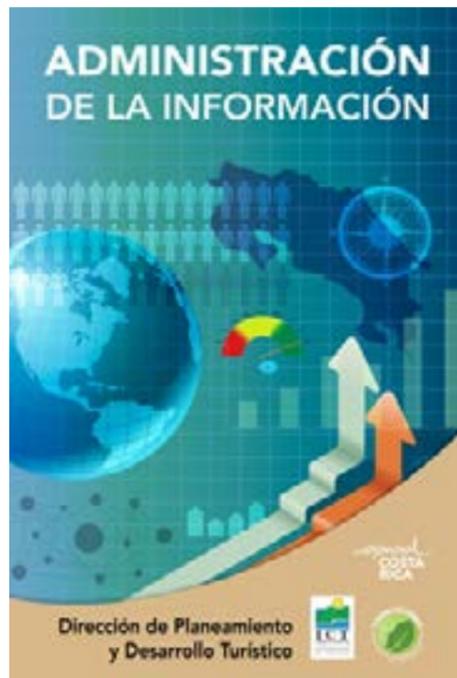


Unidad de Administración de la Información

Nueva información estratégica:

Se agregan nuevas fuentes de información para mejorar la gestión turística en el país:

Mediante la suscripción de "Review Pro" el ICT inicia el monitoreo de la reputación en línea del destino. Esta evaluación es continua y permite agrupar las percepciones de usuarios de empresas turísticas en Costa Rica en Índices Globales de satisfacción que pueden monitorearse en series de datos en diferentes periodos de tiempo.



La herramienta "Bloomberg" permitió el monitoreo de variables económicas relevantes y tendencias en los mercados emisores (como en el caso de los Estados Unidos ante las elecciones presidenciales, por ejemplo) o de incidencia en la coyuntura económica del país. Bloomberg es una base de datos en tiempo real de los principales indicadores económicos mundiales, a través de los cuales se puede monitorear y pronosticar la coyuntura económica de los mercados emisores. De esta manera se mantiene información de la capacidad de consumo actual y futura de estos mercados.⁷



Índice de Progreso Social (IPS)

La medición del Índice de Progreso Social (IPS) en 10 centros de desarrollo turístico, nos permite por primera vez una estimación en la medición del bienestar de las comunidades vinculadas directamente con el turismo. Los resultados que hemos obtenido con la medición de este índice son reveladores y nos abren toda una dimensión de conocimiento, para mejorar la forma en que se mide la sostenibilidad en el ámbito de los destinos turísticos. De manera que, nos está permitiendo replantear aspectos de la gestión público privada para orientar los procesos de planificación, desarrollo y participación local en la dirección de un desarrollo turístico sostenible.

El IPS resultó entre los 12 finalistas en los premios en Innovación y Excelencia en Turismo de la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (OMT), en la categoría "Políticas Públicas y Gobernanza" y obtuvo el segundo lugar, tras convertirnos en el primer país de todo el mundo en realizar la medición del Índice de Progreso Social (IPS) en Centros Turísticos.

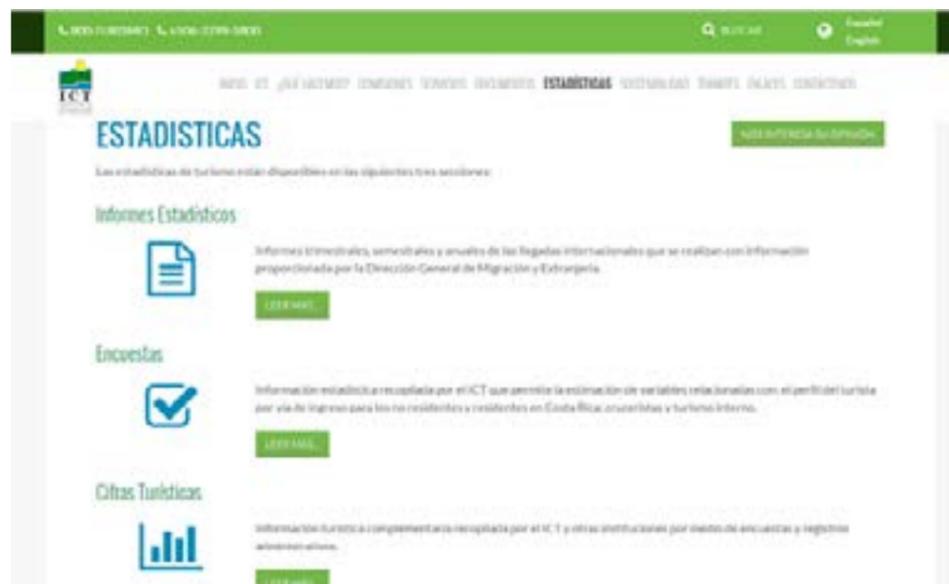


Información turística estratégica

Se continúa con la generación de información turística estratégica por medio de la realización de más de 11.000 entrevistas anuales, a los turistas que ingresan al destino por la vía aérea, marítima y terrestre. La información se recopila cara a cara, en varios idiomas y con tecnología de punta, permitiendo la caracterización de los residentes que salen al exterior, cruceristas que arriban por los puertos de Moín y Puntarenas y los no residentes que ingresan al destino por los aeropuertos internacionales.

Complementariamente se generaron indicadores de las llegadas internacionales por puerto, nacionalidad y mes. Este es un indicador muy general avalado y recomendado por la Organización Mundial de Turismo, que permite medir el nivel de crecimiento o decrecimiento en materia de turismo para el país como un todo. El objetivo de una cifra de esta naturaleza es establecer un indicador que permita de la forma más objetiva posible, mostrar las tendencias de mediano y largo plazo en la evolución de la actividad turística para el país, realizar comparaciones interanuales sobre estas tendencias en una serie que viene casi desde 1950 y la comparación con otros destinos y regiones

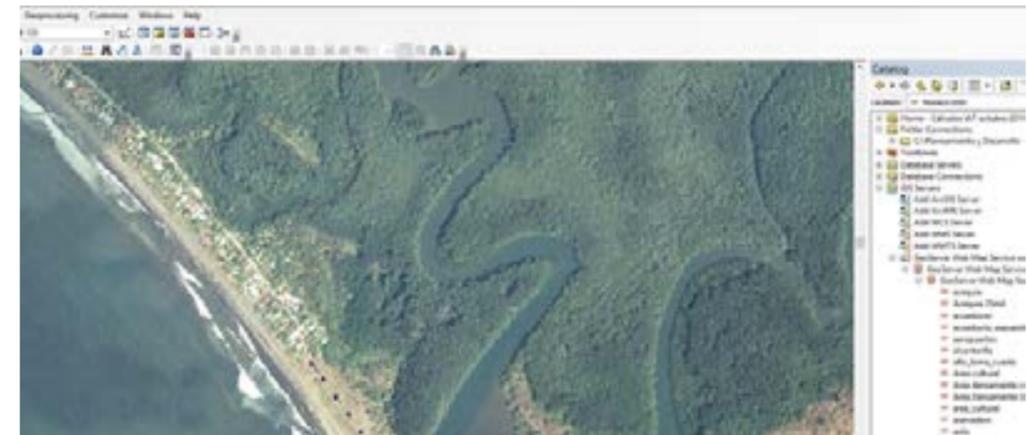
Toda la información está dispuesta en el sitio web www.ict.go.cr en la sección de estadísticas. Se incluye un formulario en línea para que los usuarios evalúen la información disponible e indiquen necesidades adicionales de información.



Sistema de Información Geográfico

Con respecto al Sistema de Información Geográfico, se continuó con la actualización cartográfica de Planes Reguladores costeros como lo fue el caso de Avellanas-Junquillal, Cabuya-Montezuma y Hermosa-El Coco-Bahía Azul, Tivives, entre otros. En donde se realizó la recopilación de información espacial en campo por medio de Sistemas de Posicionamiento Global.

Se brindó ayuda a los diferentes departamentos institucionales en diversas consultas sobre datos geográficos y en la elaboración de mapas temáticos como lo fue el caso del mapa de Ruta de Aves, entre otros.



Trabajo conjunto con otras áreas de la institución

En el tema de capacitaciones se brindó colaboración en la interpretación y uso de cifras turísticas en los cursos de Actualización Turística dirigido a Guías de Turismo en la zona de Los Santos, Garabito, Sarapiquí y en el módulo de turismo del INA.



Se pusieron en marcha varios proyectos de encuestas en línea como la evaluación de usuarios externos, consultas de oficinas regionales y formularios de llenado de participantes a programas específicos.

Subproceso de Inspección Zona Marítimo Terrestre (Z.M.T.)

En referencia a la labor sustantiva institucional del Subproceso de Inspección de la Zona Marítimo Terrestre se atendieron acciones relacionadas con los cinco procedimientos asignados a este Subproceso, cumpliendo con lo establecido en la Ley 6043 en materia de la representación del Estado para la Superior y General Vigilancia sobre la zona marítimo terrestre. La mejora continua en esta labor permitió aumentar en los objetivos iniciales de la Subproceso, implementándose las siguientes mejoras:

1. Se cumplió con lo dispuesto en el Informe de Auditoría AI-005-2015.
2. Se crearon dos nuevos procedimientos que se adicionan a los cinco originalmente establecidos en el Manual de la Dirección aprobado por Gerencia Oficio G-3314 del 11 de diciembre 2012. El diseño e incorporación de estos nuevos procedimientos se realizó en marzo del 2016, acorde a lo solicitado por la Auditoría en Informe AI-E-005-2015.
3. En el tema de control interno se mejoró la continuidad del Sistema de aprobación de expedientes SIREXC para mejor cumplir con los plazos respectivos según la demanda y se brindaron apoyos a otras dependencias, todo lo cual quedó debidamente registrado.

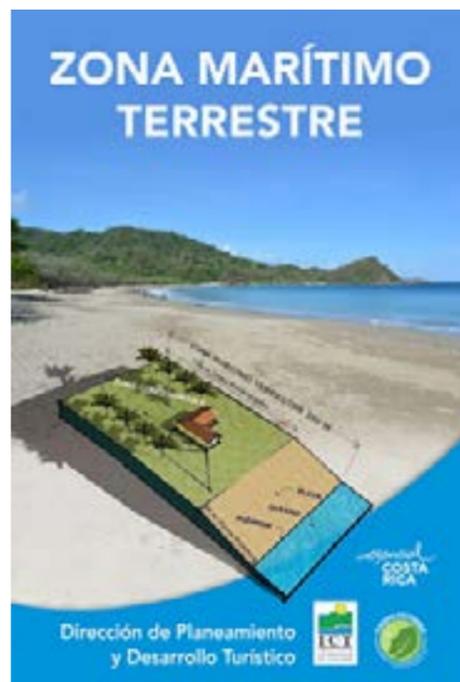
4. En materia de normativa de la Ley 6043 y su reglamento, se mantuvo sin cambios adicionales con excepción de lo establecido en la Ley 9242 publicado en la Gaceta #109 del 9 de junio del 2014 llamada "Ley para la regulación de las construcciones existentes en la zona restringida de la zona marítimo terrestre". En este aspecto, hubo contribuciones específicas para enriquecer el documento preliminar que se trabaja por la Asesoría Legal para obtener un nuevo Reglamento de Ley.

5. Para mejorar el ambiente de control interno, se realizaron reuniones con el equipo técnico y decenas de estudios de caso abordados interdisciplinarios intra e inter institución. Además, se favoreció la discusión con representantes de la Asesoría Legal, Subproceso de Administración de la Información, las Oficinas Regionales y el Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos respecto a los temas de responsabilidad compartida.

6. Para actualizar los criterios de aval emitidos desde el Subproceso se promovieron asesorías de campo con encargados de zona marítimo terrestre y la revisión integral de la gestión para establecer retos por resolver en materia del Sistema de Revisión de Expedientes Informático (SI-RECX), aprobación de planos de construcción, inspección de hallazgos, excepciones a la ley 6043 y/o denuncias presentadas por terceros interesados.

7. En atención de lo indicado en el informe de Auditoría Interna AI-E-005-2015 denominado "Estudio sobre inspecciones en la ZMT" aportado por instrucción de Gerencia G-2378 del 19 de noviembre 2015 y mencionarse como recomendación la atención organizada de lo referido entre otras mejoras. Además, se atendió con prioridad la entrega de informes puntuales sobre la valoración de la Zona Marítimo Terrestre de Sámará-Carrillo cantón de Nicoya, Hojanca y Tamarindo cantón de Santa Cruz.

8. En materia de metas para el periodo se trabajó con un solo objetivo específico a saber "Resolver el 100% de los expedientes de concesiones remitidos por las municipalidades al ICT, atendiendo las disposiciones de la Ley 6043 y su Reglamento y resolver los tramites de valoración técnica de los planos constructivos de la ZMT, atendiendo las disposiciones establecidas en el reglamento para el trámite de visado de planos para la construcción de edificaciones en la ZMT y Reglamento para el trámite de revisión de planos para la construcción".

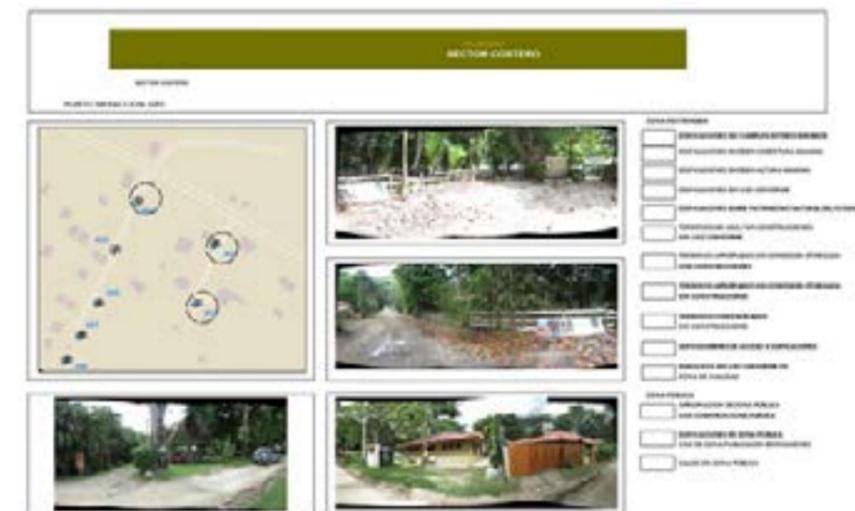


9. Respecto al procedimiento de atención de solicitudes de Procedencia de Excepciones de la Ley 6043 (Procedimiento MPD-ZMT-03), se atendieron las solicitudes de por las Municipalidades e Intendencias con injerencia en ZMT.

10. Respecto al procedimiento de Revisión de Planos de Construcción (Procedimiento código MPD-ZMT-04), se recibieron vía notificación y tramitaron para visado de aprobación por intermedio del Sistema Administrador de Trámites de Construcción APC según Decreto Ejecutivo 38441 publicado en la Gaceta N° 99 del lunes 26 de mayo del 2014, página 17. En la línea de tiempo APC los trámites referidos a la construcción de edificaciones de explotación turística en la zona marítimo terrestre ingresan por Decreto #38441 del 2014. Sin embargo, al finalizar el 2016 no todas las municipalidades con jurisdicción en ZMT están incorporadas al APC debido a que persiste la condición voluntaria de ingreso a la plataforma. Por ello, no se descarta la revisión manual de los requerimientos. Se atendieron en el periodo 21 planos de construcción dentro de la zona marítimo terrestre; la distribución geográfica de los mismos fue 8 planos constructivos en la provincia de Guanacaste, 9 en la provincia de Puntarenas y 4 en la provincia de Limón.

11. Respecto al procedimiento de Revisión Técnica expedientes de Concesiones (Procedimiento código MPD-ZMT-05), se recibieron 97 solicitudes trámites y se atendieron 116 expedientes de trámites relacionados con gestiones de concesionarios en la Zonam Marítimo Terrestre, remitidos por parte de las Municipalidades respectivas.

12. Respecto al nuevo procedimiento de Atención de denuncias por posibles violaciones a la Ley 6043 (Código MPD-ZMT-06), mediante oficio MPD-ZMT-105-2016 se cumple con la elaboración del procedimiento de atención de posibles denuncias solicitado por Auditoría en Informe AI-E-005-2015.



13. Respecto al nuevo procedimiento de Inspección de la Zona Marítimo Terrestre Código MPD-ZMT-07), mediante oficio MPD-ZMT-105-2016 se cumple con la elaboración del procedimiento para la actividad de Inspección de la ZMT. El mismo incluye las etapas de planificación, desarrollo, comunicación de los resultados y seguimiento de las recomendaciones que contiene detalle de actividades, responsables y plazos. Dicho procedimiento se elaboró de conformidad con la Guía Institucional para elaboración de Manuales de Procedimientos internos institucional vigente. El mismo inició su operación a partir del mes de febrero 2016 y a la fecha se cuenta con todo el país inspeccionado en su etapa de campo (excepto Caribe Sur) y con los informes de municipios costeros de Guanacaste Norte y Sur debidamente notificados.

14. En lo que respecta a la atención de las disposiciones 4.1.ii y 4.1.ii del Informe DFOE-SM-IF-13-2009, relacionada al desarrollo de un Programa de Capacitación y Asesoría a las Municipalidades con injerencia en la ZMT, se efectuó en coordinación con el IFAM y el INVU, el Seminario de Formación Municipal de la Zona Marítimo Terrestre 2016, dirigido a funcionarios de las Municipalidades e Intendencias con Injerencia en Zona Marítimo Terrestre. Los temas tratados en esta oportunidad fueron:

- Requisitos para el Trámite de Proyectos ante la APC., Expuesto por la Arq. Iلسie Miranda Gamboa, Coord. Área Trámite Proy. CFIA



- Carta de Uso de Suelo Municipal, Aspectos Generales ZMT, Resultado de Hallazgos 2016 en la ZMT, Atención de Denuncias en ZMT, Expuesto por Luis Guillermo Miranda Aguilar, Coord. Insp. ZMT, Antonio Vargas González, Insp. ZMT – ICT y Jorge Durán Sanabria, Insp. ZMT – ICT



- Sistema Nacional de Información Territorial. Nueva Plataforma para noviembre 2016, expuesto por la Lic. Marta Aguilar Varela, Jefe SNIT Registro Nacional.

15. Finalmente en se han atendido el 100% de las consultas realizadas por usuarios y funcionarios de otras entidades públicas; realizadas vía telefónica o mediante correo electrónico. La mayoría de las consultas son relacionadas con la Ley 6043 y su reglamento, interpretación de disposiciones de los Reglamentos de Planes Reguladores Vigentes, trámites de concesiones, trámites de permisos a excepciones de la ley 6043, y denuncias de irregularidades en la ZMT.

Planificación Estratégica para el año 2017.

Con anuencia de la Dirección se planteó en el PAO-2017 un nuevo objetivo: “Impulsar el desarrollo del uso sostenible de la zona marítimo terrestre por parte de las municipalidades en donde se incorpora la resolución técnica del 100% de solicitudes de expedientes de concesiones remitidos por las municipalidades así como la valoración técnica de los planos constructivos recibidos de la zona marítimo terrestre”.

Para cumplir el objetivo específico se plantean tres metas:

Meta 1.5.1.1. Resolver técnicamente el 100% de las solicitudes de expedientes de concesión remitidos por las municipalidades y resolver el 100% de los trámites de la valoración técnica de planos constructivos de la zona marítimo terrestre. Esta meta está ligada a la revisión de expedientes de concesión solicitados por los municipios con jurisdicción de zona marítimo terrestre haciendo uso de la herramienta “Sistema de revisión de expedientes ZMT- SIREXC y la revisión de planos constructivos en la ZMT vía plataforma digital del Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos.”

Meta 1.5.1.2. Realizar al menos 5 informes de desarrollo de la zona marítimo terrestre por municipalidades en las provincias de Guanacaste, Puntarenas y Limón. Esta meta está ligada al procedimiento MPD-ZMT-06 de inspección de la zona marítimo terrestre, dado que existe un procedimiento formal para la realización de al menos 5 informes de desarrollo de la zona marítimo terrestre por municipalidades en las provincias de Guanacaste, Puntarenas y Limón. Además, el presupuesto incorpora el apoyo por servicios profesionales para la determinación geo-espacial de hallazgos en la jurisdicción de zona marítimo terrestre que complementa el trabajo de campo de los expertos de la Subproceso.

Meta 1.5.2.3. Atender el 100% de las denuncias presentadas al Subproceso. Esta meta está ligada al procedimiento MPD-ZMT-07 de atención de denuncias a posibles violaciones a la ley 6043.

El presupuesto para el 2017 se incrementó a ¢24,300.000 (veinticuatro millones trescientos mil colones exactos), mismo que se incrementa respecto al del 2016, a efecto de cumplir con las metas estructuradas dentro de las gestiones técnicas del Subproceso.

Departamento de Desarrollo Turístico

Durante el 2016, el Departamento de Desarrollo Turístico orientó su accionar en promover y apoyar iniciativas y proyectos que apoyen el desarrollo local de comunidades turísticas y que mejoren la gestión y competitividad de los diferentes actores involucrados en la industria turística. Todos los programas, proyectos y articulaciones realizadas con diversos actores locales e institucionales, pretenden apoyar la Diferenciación de Producto y la competitividad de los destinos; en procura del mejoramiento de la calidad de vida de los costarricenses, en congruencia con nuestro modelo turístico.

Los programas y acciones desarrollados en el 2016 son las siguientes:

A. PROGRAMAS DESARROLLADOS POR EL DEPARTAMENTO DE DESARROLLO.

Los programas desarrollados se dirigen a apoyar la gestión integral de los destinos turísticos, enfocados a potenciar las ventajas comparativas locales, el uso eficiente del acervo natural y cultural, promoviendo una distribución equitativa de los beneficios de la industria turística y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades receptoras.

Con el propósito de responder a lo dispuesto en el Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 (MIDEPLAN, 2014) para el Sector Turismo, el Plan Estratégico Institucional (PEI) y Plan Anual Operativo del Instituto Costarricense de Turismo 2016, se ejecutan cinco programas primordiales:

1. Programa de Capacitación y Asesoría.
2. Programa de Turismo Rural y Turismo Rural Comunitario
3. Programa de Turismo Social.
4. Programa de Apoyo a Mipymes Turísticas.
5. Programa de Capacitación en Gastronomía Costarricense
6. Programa de Artesanías con Identidad
7. Programa de Circuitos y Rutas Turísticas.

3. Turismo Social.

El programa de Turismo Social es un programa que se sustenta en la Ley N8811 “Ley Incentivo de la Responsabilidad Social Corporativa Turística”, el Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2010-2016

La Ley N° 8811 del 12 de mayo del 2010 “Ley Incentivo de la Responsabilidad Social Corporativa Turística”, le asigna al ICT dentro de sus responsabilidades el promover alianzas y desarrollar acciones para el desarrollo ordenado del Turismo Social, entendido éste para que personas de recursos limitados y con discapacidad viajen con fines recreativos, deportivos o culturales en condiciones adecuadas de economía, accesibilidad, seguridad y comodidad.



En este sentido, durante el 2016 se realizaron las siguientes acciones:

1. Formulación de la propuesta de Turismo Social presentarla ante Junta Directiva y recibir anuencia para su ejecución para el 2017.
2. Se mantiene la participación activa y permanente en la Comisión de Turismo Rural establecida por la Junta Directiva. Esta comisión es conformada por encargados de la Gerencia, Presidencia, Mercadeo, Legal y liderada por el Departamento de Desarrollo, y su propósito es trabajar para la formulación de la propuesta de Turismo Social y la coordinación de acciones necesarias para el desarrollo del programa.
3. Se efectúan talleres con Centros Diurnos de adulto mayor, para capacitarlos sobre el tema y evaluar el interés de participar en la ejecución del plan piloto para el 2017.



4. Programa de Mipymes:

El programa de Mipymes tiene como objetivo, contribuir en el mejoramiento de la capacidad de gestión y la competitividad de las MYPIMES en operación, formales e informales, vinculadas a los centros de desarrollo y circuitos turísticos definidos en el PNDT.

El programa estimula el desarrollo de capacitación, asesoría técnica especializada y acompañamientos para promover capacidades, la adopción de instrumental y herramientas y la promoción de encadenamientos productivos que les permita a las Mipymes ser más competitivas, en este sentido el mismo el modelo de consolidación de las MIPYME Turísticas consta de 3 estrategias, las cuales

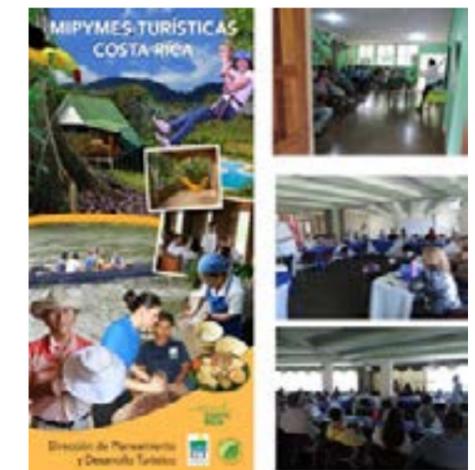
se desarrollaron durante el 2016, a saber: 1. Sensibilización y formalización de las MIPYME, 2. Capacitación y Asesoría Técnica en turismo, 3. Articulación y encadenamientos de las MIPYME turísticas. El modelo planteado de MIPYME se articula a la propuesta integral de desarrollo de las rutas o circuitos turísticos. Además, respeta los valores de la marca país Esencial Costa Rica: Excelencia, Sostenibilidad, Innovación, Progreso Social y Origen.



En el modelo propuesto de fortalecimiento de las MIPYME turísticas se pretende articular y acompañar la consolidación de las MIPYME (mejoramiento de las capacidades y competitividad) con el desarrollo de capacidades de cada comunidad, según el trabajo con cámaras de turismo, municipios turísticos, colectivos de artesanos, gastronomía costarricense, líderes locales, para generar los encadenamientos productivos y el valor agregado al producto turístico que se ofrece. De esta forma se pasará del desarrollo nuclear a uno de tipo espiral que permeé desde las empresas y las comunidades irradiando a las rutas turísticas, Centros de Desarrollo Turísticos de las regiones del país. Las acciones desarrolladas durante el 2016 en cumplimiento de la estrategia señalada son las siguientes:

1. Ajustes a la propuesta del Programa de atención a Mipymes.
2. Asesoría a Mipymes en temas de comercialización y negociación.
3. Sensibilización y asesoría a Mipymes localizadas principalmente en torno a los 12 nodos de la Ruta de las Aves, para motivarlos a que apliquen a los programas de calidad D.T. (Declaratoria Turística) y C.S.T. (Certificado de Sostenibilidad Turística); además de que se inscriban ante el MEIC como Mipymes a derecho. Lo anterior con la finalidad de cumplir la Meta Plan Nacional de Desarrollo y aplicación de la ley de Mipymes.
4. Desarrollo de programa de Capacitación a Mipymes (ver cuadro siguiente)

Capacitaciones a Mipymes 2016					
No.	Tema	Centros Mipymes	Hombres	Mujeres	Total
1	Sensibilización y formalización de las Mipymes (01/01/2016)	10	5	10	20
2	Sensibilización y formalización de las Mipymes (02/01/2016)	17	9	10	27
3	Sensibilización y formalización de las Mipymes (03/01/2016)	18	9	17	30
4	Fortalecimiento y desarrollo de las Mipymes como negocio en la gestión turística (04/01/2016)	14	7	9	18
5	Elaboración y promoción de productos turísticos, impacto en las comunidades (05/01/2016)	17	10	14	28
6	Sensibilización y formalización de las Mipymes (06/01/2016)	10	5	17	18
7	Sensibilización y formalización de las Mipymes (07/01/2016)	5	10	10	20
8	Calidad en el turismo al turista (08/01/2016)	20	20	20	40
9	Sensibilización y formalización de las Mipymes (09/01/2016)	4	10	17	27
10	Taller: Calidad de oferta turística para el desarrollo de los centros de desarrollo y promoción del destino turístico.	11	7	9	18
Totales:		132	100	141	261



5. Programa de Gastronomía Tradicional:

Desde el 2011, el ICT ha desarrollado el Programa de Gastronomía Tradicional e Innovación Costarricense, (Cocina Tradicional Costarricense y la nueva Coctelería Costarricense) que tiene como propósito promover una mayor oferta gastronómica de platillos y bebidas tradicionales en restaurantes de todo el país, mediante la capacitación de personal de los establecimientos gastronómicos de las diferentes Unidades de Planeamiento del país, así como un mayor aprecio por la cultura gastronómica costarricense.

Durante el 2016 se realizaron 6 talleres de capacitación en Gastronomía Costarricense en diversas localidades del país, para un total de 117 personas capacitadas (ver siguiente cuadro), la cual utiliza los 8 libros de “Cocina Tradicional Costarricense” de las diferentes regiones del país, generados por el Ministerio de Cultura y el libro de Coctelería Costarricense con los aportes del INA, esfuerzos que tienen una total sintonía con los objetivos que plantea el Plan Nacional de Gastronomía Costarricense Sostenible y Saludable, PNGCSS.

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO DE LAS Y LOS PARTICIPANTES EN EVENTOS DE CAPACITACIÓN 2016					
GASTRONOMÍA PERÍODO 2016					
NOMBRE DEL EVENTO	PERÍODO	CANTIDAD DE PARTICIPANTES	MUJERES	HOMBRES	Lugar
Gastronomía	20-21 y 28 set	24	9	5	San Vito
Gastronomía	22 y 23 de agosto	27	22	9	La Chir
Gastronomía	24 y 25 nov	27	22	11	Nociva
Gastronomía	22-nov-16	30	15	5	Cartago
Gastronomía	28 y 30 nov	15	11	4	Uruca
Gastronomía	28 y 30 nov y 1 dic	16	8	7	Tomiquera
TOTAL		117	77	40	

Acciones adicionales:

Se estructuró un programa piloto entre la Red de Pequeño Hoteles y la Red Costarricense de Pérdidas y Desperdicios, con el fin de manejar estos conceptos en los restaurantes de los pequeños hoteles. Actividad auspiciada por la FAO.

Se coordina con el INA la actualización del programa de Capacitación en Gastronomía con Identidad Costarricense, para implementarlo 6 comunidades del país (Ruta de las Aves).

Se le brindó apoyo al Instituto Nacional de Aprendizaje con los festivales gastronómicos de La Marina en la Zona Norte y el Festival Internacional Caribeño en Limón.



6- Programa de Artesanías con Identidad

En el Programa de Artesanías con Identidad, se propone mejorar la calidad de los productos, y generar capacidades organizacionales y empresariales en quienes participan en el mismo. El programa promueve que los artesanos construyan su propia línea de diseño, al incorporar a la técnica que trabaja, elementos de su identidad personal y local como sello diferenciador, creando artículos utilitarios y decorativos con rostro humano, que expresan innovación, historia, identidad y calidad usando materiales locales.

Dicho proceso impacta positivamente en la generación de productos novedosos, de alta calidad, que contribuyen a mejorar aspectos organizativos de los colectivos artesanales, los ingresos de los artesanos y fortalece su autoestima al comercializar y posicionar sus productos. Esta iniciativa pretende ofrecer a los turistas nacionales e internacionales, la posibilidad de llevarse un pedacito del alma costarricense, forjado por las manos de nuestras artesanas, dándole un valor agregado a su experiencia de viaje.

Las acciones desarrolladas para apoyar el desarrollo del programa en el 2016 fueron:

1. Programa de artesanías con Identidad para Upala, Guatuso y Los Chiles:

En el año 2016, se creó el colectivo Zona Norte Norte, integrado por 51 artesanos (4 hombres y 47 mujeres) de las localidades de Bijagua, Upala, Guatuso y los Chiles. El cual recibió capacitación mediante el convenio entre el ICT y el Instituto Tecnológico de Costa Rica. Lo cual, consistió de 8 sesiones de 8 horas con expertos del ITCR.

Este colectivo se une a los grupos de artesanos detallados en el cuadro subsiguiente:



Lugar	COLECTIVO ARTESANAL	Hombres	Mujeres	Total
Occidental (Alajuela, Póas, Orosina)	Arroz con Mango	3	10	13
Cartago (Cartago, Coronado, Dota)	La Grúa	6	23	29
Limón (Limón, Guápiles)	Limón Dulce (1)	4	25	29
Puntarenas	El Puerto	1	0	1
Golfito (Golfito, pavones, Jiménez)	La Zona	3	7	10
Ubería	La Huaca	3	14	17
Quepos (Parrita, Herradura y Tárcoles)	Cardumen	4	15	19
Bijagua, Upala, Guatuso y los Chiles	Zona Norte Norte	4	47	51
Total		28	149	177

2- Talleres de Diagnóstico situaciones de los colectivos existentes:

Se efectuaron 7 talleres de diagnóstico situacional en el que participaron 65 artesanos; con el propósito de determinar los alcances y el progreso de cada grupo colectivo y del comportamiento de sus productos en el mercado con los Colectivos Artesanales formados en años anteriores, a saber: Puerto Puerto: Puntarenas, Cardumen: Pacífico Medio, La huaca: Guanacaste, Arroz con Mango, Alajuela, La Garúa: Cartago, La Zona: Región Pacífico Sur y Limón Dulce: Guápiles y el Caribe.

Para el diagnóstico se utilizaron las herramientas del FODA y la del Árbol de Problemas, a través de estos métodos se lograron determinar algunas debilidades importantes, que sustentan la propuesta a desarrollar en el 2017 para la formulación del Plan para el fortalecimiento de los grupos y la estrategia de mercadeo.

2- Formulación de propuesta de Fortalecimiento para los colectivos artesanales: Se formula una propuesta para el fortalecimiento de la gestión, productos y la comercialización de los productos de los artesanos del programa de mercadeo de los colectivos.

3- Capacitación en básica en Idioma Inglés: Con el propósito de iniciar la capacitación en elementos básicos de inglés para la gestión de venta de productos artesanales, se realizaron 3 cursos de capacitación con el apoyo del INA y MEP en Puntarenas, Guanacaste, y Cartago, en los que se capacitó 31 personas.



7- Programa de Ruta o Circuitos Turísticos:

Nuestro país con tan sólo 51.100 km², es privilegiado entre los países de América Latina y del mundo en general, por poseer una avifauna extremadamente rica y relativamente bien estudiada y conformada por más de 900 especies (más que en toda Europa). Se considera que llegan al país unas 220 especies migratorias principalmente neárticas entre agosto a diciembre y regresan de nuevo a América del Norte (febrero a mayo), siendo estos meses el mejor periodo para observar el mayor número de aves residentes y migratorias.

Aprovechando este potencial natural, el Instituto Costarricense de Turismo con el apoyo de cámaras empresariales, asociaciones especializadas y otros actores relevantes, impulsa un proyecto que tiene como principal objetivo, apoyar el desarrollo del circuito o nodos de observación de aves en las comunidades rurales de Costa Rica, en asocio con el sector privado, para ofrecer a los turistas productos de alta calidad y valor agregado capaces de generar experiencias únicas y encadenamientos productivos en torno a la actividad de observación de aves.

Este proyecto sectorial responde a lo dispuesto en el Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 (MI-DEPLAN, 2014) para el Sector Turismo y al amparo del Decreto Ejecutivo N° 38997 MP-PLAN, debe integrar el esfuerzo de todas las instituciones que están bajo la rectoría del Ministro de Turismo, mismas que se especifican en el artículo 15, inciso o de ese decreto.



Las acciones desarrolladas para apoyar el circuito para la observación de aves en diferentes nodos en el 2016 fueron:

Acciones.

1- Elaboración de la propuesta diseño del Circuito Turístico de las Aves para determinación de nodos o sitios centrales de la ruta en diferentes zonas del país (sitios principales de avistamiento de aves y oferta de servicios existente para operar la ruta).

2- 14 Seminarios educativos (workshop) (ver cuadro siguiente) que consisten en un taller de trabajo intensivo de 8 horas de trabajo desarrollados por grupos interdisciplinarios de diferentes departamentos y áreas del ICT, en los que se capacita, se levanta información y se efectúan alianzas con empresarios, instituciones y organizaciones locales sobre el concepto de la ruta, nodos de avistamiento de aves, temas de calidad, TR y TRC, CST y elementos esenciales para la gestión y el desarrollo de las ruta de aves.

NOMBRE DEL EVENTO	PERIODO	CANTIDAD DE PARTICIPANTES	MUJERES	HOMBRES
Ruta Nacional de las Aves "La Cruz"	18-ago-16	52	21	31
Ruta Nacional de las Aves "Bogotá"	21-ago-16	45	19	26
Ruta Nacional de las Aves "Golfo"	30-may-16	26	13	13
Ruta Nacional de las Aves "San Vito"	02-jun-16	33	16	17
Ruta Nacional de las Aves "Puerto Jiménez"	20-jun-16	62	23	39
Ruta Nacional de las Aves "Draque"	23-jun-16	50	16	34
Ruta Nacional de las Aves "Gubates"	27-jun-16	47	25	22
Ruta Nacional de las Aves "Cajuma"	30-jun-16	23	7	16
Ruta Nacional de las Aves "Sarapiquí"	18-jul-16	26	11	15
Ruta Nacional de las Aves "Caño Negro"	21-jul-16	38	11	27
Ruta Nacional de las Aves "Uruca"	08-ago-16	25	13	12
Ruta Nacional de las Aves "Fortuna"	11-ago-16	18	8	10
Ruta Nacional de las Aves "Los Santos"	29-ago-16	25	13	12
Ruta Nacional de las Aves "Tapanti"	24-sep-16	18	8	10
TOTAL		495	183	252

3-Visitas de evaluación a 174 empresarios de los 6 nodos de aves interesados en formalizarse, desarrollar los programas de TR y TRC, CST, y participar activamente en la rutas de las aves.

3-6 Talleres de capacitación a Guías de Turismo en el tema de Avistamiento de Aves, que pretende la actualización de los guías en el tema, buscando actualizar conocimiento en los nodos en el que se desarrollará la rutas de la aves, el siguiente cuadro, muestra información al respecto.

NOMBRE DEL EVENTO	PERIODO	CANTIDAD DE PARTICIPANTES	MUJERES	HOMBRES
Taller para guías de aves "La Cruz"	14, 15 y 16 de noviembre 2016	25	7	18
Taller para guías de aves "Cerro de los Santos"	18, 19 y 20 de noviembre 2016	15	3	12
Taller para guías de aves "San Vito con Aves"	22, 23 y 24 de noviembre 2016	27	4	23
Taller para guías de aves "Fortuna-Cajuma"	20 de nov. 1 y 2 de dic 2016	8	3	5
Taller para guías de aves "Cajuma-Puerto Viejo"	3, 6 y 7 de diciembre 2016	22	7	15
Taller para guías de aves "Tapanti"	8, 10 y 11 de diciembre 2016	15	6	9
TOTAL		112	32	80

1-Ruta de Energías Renovables. Se formula en conjunto con el Departamento de Planeamiento la propuesta de la ruta, esta propuesta pretende aprovechar el potencial con que cuenta el país en diferentes regiones para mostrar a los turistas los avances concretos que hemos efectuado en materia de generación de energías limpias, la gestión y proyectos concretos. Los nodos o sitios existentes permitirán además a las comunidades aprovechar el producto existente y vincularse con oferta específica de demanda de servicios que se generen por la visita de turistas a esos sitios.

Dirección de Mercadeo



En la presente Memoria Anual Institucional se describen las acciones estratégicas ejecutadas por Mercadeo durante el año 2016, destacando los principales logros alcanzados en las diferentes áreas, todo ello en el marco de los objetivos y metas establecidas a nivel del Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 “Alberto Cañas Escalante”, del Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2010-2016, del Plan Estratégico Institucional del periodo 2015-2021, del Plan de Mercadeo Institucional 2013-2016 y del Plan Anual Operativo 2016.

El año 2016 fue un periodo donde se alcanzaron importantes logros como resultado del desarrollo de un conjunto de acciones promocionales en mercados internacionales y en el mercado nacional. Se impulsaron acciones para dar a conocer a Costa Rica como destino turístico, sus riquezas naturales y culturales y así captar la atención de posibles turistas, fortalecer la imagen y el posicionamiento de nuestro país en los mercados de interés, como Estados Unidos, Canadá, Europa, Latinoamérica y otros. También fue un año en el que se realizaron acciones promocionales en el mercado nacional que contribuyan a incentivar y promover la visitación de las diferentes regiones turísticas.

Como parte de los aspectos sobresalientes de este año fue el esfuerzo del programa de campañas cooperativas, siendo que entre el periodo 2014-2016 se ha pasado de ejecutar un promedio anual de 4 a 12 campañas cooperativas con aerolíneas.

Importante resaltar que se continuó en este año con el desarrollo de acciones de promoción y mercadeo en Estados Unidos y Canadá, como campañas cooperativas con socios mayoristas, la participación institucional en ferias o eventos internacionales, campaña internacional de publicidad, relaciones públicas que apoyan la promoción de Costa Rica y contribuyen con el posicionamiento del destino y de los mensajes claves en los públicos de interés de este mercado, promover a Costa Rica en la cadena de distribución realizando presentaciones promocionales de destino dirigidas a los agentes de viajes, atención de grupos de prensa internacional con giras alrededor del país para lograr la exposición del producto turístico en medios de comunicación con publicidad no pagada y viajes de familiarización de mayoristas o agentes mediante los cuales se logra exponer nuestro destino, los atractivos del país y brindar conocimiento de las facilidades para atención de grupos.

En este año fue clave el desarrollo de acciones para diversificar los mercados geográficos prioritarios buscando emisores de turismo internacional de las regiones de Europa. Como parte de ello se destaca el desarrollo de acciones de relaciones públicas en Europa, cuyo objetivo estratégico general para el mercado europeo, comprende el contribuir a la imagen de reputación de Costa Rica como líder en desarrollo sostenible, un destino de calidad, hospitalario, de bienestar, diverso y disperso con experiencias para todos los tipos de viajeros europeos. Además, los objetivos específicos que están dirigidos a informar, comunicar y educar sobre la diversidad de producto que ofrece Costa Rica, su compromiso con la sostenibilidad en todas sus vertientes, un destino para todo el año, nuevos productos y nichos, calidad del servicio y como un destino que ofrece experiencias de lujo. Estos objetivos se ejecutaron mediante diversas acciones y proyectos que han contribuido a que Costa Rica sea más conocida en estos mercados, que se detallarán más adelante.

Además, en el mercado europeo se realizó una mezcla de acciones importantes como campañas cooperativas con socios mayoristas, realización de presentaciones promocionales de destino dirigidas a los agentes de viajes para promover a Costa Rica en la cadena de distribución, participación en ferias, atención de grupos de prensa internacional con giras alrededor del país para lograr la exposición del producto turístico en medios de comunicación con publicidad no pagada y viajes de familiarización de mayoristas o agentes mediante los cuales se logra exponer nuestro destino, los atractivos del país y brindar conocimiento de las facilidades para atención de grupos.

También, como parte de las acciones orientadas a la diversificación de los mercados geográficos prioritarios, se llevaron a cabo una mezcla de acciones de mercadeo en Latinoamérica y otros mercados de interés, tales como presentaciones promocionales de destino, atención de prensa internacional, participación en ferias o eventos internacionales y ejecución de campañas cooperativas.

Adicionalmente se destaca que en el año 2016 se realizaron acciones promocionales en el mercado nacional orientadas a promover que costarricenses realicen actividades de turismo interno, de tal forma que dicho año se continuó con la implementación de la estrategia para el desarrollo del turismo interno, acciones de relaciones públicas nacionales, giras de prensa con medios nacionales, expoferias turísticas, apoyo a eventos nacionales relacionados con turismo que atraiga tanto a turistas internacionales y nacionales, acciones de carácter publicitario y patrocinios que permitan apoyar actividades realizadas en Costa Rica con proyección internacional, apoyo el patrocinio y la publicidad de actividades específicas que se ejecuten en las diferentes regiones turísticas del país, dirigidas a los costarricenses y que contribuyan al impulso de esas zonas y también se realizaron acciones estratégicas de publicidad nacional.

Finalmente, se destaca el fortalecimiento del sistema de inteligencia de mercados y el impulso al proyecto de desarrollo de la nueva página web para generar conocimiento del destino y visita al sitio.

Principales acciones y los logros del 2016

El desarrollo de las acciones de mercadeo y los logros muy positivos obtenidos en este año, son en parte resultado del esfuerzo y dedicación realizada por nuestros colaboradores que se desempeñan en las Unidades, a saber: Dirección de Mercadeo; Departamento de Promoción y Unidad de Promoción; Departamento de Investigación y Evaluación y Unidad de Planeamiento; sumado al esfuerzo de otras Unidades e instancias del ICT así como apoyo o participación del sector privado.

Para facilitar su presentación se expondrán de la siguiente manera:

1. Acciones y logros a nivel internacional
2. Acciones y logros a nivel nacional
3. Acciones y logros de Investigaciones de Mercadeo

1. Acciones y logros a nivel internacional:

1.1. Campañas Cooperativas:

El programa de Campañas Cooperativas es un esfuerzo de cooperación integral del ICT con líneas aéreas y agencias mayoristas para promocionar en forma conjunta el destino turístico incluyendo imagen y producto turístico para alcanzar al mejor cliente potencial. En este período se contó con 34 campañas cooperativas con mayoristas y líneas aéreas.



El Programa de Campañas Cooperativas se ha convertido en una importante herramienta para apoyar la estrategia de mejoramiento de la conectividad aérea. Seguidamente se presenta la lista de campañas cooperativas aprobadas y/o en ejecución en el 2016 con líneas aéreas y según mercado.

LINEAS AEREAS

Delta Air Lines (EEUU)
 Iberia (España)
 British Airways (UK)
 Condor Flugdienst (Alemania)
 Interjet (México)
 COPA (Latinoamérica)
 West Jet (Canadá)
 Alaska Airlines (EEUU)
 Air France (Francia)
 Volaris (México)
 Air Canada (Canadá)
 Edelweiss (Suiza)

SOCIOS MAYORISTAS EEUU

Apple Leisure Group (EEUU)
 Pleasant Holidays (EEUU)
 Collette Travel Service, Inc (EEUU)
 Classic Vacations (EEUU)
 Central Holidays (EEUU)

SOCIOS MAYORISTAS LATINOAMÉRICA Y EUROPA

Hayes & Jarvis (UK)
 Cox & Kings (UK)
 TUI Travel PLC (UK)
 The Holiday Place (UK)
 Explore Worldwide (UK)
 TUI Ambassador (España)
 Nautalia Viajes (España)
 CATAI Tours (España)
 Neckermann Thomas Cook Group (Alemania)
 FTI Touristik (Alemania)
 Dertour (Alemania)
 MCCM Master Cruises (Suiza)
 Latino Travel (Suiza)
 Welcome Surf Trips (Brasil)
 Destinos Costa Rica (México)
 Profetur (México)
 ITG Companies (Holanda)

Fuente: Datos suministrados por el área de Campañas Cooperativas, Departamento de Promoción del ICT.

A través de este programa se logró alta exposición de nuestro destino turístico en periódicos, publicidad out-of-home, revistas especializadas, publicidad con portales digitales, capacitar agentes de viajes, entre otros; en los distintos mercados de interés.

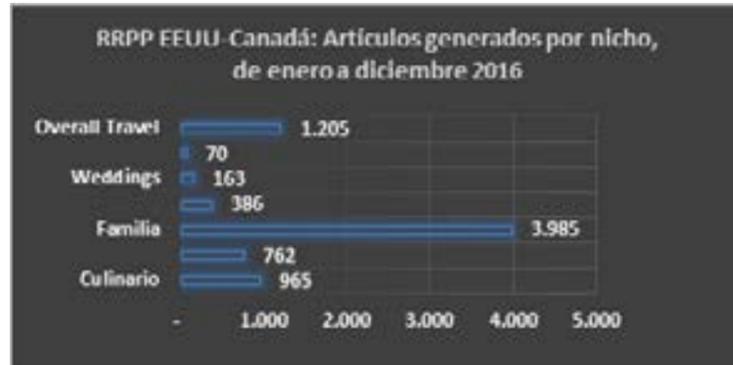
1.2. Relaciones Públicas a nivel internacional

Las acciones de Relaciones Públicas apoyan la promoción de Costa Rica y contribuyen con el posicionamiento del destino y de los mensajes claves en los públicos de interés de cada mercado. El área de Relaciones Públicas del Departamento de Promoción, desarrolló acciones relevantes en los mercados de Estados Unidos-Canadá y Europa, obteniéndose importantes logros, a saber:

1.2.1 Relaciones Públicas Estados Unidos-Canadá

En el año 2016 se continuó con el desarrollo de acciones en Estados Unidos y Canadá con la Agencia de Relaciones Públicas Cheryl Andrews Marketing Communications (CAMC), que tienen relación con los medios de comunicación, alianzas, comunicados de prensa y monitoreo de temas sensibles, entre otros. Como parte de los logros podemos citar los siguientes:

- Se obtuvieron 7.536 artículos generados en los diferentes nichos, superando la meta de 2.800 artículos. De enero a la diciembre 2016, se estima un “publicity” de \$211.602.541,53.



Fuente: Datos suministrados por Departamento de Promoción.

- También se enviaron comunicados de prensa, se lograron artículos detallados y menciones en muchos de los principales medios en Estados Unidos y Canadá. Estos medios sirven a los mercados con alta concentración de mejores prospectos para Costa Rica.

18 Comunicados de prensa:

Turista un millón de los Estados Unidos, Crecimiento de CR en Turismo y Semana Santa en Costa Rica, What's New in Costa Rica, Hot Springs, Monteverde carbono neutral, Global Meetings Day, Earth Day, 48 hours in CR, Weddings & Honeymoons in CR, Save the Americans, Father's Day, Ironman 2017, Extreme Adventure, Gallo Pinto, Ballenas y Delfines en Costa Rica, Oktoberfest y IMEX.

Menciones en medios, como por ejemplo:

New York Times, LA Times, Travel Pulse, About.com, New York Times, Lonely Planet, Aviation Week, The Toronto Star, Travel Agent West, Organic Spa, Miami Food Pug, Recommend Magazine, New York Times Travel, Chicago Tribune, Refinery 29, BuzzFeed, Thrillist, T Magazine, Outdoor Families Magazine, Mom Endeavors, entre otros.

- Se contó con declaraciones reactivas a los medios sobre diversos temas.

9 Declaraciones reactivas a los medios:

2 sobre Zika, 1 Violencia en Costa Rica, 1 FAQ's de Zika, Tema sobre protección a tortugas para redes sociales, 1 sobre ataque de un cocodrilo en Tamarindo, 1 del Volcán Turrialba, 1 sobre el paso de Huracán Otto y 1 sobre los daños del Huracán.

- Se realizaron importantes viajes de prensa: 6 viajes de prensa grupales enfocados en: MICE en el marco de Expotur, Bodas, Familia, Aventura, Gastronomía y Wellness.

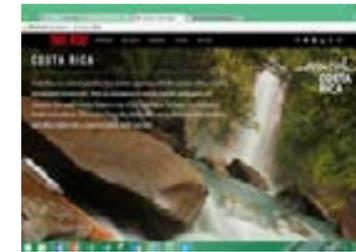
11 viajes individuales

LA Travel Magazine, ForbesLife, Mom Endeavors, NorthStar Travel, Island Magazine, Life's Short So Live Big, Air Canada, Mama's Spot, Blackcard Luxury Magazine, Longevity y Global Traveler Magazine

- Además se llevaron a cabo apoyos y otras acciones, tales como:

o Se trabajaron dos contenidos sobre Costa Rica en las revistas Travel Weekly (<http://www.travelweekly.com/Luxury-Travel/Luxury-Experience/Costa-Rica>) y Sherman's Travel (<http://www.shermanstravel.com/weekly-spotlight/costa-rica>).

Travel Weekly



Contenido de Sherman's Travel



- o Participación en eventos importantes tales como:

Participación en evento del New York Travel Show, en donde se realizaron varias actividades: almuerzo con 16 periodistas e influenciadores el día previo al inicio del Show, patrocinio del refrigerio para 900 periodistas y personas del trade y un coctel para 1500 personas del día de apertura del Show; por este patrocinio se obtuvo un anuncio en la edición dominical de The New York Times.

Participación en el evento Montreal Tourism & Travel Show: Como parte del patrocinio del show se participó en Taste du Monde, una serie de clases de cocina a los participantes del evento en total cerca de 300 personas estuvieron en las 5 presentaciones que se hicieron durante el evento, donde se destacó la cocina Costarricense en Montreal con la meta de promover “Wellness Pura Vida”. También, para seguir hablando de Costa Rica se efectuó un almuerzo para 14 periodistas de Montreal, donde la Dirección de Mercadeo detalló más la oferta de “Wellness Pura Vida”.

Participación en el evento de Organic Spa: Experience Wellness & Travel Media Event en la ciudad de New York, en donde como parte del patrocinio, se tuvo un stand con material promocional para los periodistas, 2 “Newsletters”, banner en la página web de Organic Spa y una publicidad full color en la revista, productos costarricenses y una masajista. Se atendieron 35 periodistas durante el evento, de los cuales 24 realizaron publicaciones en sus redes sociales, que logró un total de 1,677,074 potenciales impactos.



Participación en TMS Travel Family Conference en Houston Texas, en donde se tuvo reuniones uno a uno con 30 periodistas de medios de comunicación dirigidos al “best prospect” y con “freelancer” que se dirigen al “best prospect” en los Estados Unidos.

o Se realizaron eventos de ICT Cooking Class en Miami, Boston, Toronto y Chicago: Estos eventos consistieron en la participación activa de los participantes en la preparación de los alimentos, los cuales están amparados en el Plan Nacional Gastronómico Sostenible y Saludable. Se llevaron a cabo los siguientes eventos:



o Alianza estratégica con Matador Network y Southwest: Se realizó una alianza con Matador Network que consistió en que 30 periodistas de ese medio de comunicación vinieran por tres días a Costa Rica para hacer su retiro anual en la zona del Pacífico Sur. Con Southwest se les consiguieron los tiquetes aéreos de manera gratuita o bien con un descuento especial. Se publicaron 4 artículos en la página de Matador Network, se tuvieron 11 post Matador Instagram, 7 post-videos en Matador Facebook y 1 video en Matador Youtube. Además se lograron 9 post en Matador Twitter y los periodistas postearon un total de 52 post en sus diferentes redes sociales personales. En total se obtuvo un add value de \$49,961.19 y más de 21.000.000 de impresiones.

o Visita del periodista Peter Greenberg, líder de opinión e influenciador en el consumidor de Estados Unidos-Canadá, para posibilidad de producir programas para PBS, y visita Costa Rica el productor del programa Jack Hanna Into The Wild, Rick Prebeg y su asistente Nina Moneyppenny. Jack Hanna es líder de opinión e influenciador sobre programas de naturaleza en el consumidor de Estados Unidos-Canadá.

o Realización de Media Tour de Wellness y de Media Tour de Aventura:

□ Media Tour de Wellness: se realizó un “media tour” en la ciudad de San Francisco, California sobre el tema de “Wellness Pura Vida”. En el mismo se contó con la participación de un experto, donde se tuvo entrevistas uno a uno con 7 periodistas y editores de 5 diferentes medios de comunicación dirigidos al “best prospect”; y se efectuó un coctel para 15 periodistas de la ciudad y poder transmitirles la información sobre “Wellness Pura Vida” en un evento más casual.

□ Media Tour de Aventura: se realizó un “media tour” en las ciudades de Los Ángeles y Calgary sobre el tema de Aventura. En el mismo se contó con la participación de un experto, donde se tuvo entrevistas uno a uno con 7 periodistas en Los Ángeles y 5 en Calgary dirigidos al “best prospect”; también se efectuó un coctel en Los Ángeles para 6 periodistas de la ciudad y otro coctel en Calgary para 7 periodistas, para poder transmitirles la información sobre “Wellness Pura Vida” en un evento más casual.



1.2.2 Relaciones Públicas en Europa

En este año se han venido desarrollando acciones de Relaciones Públicas en Europa con la Agencia de Relaciones Públicas GLOBAL COMMUNICATION EXPERTS THE PANGAEA NETWORK. El objetivo estratégico general para el mercado europeo, comprende el contribuir a la imagen de reputación de Costa Rica como líder en desarrollo sostenible, un destino de calidad, hospitalario, de bienestar, diverso y disperso con experiencias para todos los tipos de viajeros europeos. Además, los objetivos específicos que están dirigidos a informar, comunicar y educar sobre la diversidad de producto que ofrece Costa Rica, su compromiso con la sostenibilidad en todas sus vertientes, un destino para todo el año, nuevos productos y nichos, calidad del servicio y como un destino que ofrece experiencias de lujo. Estos objetivos se ejecutaron mediante diversas acciones y proyectos que han contribuido a que Costa Rica sea más conocida en estos mercados.

La acción de educar a los periodistas y a la industria se logró por medio de diversas actividades con medios especializados de la industria (trade) y turismo en general: webinars, publirreportajes, entrevistas sobre el destino, envío de boletines electrónicos (newsletters) con información del país, desarrollo de contenido sobre Costa Rica en redes sociales y páginas web especializadas, viajes de prensa al destino, así como talleres de capacitación y eventos con periodistas selectos y empresarios tomadores de decisiones. La acción de Informar, Crear & Inspirar se concretó por medio de la creación de contenido de valor sobre Costa Rica, el destino en sí, los productos que ofrece y la experiencia de lujo. Seguidamente se presentan las principales acciones y logros por país:

ACTIVIDADES	CANTIDAD
PRENSA	
Notas de prensa campaña genérica	19
Viajes de prensa grupo	3
Viajes de prensa individuales	7
Entrevistas	16 (2 en Suiza)
Eventos con periodistas	3 (ITB)
Newsletter campaña genérica	10
TRADE	
Webinars/Elearning/Formación	7: FTI e-learning (aproximadamente 500 alcanzados), Suplemento de fvw (circulación de 26.374 copias), Roadshow FTI (300 contactos), Roadshow ARGE Latinoamérica (300 contactos), Futuropan Roadshow (aproximadamente 350 contactos), plataforma mytricc (1.150 contactos), Apoyo con contenido de Costa Rica para e-learning CATA con Touristik Aktuell

Famtrips	1 Famtrip con la fundación Willy Scharnow y Iberia
Ferías	3 (ITB, IMEX, Fernweh Festival)
Roadshows/Eventos trade	4 (FTI, ARGE, Costa Rica con Futuropa, DER Summer Campus)
Newsletters campaña genérica	10
Alianzas estratégicas y actividades especiales	
Alianza TO	Windrose (envió de newsletter)
Alianza TO	FTI Roadshow / e-learning
Alianza TO	DER Summer Camp, Apoyo con campaña cooperativa de Dertour
Alianza Willy-Scharnow Stiftung y Iberia	Famtrip
Alianza Condor	Evento de inauguración de vuelo, integración en comunicación
Acciones campaña genérica	
SRT	Guía especializada para medios (presencia durante 12 meses print y online)
Campaña mediática con Geo Saison	Suplemento monotemático de 20 páginas
Campaña mediática con stern.de	Contenido editorial de 8 temas y online banners, 4 semanas
Cooperación mediática con la revista digital Luxus Insider	Contenido editorial sobre el destino Costa Rica durante 4 semanas en revista, avisos en 4 boletín. 15.000 contactos
Cooperación mediática con la revista alemana "abenteuer und reisen"	Página doble de contenido editorial del sector de viajes más integración de video digital
Cooperación mediática con Top Magazin München	Contenido editorial de 4 páginas
Cooperación mediática print y social media con Lonely Planet, Bruderleichtfuss, GoPro	Concurso fotográfico con Lonely Planet Traveller / cooperación con GoPro, Condor y el bloguero Bruder Leichtfuss 11 páginas más integración en redes sociales. Mínimo 10 artículos y 20 posts
Alianza Costa Rica Magazin	Producción de revista gratis
Cooperación mediática con FVW	Suplemento monotemático de 8 páginas

Sumatorio y resumen de resultados anuales campaña genérica

• Cuantitativos

Concepto	Resultado global anual
Poder de compra en acciones de marketing y medios	o Precio total de campaña a Tarifa: 409.050 € o Precio negociado para ICT: 166.719 € o Ahorro para ICT: 242.331 €
Número de apariciones en medios anuales PR	881 Todas las publicaciones han sido muy positivas

AVA (valor económico publicitario) de las apariciones anuales	Valor mediático total de: 12.503.716,80 EUR
Número de apariciones Top (en medios estrella)	417
Número de periodistas alcanzados con información de Costa Rica en un año	2500
Número de periodistas que visiten el país en un año	24 (19 por viajes de prensa grupal e individual; 5 por apoyo y contactos)
Número de apariciones en medios de pago (anuncios, publireportajes...) anuales	17 Avisos/ publireportajes gratuitos: 4 medios gratuitos GCE ha generado muchísimos artículos y reportajes gratuitos para Costa Rica por medio de story pitching proactivo
Número de turoperadores y agentes viajes alcanzados con información de Costa Rica en un año	250 Tos + 2.500 AAVV relevantes para Latinoamérica + 2.500 otros = 5.250
Número de agentes de viajes que visiten el país en un año	11
Número de nuevos TOs, agencias y aerolíneas que incluyan productos turísticos costarricenses	o A3 erolíneas: Condor (Múnich), Iberia (Willy-Scharnow-Fam), Edelweiss (Suiza) o 6 TOs: Windrose, Gateway Brazil, www.mistertrip.de, Viventura, Ikarus Tours, Classic Golf Tour
Número de agentes de viajes que reciban formación de destino en un año	FTI e-learning (aproximadamente 500 alcanzados), Suplemento de fvw (circulación de 26.374 copias), Roadshow FTI (300 contactos), Roadshow ARGE Latinoamérica (300 contactos), Roadshow de Costa Rica en cooperación con Futuropa (aprox. 350 contactos), plataforma mytricc (1.150 contactos) = 28.974
Número de consumidores alcanzados (vía audiencias) por nuestras acciones / campañas en un año	4.240.801

• CUALITATIVOS

Concepto	Resultado global anual
Reputación y prestigio de los medios de comunicación con cobertura de Costa Rica vía RRPP	½ de las apariciones en la prensa fue en prensa de categoría A La totalidad de diarios nacionales generalistas y económicos, así como los principales medios de turismo y estilos de vida han publicado sobre Costa Rica en 2016.
Nuevos contenidos de calidad sobre el destino y contenidos adicionales con derechos para el uso del ICT en sus propias plataformas	Creación de contenido de muy alta calidad: Suplemento Geo Saison, folleto fvw, Costa Rica Magazin, fotos y reportaje de bloguero con Lonely Planet Traveller

Publicaciones en tono positivo para Costa Rica	878. Más de las publicaciones con alto valor por la calidad de los medios y por la variedad de contenidos en términos de cobertura de segmentos turísticos y también de los nichos.
Nuevas alianzas estratégicas y socios de prestigio (marcas comerciales, acuerdos trade, congresos captados, patrocinios de nivel...) / Nuevas relaciones con personas claves de la prensa, el trade, líderes de opinión y VIPs	<ul style="list-style-type: none"> o Marcas líderes: VAUDE, GoPro, Weltmeyster o Editoriales principales: Gruner und Jahr (Geo Saison, Stern, National Geographic Traveller, Brigitte etc.), jahreszeiten Verlag (FÜR SIE, Vital etc.), Bauer Verlag (Cosmopolitan, Myway etc), Burda Verlag (Freundin, Elle etc.), LifeVerlag (LonelyPlanet) o diarios nacionales, revistas de viajes oficinas de redacción y noticias (SRT, dpa), trade media o colectivo de blogueros importantes o Trade: Condor, Iberia, Edelweiss DRV (Deutscher Reiseverband), ARGE Latinoamérica, Willy Scharnow Stiftung
Acciones extras conseguidas a coste cero o residual	Costa Rica Magazin (10.000 revistas gratis), Suplemento ECOS, Aviso de 1 página gratis en la revista trade Reise Vor9 (circulación 20.000), excelente descuento en cada actividad, 10 páginas gratis en Reisefieber (valor mediatico 59.000), DERPART time2travel 4 páginas (valor mediatico 5.000), Integración Social Media Lonely Planet, bruderleichtfuss (10 posts)
Otros logros especiales y meritorios	ITB mejor stand de la feria, participación 100 Green Destinations, ECOTrophea

□ ILUSTRACIONES

SRT – Guía para medios periodísticos en turismo



Campaña crossmediática con editorial líder Gruner und Jahr: online y print - GeoSaison + Stern



Cooperación mediática con la revista alemana “abenteuer und reisen”



3 Viajes de prensa grupal, varios individuales. Más de 20 periodistas en Costa Rica en 2016



FRANCIA

Sumatorio y resumen de resultados anuales campaña genérica.

Actividades	Cantidad
Prensa	
Notas de prensa campaña genérica	18
Nota de prensa lanzamiento Air France	1
Viajes de prensa grupo	2
Viaje de prensa lanzamiento Air France	1
Viajes de prensa individuales	8
Entrevistas	8
Eventos con periodistas	2
Evento prensa Air France	1
Trade	
Formación	195
Programa de elearning	2
Famtrips	2
Viaje lanzamiento Air France	1
Ferías	1
Roadshows/Eventos trade	2 eventos trade (PVU + IFTM)
Newsletters campaña genérica	8
Alianzas estratégicas y actividades especiales	
Alianza TO : TUI	2 B2B : 1 elearning + visibilidad Player Nouvelles Frontières
Alianza TO : Kuoni	3 : participación workshop Kuoni + newsletters dedicadas B2B y B2C

Alianza TO : Maisons des Amériques Latines	6 : Participación 2 eventos B2C, 1 evento B2B, campana digital (sitio + redes sociales), newsletter dedicada
Colaboracion medios : Hotel & Lodge	1 : separata dedicada a Costa Rica – 20 000 copias a disposición del ICT
Colaboracion medios : Europe 1/RFM	3 : 2 concursos para ganar 2 viajes a Costa Rica + 1 campana de spots
Asociacion COTAL	2 : presencia en newsletters mensuales + almuerzo con socios y AAVV
Acciones PVU	
Elearning (Promo AGV)	1
Evento graduación PVU	1

• CUANTITATIVOS

Concepto	Resultado global anual
Poder de compra en acciones de marketing y medios	58 825€
Número de apariciones en medios anuales PR	495
AVA (valor económico publicitario) de las apariciones anuales	4 396 081€
Número de apariciones Top (en medios estrella)	107
Número de periodistas alcanzados con información de Costa Rica en un año	133
Número de periodistas que visiten el país en un año	24
Número de apariciones en medios de pago (anuncios, publrreportajes...) anuales	5
Número de turoperadores y agentes viajes alcanzados con información de Costa Rica en un año	93 TOs 4694 Agentes viajes
Número de agentes de viajes que visiten el país en un año	8
Número de nuevos TOs, agencias y aerolíneas que incluyan productos turísticos costarricenses	- Aerolíneas: Air France - TOs: 10 Agencias (Kuoni, Terre d'aventure, Altiplano, Jet tours, Les clés du monde,...etc) - Agencias: 1200 Agencias (red de distribución AFAT) hace la promoción de productos turísticos de turoperadores como KUONI, JET TOURS, etc. También la red de agencias Virtuoso (6) fue sensibilizada al destino este año.
Número de periodistas y agentes de viajes que reciban formación de destino en un año	408
Número de consumidores alcanzados (vía audiencias) por nuestras acciones / campañas en un año	30 625 000 de consumidores alcanzados

□ CUALITATIVOS

Concepto	Resultado global anual
Reputación y prestigio de los medios de comunicación con cobertura de Costa Rica vía RRPP	¼ de las apariciones en la prensa fue en prensa de categoría A
Nuevos contenidos de calidad sobre el destino y contenidos adicionales con derechos para el uso del ICT en sus propias plataformas	200 fotos cedidas al ICT con la campaña con Hotel & Lodge 8 fotos de alta calidad del fotógrafo de Gala 20 000 separatas cedidas con la campaña con Hotel & Lodge 337 fotos cedidas al ICT con el evento de la Universidad de la Pura Vida (13/12/2016)
Publicaciones en tono positivo para Costa Rica	474 publicaciones en tono positivo
Nuevas alianzas estratégicas y socios de prestigio (marcas comerciales, acuerdos trade, congresos captados, patrocinios de nivel...)	2- Air France y COTAL
Nuevas relaciones con personas claves de la prensa, el trade, líderes de opinión y VIPs	Prensa TELEMATIN – France 2 (TV) SILENCE ÇA POUSSE – France 5 (TV) BIBA – Redactora jefe (Prensa) GRAZIA – Periodista / asesora lifestyle y turismo (Prensa) ELLE – Periodista BRUNO MALTOR – Votre tour du monde (Blog) OTRO. Eric Ritter – agente de VIPs Harry Roselmack – periodista VIP TRADE. Patrick Alexandre – Air France Bernard Bonnet – Maisons des Amériques Latines
Acciones extras conseguidas a coste cero o residual	Evento Flying Blue con Maisons des Amériques Latines y actividad 2017 COTAL
Otros logros especiales y meritorios	Francia: primer país Europeo donde más se buscan informaciones sobre el Costa Rica http://www.laprensa Libre.cr/Noticias/detalle/96341/google-revela-los-paises-de-donde-mas-buscan-costa-rica

ILUSTRACIONES

MEDIOS





REINO UNIDO

Sumatorio y resumen de resultados anuales campaña genérica

Actividades	Cantidad
Prensa	
Notas de prensa campaña genérica	7
Viajes de prensa grupo	1
Viajes de prensa individuales	4
Entrevistas	5
Newsletters campaña genérica	3
Comunicación de crisis	3
Trade	
Webinars/Elearning/Formación	3
Viajes de familiarización	1
Participación en Ferias	2
Roadshows/Eventos comercios	7
Alianzas estratégicas y actividades especiales	
Campaña de marca: Berghaus,	<ul style="list-style-type: none"> Creación de micrositio, concurso sobre Costa Rica con actividades en las tiendas de Berghaus, se promovió la campaña en la revista Escapism y Lonely Planet, exhibición digital y promoción de medios sociales
Campaña de marca: Asociación de fotografía de Wanderlust & Nikon, a partir de diciembre 2016	<ul style="list-style-type: none"> Wanderlust; Costa Rica será el socio destino oficial de la Foto del Año 2018 de Wanderlust. programa de actividades promocionales con cobertura impresa y digital, promoción en el Destinations Travel Show Concurso gane un viaje a Costa Rica para fotografiar el destino.

Acciones campaña genérica	
Selling Travel Campaña comercial, diciembre	<ul style="list-style-type: none"> Participación en 3 eventos: Destination Dialogue, cómo vender Costa Rica La Guía de Selling Travel, publicada y distribuida en la edición de diciembre de Selling Travel para agentes del Reino Unido y disponible en línea. Producción de 1.000 guías adicionales para capacitaciones y eventos con agentes
TTG Campaña comercial, septiembre -diciembre	<ul style="list-style-type: none"> Paquete de publicidad impresa y digital 4 eventos de formación de agentes TTG 1 evento de agente Luxpo
Entrenamiento de viajes en línea, noviembre -diciembre	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de 1 curso de formación de viajes en línea con 5 módulos dirigidos al trade de viajes del Reino Unido.
Desarrollo Creativo de campaña CostEureka!, Marzo - Septiembre	1
Campaña promocional de Lonely Planet, junio - julio	<ul style="list-style-type: none"> Impresión publicitaria de 6 páginas Artículos patrocinados, boletines informativos y banners digitales
Activación de la campaña de consumidor visualización digital 1, octubre - diciembre	<ul style="list-style-type: none"> 8.288.400 impresiones a través de una red de ofertas en tiempo real; dirigidos a los interesados en Centroamérica
Activación de la campaña consumidor de visualización digital 2, diciembre 2016 a enero de 2017	<ul style="list-style-type: none"> 3.000.000 impresiones digitales de visualización a través de una red de ofertas en tiempo real; dirigidos a los interesados en Centroamérica
Campaña de publicidad en exteriores, Activación 1, Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> Campaña de 48 posters con más de 93 ubicaciones en Londres
Campaña de publicidad en exteriores, Activación 2, diciembre 2016 - enero 2017	<ul style="list-style-type: none"> Campaña de 48 posters con más de 22 ubicaciones en Londres
Publicidad en la feria World Travel Market, noviembre	<ul style="list-style-type: none"> Colocación de publicidad en exteriores alrededor del espacio del acontecimiento del centro ferial.

CUANTITATIVOS

Concepto	Resultado global anual
Poder de compra en acciones de marketing y medios	53.53% de descuentos
Número de apariciones en medios anuales PR	302
AVA (valor económico publicitario) de las apariciones anuales	£2,620,700.85
Número de apariciones Top (en medios estrella)	150+
Número de periodistas alcanzados con información de Costa Rica en un año	750+

Concepto	Resultado global anual
Número de periodistas que visiten el país en un año	18 (organizado por Four Travel)
Número de apariciones en medios de pago (anuncios, publrreportajes...) anuales	n/a
Número de turoperadores y agentes viajes alcanzados con información de Costa Rica en un año	16,000 uniques
Número de agentes de viajes que visiten el país en un año	10
Número de nuevos TOs, agencias y aerolíneas que incluyan productos turísticos costarricenses	5
Número de periodistas y agentes de viajes que reciban formación de destino en un año	500 cara a cara
Número de consumidores alcanzados (vía audiencias) por nuestras acciones / campañas en un año	16,000,000

□ CUALITATIVOS

Concepto	Resultado global anual
Reputación y prestigio de los medios de comunicación con cobertura de Costa Rica vía RRPP	<p>El equipo de RR.PP. trabajó con los principales medios de comunicación del Reino Unido, los periódicos de nivel 1, las revistas de consumo, los títulos comerciales y los sitios web. La mayoría de la cobertura fue de nivel 1 y 2.</p> <p>Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fran Kellett (Tatler) • Nigel Tisdall (Marie Claire, Financial Times y Daily Mail, Telegraph) • Sarah Siese (Grazia) • Melissa York (City AM) • Marjorie Yue (Sunday Mirror) • Andrew Doherty (TTG) • India Dowley (Square Meal Lifestyle) • Maria Pieri – (National Geographic Traveller)
Nuevos contenidos de calidad sobre el destino y contenidos adicionales con derechos para el uso del ICT en sus propias plataformas	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña creativa para el destino - CostEureka! • Folleto promocional de 16 páginas para educar al comercio • Publicidad de 6 páginas dentro de la revista Lonely Planet • Un microsito creado para la campaña con la marca Berghaus
Publicaciones en tono positivo para Costa Rica	Toda la cobertura generada fue positiva
Nuevas alianzas estratégicas y socios de prestigio.	2 alianzas: Berghaus y Wanderlust / Nikon

Concepto	Resultado global anual
Nuevas relaciones con personas claves de la prensa, el trade, líderes de opinión y VIPs	Se continúa con relación con contactos claves. Crecimiento y mantenimiento de base de datos contactos claves.
Acciones extras conseguidas a coste cero o residual	2 semanas adicionales de exposición para Costa Rica, gratis, durante la campaña de publicidad en exteriores. 48 posters estuvieron expuestos más tiempo de lo esperado, con un valor equivalente de aproximadamente 291.000 euros
Otros logros especiales y meritorios	<ul style="list-style-type: none"> • 1 actividad en torno a la puesta en marcha del nuevo vuelo BA • Desarrollo de una campaña creativa impactante y destacada para el destino en el mercado del Reino Unido

ILUSTRACIONES

CostEureka! Campaña de Marca Creativa



ACTIVIDADES	CANTIDAD
PRENSA	
Notas de prensa campaña genérica	22
Notas de prensa campaña Keylor	03
Viajes de prensa grupo	02
Viajes de prensa individuales	04
Entrevistas	18
Eventos con periodistas	02
Newsletters campaña genérica	06
Newsletters campaña Keylor	02
TRADE	
Webinars/Elearning/Formación	02
Famtrips	01
Ferías	01
Roadshows/Eventos trade	01
Newsletters campaña genérica	06
Newsletters campaña Keylor	02
ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y ACTIVIDADES ESPECIALES	
Viaje especial: producción de moda	01
PuraVidaUniversity – marca y web	01

ACCIONES CAMPAÑA GENÉRICA	
Guía especial Costa Rica de Lonely Planet Traveller + página de	1 guía + 1 página publicidad
Proyecto 360° en la revista Viajar (Grupo Zeta)	1 guía + 1 reportaje en la revista + 7 reportajes gráficos en la web + 2 páginas de publicidad
Hola.com/viajes	2 fotogalerías + 2 publirreportajes
Destinos – El Periódico de Catalunya +	1 pág. publicidad + 2 publirreportajes + 3 newsletters
Telva Novias	Participación en 1 evento + 1 publirreportaje + microsite
Acción vídeos para ICT realizados por Paco Nadal	2 vídeos, varios post en el blog como valor agregado
Smark magazine/Blog Esquire	3 post + 1 evento
Acción Kamaleon Travel	11 artículos
Acción Agenttravel	1 entrevista + 1 pág. Pulicidad + 1 mes banner + 1 patrocinio sección MICE + 1 publirreportaje + 1 e-mailing personalizado
Acción Hosteltur	3 newsletter + Media pág. publicidad revista + 1 webinar
Acción Meet In	2 pág. publicidad + 1 newsletter + banner destacado + 1 vídeo
Acción Comunicatur	1 banner destacado + 4 meses logo en el portal + 3 artículos web + banner en boletín mensual
Acción Booking Fax	Webinar + 1 encuesta previa + 3 newsletter
GEO	2 pág. publicidad + 1 publirreportaje

Revista Chicote	1 pág. publicidad contraportada + 1 publirreportaje
Mi Nube	1 Lista de Viajes Viral + 1 landing page personalizada + banners
Campaña Online	1 final de año

ACCIONES CAMPAÑA “EL PORTERO MÁS FELIZ DEL MUNDO”	
Grupo Hearst. Campaña 360°	2 publirreportajes + 1 pág. publicidad + banner + 1publirreportaje online
ABC Viajar- Suplemento mensual del diario ABC+ Abc.es	Publirreportaje con entrevista Keylor Navas + 1 publirreportaje + 1 pág. Publicidad + 3 publirreportajes online
Acción Condé Nast Traveler	Monográfico CR de 200 páginas aprox + evento presentación monográfico + 1 pág. Publicidad + 1 reportaje editorial + 1 publirreportaje online
Revista Oxígeno	Guía CR Oxígeno + noticia en www.sportlife.es + guía online en www.revistaoxigeno.es
Elespañol.es	4 publirreportajes online + publicación vídeo Keylor Navas
Microsite en Lonelyplanet.es	1 microsite web LonelyPlanet + banner + 4 publirreportajes
Exclusive Magazine	1 publirreportaje con portada desplegable + 1 entrevista Keylor Navas
Espirituviajero.com	5 publirreportajes + 1 banner home
TheLuxonomist.com	3 publirreportajes + banner permanente
Marca	3 portadas periódico + ½ pág. Publicidad + 1 entrevista Radio Marca + 1 reportaje Marca Estilo con Keylor Navas
Redes Sociales Keylor Navas	24 posts en facebook
Acción Hinch	80 vídeos participantes y válidos. Total 32.978

Sumatorio y resumen de resultados anuales campaña genérica

□ CUANTITATIVOS

Concepto	Resultado global anual
Poder de compra en acciones de marketing y medios	Precio total de campaña a Tarifa: 465.392 € Precio negociado para ICT: 148.472 € Ahorro para ICT: 316.920 € 68% de descuento para ICT (total campaña genérica)
Número de apariciones en medios anuales PR	1346
AVA (valor económico publicitario) de las apariciones anuales	3.949.937 €
Acciones extras conseguidas a coste cero o residual	21 por valor económico de 97.000 €

Número de apariciones Top (en medios estrella)	Los 1.346 clippings en medios estrella (T1) pero cabe destacar 807, un 60% del total de apariciones son top top.
Número de periodistas alcanzados con información de Costa Rica en un año	Más de 4.000
Número de periodistas que visiten el país en un año	19
Número de apariciones en medios de pago (anuncios, publrreportajes...) anuales	76 contratadas + 21 extras sin coste para ICT (mencionadas arriba)
Número de turoperadores y agentes viajes alcanzados con información de Costa Rica en un año	15.100
Número de agentes de viajes que visiten el país en un año	08
Número de nuevos TOs, agencias y aerolíneas que incluyan productos turísticos costarricenses	6 (estimación, se realizará actualización 2017)
Número de consumidores alcanzados (vía audiencias) por nuestras acciones / campañas en un año	Aproximadamente 27.000.000 contando audiencia y usuarios únicos de clippings, acciones pagadas y acciones extra sin coste para ICT

□ CUALITATIVOS

Concepto	Resultado global anual
Reputación y prestigio de los medios de comunicación con cobertura de Costa Rica vía RRPP	Casi la totalidad de diarios nacionales generalistas y económicos, así como los principales medios de turismo y estilos de vida han publicado sobre Costa Rica en 2016. El País, el Mundo, ABC, El Periódico de Cataluña, Expansión, Cinco Días, Aggentravel, Elle, Hola, entre otros.
Nuevos contenidos de calidad sobre el destino y contenidos adicionales con derechos para el uso del ICT en sus propias plataformas	Guía Lonely Planet de Costa Rica para utilizar por ICT y en la web PVU. Guía Viajar: contenido para Web Pura Vida University 2 vídeos de Costa Rica a vista de drone con cesión de derechos al ICT. Contenido PuraVidaUniversity Artículos Kamaleon: utilizados para la web de la Pura Vida University 2 webinars
Publicaciones en tono positivo para Costa Rica	Más de 1.300 publicaciones con alto valor por la calidad de los medios y por la variedad de contenidos en términos de cobertura de segmentos turísticos y áreas geográficas de Costa Rica.

Nuevas alianzas estratégicas y socios de prestigio (marcas comerciales, acuerdos trade, congresos captados, patrocinios de nivel...)	Alianzas puntuales con marcas líderes como Lodi (calzado), Exart & Panno (moda), Viva Tours, Conde Nast Traveler, Lonely Planet, Viajar, Hola. Oportunidad viaje profesional congreso CEAV – Confederación española de agencias de viajes
Nuevas relaciones con personas claves de la prensa, el trade, líderes de opinión y VIPs	Ceav, Wttc, OMT, Princesa Carla Royo-Villanova, María León, Grupo Barceló, Iberia...
Otros logros especiales y meritorios	Se han conseguido importantes valores añadidos a la campaña sin coste y con contenidos y formatos novedosos

□ ILUSTRACIONES

Guía de Costa Rica en revista Lonely Planet y página de publicidad



Reportaje 11 páginas revista Viaja.



Portada + artículo suplemento destinos y newsletter



1.3. Prensa internacional

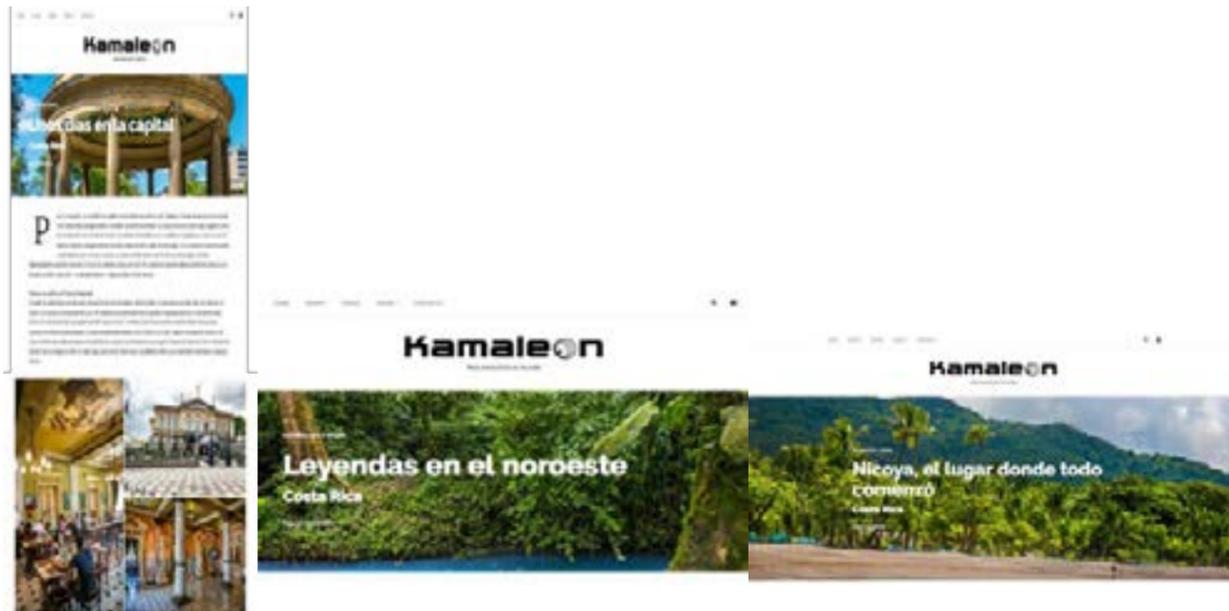
El área de Prensa Internacional del Departamento de Promoción desarrolló acciones para la atención de medios de comunicación internacionales así como la atención de los viajes de familiarización con importante exposición de Costa Rica como destino en medios de comunicación relevantes, a saber:

1.3.1 Atención grupos de prensa

La atención a medios de comunicación internacionales, surge como una necesidad de lograr contenido editorial en medios de comunicación reconocidos internacionalmente, para promocionar el país en el exterior. Por lo tanto, se invita a las giras de prensa a los medios de comunicación internacionales, ya sea medios impresos, de radio, de televisión, blogueros, logrando así que los comunicadores participantes se interesen realmente por los temas que den origen a una noticia, reportaje o documental en los medios que cada uno representa y poder exponer nuestro destino y efectuar promoción turística de cada una de las zonas visitadas. Se atendieron 60 grupos de prensa, 20 de Estados Unidos y Canadá y 40 de Europa, Latinoamérica y otros mercados de interés, para un total de 188 medios atendidos: revistas, blogs, periódicos, televisión, entre otros.



Ejemplos de artículos en Kamaleon



Seguidamente se detallan los principales resultados de los grupos de prensa atendidos por mercado, a saber[1]:

[1]Fuente: Datos suministrados por el área de Prensa Internacional, Departamento de Promoción del ICT

- . 48 medios atendidos de Estados Unidos-Canadá
- País: Estados Unidos
- Total de medios: 34
- Retribución: \$1.490.593

Tipo de medio	Medio
Blog	Twin Cities, Just Luxe, Matador network, Digital News, Forber Life, Travelink Publishing, Elite Meetings, Nort Start Travel, Macaroni Kid Manhattan, Vero, Orbitz Upscala, NPR Podcast Journeys of Discovery, Family Vacation Critic, Traveling Mom, Life 's short so live big, Mama Spot, Active Planet Travels, About.com Sustainable Travel, Paste Magazine, Yoganonomus
Periódico	St Paul Pioneer Sunday Pioneer, Creators Syndicate
Revista	MAKE Magazine, LA Travel Magazine, Facilites Media Group, Prevue, Mom evendeavors, Islands Magazine, Taste of the Seacoast, Luxury Magazine, Longevity, Global Traveler Magazine, Lake and Sumter Style
Televisión	CBS LA

País: Canadá
 Total de medios: 14
 Retribución: \$306.188

Tipo de medio	Medio
Blog	Je suis une maman, Tourisme Plus, Bel Âge, Dcouverteculinaire, Huffington Post Canada, Alyssa Schwartz
Periódico	Le Journal de Montreal
Revista	Mariage, Weddingbells, Toursme Plus, Air Canada enRoute Magazine, Virage, Le Bel Âge, Ottawa Life

•140 medios atendidos de Europa-Latinoamérica y otros mercados de interés

País: España
 Medios: 24
 Retribución: \$1.678.281

Tipo de medio	Medio
Blog	El ecomomista, Viajar, The Luxonomist / Hola, Espíritu Viajero
Periódico	Puerta de embarque, El Mundo, ABC, El Pais, Mujer de Hoy
Productora	Producción de Moda
Radio	euskadi Irratia, Radio Euskadi-Euskal Telebista
Revista	Oxigeno, Viajeros, ON, Mas Viajes, ICON, Editorial Anaya Touring, Conde Nast Traveler, Lonely Planet, Revista Eille, Revista DT
Televisión	Euskal Telebista TV, Terraincognita

País: Inglaterra
 Medios: 23
 Retribución: \$369.758

Tipo de medio	Medio
Blog	Go Eat Do, The Sunday Mirror, George Turner, Vicky Flip Flop Travels, Frock Me I'm Famous, Intrepid Escape, Globalhelpswap
Guía	Brides Honeymoon Guide

Tipo de medio	Medio
Periódico	City A.M
Revista	Good to know Essentil, Woman Magazine, Ruwild Media, Grasia Magazine, Talter Magazine, Marie Claire, City Magazine, Square Media, Woman Magazine, London Economic, london Glossy, Glass Magazine, Irisch News, National Geographic Traveller

País: Francia
 Medios: 22
 Retribución: \$482.133

Tipo de medio	Medio
Blog	Madame Le Figaro.fr, Best Jobers, Papilles & Pupilles
Periódico	La Tribune / Le Progrès, La Provence, La Voix du Nord
Revista	Maxi, Dandy, BIBA, Télé 7 Jours, O, Hotel & Lodge, A/R Magazine Voyageur, GALA Magazine, Déplacement pro, Echo Touristique, Tourmag, Le Figaro, Tour hebdo, DG CILA
Televisión	Telematin, Silence ca Pousse

País: Alemania
 Medios: 27
 Retribución: \$1.730.484

Tipo de medio	Medio
Blog	Flying Media, Deutsches Arzteblatt, andrea-morgenstern.com, i-ref.de, viel-unterwegs.de, breitengrad53.de, Reisedepeschen.de, Bruderleichtfuss, 29 Grad und Sonnenschein
Periódico	Die Tagespost, Markischer Markt, Hamburger Abendblatt, Mad-sack Medienagentur, BILD, SRT Journalistenpartnerschaft, Blic-kReisen, Reisen Exclusiv
Fotógrafo	Nick Garbutt
Revista	Vogue, ECOS, Fur Sie, Brigitte, Freundin, B& L Medien Gesellschaft, Touristik Aktvell
Televisión	Geiss TV, City Media TV

País: República Checa
 Medios: 1
 Retribución: \$21.673

Tipo de medio	Medio
Televisión	Czech Televisión

País: Ucrania
 Medios: 1
 Retribución: \$6.000

Tipo de medio	Medio
Revista	Ucranian Glossy Magazine

País: Irlanda
Medios: 1

Tipo de medio	Medio
Televisión	Irish TV

País: Holanda
Medios: 6
Retribución: \$65.150

Tipo de medio	Medio
Revista	NDC Media, Reishonger.nl, Reiz&+Op Pad, De Telegraaf / VRIJ Magazine, NSMBL.nl
Televisión	3 OP REIS

País: Italia
Medios: 10
Retribución: \$216.853

Tipo de medio	Medio
Blog	Dove.it, Viaggi24, L'Uomo Vogue, Iodonna, Il Messaggero, Travel Quotidiano
Televisión	ARIMVIDEO SRL - RAI
Revista	GQ, Globo, Tourisme Board

País: Chile
Medios: 12
Retribución: \$144.566

Tipo de medio	Medio
Periódico	Diario El Mercurio, Diario Financiero, Diario La Tercera
Revista	Paula, Ladevi, Revista Chef&Hotel, Revista Tell Magazine, Revista Caras, Revista In Latam, Revista Rusticae
Televisión	TV Chile, TV/Cable X

País: Brasil
Medios: 3
Retribución: \$350.000

Tipo de medio	Medio
Blog	Redescobriendo, Viagen.Estdao
Periódico	O Globo

País: Argentina
Medios: 3
Retribución: \$20.000

Tipo de medio	Medio
Blog	Travel 2 Latam
Revista	Travel magazine
Televisión	Mundo Visual

País: México
Medios: 3
Retribución: \$18.162

Tipo de medio	Medio
Periódico	Reforma, El economista
Revista	De Viajes

País: Uruguay
Medios: 1
Retribución: \$18.162

Tipo de medio	Medio
Televisión	Canal Once

País: Panamá
Medios: 2
Retribución: \$29.400

Tipo de medio	Medio
Blog	Excelencisas Turisticas
Revista	Caribbean News Digital

País: Japón
Medios: 1

Tipo de medio	Medio
Televisión	BS ASAH

Seguidamente se presentan las zonas visitadas de Costa Rica en los viajes de prensa internacional.



Se contabilizaron 138 publicaciones y 33 programas correspondientes a grupos atendidos en el año 2015 y 207 publicaciones de grupos atendidos en el 2016 (a marzo 2017).

La Unidad de prensa Internacional atiende los medios de mayor relevancia de los mercados de interés. En los países prioritarios (EE.UU, Canadá, España, Alemania, Francia y Reino Unido) se cuenta con el apoyo de agencias de Relaciones Públicas, las cuales poseen amplio conocimiento de los medios locales de mayor alcance para nuestro público objetivo. En los últimos dos años se ha visto un incremento tanto en la cantidad como en calidad de los medios que visitan el país, siendo los medios más relevantes de cada país los que nos han visitado prioritariamente.

El publicity del año 2016 (a marzo del 2017) es de \$6.933.741. A continuación se presentan algunos ejemplos de publicaciones:

El Messagero Italia

Viajes España

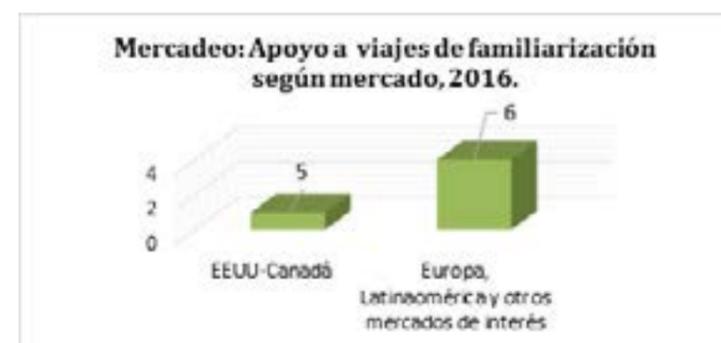
Globo Brasil

Sunday UK



1.3.2 Atención viajes de familiarización de mayoristas y/o agentes

En este periodo se atendieron 11 viajes de familiarización como se aprecia en el siguiente gráfico.



1. ID Travel Group
2. Amerilife Chief Distribution.
3. AIG VP /Consultant.
4. Mass Fidelity
5. Cardiovascular System
6. Agentes de España AA,
7. Agentes de Inglaterra BA
8. Copa Expotur
9. Agentes Holanda CATA,
10. Grupo Francia (Air France)
11. Agentes Europa

1.4. Ferias y Eventos Internacionales

Con la gestión del área de ferias internacionales del Departamento de Promoción se logró participar en importantes ferias y eventos internacionales en el 2016. La participación en ferias/eventos internacionales, son una ventana de exposición de Costa Rica en el mercado internacional. Esta acción es concebida como estratégica, porque:

- Permiten reforzar la imagen y posicionamiento del destino por medio de una construcción visual que muestra las fortalezas de Costa Rica como destino turístico, su naturaleza, su variedad de atractivos, de aventura, su cultura, entre otros.
- Permite la exposición gráfica de la marca la cual es expuesta en los diferentes stands de Costa Rica y en el material promocional. Es gracias a las diferentes acciones o actividades que desarrolla el ICT en dichas ferias, se contribuye al posicionamiento del como destino turístico, sean mediante entrega de material promocional, activaciones, contactos con el público, turistas, profesionales, tour operadores, mayoristas, reuniones, etc.
- Es de interés para Costa Rica poder construir y exponer su marca mediante la participación en ferias y eventos en los diferentes mercados de interés. Refuerzan la imagen y posicionamiento del destino contribuyendo con la diversificación de mercados geográficos.
- La participación en ferias le permite al ICT identificar novedosas tácticas y tendencias de mercadeo, por medio de la asistencia a seminarios sobre el tema o por la simple observación de cómo los competidores exponen su marca.
- Brindan una oportunidad clave y facilita la consecución de acuerdos comerciales con socios estratégicos. Constituyen una plataforma de negociación para el sector privado costarricense. Se estima que un porcentaje importante de las campañas cooperativas, inician su contacto y negociaciones durante las ferias internacionales.

En este año se participó en 21 ferias o eventos internacionales, a saber :

Estados Unidos – Canadá: 7

- New York Times Travel Show 2016
- ETC: Educational Travel Community
- Passport DC: Washington DC.
- IMEX, AMERICA, Las Vegas 2016.
- International Tourism and Travel Show, Montreal, Canadá.
- USTOA- Arizona- USA
- Travel Mart Latin America, Brasil

Europa, Latinoamérica y otros mercados de interés: 10

- VAKANTIEBEURS, Utrech-Holanda
- FITUR, Madrid-España
- ITB, Berlin-Alemania
- IMEX, Frankfurt
- FIEXPO, Perú
- IBTM Latin America, México
- IFTM, Paris
- Termatalia, México
- WTM, Londres- UK
- IBTM, Barcelona - España

También se participó en 2 eventos especializados en negociación con líneas aéreas: Routes América, San Juan Puerto Rico y Routes America, en Chengdu China; así como en 2 eventos de cruceros: SEA TRADE y participación en la Reunión de Miembros Patino de FCCA.

Gracias a estas ferias las empresas privadas turísticas tuvieron un espacio de negociación con socios internacionales, para un total de 93 empresas turísticas (13% más que el periodo pasado) 268 participaciones de empresas turísticas en las 21 ferias internacionales. Importante destacar que para este periodo de ferias (2016-2017) ha habido un aumento del 45 % en las participaciones de la empresa privada, lo cual unido a disponibilidad de empresas de comunicación y mercadeo para realizar acciones en Europa, ha motivado la decisión de aumentar el espacio en las 3 ferias más importantes del mundo, como lo son: FITUR, ITB Y WTM. A continuación se presentan algunas imágenes de los stands de las Ferias o Eventos Internacionales en que se participó.

New York Times Travel Show



VAKANTIEBEURS 2016: ULTRECH , HOLANDA



FITUR 2016: MADRID-ESPAÑA



ITB, 2016 BERLIN -ALEMANIA



IMEX- 2016 FRANKFURT



FIEXPO 2016 PERÚ



1.5. Presentaciones de destino a agentes de viajes

La Unidad de Promoción del Departamento de Promoción presenta logros importantes que se alcanzaron mediante las presentaciones de destino que se llevaron a cabo en los principales mercados para este año, a saber:

Con el fin de brindar las herramientas que necesitan los agentes de viajes para contribuir con la venta del destino y generar mayor visitación desde los mercados de interés, se llevan a cabo presentaciones promocionales del destino Costa Rica. Lo anterior, permite exponer a Costa Rica ante un número importante de agentes de viajes a los cuales se les brindan las presentaciones promocionales de destino de diferentes mercados de interés.

A la fecha se logró realizar un total de 20 presentaciones de destino y se contó con un total aproximado de 1.679 agentes de viajes que recibieron presentaciones de destino, como se muestra a continuación.

9 Presentaciones realizadas en Estados Unidos-Canadá: total agentes estimado: 679

3 en marzo: en San Francisco, Los Ángeles y San Diego (295 agentes).

2 en abril: en Houston y Dallas (135 agentes).

2 en setiembre: en Boston y Philadelphia (125 agentes).

2 en octubre: en Montreal y Toronto (124 agentes).

11 Presentaciones realizadas en Europa y otros: total agentes estimado: 1,000

3 en enero: en Madrid, Bilbao y Barcelona (total 462 agentes)

4 mayo: en México D.F Norte y Sur, Guadalajara y Monterrey (total 244 agentes).

4 en Noviembre: Zurich, Berna, Colonia y Frankfurt, (total 294 agentes y tomadores de decisión).

1.6. Publicidad internacional

El área de Publicidad Internacional del Departamento de Investigación y Evaluación llevó a cabo una importante gestión en torno a la campaña de publicidad “Save the Americans” (“Save the Canadians”) en Norteamérica con resultados muy positivos, a saber:

“Save the Americans” (“Save the Canadians”) es una campaña que refuerza el posicionamiento a nuestro país como destino turístico, dirigida al mercado de los Estados Unidos y Canadá. Fue lanzada en diciembre 2014 y ha tenido muy buena recepción por parte del sector privado y del público norteamericano, a quien está dirigida. Es una campaña que tiene a lo largo del año diferentes activaciones y acciones, la cual ha mostrado en general los siguientes resultados : Desde el lanzamiento de la campaña internacional; se ha evolucionado en lo que es la implementación de las redes sociales priorizando dichas plataformas a lo largo de este tiempo y orientadas siempre a nuestro mercado meta. Hemos alcanzado casi 900 millones de impresiones de campaña (tomando en cuenta todos los medios en que hemos estado implementando); además de recibir 18,6 millones de impresiones de valor agregado con las compras de pauta que se han venido realizando, esto en el periodo 2014-2016. El video de la campaña con el perezoso y animales que invitan al norteamericano a descansar y tomarse unas vacaciones en Costa Rica; ha alcanzado 27 millones de vistas (Save the Americans / Canadians) en dicho periodo. Adicionalmente se crearon los sitios savetheamericans.org y savethecanadians.org; con los cuales alcanzamos 700,000+ de visitas aumentando y viralizando aún más la campaña para el cumplimiento de nuestros objetivos, ya que también hemos podido contabilizar más de 10 millones de minutos en personas que buscan contenido personalizado entre digital, búsqueda (search), redes sociales, cine y publicidad no tradicional.

2016 HIGHLIGHTS SAVE THE AMERICANS / CANADIANS



- SE CONTINÚA DISTRIBUYENDO EL VIDEO Y SE TUVO PAUTA EN DICIEMBRE EN LOS ESTRENOS MÁS IMPORTANTES EN CINES.
- SE DESARROLLÓ CONTENIDO CON PROVEEDORES CONTRATADOS COMO MATADOR NETWORK



1.7 Sitio Web

El Departamento de Investigación y Evaluación ha venido fortaleciendo y promoviendo importantes mejoras al sitio web. En el año 2016 se impulsó la nueva página web para generar conocimiento del destino y visita al sitio y se destaca la separación y elaboración de las páginas web institucional www.ict.go.cr y promocional visitcostarica.com. La página web institucional va dirigida al usuario del ICT y la promocional va dirigida a nuestros principales mercados meta Estados Unidos, Canadá, España, Inglaterra, Francia, Italia y Alemania, próxima a lanzar.

2. Acciones a nivel nacional:

2.1 Relaciones Públicas (RRPP) a nivel nacional

El área de Relaciones Públicas a nivel nacional, destaca las siguientes acciones y logros obtenidos en este año 2016. Con respecto a las acciones desarrolladas en el área para incentivar la visitación a destinos turísticos nacionales por parte de los residentes en Costa Rica, se tienen principalmente: comunicados de prensa, conferencias de prensa, gestiones de prensa relacionadas con los principales temas de interés. Paralelamente se trabaja una estrategia de comunicación proactiva cuando se gestionan en los medios temas de nuestro interés mediante los comunicados de prensa y el posicionamiento de nuestros voceros. De igual manera mes a mes se realizan acciones de comunicación reactiva cuando se atienden gestiones “uno a uno” de los medios de prensa nacional con el propósito de la colocación de noticias positivas para la institución. Complementariamente se realiza la preparación de materiales periodísticos con el acompañamiento de los voceros, la renovación de los premios y reconocimientos, la actualización de los contenidos y rediseño total del “Kit de Prensa”, mismo que concluyó su elaboración a finales el mes de setiembre.

De manera paralela se brinda apoyo permanente a otras áreas como Sostenibilidad, Desarrollo Turístico, Gestión Turística y otros, para el posicionamiento y desarrollo de temáticas de interés. También se realiza acompañamiento de voceros y apoyo a proyectos especiales como por ejemplo el desarrollo de la Estrategia de Promoción de Turismo Interno “Vamos a Turistear” y otros eventos especiales como: Festival de Ballenas y Delfines en Bahía Ballena, Uvita, el lanzamiento del Mundial de Surf ISA en Jacó, entre otros.

Estos esfuerzos de comunicación se complementan con la comunicación periódica a públicos del sector mediante el renovado boletín (newsletter) “Notas Turísticas” que se comparte al sector. Cabe destacar que este boletín se envió por primera vez a inicios del mes de setiembre en una plataforma web que permite facilitar el envío. Además, se redactan notas informativas breves para generar contenido en la web que se comparten tres veces por semana en el sitio web www.visitecostarica.com, comunicados especiales para el sector privado con información relevante por el sistema de envíos Mail Chimp.

Con respecto los datos acumulados de Valor Publicitario, Publicity y Advertising Value Equivalent (AVE), producto de las acciones de prensa durante el año, se comparten en el siguiente Cuadro. Se hace la salvedad de los datos de los citados valores corresponde a los meses de enero a diciembre de 2016.

Considerando lo anterior, a continuación, se presenta un resumen con los principales resultados correspondientes:

Mercadeo: Acciones de Relaciones Públicas a nivel nacional realizadas. 2016.	
Comunicados de prensa de temas varios de interés: Total: 92 (de enero a diciembre 2016)	<p>Durante el periodo se realizaron relevantes comunicados de prensa proactivos relacionados con temas de interés.</p> <p>Medios de comunicación: De enero a diciembre de 2016 se generaron un total de 4.679 notas de interés turístico y 2.742 notas con mención directa del ICT. A continuación, se comparte el resumen porcentual de enero a diciembre con los principales valores acumulados.</p> <p>Acumulado promedio entre Enero y Diciembre de 2016 9 % prensa escrita (Diarios, semanarios, revistas), 21 % televisión, 12 % radio, 57% web, 1% redes sociales (este medio se empezó a medir en octubre 2016)</p> <p>Para un gran total a diciembre 2016 de: Valor publicitario[1]: \$ 8,276,128 Publicity[2]: \$16,552,256 AVE[3]: \$ 13,320,570</p>
Conferencias de Prensa: Total: 22	<p>Los resultados de las conferencias de prensa tuvieron un alcance significativo, con una participación promedio de 24 medios de comunicación de prensa escrita, electrónica, audiovisual, revistas especializadas y agencias internacionales. Las conferencias de prensa realizadas correspondieron al anuncio de las cifras turísticas 2016 a mediados del mes de enero y la de Bandera Azul Ecológica en 16 de marzo, la llegada del vuelo inaugural de British Airways, el anuncio de los vuelos inaugurales de Air France y Edelweiss, oficialización de la sede de Costa Rica del Ironman 70.3, lanzamiento de la Ruta de las Aves, inauguración de Festival de Ballenas y Delfines, Mundial de Surf, entrega de certificaciones CST, vuelo inaugural de Air France, apertura de vuelos económicos a Guatemala y Panamá de Wingo, entre otros.</p>

Mercadeo: Acciones de Relaciones Públicas a nivel nacional realizadas. 2016.	
Boletines al sector “Notas Turísticas”: Total: 4	<p>Se concluye el proceso de transformación de “Notas Turísticas” y proceso final de diseño con el objetivo de generar una comunicación más dinámica y moderna realizándose finalmente el primero de los envíos el 1 de setiembre. Se realizó un envío mensual los meses de octubre, noviembre y diciembre. El envío se realiza a la base de datos del sector y permite la medición de su impacto y alcance.</p>
Notas web: Total: 224	<p>Las notas web generaron contenido a la página oficial del ICT www.visitecostarica.com en la sección de noticias sobre temas varios como premios y reconocimientos de Costa Rica, logros del sector turístico, noticias de medios internacionales, novedades sobre el turismo, entre otros temas.</p>
Gestiones con prensa: Notas publicadas. Entre enero y diciembre de 2016 se realizaron 624 gestiones de prensa	<p>Las gestiones “uno a uno” con los medios se desprenden de consultas sobre temas específicos que realizan los periodistas directamente a la oficina de prensa del ICT. Los temas pueden ser variados sobre temas turísticos en general, temas sensibles, la búsqueda de la posición institucional, así como el seguimiento de otros enfoques de las gestiones proactivas que se realizan a partir de los comunicados de prensa del ICT. Temas desarrollados en las notas: Enero a diciembre 2016 65% Mercadeo del Destino, 1% Gestión Turística, 3% Infraestructura Turística, 3% Llegadas y Salidas (Datos estadísticos), 7% Desarrollo Turístico, 10% Temas sensibles que afecta la imagen del ICT, 2% Tema sensible que NO afecta directamente la imagen del ICT (esta división de los temas sensibles se aplica a partir de octubre 2016), 9% Otros Voceros de notas con mención: Enero a diciembre 2016 37% Ministro de Turismo, 2% Subgerente y Director de Mercadeo, 1% Jefe de Servicio al Turista, 4 % Gerente General, 1% Ejecutiva de Experiencias Turísticas, 1% Otros voceros, 1% Jefe de Certificaciones y Sostenibilidad Turística, 2% Encargado de Relaciones Públicas, 51% Sin Vocería ICT Publicaciones según tipo de medio: Acumulado promedio entre enero y diciembre de 2016 9 % prensa escrita (Diarios, semanarios, revistas), 21 % televisión, 12 % radio, 57% web, 1% redes sociales (este medio se empezó a medir en octubre 2016) AVE generado por tipo de medio: Enero a diciembre 2016 \$1,988,588 Prensa Escrita (Diarios, Revistas) \$6,935,972 Medios Electrónicos (web) \$718,716 Radio \$3,377,001 Televisión \$99,488 Semanarios \$1,373 Agencias internacionales \$32,382 Redes sociales</p>

[1]Valor Publicitario: Valor de los espacios en los medios si se pagara como publicidad los espacios noticiosos.
[2]Publicity: Valor Publicitario Multiplicado por dos.
[3]AVE: Advertising Value Equivalent. Sistema de Medición Cualitativo con puntaje del impacto de las noticias

Mercadeo: Acciones de Relaciones Públicas a nivel nacional realizadas. 2016.	
Comunicados enviados al sector privado: Total: 66	Se compartieron al sector temas de interés como por ejemplo: Cifras Turísticas 2015, FITUR 2016, medidas preventivas contra el Zika, Gobierno Central decreta vacaciones colectivas en Semana Santa, la confirmación de los vuelos de Air France y Edelweiss, avance en el Centro de Convenciones, Mundial de Surf, Festival de Ballenas y Delfines, Ante las erupciones del Volcán Turrialba”, tarjeta digital del Día Mundial del Turismo, Turismo registra casi el 50% de las exportaciones de servicios del país, Huracán Otto, entre otros.
Monitoreo de noticias y temas sensibles: Permanente monitoreo de noticias y temas sensibles, así como el acompañamiento de voceros oficiales y técnicos tanto de Mercadeo, Gerencia Presidencia y otras áreas	Para la toma de decisiones es fundamental el monitoreo diario de noticias relacionadas con la industria turística, con menciones del ICT, las reacciones y posiciones de las principales cámaras nacionales, eventos naturales que afecten al turismo, temas de Costa Rica como destino entre otros. Permite además verificar los resultados de los comunicados y gestiones de prensa. Destaca la mezcla de monitoreos tanto de redes sociales como de medios tradicionales. Sobresale además la presentación de monitoreos de temas específicos a solicitud del área de Relaciones Públicas.
Acompañamiento de voceros y apoyo otras áreas del ICT. Se realiza de manera permanente en eventos especiales.	La importancia de la vocería y la colocación de mensajes claves y de interés institucional resulta fundamental en la participación mediática de los voceros. El acompañamiento de los voceros es permanente en toda exposición pública del Ministro de Turismo, Gerente General, Director de Mercadeo y otros voceros.

Fuente: Datos suministrados por el Área de Relaciones Públicas, Departamento de Promoción del ICT

□ Proyectos especiales



Desde inicios del mes de enero se realiza el seguimiento a la campaña de promoción de turismo interno “Vamos a Turistear” y como parte del seguimiento de la estrategia se han desarrollado acciones de orden estratégico tanto en la página web www.vamosaturistear.com, así como en las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube). En las redes sociales y la página web también se han incluido novedades como mensajes sobre el CST, la prevención del virus del Zika, celebración de fechas especiales y los concursos en la comunidad introduciendo la herramienta de las animaciones en formato GIF. Inclusive se compartieron informaciones relacionadas con el seguimiento de la crisis del Huracán Otto. La campaña se ha mantenido sin interrupciones en Redes Sociales con presencia permanente de los afiliados desde enero a diciembre.

El corte final de empresas al mes de diciembre fue de cuentan con 218 empresas afiliadas a la campaña entre hoteles, operadores turísticos, líneas aéreas locales, rentadoras de vehículos y empresas de turismo rural. Sobresale el ingreso de dos nuevas Cámaras Nacionales en este período, específicamente la Cámara Nacional de Turismo Sostenible (CANAECO) y la Cámara Costarricense de Restaurantes (CACORE) lo que sin duda aumentó la oferta turística para los públicos nacionales de la campaña.

A partir de mayo y hasta el mes de noviembre continuaron activas con alianzas en Repretel (Canal 11) con la Cámara Viajera y El Mochilero. Sobresale la realización del programa especial de 1 hora en celebración del Día Mundial del Turismo emitido el 23 de setiembre con todo el elenco de Informe 11 visitando Tortuguero.

Con Teletica Canal 7 se desarrolló, además de la pauta una alianza con el programa de más rating en Costa Rica: “La Pensión”. Con este espacio se desarrollaron menciones dentro del guion en 8 capítulos, incluyendo dos programas especiales de media hora dedicados por completo a la campaña del Pacífico Medio en mayo y del Caribe en setiembre. Con dichas secciones se han visitado más de 25 nuevos destinos de las 7 regiones turísticas (Valle Central, Llanuras del Norte, Caribe, Guanacaste, Pacífico Medio, Pacífico Sur y Puntarenas e Islas del Golfo).

A partir de los resultados de las alianzas en televisión se logró promediar 6,1 minutos por programa, exponiendo a 53 empresarios expuestos en 26 programas transmitidos para un total de 225 minutos al aire y logrando un 100% de enfoque de experiencia.

El alcance de personas impactadas alianzas de prensa escrita fue de 2 724 458 personas impactadas y alcance de la alianzas en televisión fue de 1 599 800 personas.

Con el Grupo Nación se ha desarrollado una alianza con 10 reportajes en la Revista Dominical con la exposición de 29 empresarios, así como la campaña digital en la página web de www.nacion.com que incluyó un reportaje Native en el Día Mundial del Turismo (27 de setiembre), la colocación de 9 videos de la serie “Costa Rica es un Viaje” con un promedio de 6 minutos de duración, 50 minutos al aire y 939 mil impactos producto de los videos.

Un dato relevante en este punto es que se lograron \$4.761.394 en publicity (publicidad no pagada) a partir de las alianzas con los medios y \$ 504 817 de publicity a partir de las gestiones de prensa de los comunicados relacionados con actividades o promociones específicas de la campaña para un total de 97 notas de prensa.

En la estrategia digital se incluyen banners electrónicos interactivos animados llamados “intropage” que muestran las experiencias turísticas como aventura, bienestar, relajación, playa, montaña y otros. Estos banners fueron colocados y pautados en medios de alto impacto y alcance como La Nación Digital y las versiones de El Financiero y en Google. Al final del periodo se lograron como resultado de la estrategia digital un total de 12.347.565 impresiones.

Como un valor agregado a las cuñas de Radio en Bésame se desarrolla una sección informativa de lunes a viernes durante tres meses (agosto, setiembre y octubre) creada con el objetivo educativo de compartir información, datos curiosos y generalidades de Costa Rica como destino. Dicha activación se complementa con un concurso en Redes Sociales que se promociona luego de realizar la mención al aire. La participación promedió los 200 comentarios.

Como seguimiento a las aristas de la estrategia se utilizaron otros medios para la colocación de los mensajes y la colocación de imágenes de la campaña en 24 rutas de buses como la Periférica, Interlinea, así como otras rutas capitalinas y rurales. En primera instancia se colocaron por espacio de tres meses las 12 primeras rutas en junio, julio y agosto. Las restantes 12 se apreciaron en circulación vial desde finales de setiembre y durante los meses de octubre y noviembre. Con la utilización de esta publicidad exterior se logró impactar a 148 229 personas.

En los cines a partir de setiembre se colocó la pauta de comercial de un minuto en cines de la cadena Cinemark y Cinépolis. Semana a semana durante tres meses se colocarán los mensajes de la campaña en las películas que se estrenen durante este periodo, apostando a posicionar el mensaje entre las familias y los jóvenes independientes.

Sobresalió además, como un adicional a los esfuerzos la pauta de comercial de 15 segundos en programación seleccionada de Repretel, Canal 7 y Canal 13, unida a la colocación de cuñas de radio y activaciones en emisoras como Zoom y IQ, complementada con pauta regular en emisoras como (Exa, Disney, Omega, Monumental). En radio se logró impactar a 961 881 personas y en televisión a un total de 3.028.915 a partir de la pauta de las cuñas y los spots respectivamente. Como novedad, entre setiembre y diciembre se desarrolló el blog "A Turistear" que mostró con el apoyo de fotos, video y un texto llamativo la reconstrucción de las experiencias vividas por el bloguero invitado que recorrerá el país en todas las regiones, generando más de 25 entradas de contenido, con la exposición de 21 afiliados, generando además 9000 visitas e impactando a 183 000 personas.

Con respecto a la Feria Nacional de Turismo en el período 2016 se desarrollaron dos ediciones en centros comerciales, la primera ocurrió el pasado 11 y 12 de junio en City Mall con la participación de más de 50 empresas turísticas. La segunda edición tuvo lugar en Lincoln Plaza los días 24 y 25 de setiembre con la participación de 54 empresas como hoteles, operadores turísticos, líneas aéreas locales, rentadoras de vehículos entre otros. Por este canal se impactaron 363 973 personas.

Cabe resaltar que durante el primer semestre se activó el sistema de la Extranet que permite actualmente a más de 70 empresas afiliadas subir y modificar a www.vamosaturistear.com sus "Ofertas de Último Minuto". Dichas ofertas cambian de manera permanente según las necesidades e intereses de los afiliados y además se han activado en épocas específicas del año como en el caso de Semana Santa, Día del Padre y ofertas especiales para la Feria Nacional de Turismo en el City Mall y Lincoln Plaza, El Día Mundial del Turismo, Día de la Madre y fines de semanas largos.

Finalmente se desarrollaron acciones de sensibilización al sector como el segundo encuentro de empresas Vamos a Turistear el 16 de noviembre con la presencia de más de 40 empresarios, mismos que recibieron capacitaciones y charlas relacionadas con el turismo interno, nuevas tecnologías y alcances de la campaña.

A continuación se presenta el cuadro resumen del desempeño en redes.

Red Social	Acumulado al 31 de diciembre del 2016
Facebook	228 063 seguidores
Twitter	6.922 seguidores
Instagram	16.500 seguidores
YouTube	364 427 visualizaciones
Página Web	668 011 vistas a páginas

Seguidamente se presentan algunas ilustraciones de la Campaña de Promoción de Turismo Interno "Vamos a Turistear 2016".

Publicación en Somos Célebres.



Publicación Día de la Madre. Revista Dominical



Reportajes Revista Dominical



Publicación de cierre de campaña en el 2016.



Comerciales de TV
Comercial de 10 segundos de bienestar y relajación:



Comercial de 10 segundos de aventura:



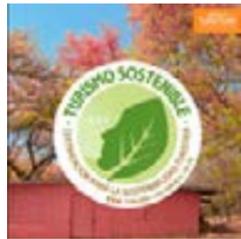
Comercial de Naturaleza



Activaciones en Redes Sociales

Gif Animados sobre el CST

Gif animados de reconocimiento de Playas



Publicaciones Páginas Completas en La Nación, Revista Dominical



Campaña Digital en Nación.com



Ejemplo de promociones en la Extranet de la página web www.vamosaturistear.com



Ejemplo de "skin" en la página principal de Nación.com



Presencia de buses durante tres meses con 24 rutas.



Ejemplo del blog "A Turistear".



□ Giras de Prensa Nacional

A la fecha, se han realizado 4 giras con medios de comunicación nacional, a saber

Mercadeo: Giras de prensa nacional realizadas. 2016.

1) En el II trimestre se realizó el lanzamiento de la Ruta Nacional de Aves (3 de junio) para lo cual se efectuó una gira con medios de comunicación a San Gerardo de Dota. Se logró la participación de una buena cantidad de medios informativos como Canal 7, Agencia Efe, Canal 13, CB24, Noticias Repretel entre otros. Sobresale el logro de dos transmisiones en vivo para Noticias Repretel y NC11. Según el reporte de monitoreo esta gira generó resultados positivos con 35 notas publicadas con un valor publicitario de \$ \$76,751; un publicity de \$153,502 y un AVE (Advertising Value Equivalent) de \$203,450.

2) La segunda gira de prensa nacional se realizó con medios de comunicación especializados en el tema de Bienestar y Relajación con el fin de posicionar a Costa Rica como un país que ofrece diversas opciones en turismo de bienestar, "Wellness Pura Vida". Esta gira se relacionó el pasado 9 de junio con la presencia de medios como Teletica Canal 7 (digital), Revista Perfil, agencia EFE, Noticias Repretel y otros. Se desarrolló en la zona de Orosí, Ujarrás y Alajuela. Al momento de este informe los medios citados ya habían publicado y la agencia EFE colocó la noticia en un gran número de medios nacionales e internacionales. Uno de los objetivos de la gira fue lograr que los periodistas tuvieran un acercamiento con experiencias y actividades de bienestar como el yoga, pilates, mountain bike, tratamientos de spa, earthing entre otros. Según el informe de resultados se publicaron 26 notas con un valor publicitario de \$ 50,485; un publicity de \$ 100,970 y un AVE (Advertising Value Equivalent) de \$156,664.

3) En el tercer trimestre se realizó el Festival de Ballenas y Delfines (2 de setiembre) para lo cual se realizó una gira con medios de comunicación a Bahía Ballena. Se logró la participación de una buena cantidad de medios informativos como: Canal 7, Extra TV 42, La República, RTN Noticias, Radio Nacional, Radio Columbia, Noticias Monumental, Agencia Reuters, Revista EKA, Programa Turisteando, Revista Perfil, La Nación, Hablando Claro, Repretel, entre otros. Según el reporte de monitoreo esta gira generó resultados positivos con 31 notas publicadas producto de la Gira de Prensa con un valor publicitario de \$ 129,147; un publicity de \$ 258,294 y un AVE (Advertising Value Equivalent) de \$ 241.240.

4) En el cuarto trimestre, el 4 y 5 de noviembre se realizó una gira a Limón con periodistas de diversos medios de comunicación nacional como: Diario Extra, EFE; Telenoticias digital, Agencia Xinhua, Revista Viajes, Tico Times, entre otros. La gira incluyó: inicio de la temporada de cruceros (CR como Home Port del Monarch), Festival de Aves Rapaces, Proyecto Ara y Jaguar Center). Según el reporte de monitoreo esta gira generó resultados positivos con 43 notas publicadas con un valor publicitario de \$100,182; un publicity de \$200,364 y un AVE (Advertising Value Equivalent) de \$156,190.

Fuente: Datos suministrados por el Área de Relaciones Públicas, Departamento de Promoción del ICT.

Gira de Prensa Ruta de las Aves (San Gerardo de Dota)



Gira de Prensa de Wellness Pura Vida. Bienestar y Relajación.



Gira de Prensa Festival de Ballenas y Delfines



Gira de prensa: Limón, un destino inigualable



2.2 Expoferias turísticas

Expoferias turísticas es un programa creado para el desarrollo local apoyando la generación de mecanismos de mercadeo del producto turístico y una mejora en las condiciones y calidad de los atractivos turísticos rurales y culturales del país. La organización está a cargo de las comunidades en alianza con el sector turístico, cultural y ambiental.

El acompañamiento del área de Expoferias Turísticas del Departamento de Promoción, fue con asesoramiento, promoción, capacitación y evaluación para el desarrollo de los eventos, lo cual permite promocionar y posicionar atractivos de la zona. Además, es un programa de fortalecimiento de los destinos turísticos, la diversificación y especialización de cada región del país basado en la promoción de la cultura local. Y apoya nuevos productos que incluya el turismo rural en las áreas con potencial en el país como medio para diversificar y fortalecer el producto turístico.

Seguidamente se presenta la lista de Expoferias de este período:

Nombre de la Expoferia Turística

1. Feria del Café en Frailes de Desamparados
2. Expoferia del Río Tulín en San Antonio de Tulín
3. Expoferia del Agua y la Vida en el Parque Nacional Quetzales
4. Feria del Gustico en el Centro Cultural La Aduana
5. Feria del Aguacate en San Jerónimo de Esparza
6. Feria del Chayote en las Ruinas de Ujarrás, Paraíso
7. Feria de Turismo Rural Comunitario Los Santos en Dota
8. EXPOMARIMBA en Santa Bárbara de Santa Cruz
9. Feria del Jocote, en la Uruca de Aserrí
10. Festejos de San Ramón en San Ramón
11. Festival Ak Kue en Amubri -Talamanca
12. Festival Barra del Colorado
13. Fest Bogue Festival en Tortuguero
14. Desfile Nacional de Boyeros San José

Fuente: Datos suministrados por el Área de Expoferias Turísticas, Departamento de Promoción, ICT.

Además, se apoyaron con préstamo de toldos, asesoramiento, material promocional y acciones de comunicación los siguientes eventos: 1. Desfile de Boyeros Sn Antonio Escazú, 2. Feria del Chiverre en Laguna de Alfaro Ruiz, 3. Feria del Clima Atenas y su Desfile de Boyeros; 4. Feria del Mango en San Pablo de Turubares, 5. Feria de la Papaya en Guácimo; 6. Feria de Museos Costarricenses; 7. Feria de la Gallina Criolla El Silencio de Quepos, 8. IV Festival Internacional de Calipso "Walter Ferguson" en Cahuita, 9. IV Feria de la Trucha, contiguo al puesto policial Macho Gaff, en el kilómetro 60 de la Interamericana Sur; 10. Festival Nal de Marimbas en Limonal de Abangares; 11. Festival de la Tortilla en Corralillo de Nicoya; 12. Mercado Tropical Día de la Madre, polideportivo de Aranjuez; 13. IV Feria del Mueble y artesanías campo ferial de Valverde Vega; 14. Festival Gastronómico del Caribe Unidad Regional INA en Limón; 15. Feria turismo rural Día de Parques Nacionales Parque Nal Tenorio; 16. 15° TRAVEL SHOW EXPO en el hotel Irazú, 17. Festival de los Manglares en Sierpe; 18. Festival de la Pasada Plaza Mayor de Cartago; 19. Feria y ciclística Ecológica de San Vicente de Nicoya; 20. Feria del Pejibaye en Tucurrique; 21. Feria Turística Alajuela, Algo más que un volcán; 22. I Expo Aqueserri 2016"; 23. Festival de Aves Rapaces en Puerto Viejo; 24. II Expo Cacao & Chocolate en Puerto Limón; 25. Feria del Chicharrón parque de Puriscal y 26. Mercado tropical de Navidad en Escazú. Total 26 eventos más.

Se realizó negociación de pauta publicitaria, en alianza con el Ministerio de Cultura y Canal 7 lo que nos permitió promover semanalmente en la Agenda cultural de telenoticias del medio día, los diferentes eventos de expoferias, turismo rural comunitario y turismo cultural de mayo a diciembre. Además, se reforzó la promoción con 144 "spots" publicitarios en SINART con televisión y radio durante los meses de setiembre a diciembre del presente año.

Expoferia del Río Tulín en San Antonio de Tulín



Expoferia del Agua y la Vida en el Parque Nacional Quetzales



Feria del Café en Frailes de Desamparados



Feria del Aguacate en San Jerónimo de Esparza



2.3 Apoyo a eventos nacionales

Con la gestión del área de eventos nacionales del Departamento de Promoción se brindó apoyo a eventos organizados por cámaras, asociaciones y empresas relacionadas con el quehacer turístico. El apoyo del ICT a estos eventos, le permite al sector privado desarrollar actividades de importancia para sus agremiados y diferentes públicos, con el fin último de contribuir con el posicionamiento y promoción de Costa Rica como destino turístico, tanto a nivel nacional como internacional. El apoyo del ICT a la industria turística mediante el área de eventos nacionales, permite por ejemplo, la promoción de diferentes regiones, actividades de cultura, gastronomía, aventura y turismo en general. Facilita también el acceso a conocimiento mediante capacitaciones dirigidas al sector turístico.

A la fecha se cuenta con un total de 15 eventos apoyados, como se muestra a continuación:

Mercadeo: Eventos nacionales apoyados, 2016.	
Eventos nacionales	Observaciones
1. Conversatorio programa de compradores Expotur 2016.	Objetivo del evento: Informar y validar con los empresarios del sector privado turístico la metodología de la elección de los compradores que van a participar en la feria como "Hosted Buyer" e integración de cambios importantes para EXPOTUR. Ente Organizador: ACOPROT. Fecha: 12 de enero de 2016
2. Un Día con el Mercado Europeo.	Objetivo del evento: Brindarle al sector turístico información veraz y profesional que les ayude a tomar las mejores decisiones para desarrollar y vender su producto en los mercados europeos. Ente Organizador: FUTUROPA. Fecha: 24 de febrero de 2016.
3. Apoyo a actividades de Semana Santa Municipalidad de SJ.	Objetivo del evento: Según la Municipalidad de San José, el objetivo es promover el reposicionamiento de San José como destino turístico, de interés cultural y espiritual, por medio de las actividades que se realizan durante la Semana Santa. Ente Organizador: Municipalidad de San José. Fecha: 20 al 27 de marzo.
4. Ciclo de Conferencias gratuitas para Restaurantes y Hoteles.	Objetivo del evento: Según indica CACORE, el objetivo del evento es realizar charlas temáticas y de alto valor para el profesional de Alimentos y Bebidas. Ente Organizador: CACORE. Fecha: 7 de abril.
5. Actividad de bienvenida para compradores y vendedores de Expotur.	Objetivo del evento: Realizar un acto de bienvenida para los mayoristas internacionales y empresarios turísticos en calidad de vendedores que participarán en la bolsa de comercialización Expotur 2016. Ente Organizador: ICT -ACOPROT. Fecha: 11 de Mayo
6. Lanzamiento Central de Reservas Latinoamericana de Pequeños Hoteles.	Objetivo del evento: Según la Red Nacional de Pequeños Hoteles, el objetivo es lanzar la primera Central de reservas digital para Pequeños Hoteles, como plan piloto en Costa Rica para Centroamérica, el Caribe y Sudamérica en la que los asociados tendrán la oportunidad de promocionarse y comercializar su producto. Ente Organizador: RED NAPH. Fecha: 20 de Junio.

Mercadeo: Eventos nacionales apoyados, 2016.	
Eventos nacionales	Observaciones
7. Expo Cartago Turístico.	Objetivo del evento: Según la Cámara de Comercio, Industria, Turismo y Servicios de Cartago, el objetivo es realizar un evento que promueva turísticamente la zona de Cartago, que brinde un espacio de encadenamiento para las empresas turísticas de todas las áreas participantes y que muestre la diversidad de atractivos y servicios turísticos a las agencias de viajes y turoperadores nacionales invitados. Ente Organizador: Cámara de Comercio, Industria, Turismo y Servicios de Cartago. Fecha: 20 de Julio.
8. Festival de Ballenas	Objetivo del evento: Según el ente organizador, el objetivo es dar a conocer y posicionar la región como un destino turístico de importancia para la observación de ballenas jorobadas y delfines y así incentivar el turismo interno y extranjero a visitar la región, para aumentar la ocupación hotelera en temporada verde. 1. Ente Organizador: Asociación de Operadores de Turismo en el Parque Nacional Marino Ballena. Fecha: 2, 3, 4, 9,10 y 11 de setiembre.
9. V Encuentro de Operadores Turísticos.	Objetivo del evento: Según el ente organizador, el objetivo del evento es generar y fortalecer relaciones comerciales exitosas entre los oferentes de producto turístico y las empresas comercializadoras. Ente Organizador: ACOT (Asociación Costarricense de Operadores Turísticos). Fecha: 20 de setiembre.
10. El Efecto WOW	Objetivo del evento: Según el ente organizador, el objetivo es despertar el espíritu innovador y creativo que es capaz de transformar nuestro entorno a través de conexiones emotivas, sorpresivas e innovadoras. Ente Organizador: Costa Rica Convention Bureau. Fecha: 22 de setiembre.
11. Charlas de actualización del mercado Europeo	Objetivo del evento: Según FUTUROPA, el objetivo es brindarle al sector turístico información veraz y profesional que les ayude a tomar las mejores decisiones para desarrollar y vender su producto en los mercados europeos. Ente Organizador: FUTUROPA. Fecha: 19 de octubre.
12. Feria Turística de Alajuela.	Objetivo del evento: Según la municipalidad de Alajuela, el objetivo es promover el turismo del cantón central de Alajuela y de la regional de occidente apoyando a los pequeños y medianos empresarios turísticos. Ente Organizador: Municipalidad de Alajuela. Fecha: 15 y 16 de Octubre.
13. I Congreso Internacional de Profesionales en Turismo.	Objetivo del evento: Según, el ente organizador, ACOPROT, el objetivo del evento es ofrecer las herramientas de innovación para fomentar la mejora y el desempeño de los profesionales y empresarios del sector turístico, actualizando sus conocimientos según las últimas tendencias del turismo en pro del desarrollo individual, social, cultural y económico. Ente Organizador: ACOPROT. Fecha: 20 y 21 de octubre.

Mercadeo: Eventos nacionales apoyados, 2016.	
Eventos nacionales	Observaciones
14. Vuelo Inaugural de Air France.	Objetivo del evento: Informar y validar con los empresarios del sector privado turístico la metodología de la elección de los compradores que van a participar en la feria como "Hosted Buyer" e integración de cambios importantes para EXPOTUR. Ente Organizador: ACOPROT. Fecha: 12 de enero de 2016
15. Congreso de CANATUR.	Objetivo del evento: Según, el ente organizador, CANATUR, el objetivo del evento es concretar planeamientos estratégicos del turismo entre el Instituto Costarricense de Turismo y la cúpula del sector privado turístico costarricense, renovando los votos de esa alianza histórica de coordinación. Ente Organizador: CANATUR. Fecha: 23 y 24 de noviembre.

Fuente: Datos suministrados por el Departamento de Promoción, ICT.

2.4 Publicidad nacional, patrocinios, apoyo a cámaras, asociaciones y otros.

El área de publicidad nacional y patrocinios del Departamento de Investigación y Evaluación, presenta las siguientes acciones y logros alcanzados en el año 2016:

Como parte de las acciones estratégicas realizadas con la Agencia de publicidad localizada en Costa Rica se indica lo siguiente:

-La contratación se finiquitó en el I trimestre.

- Se contrató material promocional, como desplegable de información general en español e inglés, rótulos para Puerto Limón, mapa turístico, banners institucionales, material informativo/preventivo sobre el ZIKA, así como el diseño y elaboración de la carroza para el festival de la luz.

-Se llevó a cabo gestión publicitaria de apoyo a los patrocinios "Mundial de Surf ISA" y "QS 3000 essential Costa Rica Open Pro de la WSL".

- Ejecución a través de la Agencia de la campaña en medios para Turismo de Reuniones.

- Elaboración de los siguientes planes para proyectos como: ejecución de la campaña para los EEUU-Canadá durante el I semestre 2016; elaboración de las páginas web de Turismo de Reuniones y Vamos a Turistear.

Además, se apoyó el patrocinio y/o la publicidad de actividades específicas que se ejecutan en las diferentes regiones turísticas del país, dirigidas a los costarricenses, y que permiten el impulso de zonas, tales como:

a) Contratación de publicidad en el Periódico La Nación / La Teja para cubrir actividades turísticas, culturales o deportivas y expoferias:

1-Expoferias: del Agua y la Vida, del Clima, del Aguacate, del Chayote, del Gustico, del Río Tulín, Expo marimba, del agua y la Vida, Expo Oro y Plata

2- Día del guía de turismo

3- Festival de Ballenas y Delfines

4- Festival de Arte Tamarindo

5- Frontera a Frontera, Unidos por el Agua

6- Apoyo a la Cámara de turismo de Monteverde

7- Fiestas Patronales Playa Panamá

8- Festival de Arte Tamarindo

9- Guanacastearte

10- Festival de Poesía

11- Bingotur

12- Ballenas y Delfines

13- Baile de la Polilla

14- Paraderos Turísticos

b) Patrocinios y Publicidad:

15-II Reunión de Signatarios del Memorando de Entendimiento de Conservación de los Tiburones Migratorios

16-Conferencia de la Tierra organizada por CATURGUA

17-Libro Volcanes de Costa Rica

18-Laboratorio Gastronómico CACORE

19- Evento Aguas Abiertas

20- Juegos Nacionales

También se implementaron acciones de carácter publicitario y/o la patrocinio que permiten apoyar actividades realizadas en Costa Rica con proyección internacional, a saber:

1-Sesiones de grupo en Estados Unidos y Canadá para testear el nuevo Portal Web

2- Sesiones de grupo en Europa para testear el nuevo Portal Web

3- Publicidad en los X Knights, pauta y transmisión del evento en el programa Motociclismo Extremo de Fox Sports 3 Latinoamérica, Estadio Nacional

4- Patrocinio del evento deportivo de trail run y triatlón Costa Rica X Terra

5- Patrocinio del Mundial de Pesca 2016

6- Publicidad en el "Foro Mundial de Recursos para América Latina y el Caribe, III Expo Verde & Congreso Internacional de Construcción Sostenible 2016"

7- Lanzamiento oficial del Patrocinio del Ironman 70.3 Costa Rica 2017

8- Patrocinio del Concierto de Yanni

9- Publicidad en el torneo de pesca Presidential Flamingo Fishing Rodeo

10- Patrocinio Mundial de Surf ISA playa Jacó

11- Publicidad Cumbre Mundial de Turismo de Aventura de ATTA

12- Patrocinio del torneo QS 3000 Essential Costa Rica Open Pro de la WSL

13- Patrocinio del Congreso IEEE Concapan 2016

14- Lanzamiento/Patrocinio del torneo de golf Essential Costa Rica Classic de la PGA 2017 en Guanacaste, inicio de acciones

15- Costa Rica Ultra Trail

16- La Ruta de los Conquistadores

Adicionalmente se implementaron acciones de carácter publicitario y/o patrocinio que permitan apoyar actividades realizadas a través de las Cámaras, Asociaciones, que logren apoyar la comercialización de Costa Rica como destino, tales como:

1-Ejecución del Patrocinio de Expotur 2016, Parque Viva, organizado por Acoprot

2- CACORE (publicidad en la revista)

3- CANATUR (Publicidad en pantallas en el AEROPUERTO)

4- CANATUR (PAGINA WEB)

5- CCH (Apoyo en la GUIA OFICIAL DE VIAJES Y HOTELES)

5- FUTUROPA (Publicidad en el mapa turístico)

6- FUTUROPA (banner en el SITIO WEB)

7- Publicidad FUTUROPA en folletos para la feria Bird Fair Inglaterra

8- ICODER Juegos Nacionales

9- Patrocinio del Congreso Nacional de Turismo (Canatur)

10- Evento CATURGUA (Conferencia de la Tierra)

11- CACORE (Laboratorio Gastronómico)

Seguidamente se presentan algunos ejemplos de publicaciones:

Mercadeo: Ejemplos de Patrocinios, Publicidad nacional y otros realizados, 2016.
 Publicidad en el evento X Knights, pauta y transmisión del evento en el programa Motociclismo Extremo de Fox Sports 3 Latinoamérica. Estadio Nacional.



Público impactado: 37.000 espectadores asistentes.
 12 pilotos internacionales. Entrevistas a pilotos costarricenses. Alcance en Latinoamérica: 20 millones de hogares. Transmisión en canal 7.712.000 hogares alcanzados. Monitoreo nacional: 15 notas.



Patrocinio del evento deportivo de trail run y triatlón Costa Rica X Terra, Guanacaste.



338 competidores acompañados en promedio de 2 personas con una estadía de mínimo 4-5 noches.



Patrocinio del Mundial de Pesca 2016 en proceso de ejecución, Quepos.



Estimación 60 equipos, 25 países, 300 pescadores.
 Resultados: 66 equipos, 28 países y 309 pescadores.



Publicidad en el "Foro Mundial de Recursos para América Latina y el Caribe, III Expo Verde & Congreso Internacional de Construcción Sostenible 2016", Herradura.



466 visitantes totales, 266 asistentes (122 congresistas nacionales y 144 extranjeros) 200 personas durante la feria. 89 expositores, 40 nacionales y 49 extranjeros.
 40 países representados.



Lanzamiento oficial del Patrocinio de Ironman 70.3 Costa Rica 2017, Playas del Coco, Carrillo, Guanacaste.



1800 cupos, 100 profesionales y 35 clasificatorios al mundial, 30 nacionalidades.



Ejemplos de Publicidad nacional:

Promoción paraderos turísticos



Puntarenas



II Festival ECOS de la Carpintera



XXX Edición del Bingotur



35 Aniversario CACORE



3 Investigaciones nacionales e internacionales de mercados

Mediante las investigaciones de inteligencia de mercados se ha logrado la recopilación de datos y se ha generado información de valor para la toma de decisiones del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y del apoyo al sector privado. Esta gestión la desarrolla y dirige la Unidad de Planeamiento del Departamento de Investigación y Evaluación.

Con respecto a Investigaciones de Mercadeo podemos citar los principales logros:

- Estudios de Mejores Prospectos para los siguientes mercados: Reino Unido, Alemania, España, Francia, México, Argentina, Brasil, Perú y Colombia. Con estos estudios se pretenden básicamente dos cosas, estimar el tamaño del mercado potencial de estos mercados hacia Costa Rica, entendiendo como potencial aquellos residentes en los países de interés que tienen alto interés de visitar Latinoamérica y el Caribe por motivo de vacaciones y, además consideran a Costa Rica como un destino para esas vacaciones. El otro objetivo es tener un perfil socio-demográfico y conocer los hábitos vacacionales de los turistas.
- Se recibieron los resultados finales del estudio de Mejores Prospectos de los Estados Unidos, edición 2015. A pesar de que el trabajo de campo de la investigación se hizo en el último trimestre del 2015, en el presente año se llevó a cabo el procesamiento de la información para actualizar la serie histórica de este importante mercado que permite monitorear el tamaño potencial del principal emisor de turistas por motivo placer hacia Costa Rica, sus características y percepciones del destino Costa Rica.
- Estudio Cualitativo de Turismo interno: con el objetivo de conocer cuál es la opinión y percepción de los empresarios turísticos respecto al mercado interno costarricense y paralelamente indagar sobre la percepción del costarricense cuando vacaciona dentro del País, se dirigió este estudio de corte cualitativo que incluyó entrevistas a profundidad y sesiones de grupo (“focus groups”).
- Estudio Cuantitativo de Hábitos vacacionales: Mediante la técnica de muestreo aleatorio se realizó esta investigación que tiene como objetivo principal conocer entre otras cosas a dónde viajan los costarricenses dentro del País, en qué épocas, cuánto gastan, duración de la estadía, composición del grupo familiar, etc. Para este año 2016, como novedad se incluyó un módulo sobre la Campaña Vamos a Turistear con la idea de medir grado de recordación, dónde la han visto y si la han utilizado para vacacionar.



Dirección de Gestión Turística

DIRECCIÓN DE GESTIÓN Y ASESORIA TURISTICA

CONSTRUCCIÓN DE INFRAESTRUCTURA CENTRO NACIONAL DE CONGRESOS Y CONVENCIONES

Dentro de las metas con las que cuenta la Dirección de Gestión Turística está el dar continuidad con el proyecto para la construcción del Centro Nacional de Congresos y Convenciones (CNCC), el cual consiste en el desarrollo de infraestructura para satisfacer la demanda de servicios del segmento de turismo de congresos y convenciones, tanto en el ámbito nacional como internacional, incorporando diseño y tecnología de vanguardia para potenciarlas fortalezas comerciales de Costa Rica y su base en sostenibilidad, con el fin de convertirse en un destino de convenciones líder en la región.

Dimensión del Proyecto: Edificio principal con área aproximada de 15 mil metros cuadrados, ubicado en un terreno de 10 hectáreas.

Servicios a proveer: Área para exposiciones, salones de convenciones, salas de reuniones VIP, salas de prensa, oficinas de inscripciones, área para vestíbulos, áreas para servicios: cocinas, pasillos, baños y restaurante. Área exterior, donde se ubicarán accesos desde la Ruta Nacional No.1, áreas para circulaciones vehiculares y peatonales interiores, zonas de estacionamientos, área para exposiciones al aire libre y para avituallamiento (carga, descarga y bodegas). Obras para tratamiento de las aguas residuales y servidas.

Ubicación: Se ubica a ocho kilómetros del Aeropuerto Internacional Juan Santamaría y a 10 kilómetros del centro de la ciudad de San José, en la Provincia de Heredia, con acceso desde la Autopista General Cañas (ruta nacional uno).

Inversión estimada: \$38.8 millones. Si se incluye el terreno sería de \$70.8 millones.



Imagen N°1: Centro Nacional de Congresos y Convenciones
Fuente: ICT

DISEÑO SOSTENIBLE:

El Centro Nacional de Congresos y Convenciones de Costa Rica se caracterizará por su arquitectura bioclimática y la sostenibilidad ambiental, contemplando por ejemplo, el uso de techos refractivos, paredes insoladas y parasoles que mitigan el calentamiento solar y permiten que los equipos de climatización trabajen al menor grado posible; reutilización de aguas pluviales en riego y para usos dentro del edificio en que sea permitido utilizarla; grifería con cierre automático, por medios mecánicos o por sensores de movimiento, para máximo aprovechamiento

del recurso hídrico; el calentamiento de agua a través de sistemas que utilicen la energía solar. Además, se contará con sistemas de aire acondicionado de alta tecnología, eficiencia en ahorro energético y que funcione por áreas específicas, permitiendo el uso por secciones del edificio sin incurrir en gastos de climatización de espacios que no están siendo utilizados; el uso de elementos y barreras que proyecten sombras para el enfriamiento de corrientes, de elementos de techo refractivos e insolación de paredes, para optimizar el uso de los sistemas de climatización artificial y el promover el ahorro energético; la iluminación interna por medio de sistemas LED y externa con paneles de energía solar, sensores de movimiento para el apagado y encendido de luces, manejo de desechos sólidos y líquidos, entre otros.



Imagen N°2: Centro Nacional de Congresos y Convenciones

Fuente: ICT

VENTAJAS:

- Gran desarrollo del sector turismo.
- Ubicación geopolítica estratégica en el continente americano.
- Alto grado de alfabetización y de oferta de mano de obra calificada.
- Prestigio internacional, ubicación estratégica y excelente conectividad aérea.
- Un Centro de Convenciones con dimensiones para atender eventos hasta de 3.000 participantes, segmento que según las estadísticas de la Confederación de Entidades Organizadoras de Congresos & Afines de América Latina (COCAL), representa el 80% de los eventos con sede en América Latina.

BENEFICIOS:

- Aumento de la oferta turística del país, al incluir el segmento de congresos, convenciones y exhibiciones.
- Aumento de los ingresos del sector turismo, al fomentar un segmento turístico de alto gasto promedio.
- Aumento en las noches adicionales de hotel, incremento en el ingreso de divisas y la revisita de quienes participan en el congreso y /o la convención y de sus acompañantes.
- Romper la estacionalidad turística, al poder programar y desarrollar eventos a lo largo del año y en especial en las temporadas bajas, aumentado la ocupación hotelera y el turismo receptivo en todas sus modalidades (agencias receptoras, hoteles, alquiler de autos, etc).
- Crea un efecto multiplicador en la economía al fomentar importantes encadenamientos con otras actividades económicas.
- El desarrollo de este segmento permite aumentar la ocupación de las ciudades.

PROCEDIMIENTOS REALIZADOS DURANTE EL PERIODO 2016:

- Adjudicación de la etapa constructiva del Centro Nacional de Congresos y Convenciones.
- Coordinación para aprobación de las exoneraciones del colegio federado y derechos municipales de permisos de construcción.

- Ampliación de la viabilidad ambiental.
- Contratación de la Regencia Ambiental.
- Obtención de los permisos del colegio federado y permisos municipales (Municipalidad de Heredia).
- Se obtiene el Refrendo al Contrato de Construcción por parte de Contraloría General de la República.
- Inicia el proceso de movimiento de tierras de la etapa constructiva del proyecto.



Imagen N°3 Movimiento de Tierras del proyecto Centro Nacional de Congresos y Convenciones

Fuente: ICT

INFRAESTRUCTURA

En la realización de mejoras de las condiciones de infraestructura y servicios de los atractivos turísticos, se destinaron recursos financieros en el 2016 para la ejecución de los Convenios de Cooperación:

- Convenio de Cooperación entre el ICT y la Asociación Cívica Y Turística Valverde Vega, para la construcción del Centro de Actividades Turísticas y Artesanales en el Cantón de Valverde Vega, Sarchí. .
- Convenio entre la Junta de Administración Portuaria y de Desarrollo Económico de la Ver-tiente Atlántica y el Instituto Costarricense de Turismo, para unir esfuerzos para realizar la mejora de la Bodega Cinco, ubicada en la Terminal Portuaria "Hernán Garrón Salazar" de la Provincia de Limón.

CONVENIO DE COOPERACIÓN ENTRE EL ICT Y LA ASOCIACIÓN CÍVICA Y TURÍSTICA VAL-VERDE VEGA

Donde el proyecto consistió dos etapas, etapa uno contratación de Servicios de Consultoría para la Elaboración de los planos Constructivos y dos etapa constructiva del Proyecto Centro para Actividades Turísticas y Artesanales en el Cantón Valverde Vega, Sarchí, caracterizado por una colorida diversidad artesanal y paisajística, lo cual representa un punto de gran atracción turística.

Por parte de la Dirección se llevó a cabo el proceso de elaboración y firma del convenio de cooperación, así como la tramitología correspondiente a la contratación.

El aporte del ICT fue de ₡146.495.567.77, para cubrir la construcción e inspección de un centro para Actividades Turísticas y Artesanales.

En el mes de agosto de 2016, se hace entrega formal de las obras a la Asociación Valverde Vega, del Centro para Actividades Turísticas y artesanales en el Cantón de Valverde Vega.



Imagen N°4: Centro de Actividades Turísticas y Artesanales en el Cantón de Valverde Vega
Fuente: ICT

Imagen N°5: Centro de Actividades Turísticas y Artesanales en el Cantón de Valverde Vega
Fuente: ICT

CONVENIO ENTRE LA JUNTA DE ADMINISTRACIÓN PORTUARIA Y DE DESARROLLO ECONÓMICO DE LA VERTIENTE ATLÁNTICA Y EL INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO:

El proyecto consistió en unir esfuerzos para realizar la mejora de la Bodega Cinco, ubicada en la Terminal Portuaria “Hernán Garrón Salazar” de la Provincia de Limón, para el mejoramiento de la operación de cruceros, brindando mejor atención e instalaciones a los cruceristas, así como facilitando la atención en la modalidad de embarque y desembarque.

Para cumplir este objetivo, se definieron áreas sustantivas de intervención (de negocio y de apoyo), por parte de Japdeva y del ICT en las que se desarrollaron diversos trabajos de optimización de procesos, focalizándose en aquellos aspectos que pudieran generar mejoras sustantivas en los resultados e impactos en cada una de las áreas de intervención.

El aporte del ICT fue de ¢47.000.000.



Imagen N°6 Operación de Cruceros Bodega 5, Japdeva
Fuente: ICT



ATRACCIÓN DE INVERSIÓN TURÍSTICA

Durante el año 2016 se siguió con las labores de la Unidad de Atracción de Inversiones, implementando el objetivo de la Unidad: Promover el incremento de las inversiones turísticas dentro de las unidades de planeamiento turístico, para mejorar y consolidar la oferta turística dentro del marco de la sostenibilidad promovida por el país.

Se logró avanzar en la implementación del programa nacional de atracción de inversiones con acciones concretas, como:

1. La asistencia a eventos internacionales enfocados a la atracción de inversiones en el sector turístico, que permiten crear contactos estratégicos con posibles inversionistas internacionales:
- Se asistió a la Feria ITB Berlín y se tuvo una gira de vistas a las líneas aéreas Edelweiss y Air France.

- Se asistió a la feria aeronáutica en Chile y se tuvo reuniones con representantes de líneas aéreas: Latam e Iberia/Air Nostrum.

- Se asistió a la conferencia de prensa del lanzamiento del vuelo Air France en París, Francia.

- Se asistió a la reunión Routes Americas en Puerto Rico donde se tuvieron las siguientes reuniones:

- Air Canada
- Guarulhos Airport
- Volaris
- Lufthansa
- Viva Colombia
- Avianca
- Spirit
- Air TRansat
- Aeroméxico
- American Airlines
- Delta
- Viva Aerobus
- Latam
- Alaska Airlines
- Southwest
- Alaska Airlines
- Southwest
- Alaska Cargo
- PAWA
- United
- Allegiant
- Interjet

PRINCIPALES LOGROS EN EL ÁREA DE LÍNEAS AÉREAS

- Condor aumentó operaciones a Costa Rica con una nueva frecuencia desde Múnich, de noviembre 2016 a abril del 2017, en un Boeing 767 300 con capacidad para 259 pasajeros.
- AVIANCA e ICT acordaron promocionar COSTA RICA CON EL PROGRAMA “DESCUBRE CENTROAMÉRICA” del 4 al 14 de abril 2016 se ofrecerán tarifas promocionales desde 20 países de la red de rutas de Avianca hacia Costa Rica.
- Air France abrió dos vuelos directos semanales para la temporada de invierno en la ruta París-San José, los cuales serán operados por un Boeing 777-300, con una capacidad de 468 asientos - 14 en Business, 32 en Premium Economy y 422 en Economy.
- Volaris abrió una tercera frecuencia en sus rutas a San José, desde y hacia Guadalajara, Jalisco, y Cancún, Quintana Roo.
- British Airways inició sus vuelos Londres-San José con un 777ER con capacidad de 275 pasajeros.
- JetBlue aumentó a dos frecuencias semanales en temporada alta sus operaciones desde Boston hacia Liberia.
- Apple Vacations, mediante su operador Xtra Airways, inició operaciones desde Saint Louis, Missouri hacia Liberia en marzo 2016.
- Southwest inició una operación diaria desde Los Angeles al Aeropuerto Daniel Oduber, Liberia en abril 2016.
- Albatros Airlines inició 3 vuelos semanales desde Caracas a San José en mayo 2016, abriendo de nuevo la posibilidad de viajar de forma directa a Venezuela.
- Air Canadá decidió iniciar una nueva operación entre Montreal y San José utilizando su franquicia ROUGE para la temporada de invierno 2016-2017. El servicio iniciará el 22 de diciembre del 2016, con el número de vuelo AC1844 y operará dos veces por semana saliendo de Montreal a las 07:40 los jueves y domingos, llegando a San José a las 12:14. Regresa con el número de vuelo AC1845 saliendo de San José a las 13:35 y llega a Montreal a las 19:47. El servicio terminará el 16 de abril del 2017. Los vuelos serán efectuados bajo la bandera Air Canada rouge con un Boeing 767-300ER con capacidad de 282 pasajeros. Tendrá conexión con ciudades canadiense como: Newfoundland y Labrador, Nova Scotia, New Brunswick, Quebec, Ottawa y Toronto.
- Air Canada, decidió aumentar sus operaciones al país, al pasar de 2 a 11 frecuencias semanales en la ruta Toronto- San José. La aerolínea utilizará una aeronave A319, con capacidad para 136 pasajeros, por lo que se estima que en esa temporada, la cantidad de asientos disponibles se incrementará en más de 1200 por semana.
- Edelweiss, anunció este año su vuelo comenzando el 9 de mayo de 2017, San José de Costa Rica a Zúrich. Utilizarán un Airbus A340-300, dos veces por semana entre Zúrich y San José.

2. Se atendieron varios posibles inversionistas que mostraron interés por el país y que se contactaron directamente a nuestras oficinas, sea por vía de correo electrónico, llamada telefónica o pidiendo cita.

Dentro de las responsabilidades encomendadas a este subproceso en el marco de acción de la Organización Mundial de Turismo se realizaron las siguientes acciones:

- Abril 2016 – Se participa en el Grupo de Trabajo que redactó la Convención de la OMT sobre Ética en el Turismo. Resolución de la Asamblea General A/RES/668(XXI) 25 abril 2016.
- Abril 2016 – Se ayudó a la Organización Mundial del Turismo (OMT) a actualizar su estudio anual Tourism Visa Openness Report.
- Mayo 2016 – Se asistió a la 60ª reunión de la Comisión para las Américas y al Seminario Internacional sobre Turismo y Cultura en La Habana, (Cuba) del 3 al 5 de mayo de 2016.
- Mayo 2016 – Se asistió al Consejo Ejecutivo 103 de la OMT del 9 al 11 de mayo de 2016 en Málaga (España).
- Mayo 2016 – Se asistió a la presentación del Prototipo de la OMT para el turismo Enológico en Málaga, España, con las marcas Barbadillo, Pagos del Rey, Freixenet, González Byass y Osborne.

- Junio 2016 – Se asistió a la Séptima reunión del grupo de expertos encargados de redactar la Convención de la OMT sobre protección de los pasajeros y proveedores de servicios turísticos en Madrid, España.
 - Agosto 2016 – Se envía a Presidencia Ejecutiva el Second Global Report on LGBT (lesbian, gay, transgender and bisexual) Travel, The survey is being conducted by the International Gay and Lesbian Travel Association (IGLTA), an Affiliate Member of the World Tourism Organization (UNWTO) and co-authors of the Second UNWTO Global Report on LGBT Travel.
 - Noviembre 2016 – Se responde la Encuesta sobre las prioridades de los Estados Miembros para el programa general de trabajo del periodo 2018-2019.
 - Diciembre 2016 – Se traslada al área de Planificación cuestionario sobre “Servicios turísticos privados a través de plataformas digitales” del Programa de Tendencias de los Mercados Turísticos de la OMT.
 - Diciembre 2016 – Se participa en la reunión del grupo de trabajo encargado de modificar los estatutos de la OMT relativos a la entrada en vigencia de las reformas de la Carta y sus estatutos.
3. Se analizó el trabajo final surgido del Convenio de Cooperación específico entre el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y el Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE), para la realización de un proyecto de consultoría en el fortalecimiento de la Unidad de Atracción de Inversiones Turística, donde están incluidas las siguientes áreas: Aerolíneas, Cruceros e Inversión Turística (Hoteles, Tour operadores, Rent-a-cars, entre otros). Posteriormente se presentó una propuesta de fortalecimiento a las jefaturas.

DEPARTAMENTO DE GESTIÓN Y ASESORÍA TURÍSTICA

El Departamento de Gestión y Asesoría Turística tiene dentro de sus objetivos favorecer el crecimiento, desarrollo y consolidación de la oferta turística a partir de los ejes de atracción de inversión, además del mejoramiento de la calidad y el servicio. De manera que sus funciones se pueden agrupar de la siguiente manera:

GESTIÓN Y ASESORÍA EN MATERIA DE DECLARATORIA TURÍSTICA

- Asesoría y seguimiento en la tramitación de solicitudes de empresas que desean obtenerla Declaratoria Turística. Donde implica la atención de todo un proceso que incluye la atención de empresarios e inversionistas y la verificación del cumplimiento de los requisitos legales, económicos y técnicos (es decir, la realización de inspecciones de campo, el análisis de la información económica, entre otros.)
- Seguimiento de trámites varios relativos a la aplicación del Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas (ampliaciones, actualizaciones, cambios de nombre comercial, de propietarios, de razón social, de administradores, etc.). Esto implica, en muchos de los casos, la realización de inspecciones de campo en todo el territorio nacional.
- Labor de monitoreo de la calidad y servicio de las empresas turísticas, lo que implica un trabajo constante de inspecciones de categorización, principalmente en empresas de hospedaje, gastronómicas y centros de diversión. Como resultado de esta labor se derivan otras acciones relativas a la apertura de procedimientos ordinario-administrativos de conformidad con el Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas.
- Atención y asesoría permanente a empresas turísticas y público en general que desea información específica sobre las empresas con Declaratoria Turística.
- Inspeccionar las empresas e implementación de la Guía de Evaluación para los Procesos de Mantenimiento y Seguridad para las Actividades de Turismo de Aventura.

GESTIÓN Y ASESORÍA EN MATERIA DE CONTRATO TURÍSTICO

- Asesoría y seguimiento en la tramitación de solicitudes de empresas que desean obtener el Contrato Turístico, de conformidad con la Ley 6990 de Incentivos al Desarrollo Turístico y sus reformas y adiciones posteriores. Esto también implica la atención de todo un proceso que incluye la atención de empresarios e inversionistas y la verificación del cumplimiento de los requisitos legales, estudios económicos y técnicos (los derivados de los requisitos para Declaratoria Turística, obligatoria para la obtención de dicho contrato).
- Seguimiento de trámites varios relativos al a aplicación de la Ley 6990 y su reglamento (ampliaciones, actualizaciones, cambios de nombre comercial, de administradores, trámite de exoneraciones en la Ventanilla Única en combinación con el Ministerio de Hacienda, etc.). Esto implica, en muchos de los casos, la realización de inspecciones decampo en todo el territorio nacional.
- Desarrollo y seguimiento permanente del trabajo de la Secretaría Técnica de la Comisión Reguladora de la Ley de Incentivos Turísticos (informes, acuerdos, estudios, consultas, coordinar sesiones, elaborar contratos, etc.) y sus relaciones con las demás unidades de la institución.
- Monitoreo permanente de las empresas turísticas con beneficios de incentivos, lo que implica un trabajo constante de inspecciones de campo, principalmente en materia de verificación de artículos exonerados al amparo de la Ley 6990.
- Atención y asesoría permanente a empresas turísticas, instituciones y público en general que desea información específica sobre las empresas con Contrato Turístico.

OTRAS FUNCIONES

- Promover la inversión nacional y extranjera en el sector turístico, preferiblemente en las Unidades de Planeamiento Turístico establecidas por el ICT. Esto implica un trabajo constante de orientación y asesoría hacia inversionistas, así como también coordinar acciones con otras entidades como CINDE, Relaciones Exteriores y cámaras empresariales del sector turístico. En este trabajo se combina un apoyo a la Dirección de Planeamiento y Desarrollo y al despacho del Sr. Ministro.
- Procurar el desarrollo de una Bolsa de Inversiones para promover la atracción de capitales hacia el sector turístico. (Esto lo está coordinando la Dirección de Planeamiento y Desarrollo).
- Asesoramiento a las empresas turísticas para lograr el cumplimiento de la Ley 7600 de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad y su reglamento.
- Apoyar las acciones interinstitucionales que deriven de convenios de cooperación con otras entidades, todo ello en apoyo del sector turístico.
- Guías de Turismo.

PRINCIPALES LOGROS Y ACCIONES DEL 2016

A continuación se analizan los distintos logros y metas alcanzadas durante el año 2016, de acuerdo a los resultados obtenidos en diferentes rubros y sub temas:

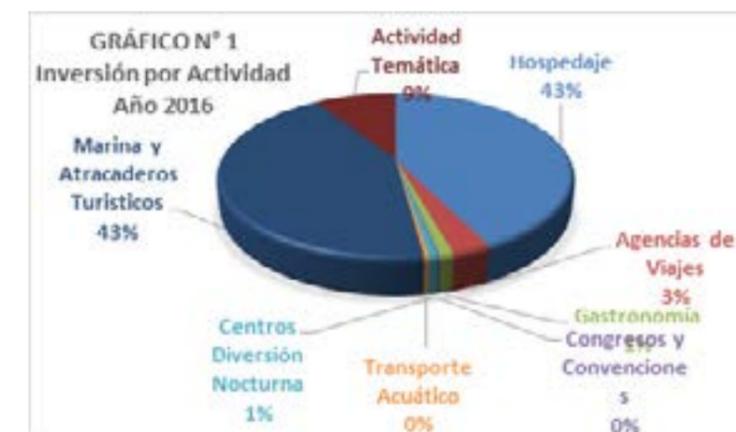
- La inversión de nuevas empresas que obtuvieron la Declaratoria Turística.
- Los nuevos empleos directos generados por esas empresas.
- El origen de la inversión utilizada para instalar dichas empresas.
- La oferta de las empresas con Declaratoria Turística en operación.
- Certificados para empresas de Transporte Terrestre Turístico.
- Los nuevos guías de turismo acreditados mediante el credencial de turismo.

La inversión en actividades turísticas obtenida durante el periodo 2016, alcanza un monto de inversión de \$77.439.093.543,43; generando un total de 1.695 empleos directos y 783 nuevas habitaciones aprobadas.

Desglosándose de la siguiente manera:

Cuadro N° 1
Inversión por Actividad Turística
Diciembre 2016

Actividad Turística	Monto de Inversión	Empleo	Habitaciones	Vehículos
Hospedaje	\$33.074.637.042,34	1051	783	-
Agencias de Viajes	\$2.273.532.210,08	188	-	-
Gastronomía	\$795.196.050,00	123	-	-
Congresos y Convenciones	\$131.286.867,30	17	-	-
Centros Diversión Nocturna	\$504.315.750,00	112	-	-
Transporte Acuático	\$298.671.500,00	49	-	-
Marina y Atracaderos Turísticos	\$33.413.735.330,00	-	-	-
Actividad Temática	\$6.947.718.793,71	155	-	-
Total	\$77.439.093.543,43	1695	783	0



Acciones en materia de Inversiones de Empresas con Declaratoria Turística durante el año del 2016 fueron aprobados 102 reconocimientos de Declaratoria Turística, distribuidos en las siguientes actividades:

Cuadro N° 2
Empresas con Declaratorias Turísticas
dic-16

Actividad	Total
Hospedaje	21
Agencias de Viajes	35
Rent a Car	1
Transporte Acuático	2
Restaurantes	26
Centros de Diversión Nocturna	7
Líneas Aéreas	1
Marinas y Atracaderos Turísticos	1
Congresos y Convenciones	2
Actividades Temáticas	6
Total	102



La actividad de hospedaje aporta el 43% (¢33.074.637.042,34) de la inversión total aprobada, seguida por la actividad de Marinas y Atracaderos Turísticos cuya inversión ascendió a ¢33.413.735.330,00, correspondiente a un 43%, posteriormente la tercera fuente de inversión son las empresas de Actividades Temáticas con ¢6.947.718.793,71, equivalente a un 9%, luego los establecimientos de empresas Agencias de Viajes con una inversión de ¢2.273.532.210,08 (3%), las restantes actividades corresponden a las siguientes actividades: Centros de Diversión Nocturna, Gastronomía y Actividad de Congresos y Convenciones.

Al analizar la generación de empleo directo, se determinan 1695 plazas nuevas, siendo las tres principales actividades la de hospedaje, agencias de viajes y actividades temáticas, con la creación de 1394 puestos de trabajo en total.



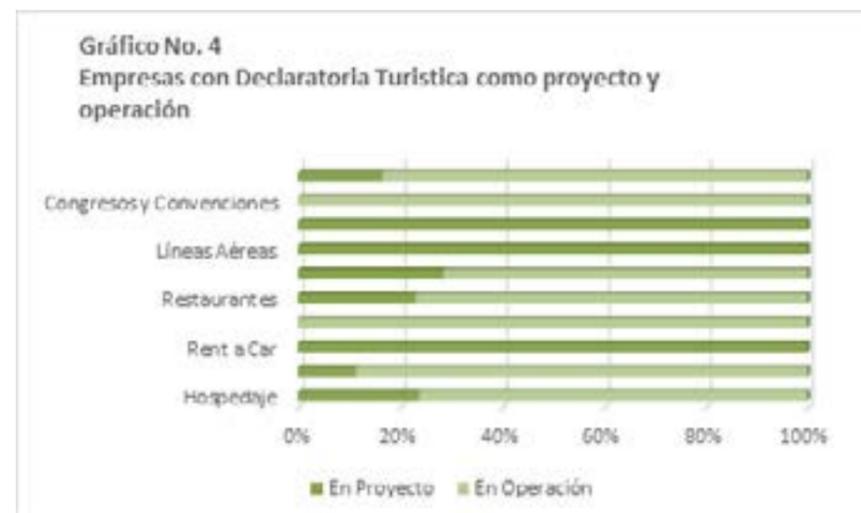
La distribución de la inversión aprobada planeada en Declaratoria Turística se realizó en todas las provincias en donde se anota como la de mayor captación de divisas corresponde a: Puntarenas con ¢29.489.807.043 (43%) seguida por Guanacaste con el 33% (¢22.432.892.595), así como San José con ¢9.924.839.651,40 (15%) y las restantes (Alajuela, Cartago, Heredia, y Limón) aportan (9%).

ACCIONES EN MATERIA DE OFERTA CON DECLARATORIA TURÍSTICA

Mediante la información que se da a conocer en esta serie de cuadros se representa la conformación de empresas declaradas turísticas por el Instituto Costarricense de Turismo a nivel de Proyectos y de Empresas en Operación; cabe indicar que esta figura es una situación voluntaria que le permite a los empresarios recibir un reconocimiento de la denominada Declaratoria Turística bajo los alcances del Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas.

Cuadro N° 3
Empresas con Declaratorias Turísticas
dic-16

Actividad	En Proyecto	En Operación	Total
Hospedaje	5	16	21
Agencias de Viajes	4	31	35
Rent a Car	1	0	1
Transporte Acuático	0	2	2
Restaurantes	6	20	26
Centros de Diversión Nocturna	2	5	7
Líneas Aéreas	1	0	1
Marinas y Atracaderos Turísticos	1	0	1
Congresos y Convenciones	0	2	2
Actividades Temáticas	1	5	6
Total	21	81	102



Del total de empresas Declaradas Turísticas se observa que el sector de las empresas de hospedaje representa el 42%, seguido por el sector de Agencia de Viajes con un 28% de participación, así mismo el sector de Gastronomía que representa el 8%, como las modalidades de mayor participación y dinamismo.

Cuadro N° 4
Costa Rica: Oferta Real de Hospedaje
Declarado Turístico y en Operación
1996 a Diciembre 2016

Año	Empresas	Habitaciones
1996	350	13.128
1997	350	13.437
1998	350	13.413
1999	348	13.714
2000	362	14.122
2001	370	14.990
2002	371	15.162
2003	379	15.611
2004	390	16.003
2005	417	16.696
2006	433	17.139

Cuadro N° 4
Costa Rica: Oferta Real de Hospedaje
Declarado Turístico y en Operación
1996 a Diciembre 2016

Año	Empresas	Habitaciones
2007	433	17.258
2008	460	18.942
2009	464	20.478
2010	501	21.019
2011	489	20.971
2012	489	21.623
2013	476	22.043
2014	450	22.280
2015	462	22.845
2016	454	22.786

Al terminar el año del 2016, el país cuenta con una oferta de 454 hoteles y 22.786 habitaciones Declaradas Turísticas como proyecto y en operación, con respecto al año 1996, donde se consigaban 350 hoteles y 13128 habitaciones, lo anterior a nivel de habitaciones refleja un crecimiento considerable para el período mencionado.

Cuadro N° 5

Costa Rica: Oferta de Hospedaje en operación según provincias a Dic-2016

PROVINCIA	OFERTA CON DECLARATORIA	% EMPRESAS
PUNTARENAS	113	24,89
SAN JOSE	108	23,79
GUANACASTE	99	21,81
ALAJUELA	68	14,98
HEREDIA	29	6,39
LIMON	20	4,41
CARTAGO	17	3,74
TOTAL	454	100,00

Al analizar la composición de la oferta de hospedaje Declarada Turística por provincias se observa que un 24.89% de los establecimientos se ubican en la provincia de Puntarenas, el 23.79% en San José y un 21.81% de ellas en Guanacaste, con base en lo anterior tenemos que en tres provincias del país se concentra el 70.49% de las empresas de hospedaje.

Cuadro N° 6
Costa Rica: Oferta Real de Habitaciones y Empleos
Con Declaratoria en Operación
a Dic-2016

PROVINCIA	GENERACION DE EMPLEOS	HABITACIONES CON DECLARATORIA	% HABITACIONES
SAN JOSE	4.342	6.146	26,97
GUANACASTE	7.638	6.979	30,63
PUNTARENAS	4.787	4.562	20,02
ALAJUELA	2.573	2.523	11,07
HEREDIA	1.507	1.686	7,40
LIMON	454	577	2,53
CARTAGO	268	313	1,37
TOTAL	21.569	22.786	100,0



La distribución de habitaciones por su parte aporta un 30.63% en la provincia de Guanacaste, un 26.97% en San José y el 20.02% en la provincia de Puntarenas. De acuerdo a lo anterior el 77.62% de las habitaciones se localizan en estas tres provincias.

Cuadro N° 7
Costa Rica: Oferta Real de Habitaciones con
Declaratoria Turística en Operación y
Llegadas de Turistas Internacionales
Período 1985 a Dic del 2016

Año	Habitaciones	% Variación	Turistas
1985	4.866	No disponible	261.552
1986	5.270	8,30	260.840
1987	5.017	-4,80	277.861
1988	5.289	5,42	329.386
1989	5.456	3,16	375.951
1990	6.713	23,04	435.037
1991	7.196	7,19	504.649
1992	8.549	18,80	610.549
1993	9.479	10,88	684.005
1994	10.794	13,87	761.448
1995	11.862	9,89	784.610

Cuadro N° 7
Costa Rica: Oferta Real de Habitaciones con
Declaratoria Turística en Operación y
Llegadas de Turistas Internacionales
Período 1985 a Dic del 2016

Año	Habitaciones	% Variación	Turistas
1996	13.128	10,67	781.127
1997	13.437	2,35	811.490
1998	13.413	-0,18	942.778
1999	13.714	2,24	1.027.462
2000	14.122	2,98	1.088.075
2001	14.990	6,15	1.131.406
2002	15.172	1,21	1.113.359
2003	15.611	2,89	1.238.692
2004	16.003	2,51	1.452.926
2005	16.696	4,33	1.679.051
2006	17.139	2,65	1.725.261
2007	17.258	0,69	1.979.789
2008	18.948	9,79	2.089.174
2009	20.489	8,13	1.922.579
2010	21.019	2,59	2.099.829
2011	20.791	-1,08	2.192.059
2012	21.623	4,00	2.343.213
2013	22.043	1,94	2.427.941
2014	22.280	1,08	2.526.817
2015	22.845	2,54	2.660.257
2016	22.786	-0,26	N.D.

Cuadro N° 8
Costa Rica: Oferta de Hospedaje en Operación
Con Declaratoria Turística
Según Cantones
a Dic-2016

CANTÓN	EMPRESAS	HABITACIONES	% HABITACIONES
SARAPIQUI	8	284	1,25%
NICOYA	11	232	1,02%
OSA	12	199	0,87%
LIMON	4	144	0,63%
MONTES DE OCA	8	154	0,68%
Sn RAFAEL- Heredia	1	35	0,15%
PEREZ ZELEDON	8	224	0,98%
TURRIALBA	8	124	0,54%
CURRIDABAT	1	120	0,53%
PARRITA	6	133	0,58%
CAÑAS	3	112	0,49%
Sn RAMON	4	107	0,47%
CARTAGO CTL	3	119	0,52%
TALAMANCA	5	91	0,40%
HEREDIA CTL	5	92	0,40%
DOTA	5	105	0,46%
Sto DOMINGO	1	81	0,36%
LA CRUZ	4	514	2,26%
UPALA	4	60	0,26%
HOJANCHA	2	58	0,25%
OROTINA	2	38	0,17%
MORAVIA	2	49	0,22%
CORREDORES	2	74	0,32%
NANDAYURE	2	65	0,29%
LOS CHILES	1	42	0,18%
NARANJO	2	33	0,14%
TILARAN	1	10	0,04%
TURRUBARES	3	32	0,14%
PARAISO	4	42	0,18%
ALAJUELITA	1	30	0,13%
GUATUSO	1	26	0,11%
BARVA	2	69	0,30%
VALVERDE VEGA	2	26	0,11%
ESPARZA	1	11	0,05%
ABANGARES	1	10	0,04%
OREAMUNO	1	21	0,09%
ASERRI	1	20	0,09%
PURISCAL	1	20	0,09%
GUACIMO	1	22	0,10%
MORA	2	22	0,10%
ATENAS	1	15	0,07%
TARRAZU	2	19	0,08%
STA BARBARA	2	53	0,23%
ACOSTA	1	8	0,04%

Cuadro N° 8
Costa Rica: Oferta de Hospedaje en Operación
Con Declaratoria Turística
Según Cantones
a Dic-2016

CANTÓN	EMPRESAS	HABITACIONES	% HABITACIONES
CENTRAL, SAN JOSÉ	51	3.335	14,64%
CARRILLO	25	2.580	11,32%
SANTA CRUZ	30	1.958	8,59%
SAN CARLOS	36	1.608	7,06%
CENTRAL, PUNTARENAS	32	1.677	7,36%
LIBERIA	17	1.376	6,04%
ESCAZU	10	1.142	5,01%
BELEN	10	1.072	4,70%
GARABITO	21	1.322	5,80%
QUEPOS	24	788	3,46%
ALAJUELA	15	568	2,49%
SANTA ANA	10	580	2,55%
POCOCI	9	300	1,32%
GOICOECHEA	2	286	1,26%
GOLFITO	12	334	1,47%

Cuadro N° 8
Costa Rica: Oferta de Hospedaje en Operación
Con Declaratoria Turística
Según Cantones
a Dic-2016

CANTÓN	EMPRESAS	HABITACIONES	% HABITACIONES
MONTES DE ORO	1	5	0,02%
JIMENEZ	1	7	0,03%
BAGACES	3	64	0,28%
COTO BRUS	1	16	0,07%
SIQUIRRES	1	20	0,09%
BUENOS AIRES	1	3	0,01%
TOTAL	454	22.786	100%

La información contenida en el cuadro N° 8 viene a resaltar la participación porcentual de los diferentes cantones del país a nivel de habitaciones declaradas turísticas, donde domina ampliamente el cantón Central de San José con un 14.64%, seguido del cantón de Carrillo con un 11.32% de la totalidad de habitaciones, luego Santa Cruz, con 8.59% y San Carlos con 7.06%, para concentrar en estos cuatro cantones el 34.55% del total de las habitaciones del país identificadas como turísticas.

Cuadro N° 9
Costa Rica: Oferta de Habitaciones Declaradas Turísticas
En operación según Unidades de Planeamiento
a Dic-2016

UNIDAD DE PLANEAMIENTO	Empresas	Habitaciones	% Habitaciones
UNIDAD VALLE CENTRAL	164	8.395	36,84
UNIDAD GUANACASTE	99	6.981	30,64
UNIDAD PACIFICO MEDIO	51	2.243	9,84
UNIDAD LLANURAS DEL NORTE	49	1.997	8,76
UNIDAD PUNTARENAS PLAYAS E ISLAS DEL GOLFO	34	1.693	7,43
UNIDAD PACIFICO SUR	37	900	3,95
UNIDAD CARIBE	20	577	2,53
TOTAL	454	22786	100,0



Por otra parte nos interesa referirnos a la composición de la oferta habitacional del país según las diferentes Unidades de Planeamiento Turístico que ha identificado la Dirección de Planificación del Instituto Costarricense de Turismo en el Plan de Desarrollo Turístico. De acuerdo a lo anterior un 36.84% de las habitaciones se encuentran operando en el Valle Central, un 30.64% en la Unidad Guanacaste y el 9.84% en la Unidad Pacifico Medio, para reflejar un 77.32% de la capacidad habitacional del país en estas tres unidades de planeamiento.

Cuadro N° 10
Costa Rica: Oferta de Habitaciones con Declaratoria Turística
En operación según Categoría por Estrellas
a Dic 2016

Provincia	Categoría por Estrellas					TOTAL
	1	2	3	4	5	
San José	115	273	996	2.551	2.211	6.146
Alajuela	155	259	948	820	362	2.544
Cartago	0	100	103	110	0	313
Heredia	10	242	299	363	751	1.665
Guanacaste	171	255	1.378	1.610	3.565	6.979
Puntarenas	114	210	1.222	1.995	1.021	4.562
Limón	89	69	301	98	20	577
Total	654	1.408	5.247	7.547	7.930	22.786
%	2,87	6,18	23,03	33,12	34,80	100



Uno de los temas más interesantes es conocer la composición de la oferta habitacional del país por estrellas en un rango de 1 a 5 estrellas. Para clasificar las empresas de Costa Rica, el Instituto Costarricense de Turismo, dispone del Manual de Categorización Hotelera, herramienta que es parte integral del Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas. Los aspectos técnicos a considerar en dicho documento son Arquitectura y Jardinería, Vestíbulo y Espacios Públicos, Habitaciones, Cuarto de Baño, Facilidades Recreativas, Restaurantes, Servicios para el huésped, Mantenimiento y Limpieza. Según dicho manual, Costa Rica tiene un 34.8% de sus habitaciones con Declaratoria Turística están en el rango de Cinco (5) Estrellas, el 33.12% con Cuatro estrellas, 23.03% en Tres, 6.18% en Dos y el 2.87% en Una Estrella.

CONTRATOS TURÍSTICOS APROBADOS

Para el año 2016, se aprobaron cinco nuevos Contratos Turísticos mediante la Ley de Incentivos Turísticos 6990, desglosados de la siguiente manera:

Cuadro N° 11

Empresas con Contrato Turístico
dic-16

Actividad	En Proyecto	En Operación	Total
Hospedaje	3	1	4
Marinas y Atracaderos Turísticos	1	0	1
Total	4	1	5

CONFECCIÓN DE CARNÉ DE GUÍAS DE TURISMO

Durante el año 2016, se tramitaron un total 575 credenciales de guías, las cuales se detallan a continuación.

Cuadro N° 12
Carné de Guías
dic-16

Tipo de trámite	Total
Por primera vez	226
Renovación	349
Total	575

CERTIFICADOS DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO

El Decreto Ejecutivo N° 36223-MOPT-TUR, Reglamento para la Regulación y Explotación de Servicios de Transporte Terrestre de Turismo, se publicó en el año 2010, por lo que los transportistas de turismo empezaron a inscribirse en ese momento, anteriormente a esta fecha esta función no era del ICT.

En el periodo 2016 se tramitaron 1393 Certificados de Transporte, de acuerdo al siguiente detalle:

Cuadro N° 13
Certificados de Transporte Turístico
dic-16

Tipo de trámite	Total
Certificados nuevos	203
Certificados nuevos 4 x 4	3
Certificados de Vehículos de Lujo	4
Certificados cancelados	50
Certificados en procedimientos	40
Aumentos de flotilla	158
Solicitud de renovación	695
Inspecciones a empresas de transporte	240
Total	1393

CAPACITACIÓN A MUNICIPALIDADES

De manera conjunta con las Oficinas Regionales, se brindó capacitación en el tema de Permisos de Funcionamiento y Patentes Municipales a 102 funcionarios de las distintas Municipalidades de las zonas de: Guanacaste, Puntarenas, San Carlos, Limón y Zona Sur del país.

DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIONES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL TURÍSTICA

A continuación se presenta un resumen de los principales programas y logros producidos por el Departamento de Certificaciones y Responsabilidad Social Turística correspondientes al periodo 2016.

CERTIFICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

La Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST) tuvo origen en 1997, es una norma que aplica a las empresas turísticas, se otorga de acuerdo con el grado en que la operación se aproxime a un modelo de sostenibilidad. Actualmente se certifican empresas de hospedaje, tour operadoras, tour operadoras marino costeras, arrendadoras de vehículos, parques temáticos y empresas gastronómicas sostenibles. Su vigencia es de dos años al término de los cuáles la empresa debe someterse nuevamente a una evaluación que le permitiría mejorar su nivel de sostenibilidad (no obstante el nivel de CST de la empresa puede mantenerse o incluso reducirse en función de los avances o retrocesos que hayan demostrado durante el período evaluado).

LOGROS EN LOS PRINCIPALES PROGRAMAS CERTIFICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

Actualmente el Programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística cuenta con 359 empresas certificadas. Ello se ilustra en la tabla siguiente:

Niveles	Empresas de hospedaje	Tour Operadoras	Empresas Retadoras de Vehículos	Parques Temáticos Sostenible	Empresas gastronómicas sostenibles	Tour Operadoras marino costeras	TOTAL
5	55	22	3	2	0	1	83
4	42	30	3	5	4	2	86
3	60	15	3	3	1	1	83
2	58	9	0	3	0	4	74
1	21	8	0	1	1	2	33
	236	84	9	14	6	10	359

ACTUALIZACIÓN DE LA NORMA CST

En este año se logró la contratación de un consorcio internacional para trabajar en una norma innovadora, competitiva y eficiente que fortalezca el programa de gestión para la sostenibilidad de las empresas turísticas y afines a la industria turística costarricense considerando las necesidades de todos los sectores y subsectores del turismo, la ubicación de las empresas en distintas zonas del país.

A finales del año se realizaron reuniones con actores e interesados en la renovación y fortalecimiento del CST, entre ellos empresarios turísticos, líderes de la empresa privada y autoridades turísticas figuran en este importante grupo.



Imagen N° 9 Grupo de empresarios y autoridades superiores del sector público y privado nacional.



Imagen N° 11: Grupos de interés atendidos a nivel nacional e internacional.



Imagen N° 10: CST 2.0. Profesionales del Consorcio encargado de la ejecución de la consultoría.

SENSIBILIZACIÓN EN TEMAS DE SOSTENIBILIDAD

Al cierre del año 2016, se ha brindado sensibilización a 1.593 personas. Destacan entre este grupo: cámaras de turismo nacionales, empresarios turísticos de todo el país, miembros de comités turísticos, conductores de turismo y universidades públicas y privada que preparan profesionales en la actividad turística, entre los temas desarrollados están: Sostenibilidad Turística, Cambio Climático, Código de Conducta, Inducciones sobre Normas CST, Bandera Azul Ecológica, asesoramiento a representantes de otros países sobre Programa Certificación para la Sostenibilidad Turística, entre otros.



PROGRAMA BANDERA AZUL ECOLÓGICA

El Programa Bandera Azul Ecológica nació en 1996 como respuesta al inminente peligro de contaminación de las playas, su repercusión en la salud pública y en la industria turística.

Durante el año se programó lo siguiente:

- La realización de al menos tres visitas anuales a cada uno de los comités con la intención de evaluar y dar recomendaciones a los Comités, para atender sus inquietudes y necesidades en materia de apoyo técnico.
- La exposición en medios de comunicación y la publicación en medios escritos, radiales y televisivos, de los esfuerzos y éxitos de los Comités, en su labor de ordenamiento de playas.
- La realización de charlas técnicas a Comités, con el objetivo de corregir las debilidades apoyar en la atención de necesidades educativas, turísticas y culturales, trabajando en temas como manejo de reciclaje, aspectos ambientales, temas de sostenibilidad turísticas, entre otros.

Al finalizar el 2016, se logró ejecutar la tercera y última visita, con lo anterior, se dieron por finalizadas las evaluaciones de los Comités de Playa BAE que en este 2016 fueron 141, cumpliendo así con las tres visitas que se deben realizar a cada uno de los comités conformados en las diferentes Unidades de Planeamiento a saber:

UNIDADES DE PLANEAMIENTO COMITÉS	PÁRTICIPANTES
GUANACASTE NORTE	31
GUANACASTE SUR	15
PUNTARENAS	24
PACÍFICO MEDIO	25
PACÍFICO SUR	20
CARIBE NORTE	8
CARIBE SUR	18
TOTAL	141

Como ejemplo de ello, se reforzó en dichas playas, la señalización preventiva y educativa, manejo de desechos, información a los visitantes, participación de la sociedad civil.



Imagen N° 12: Información en playa Hermosa. Garabito.

CÓDIGO DE CONDUCTA CONTRA LA EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES

El Código de Conducta para la Protección de Niñas, Niños y Adolescentes contra la Explotación Sexual Comercial (ESCNNA) asociada a viajes y turismo como tal se vincula ICT en el año 2009, mediante la firma de un convenio en el cual participan ACOPROT, CCH, ACOT, ACAR y CANATUR.

Actualmente se cuenta con 390 empresas suscriptoras dentro de la cuales encontramos: agencias de viajes, tour operadores, hospedaje, restaurantes, cámaras o asociaciones de turismo, empresas de transporte entre otras.

En el año 2016, se ejecutaron 29 actividades en el marco del Programa Código de Conducta, en distintas zonas del país, se logra la participación de 174 empresas turísticas.

Tomando en consideración las solicitudes de capacitación, se elaboró una programación de en diversas zonas del país, cubriendo según las posibilidades la mayoría de ellas. Las mismas comprenden tanto talleres para la adhesión de las empresas al Código de Conducta, como conversatorios con empresas ya suscriptoras y charlas de motivación para la suscripción. Vale recordar que en el Sector Turístico, la alta rotación de personal, requiere que este Programa también realice actividades de apoyo a las suscriptoras para sus réplicas de la capacitación al personal de nuevo ingreso.

Cuadro N° 15		
Talleres para la Suscripción Código de Conducta 2016		
Fecha	Lugar	No. De Empresas
08 de febrero	Fortuna	6
09 de febrero	Fortuna	8
17 de Agosto	Puntarenas	8
18 de Agosto	Monteverde	13
30 de Agosto	Jaco	5
31 de Agosto	Quepos	9
8 de Setiembre	San José	18
29 de Setiembre	Guácimo	7
4 de Octubre	Conchal	11

Cuadro N° 15		
Talleres para la Suscripción Código de Conducta 2016		
Fecha	Lugar	No. De Empresas
5 de Octubre	Nicoya	12
6 de Octubre	Sámara	6
11 de Octubre	Upala	5
12 de Octubre	La Fortuna	10
13 de Octubre	Cuidad Quesada	7
1 de Noviembre	Golfito	11
2 de Noviembre	Dominical	18
8 de Noviembre	La Cruz	5
9 de Noviembre	Liberia	10
10 de Noviembre	Cañas	5
TOTAL		174



Imagen N° 13: Taller San José, 8 de setiembre del 2016



Imagen N° 14: Taller en Nicoya, 5 de octubre del 2016



Imagen N° 15: Taller Playa Conchal, 4 de Octubre del 2016

PROGRAMA DE GESTIÓN AMBIENTAL INSTITUCIONAL

El Sistema de Gestión Ambiental del Instituto Costarricense de Turismo se basa en la unión de 3 programas ambientales:

- Programa de Gestión Ambiental Institucional – PGAI
- Programa Bandera Azul Ecológica, categoría Cambio Climático.
- Programa de Carbono Neutralidad según la norma nacional INTE ISO 12-01-06:2016.

El objetivo es mitigar los impactos ambientales que generan las diversas funciones de la organización a través de un Sistema de Gestión Ambiental, con el propósito de garantizar y preservar el derecho constitucional a un ambiente sano y sostenible.

Las acciones durante el 2016 fueron:

1. Documentos: Manual ICT Sostenible – Compras Ambientalmente Responsables ICT.
2. Desarrollar e Implementar un Plan de Manejo Integral de Desechos Sólidos.
 - Compra de estaciones de acopio internas y externas.
 - Nueva organización para recolección y manejo de desechos sólidos.
 - Nuevo sistema de manejo de desechos orgánicos.
 - Compra de balanza para desechos no valorizables.



3. Seguimiento al el Plan de Trabajo BAE y proceso del Plan de Gestión Ambiental Institucional del Ministerio de Ambiente y Energía (PGAI – MINAE).
4. Inicio de mediciones para el proceso de Carbono Neutralidad, determinando como año base el 2016.
5. Actividades Ambientales:
 - Celebración “Mes del Ambiente” mediante actividades en la institución y fuera de ICT.
 - Envío de información ambiental
 - Charla sobre Manejo de Desechos Sólidos
 - Semana del Reciclaje.
 - Reuniones con personas del comité y sub-comités ambientales.
 - Recolección de Desechos Jornada Nacional de Limpieza – Playa Guacalillo

EVENTO EN MULTIPLAZA ESCAZU Y CURRIDABAT 5 DE JUNIO DEL 2016.
DIA MUNDIAL DEL AMBIENTE.



Imagen N° 17: Stand de empresas turísticas invitadas Día Mundial del Medio Ambiente.

ATENCIÓN DE EVENTOS

EXPOTUR



DEPARTAMENTO DE OFICINAS REGIONALES

Las Oficinas Regionales desde su apertura han logrado mantener un mejor acercamiento entre los empresarios, turistas y entidades gubernamentales así como privadas con la Institución, su principal fin es crear un vínculo mediante el cual el público tenga acceso a los distintos servicios que brinda el ICT, además que los empresarios tengan un soporte, un acompañamiento y una asesoría con el fin de mejorar la calidad de servicios y atractivos que brinda nuestro país.

A lo largo del año nos hemos preocupado por la mejora continua en el servicio, siendo así que los funcionarios en cada oficina se han convertido en ese apoyo para el sector turístico, fungiendo como guías especializados de los servicios que ofrece la Institución, la innovación ha contribuido a una mejora continua que se pretende crezca cada día.

Las oficinas regionales trabajan de la mano con los departamentos de Gestión, Servicio al Turista y Certificaciones en el cumplimiento de metas en los temas de Bandera Azul Ecológica, Certificado a la Sostenibilidad Turística y Declaratoria Turística.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Las funciones que asumieron las Oficinas Regionales se separan en dos grandes grupos:

Funciones técnicas: que se enfocan en; Oficinas de información; Recepción de quejas y solución de conflictos, Ventanilla única (Recepción de toda documentación que tenga que ver con servicios de la Institución).

Funciones estratégicas: que se enfocan en Desarrollo de relaciones de cooperación con Municipalidades, desarrollo de relaciones de cooperación con Cámaras de Turismo locales o regionales, coordinación y apoyo a la implementación de los procesos de planeamiento turístico, apoyo logístico y técnico a los procesos y procedimientos institucionales, y promoción de los programas institucionales para el mejoramiento de la competitividad.

PRINCIPALES ÁREAS DE TRABAJO

GESTIÓN Y ASESORÍA TURÍSTICA

- Asesoría y acompañamiento al Empresario para obtener, modificar o aumentar su Declaratoria Turística.
- Inspecciones y re inspecciones a establecimientos turísticos.
- Promover los servicios Institucionales a través de visitas al empresario o por medio de Cámaras de Turismo regionales.

PROGRAMAS DE SOSTENIBILIDAD (BAE-CST) (CÓDIGO DE CONDUCTA-EXPLOTACIÓN INFANTIL):

- Visitar y promover en los diferentes sectores turísticos el Certificado para la Sostenibilidad Turística.
- Realizar inspecciones de CST, BAE (Comités inscritos en la modalidad Playas).
- Participar en comités y comisiones sobre CST y BAE.

Código de Conducta:

1. Colaborar con el reclutamiento de nuevas posibles empresas suscriptoras del Código de Conducta.

2. Coordinar con la encargada en Oficinas Centrales las fechas y sedes de los talleres para la suscripción y conversatorios con posibles suscriptores del Código de Conducta.

3. Facilitar contacto de empresas que deseen información previa a actividades, aclaración de dudas u otras inquietudes.

SERVICIO AL TURISTA

- Trabajar en conjunto con el Departamento de Servicio al Turista, en el Marco del convenio con el MOPT, en la identificación de lugares en donde debe de existir un adecuado señalamiento de las vías públicas del país.

- Atención Aeropuerto Internacional Daniel Oduber Quirós.

- Atención de turistas en caso de emergencias o que requieran información ante situaciones especiales.

PRINCIPALES LOGROS

REGIONAL DE LLANURAS DEL NORTE

- Se realizan acciones con el fin de logra consolidar Llanuras del Norte como un destino de Bienestar y Salud tanto a nivel nacional como internacional y la colaboración con los compañeros de Oficinas Centrales desarrollar un manual sobre turismo de bienestar (Termalismo), para lo cual se realizaron visitas a empresarios de la zona para analizar y aplicar las propuesta.

- Participación en la organización de la III Feria de Turismo Accesible que se realizó Del 27 al 28 de octubre en la Fortuna de San Carlos, El objetivo de la Feria de Turismo Accesible es hacer un llamado para recordar que el turismo es una actividad para todas las personas sin importar que tengan alguna limitación física.

- Realización en conjunto con los compañeros de Gestión Turística de Oficinas capacitaciones dirigida a los encargados de patentes de las municipalices de la zona con el fin de explicarles los temas de Declaratoria Turística y Certificados de Transporte de Turismo.



Imagen N° 19: Capacitaciones de Declaratoria Turística y Certificado de Transporte de Turismo

- Seminario sobre Seguridad Turística en la zona, en coordinación con los compañero se servicio al Turista de Oficinas Centrales y la cámara de turismo y Comercio Arenal se realizó en la Fortuna dicho seminario en la cuales se tuvo como expositores a personal de la fiscalía, fuerza Pública y agentes del OIJ.

- Participación en el proceso de creación de la nueva Cámara de Turismo y Comercio Arenal la cual tiene su asiento principal en la zona de la Fortuna de San Carlos.

- Participación en el comité del proyecto que pretende crear una Ciclo vía en la Fortuna de San Carlos, denominado “La Fortuna en dos Ruedas” este importante proyecto buscar desarrollar 57 Kilómetros de una Ciclo vía.

- Se trabajó en la presentación del Plan Regulador del cantón de San Carlos, dicha actividad es de gran importancia para el desarrollo de este cantón y sobre todos es importe estar al tanto del desarrollo del mismo ya que esto puede llegar a afectar la actividad turística del cantón y sobre todo del distrito de la Fortuna siendo este un distrito con una gran influencia en el turismo.

REGIONAL DE CARIBE SUR.

- Se logró coordinar con MEIC, INA y PROCOMER instituciones que conforman la CREAPy-Me para ingresar conjuntamente a la comunidad de San Francisco de Tortuguero de Pococí para brindar asesoramiento y acompañamiento a la Asociación de Desarrollo en el proyecto de desarrollo de un producto turístico que ofrecer para cuando se ponga en funcionamiento el Tour del Cerro con el objetivo que la comunidad pueda sacar algún beneficio de la actividad

- Apoyo y participación en el IV Festival Internacional del Calipsonian “Walter Farguson” y al taller de Rescate de las raíces musicales del Calipso.

- Elaboración, coordinación, apoyo y participación directa del primer Festival de Aves Rapaces del Caribe desarrollado en Puerto Viejo. Con el objetivo de potenciar la importancia del Observación de aves como motor de desarrollo local.

- Cooperación en el desarrollo de la Expo Cacao & Chocolate por segundo año en Limón donde se crea un punto de encuentro que reúne a los máximos representantes del sector cacaoero para tratar temas relacionados con producción y oportunidades comerciales en la región, así mismo para evidenciar los productos con valor agregado que se producen en el Región.

- Participación en la Comisión Interinstitucional de Seguridad Turística de Cruceros donde se desarrolla una estrategia de trabajo en el tema de seguridad de los cruceristas que nos visitan y de seguimiento a las rutas visitadas por los mismos.

- Obtención de Cuatro Estrellas en el Programa de Bandera Azul categoría Cambio Climático como Oficina Regional Caribe Sur.

OFICINA REGIONAL LIBERIA Y NICOYA

- Durante el año 2016, el esfuerzo realizado por estas Oficinas Regionales activamente contra el Virus del ZIKA, fue significativo ya que se realizaron aportes importantes en cuanto a la recolección de criaderos. Lo anterior se realizó con la debida coordinación de las Cámaras de Turismo en conjunto con el Ministerio de Salud de la Provincia, aportando recurso humano, vehículo y bolsas, estas campañas se realizaron en los cantones de Nicoya, Carrillo, La Cruz y Liberia.

- Se coordinó y realizó el Taller de Seguridad Turística impartido por el Organismo de Investigación Judicial y dirigido a los empresarios turísticos. Esta actividad se realizó en Playa Tamarindo con una asistencia de 60 personas.



Imagen N° 20: Taller de Seguridad Turística y Recolección de basura prevención del ZIKA

- Coordinación y participación en conjunto con la Universidad Nacional en la Feria de Gastronomía Liberia Sabores dirigida a fomentar la gastronomía de la zona en estricta explicación de la norma CST.

- Coordinación y participación en el Taller dirigido a Autoridades Municipales y funcionarios de la provincia de Guanacaste con la finalidad de dar a conocer el procedimiento sobre Declaratoria Turística y Transporte, mismo que fue realizado en Condovac La Costa, Playa Hermosa.

- Participación activa en la Comisión de Seguridad de la Cámara de Turismo de Guanacaste (COSECA), donde se reúne periódicamente todas las entidades gubernamentales con injerencia en seguridad de las personas (OIJ, MSP, POLICÍA TURÍSTICA, MIGRACIÓN, entre otros).

- Atención a la Cónsul de Canadá en conjunto con la Fuerza Pública y Policía Turística en la Oficina Regional de Nicoya, con la finalidad de brindar información en seguridad turística y dar a conocer los procedimientos en caso de que eventualmente un turista canadiense requiera atención y asesoría en seguridad.

- Participación y coordinación en conjunto con CATURGUA y la UNA en La Conferencia Internacional de la Madre Tierra, sede UNA Nicoya 2016.

- Charlas sobre Cambio Climático, Programas BAE y CST a Escuelas y a estudiantes del New York Institute of Technology.



Imagen N° 21: Charlas sobre Cambio Climático, Programas BAE y CST

OFICINA REGIONAL PACIFICO MEDIO Y SUR

- Se logró la participación de la oficina regional del Pacifico Medio en la feria de Derechos y Oportunidades del IMAS, a nivel regional. En el que se buscaba una mayor inclusión social y oportunidades laborales para todas las personas.



Imagen N° 22: Feria de Derechos y Oportunidades del IMAS

- Colaboración en la organización del Torneo de Surf en Playa Esterillos. Soporte para los personeros del departamento de mercadeo de oficinas centrales. Coordinación y colaboración en detalles como colocación de signos externos.
- Festival de las Ballenas: Como es costumbre, la oficina regional coordina todo los detalles de relevancia con la organización del festival, desde colaboración para alimentación de voluntarios, colocación de signos externos, recorridos, atención de ministros y otros invitados especiales entre los que estuvieron diputados de la zona sur del País. Con gran éxito el ministro de turismo brindo un discurso como invitado de la mesa principal.



Imagen N° 23: Torneo de Surf en Playa Esterillos/ Festival de las Ballenas

- Adicionalmente se colaboró en la organización de la gira de prensa en la que se dieron pases en vivo a canales para la promoción del festival.
- Festival de las Esferas, Palmar Sur, al igual que el festival de las Ballenas, ya es tradición colaborar en toda la organización del festival de las esferas, en la que hemos logrado que se den a conocer las esferas, mejorando la visitación a la zona y al centro de visitantes creado para ese fin

OFICINA REGIONAL PUNTARENAS

- En el 2016, se logró por medio de la oficina Regional de Puntarenas y el Despacho del Ministro por medio de la compañera Susana Orozco, la coordinación de la visita de las autoridades de la FCCA (Asociación de Cruceros de la Florida y el Caribe) a la ciudad de Puntarenas, siendo esta Asociación una de las más importantes en el mundo en el tema de Cruceros, ya que Costa Rica se ha convertido en uno de los destinos preferidos por los turistas de cruceros. Por esta razón se coordinaron reuniones con la Autoridad Portuaria de Puntarenas, Alcalde y Autoridades Municipales, tours operadores, Cámara de Turismo para conversar de temas relacionados con la llegada de cruceros a Puntarenas.

- Apoyo al Departamento Mercadeo Prensa del ICT por gira de periodistas de Exootur 2016 a las zonas de Montes de Oro e Islas de Golfo en Puntarenas.
- Participación en la Comisión Nacional de Pesca Turística y Deportiva, comisión que asesora a INCOPECA como entidad rectora del área de Pesca, en temas relacionados con la Pesca Deportiva. Uno de los logros más importantes de esta Comisión, cuya representación del ICT ante esa recae en la Oficina Regional de Puntarenas, fue la colaboración de la reforma al artículo N°69 del Reglamento a la ley de Pesca, que ahora con la reforma permite la pesca deportiva a toda persona física sin restricción de edad, decreto 39458 del 2016.
- Coordinación de parte de esta oficina Regional y el Departamento de Servicio al Turista, para impartir curso de asesoría y capacitación denominado "Calidad en el Servicio al Turista" a las Cámaras de Turismo de Puntarenas y Cámaras de Turismo de Montes de Oro.
- Otra situación de mucha importancia para la zona de planeamiento de esta oficina regional en el 2016, fue el aumento de empresas con Declaratoria Turística con 07 nuevas empresas así como nuevas empresas con Certificado para la Sostenibilidad Turísticas con un total 08 nuevas, además de cerrar el 2016 con 18 playas inscritas en el Programa de Bandera Azul Ecológica. Así las cosas se puede resumir en el siguiente cuadro.

Además Las Oficinas Regionales durante el 2016 lograron atraer 51 nuevas empresas con Declaratoria turística que van en diferentes categorías entre ellas: hoteles, restaurantes, tour operadores y otras.

Dichas empresas se distribuyen de la siguiente manera:

Cuadro N° 16	
Nuevas Empresas con Declaratoria Turística	
Oficina Regional/Provincia/Región	Nuevas Declaratorias Turísticas (Diferentes categorías)
Puntarenas	10 empresas
Llanuras del Norte	6 empresas
Guanacaste (Norte y Sur)	14 empresas
Zona del Pacífico Central y Sur	16 empresas
Limón	5 empresas

Asimismo tomaron las siguientes acciones durante la emergencia vivida por el Huracán Otto.

ACCIONES EMERGENCIA HURACÁN OTTO:

Desde que se empezaron a declarar alertas amarillas, las Oficinas Regionales contactaron a Cámaras Regionales y empresarios de la zona, a efectos de motivar y transmitir los mensajes de prevención que el Gobierno de la República y en especial la CNE estaban haciendo circular a la población. En las zonas en donde se había solicitado iniciar con la evacuación voluntaria de personas, y posteriormente con la evacuación obligatoria, se mantuvo contacto con Cámaras Regionales y empresarios para lograr de una forma ordenada la evacuación de turistas.

Durante y posterior a la pasada del Huracán, se mantuvo comunicación con Cámaras y empresarios de las zonas afectadas, y se hizo un recuento de los posibles daños y efectos en las zonas, concentrándose en los Cantones de Bagaces y Upala, especialmente en Bijagua. Lográndose determinar que la afectación en infraestructura turística no había sido tan grande como se podía esperar respecto a un evento natural como lo es un Huracán.

Las Oficinas Regionales han participado y estarán participando en giras post emergencia que la Gerencia General ha coordinado en Bijagua y Upala, Limón y Pacífico Sur; y trabajará en aquellos temas específicos que la institución les asigne. Continuarán realizando sus labores de asesoría en temas de calidad y sostenibilidad a todas las empresas turísticas que así lo requieran.

DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL TURISTA

El Departamento de Servicio al Turista dirigió sus programas sobre cuatro objetivos principales:

1. Brindar información completa y actualizada a los turistas, a través de medios escritos y audiovisuales y desde los centros de información turística habilitados.
2. Mejorar la calidad del servicio turístico a prestadores de servicios.
3. Mejorar la seguridad turística como un factor diferenciador de Costa Rica como destino turístico.
4. Atender de manera pronta y oportuna, las quejas que presentan los turistas en contra de empresas con Declaratoria Turística, ya sean estas por disconformidad en los servicios recibidos o por algún hecho delictivo o accidente sufrido dentro de las instalaciones o en las zonas perimetrales propiedad del establecimiento.

1. INFORMACIÓN TURÍSTICA:

Se proveyó de información turística y preventiva, a los turistas nacionales y extranjeros que lo requirieron, también empresarios turísticos que lo solicitaron, y a través de la Policía Turística. La atención fue de aproximadamente 6000 turistas en las oficinas de información de San José y en la oficina de información del Aeropuerto Internacional Daniel Oduber.

Se diseñaron e imprimieron 2 nuevos folletos de información; uno sobre el Parque Nacional Marino Ballena y otro sobre el Parque Nacional Tortuguero.

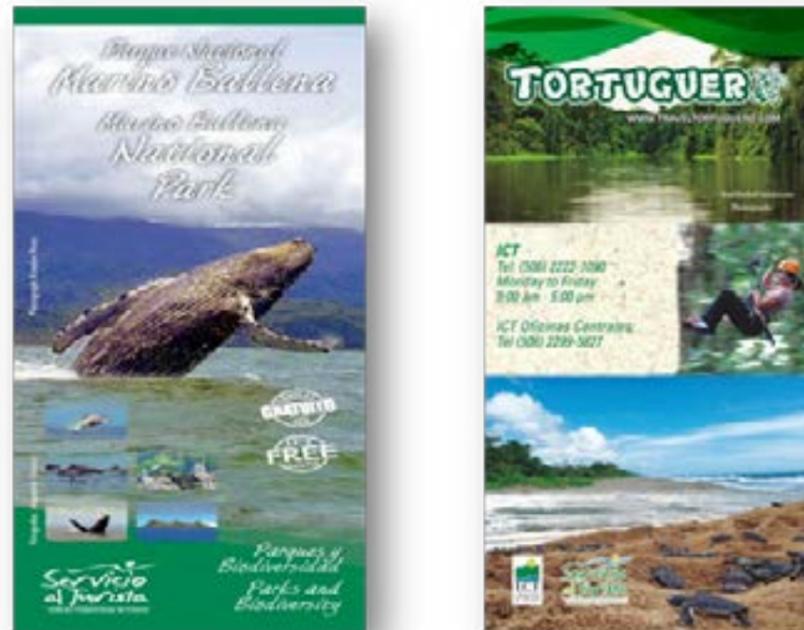


Imagen N° 24: Folletos de información Parque Nacional Marino Ballena y Parque Nacional Tortuguero

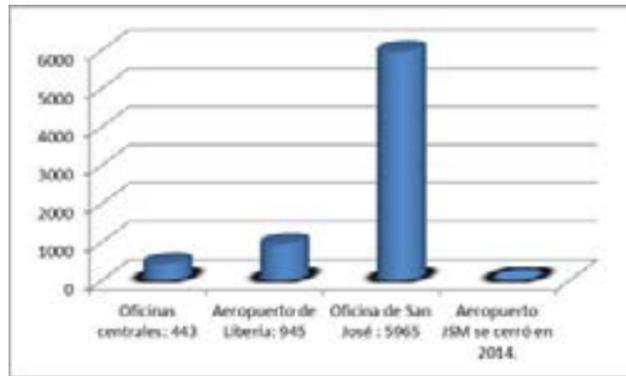
Además se logró la actualización e impresión de folletos de Aventura, en inglés y español:



Imagen N° 25: Folletos de información folletos de Aventura

CANTIDAD DE TURISTAS ATENDIDOS EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

En cuanto al servicio de información turística, se logró atender a más 7 mil turistas en los Centros de Información, ubicados en la Uruca (oficinas centrales), en el Aeropuerto de Liberia y en la oficina de San José, ubicada en el edificio de Patrimonio Nacional (Avenida Central).



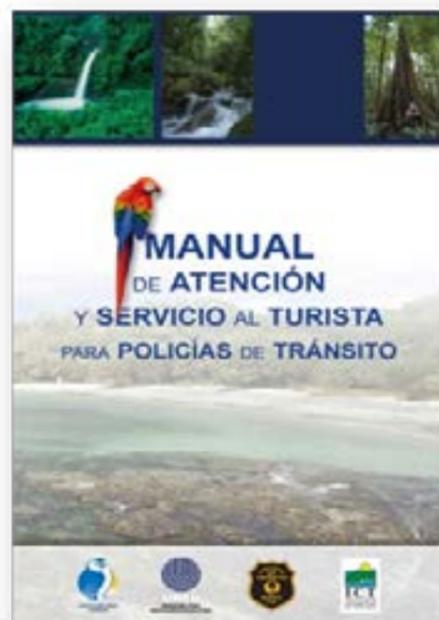
2. PROGRAMA DE CALIDAD EN EL SERVICIO TURÍSTICO:

Se realizó una campaña radiofónica para el mejoramiento de la calidad en los servicios turísticos y un programa de capacitación para transportistas turísticos sobre el servicio al turista. Este programa permitió durante el 2016, capacitar a alrededor de 400 transportistas turísticos.



Imagen N° 26: Capacitación para transportistas turísticos

Complementario a lo anterior, se confeccionó un manual de capacitación para mejorar la atención que el turista recibe por parte de los Oficiales de Tránsito. Este material servirá de base para un programa formativo que se desarrollará en el 2017, en coordinación con la Dirección General de Tránsito del Ministerio de Obras Públicas y Transportes.



3. SEGURIDAD TURISTICA:

El abordaje que el Departamento de Servicio al turista brinda a la seguridad turística se divide en dos áreas:

- Seguridad o gestión de riesgo en amenazas naturales y atención de emergencias con afectación de turistas.
- Seguridad preventiva en materia de prevención de delitos contra turistas.

- Seguridad o gestión de riesgo en amenazas naturales y atención de emergencias con afectación de turistas.

En este aspecto, se participó activamente en el Centro de Operaciones de Emergencia de la Comisión Nacional de Gestión de Riesgos y Atención de Emergencias, atendiendo las convocatorias y presentando informes sobre la situación y el impacto que emergencias como la generada por el Huracán Otto, tuvo en la industria turística y en los turistas. De igual forma, se coordinó con las autoridades aeroportuarias, correspondientes, la afectación de vuelos y turistas a consecuencia de las emanaciones de ceniza del Volcán Turrialba.



Imagen N° 28: Atención de Emergencia emanaciones de ceniza del Volcán Turrialba.

- Seguridad preventiva en materia de prevención de delitos contra turistas.

CONVENIO DE COOPERACION ENTRE EL INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO Y EL MINISTERIO DE SEGURIDAD PÚBLICA:

Se mantiene el convenio con el Ministerio de Seguridad Pública, para el fortalecimiento de la Policía Turística, se realizó la compra de 2400 camisetitas de manga larga para el protección solar, 2016 se capacitaron todos los miembros de este cuerpo policial como INFORMADOR TURISTICO POLICIAL en el INSTITUTO NACIONAL DE APRENDIZAJE (INA), se brindó capacitación en el curso de Sistema de Comando de Incidentes.

De igual forma, se ha colaborado con el diseño e impresión de material de información preventivo para la Dirección Nacional de Guardacostas.



Imagen N° 30: Seminarios de Capacitación

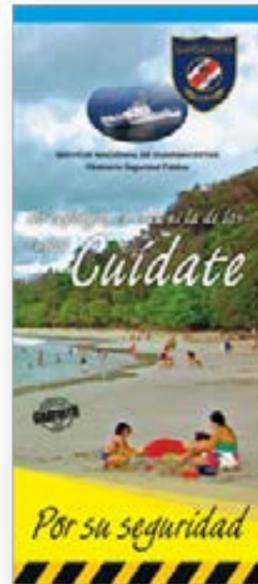


Imagen N° 29: Capacitación en el curso de Sistema de Comando de Incidentes

ALIANZA ENTRE EL INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO Y EL ORGANISMO DE INVESTIGACION JUDICIAL

Esta alianza entre ambas instituciones se genera producto de la necesidad de establecer un canal de comunicación efectivo y un acercamiento, entre el sector turístico privado y las autoridades de seguridad, para contribuir con la disminución de la actividad delictiva en zonas de interés turístico.

Durante el 2016, se realizaron 7 seminarios de capacitación con una participación total cercana a los 350 empresarios en las comunidades de:

- Santa Teresa- Mal País
- Jacó
- Quepos
- Monteverde

En cada uno de estos talleres, donde también participó el Fiscal y el Director Regional de la Fuerza Pública de la zona; el empresario tuvo la oportunidad de aclarar conceptos como el anticipo jurisdiccional de prueba, el manejo correcto de la escena del delito, la forma de interponer una denuncia, el uso correcto de los dispositivos de seguridad y la relación entre los diferentes Cuerpos policiales (OIJ, Fiscalía y Ministerio de Seguridad).

CONVENIO DE COOPERACION ENTRE EL INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO Y LA CRUZ ROJA COSTARRICENSE

El objetivo de este convenio es mejorar la seguridad del turista, mediante la presencia de Guardavidas en los meses de temporada alta, en las playas de mayor visitación del país y que representan algún tipo de riesgo, principalmente por la presencia de corrientes de resaca. Algunas de las playas identificadas son:

- Tamarindo
- Junquillal
- Caldera
- Jacó
- Manuel Antonio
- Dominical
- Playa Bonita

Según datos de la Cruz Roja, durante el 2016 se realizaron 80 rescates de turistas, producto de este convenio.

Para esto efectos, el ICT, aporta recursos para la compra de equipo como: patas de ranas, silbatos, tubos de rescate, maniqués para prácticas de Respiración Cardio Pulmonar, uniformes, toldos, botiquines de primeros auxilios, sillas plegables y banderolas, entre otros. Este convenio se espera de cobertura a otras playas del país.





Imagen N° 31: Compra de equipo Convenio ICT-Cruz Roja

Adicionalmente, se contemplan recursos para capacitación y formación, lo que permite, incrementar la cantidad de guardavidas certificados en el país, a través de la formación por parte de la Cruz Roja, de 17 Guardavidas locales en la zona de Esterillos en Parrita, se suman a la capacidad de respuesta del lugar, ante una emergencia de esta naturaleza.



Imagen N° 32: Capacitación guardavidas

ALIANZA INTERINSTITUCIONAL PARA LA CREACION DE UN CUERPO NACIONAL DE GUARDAVIDAS

Paralelo al convenio de cooperación entre el ICT y la Cruz Roja Costarricense y ante la necesidad de incrementar la seguridad en las playas; se gestó una alianza interinstitucional para la creación de un Cuerpo Nacional de Guardavidas debidamente acreditado. Estos esfuerzos en los que intervienen entre otros; instituciones como la Universidad Nacional, la Cruz Roja Costarricense, el Servicio Nacional de Guardacostas, el Instituto Nacional de Aprendizaje y la Embajada de los Estados Unidos, buscan promover mediante una ley, una mayor presencia de Guardavidas en las playas de Costa Rica y mejorar la seguridad de los turistas.



Imagen N° 33: Cuerpo Nacional de Guardavidas

CONVENIO DE COOPERACION ENTRE EL INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO Y LA UNIVERSIDAD NACIONAL

Este convenio tiene como objetivo, identificar mediante un análisis científico los factores de riesgo que se presentan en las playas de mayor visitación turística del país y de esta forma, adoptar medidas que permitan ofrecer una mayor seguridad al visitante como lo son la colocación de señales preventivas, la realización de talleres de información dirigidos al sector turístico privado y la distribución de material informativo en los establecimientos de la zona. Producto de esta iniciativa, se colocaron señales de prevención sobre corrientes de resaca en las playas de:

Cuadro N° 17

Playas donde se colocaron Señales de Prevención

Chacarita	Hermosa PS	Pencal	
El Roble	Tortuga	Cocal del Peñon	Cocal de Puntarenas
Bajamar	Carbonera	Malpais	Punta Corralillo
Guacalillo	Ned Creek	Cabuya	Higueron Mocho
Tarcoles	Wesfalia	Cedro	Espadilla S
Esterillos Este	Cementerio	Cocalito de Puntarenas	Piñuela
Guapil Concavas	Montezuma	Conchal	
Savegre	Marbella	Quitzales	
Ballena	Bejuco PN	Wessberg	



Imagen N° 34: Señal de Precaución

Este proyecto una vez concluido, será aplicado en un mapa tipo atlas de gestión de riego, de manera que sea utilizado por los turistas y por el público en general, para conocer los factores de riesgo en una playa determinada y tomar las medidas preventivas correspondientes y de esta forma, contribuir con evitar la cantidad de fallecimientos por inmersión.

PRESENCIA DE COCODRILOS EN LAS PLAYAS

Siendo la presencia de Cocodrilos en las playas del país, un factor de riesgo inminente para los bañistas; se colocaron en coordinación con el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC) señales de prevención sobre la presencia de cocodrilos en lugares como: Tamarindo, Manuel Antonio, Quepos, Jacó



Imagen N° 35: Señal de Precaución de Cocodrilos

CONVENIO DE COOPERACION ENTRE EL INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO Y EL MINISTERIO DE OBRAS PUBLICAS Y TRANSPORTES:

Ese convenio tiene como objetivo mejorar la señalización vial y turística del país, para lograr una mayor y mejor orientación de turista y evitar inconvenientes en su desplazamiento hacia los diferentes destinos.

Durante el 2016, se realizó el inventario de señales de rutas turísticas en Guanacaste, Zona Sur, Papagayo, Tapanti y la Zona de los Santos. Se realizó la compra y entrega de insumos para que el MOPT diseñe y elabore las señales que serán colocadas en estas zonas turísticas en el 2017.

CAMPAÑA DE COOPERACION ENTRE EL INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO Y EL MINISTERIO DE SALUD PARA PREVENIR EL VIRUS DEL ZIKA.

Durante el 2016 y ante la amenaza del Virus del Zika, se participó activamente en la realización de talleres de capacitación sobre el comportamiento de esta enfermedad en diferentes zonas del país, en coordinación con el Ministerio de Salud. Adicionalmente, se apoyó con el diseño e impresión de material de información y prevención que fue distribuido en las comunidades turísticas más afectadas así como la realización de cuñas que fueron transmitidas en diferentes radio emisores con cobertura nacional.



Imagen N° 36: Capacitación del Zika

ATENCION DE QUEJAS PRESENTADAS POR TURISTAS:

Durante el 2016, se atendió un total de 163 quejas, de las cuales, 155 fueron resueltas, que corresponde a un 95.09%; el resto se encuentra en trámite o fueron trasladadas a la Dirección de Apoyo al Consumidor del Ministerio de Economía.

Durante este período a instancias del ICT, se participó en un total de 31 audiencias convocadas por la Dirección de Apoyo al Consumidor y se realizó un total de 97 conciliaciones entre las partes involucradas.

A photograph of a waterfall cascading down a rocky ledge in a dense, green forest. The water is white and frothy as it falls. The surrounding vegetation is thick and vibrant green.

Dirección Administrativa Financiera

La Dirección Administrativa y Financiera (DAF) actúa como un órgano de apoyo para todas las unidades organizativas del Instituto, las cuales definen sus objetivos y metas, en tanto a la DAF le corresponde definir los medios o el cómo para atender las solicitudes. Siendo su objetivo principal la conducción, el apoyo y supervisión de las actividades para atender las diversas necesidades, en la DAF se definen las estrategias necesarias para cumplir con los requerimientos, en ese sentido se hace necesario la evaluación de los recursos financieros, tecnológicos, administrativos y de talento humano con que se cuentan para determinar la mejor forma de satisfacer los requerimientos. Efectivamente, la DAF a través de las Unidades que lo conforman, es responsable de brindar apoyo logístico y de servicios generales, administrativos, financieros y contables; así como realizar las labores propias en materia de Ingresos, Proveduría y de Gestión del Talento Humano. Su accionar impacta los niveles institucionales superiores, medios y operativos de todas sus unidades, tanto en la Sede Central como en las Oficinas Regionales.

Durante el año 2016 la Dirección Administrativa-Financiera, ha continuado con el replanteamiento de los objetivos de cada una de las Unidades, para el logro de un mejor resultado; teniendo como premisa que es indispensable contar con nuevas técnicas y conceptos para fortalecer la capacidad de gestión que finalmente permita la creación de valor agregado a la Institución; es en ese sentido que se ha orientado la capacitación del talento humano, garantizando con ello una respuesta efectiva y eficiente a los requerimientos que le son demandados.

En cada una de las áreas que conforman la Dirección Administrativa Financiera (Departamento Administrativo, Departamento de Recursos Humanos, Departamento de Ingresos y Departamento Financiero y Unidad de Proveduría), se evidencian transformaciones importantes, que se materializan en proyectos concretos, muchos de ellos relacionados con las Tecnologías de Información. Así por ejemplo, hemos avanzado en el proceso de modernización del Depto. de Recursos Humanos, teniendo como eje central la transformación de la simple gestión del recurso humano, a una posición de socio estratégico de la institución, gestor del cambio, experto administrativo y asesor de talento humano; para lo cual ha debido replantearse funcionalmente a partir de la implementación y consolidación del Sistema de Información de Recursos Humanos (SIR/H), dando lugar a un robusto proceso de capacitación sobre las mejores prácticas (Gestión del Talento Humano por Competencias); coincidiendo forzosamente con un natural relevo generacional de sus Jefaturas. Además, se continúa trabajando a paso firme en el desarrollo de un Sistema de Información Tributaria (SIT-ICT) como herramienta de primer orden para las labores de fiscalización tributaria; que junto con la incorporación de nuevos procedimientos y herramientas técnicas, se persigue la optimización de la recaudación tributaria.

En el área financiera y contable, se continúa avanzando en la implementación de las NICSP (Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público), no solo para cumplir con la normativa aplicable, sino y sobre todo, para lograr la mejor sistematización con miras a obtener más y mejor información, siendo una de las instituciones del sector público que más ha avanzado en este ámbito. Además, se profundiza en la utilización de modelos y bases de datos para el mejor manejo financiero de la institución.

En general, la Dirección Administrativa Financiera genera, con el concurso de las Unidades que lo conforman, acciones concretas e información relevante, en la forma de análisis, estudios e informes, para la toma de decisiones.

Departamento Financiero

Es el Departamento responsable de dirigir todos los procesos financiero-contable y presupuestario de la institución, como órgano asesor en materia de sus competencias, conforme a los lineamientos y normas preestablecidas.

Se destaca por ser una de las unidades con mayor cultura informática, ya que cuenta con sistemas de información desarrollados para cumplir su objetivo, dirigido a suministrar en forma oportuna, datos confiables, veraces y completos de la información presupuestal y contable, para la toma de decisiones gerenciales.

El objetivo general del Departamento, está dirigido a instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras y presupuestales, con el fin de suministrar información que coadyuve a la toma de decisiones, promueva la eficiencia y eficacia del control de gestión, evalúe las actividades y facilite la fiscalización de sus operaciones, considerando la debida observancia de las leyes, normas y reglamentos aplicables, que desemboque en el logro de las metas establecidas tanto a nivel departamental como institucional.

Dentro de la funcionalidad general del Departamento, se destacan las siguientes áreas:

Presupuesto: Es el área que participa en el proceso de formulación del plan presupuesto anual; además, fiscaliza, controla y evalúa la correcta ejecución presupuestaria, la elaboración de las modificaciones presupuestales, la presentación mensual ante la Junta Directiva de los informes presupuestarios y la liquidación presupuestaria anual, para la correcta toma de decisiones. Lo anterior, de conformidad con lo que establece el Reglamento Financiero, el Reglamento Interno de Contratación Administrativa, las normas presupuestarias emitidas por la Contraloría General de la República (CGR), así como las Directrices Generales de Política Presupuestaria promulgadas por el Ministerio de Hacienda (MH).

De acuerdo con las diferentes actividades, esta área se ha convertido en un soporte primario para las diferentes Unidades institucionales, en asuntos de ejecución, que se financia con los ingresos provenientes de los impuestos sobre pasajes internacionales que se originan en Costa Rica y del impuesto por la entrada al país con un pasaje aéreo adquirido en el exterior; y por ingresos no tributarios, producidos por la renta de activos financieros e intereses moratorios, así como cualquier otro ingreso no tributario, para lo cual a continuación se muestra el comportamiento de estos durante el periodo 2016, en el que se observa un ingreso mayor a lo presupuestado por un monto de ¢2,900.2 millones.

Instituto Costarricense de Turismo Ingresos Acumulados al 31 de Diciembre de 2016 (millones de colones)					
Detalle	Ingresos		Variación		% Participación Ingreso Real
	Real	Presupuesto	Absoluta	Relativa	
Ingresos Tributarios	26,811.0	24,718.6	1,892.5	7.7%	93.0%
Impuesto Específico a los Servicios de Hospedaje (3%)	18.7	3.0	15.2	425.4%	0.1%
Otros Impuestos S.Comercio Ext 515.00 Ley No. 8894	15,276.7	13,315.1	1,961.7	14.7%	53.4%
Impuesto de Salida al Exterior 2% (A)	6,074.4	6,738.2	-663.8	-9.9%	23.3%
Impuesto de Salida al Exterior 2% -Ley 8894 (B)	4,841.2	4,001.0	840.2	21.0%	18.2%
Ingresos no Tributarios	2,011.7	1,004.0	1,007.7	100.4%	7.0%
Alquileres de Edificios e Instalaciones	22.2	25.0	-2.8	-11.2%	0.1%
Alquiler de Terrenos (Concesión Proyecto Papagayo)	300.8	0.0	300.8	-100.0%	1.3%
Intereses sobre Bonos ICT y Cta. Cte (ICT)	1,077.7	700.0	377.7	54.0%	3.8%
Intereses sobre Bonos ICT y Cta. Cte (PTGP)	270.9	150.0	117.9	74.1%	1.0%
Otros Ingresos	274.1	120.0	154.1	128.5%	1.0%
TOTAL	28,822.7	25,722.6	3,100.2	11.3%	100.0%

En cuanto a la ejecución presupuestaria operativa para este periodo (2016), es pertinente señalar que se dio un seguimiento y apoyo continuó a las diferentes áreas institucionales, en especial a las áreas sustantivas y a la Unidad Ejecutora del Proyecto Construcción del Centro Nacional de Congresos y Convenciones (CNCC), alcanzando un nivel de ejecución del 49.9%.

Instituto Costarricense de Turismo Ejecución de Gastos Operativos Acumulados por Programa Al 31 de Diciembre de 2016 (millones de colones)					
Programa	Presupuesto	Ejecutado		Disponible	
		Monto	%	Monto	%
Dirección Superior y Administración	2,885.0	2,098.8	72.7%	788.4	27.3%
Planeación, Gestión y Mercadeo Turístico	23,061.0	11,829.3	51.3%	11,231.7	48.7%
Proyecto Golfo de Papagayo	2,194.8	127.5	5.8%	2,067.3	94.2%
Total	28,140.8	14,055.4	49.9%	14,085.3	50.1%

No obstante, es preciso señalar que por motivos externos relacionados con permisos ante diferentes entes privados y públicos, así como con el proceso de refrendo por parte de la Contraloría General de la República (CGR), no fue posible iniciar sus obras del proyecto CNCC durante el 2016, por lo que si se excluye de esta ejecución lo relacionado a este proyecto, esta alcanzaría un 76.6%. Si se excluye la ejecución relacionada con el Proyecto Turístico Golfo de Papagayo, esta alcanzaría un 86.3%.

Instituto Costarricense de Turismo Ejecución de Gastos Operativos Acumulados por Programa (No Incluye CNCC - PTGP) Al 31 de Diciembre de 2016 (millones de colones)					
Programa	Presupuesto	Ejecutado		Disponible	
		Monto	%	Monto	%
Dirección Superior y Administración	2,885.0	2,098.8	72.7%	788.4	27.3%
Planeación, Gestión y Mercadeo Turístico	13,093.5	11,698.7	89.3%	1,394.8	10.7%
Proyecto Golfo de Papagayo	0.0	0.0	0.0%	0.0	0.0%
Total	15,978.5	13,797.3	86.3%	2,181.2	13.7%

Unidad Contabilidad: Es la dependencia responsable de recopilar, clasificar, interpretar y registrar, en términos monetarios, todas las transacciones de la Institución, por concepto de ingresos recaudados y egresos realizados. Asimismo, generar en forma mensual los estados financieros contables-presupuestarios, conciliar las cuentas bancarias y realizar arqueos de valores, de acuerdo con la norma que la rige.

Dentro de su principal accionar y logro para el año 2016 destaca el finiquito del proyecto de implementación de las Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público (NIC SP), de conformidad con lo establecido en el Decreto No. 34918-H, emitido por la Contabilidad Nacional (CN), acogidos a los transitorios ahí mencionados y utilizando los recursos necesarios para cumplir con los requerimientos solicitados por el ente Rector.

En este periodo, se alcanzó incorporar el Sistema de Inventarios a la red de los Sistemas de Información Financiera automatizados, lo que permitió mejorar los resultados y medidas de control interno en las bodegas de suministros y artículos de publicidad de la Institución.

Se consiguió el objetivo de finiquitar el Sistema de información de Cuentas por Cobrar, para iniciar el paralelo correspondiente y ponerlo en producción en la fecha establecida en el cronograma de trabajo, lo que permitirá implementar la base de registro contable del "devengo".

Durante este periodo se realizó la contratación de auditores externos (Consorcio EMD), para examinar la situación financiera del ICT para los periodos 2014 y 2015, la que arrojó un resultado positivo, tal como se menciona en el informe emitido: "... los estados financieros antes mencionados presentan razonablemente, en todos sus aspectos importantes, la situación financiera del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) al 31 de diciembre de 2015 y 2014, su desempeño financiero, las variaciones en el patrimonio, y sus flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas de acuerdo con las bases de contabilidad..."

Tesorería: A esta sección le corresponde administrar el fondo fijo de caja chica, custodiar y recibir los dineros por concepto de impuestos y liquidación de vales de caja chica, custodiar y entregar los cheques emitidos por pagos a proveedores, entre otros valores.

Además, es la encargada de gestionar el trámite de adquisición y liquidación de los títulos valores, de conformidad con lo que establece para el año 2016, el Decreto No. 38915-H, publicado en la Gaceta No.61-2015 del 27 de marzo de 2015, en el Capítulo III "De las inversiones financieras", que en su artículo 20 indica que las entidades públicas deberán cumplir con las Políticas Generales de Captación establecidas por la Tesorería Nacional para la adquisición de títulos de Gobierno. Por tanto, toda nueva adquisición o renovación de activos financieros a plazo, sea en moneda nacional o extranjera se harán únicamente en títulos de deuda interna del Gobierno, que ofrece el Ministerio de Hacienda, para lo que la Tesorería Nacional es el ente encargado de determinar las tasas de interés según los plazos que ellos establezcan.

Es importante mencionar, que para el año 2016 la cartera de inversiones aumento en 18.2% con respecto al periodo 2015, obteniéndose intereses sobre estas por un monto de ₡747.3 millones.

Instituto Costarricense de Turismo				
Comparativo de Inversiones				
(2015 - 2016)				
(en millones de colones)				
Detalle	2015	2016	% Crecimiento	Intereses Ganados
ICT	23,195.7	28,423.7	22.5%	616.1
PTGP	6,959.1	7,227.3	3.9%	131.2
Total	30,154.8	35,651.1	18.2%	747.3

Control de Adelantos y Liquidaciones de Gastos de Viajes: La funcionalidad de esta dependencia está dirigida a controlar y autorizar los adelantos de dinero por concepto de giras al interior o exterior del país, dar seguimiento a la liquidación de dichos dineros en el plazo reglamentario, así como analizar y revisar que las liquidaciones de gastos de viajes, se ajusten a la normativa del Reglamento Interno de Gastos de Viajes y al emitido por la Contraloría General de la República. Durante este periodo se logró cumplir con el análisis y revisión del 100% de los movimientos que se encuentran involucrados en las listas de control de liquidaciones, correspondientes a gastos de viajes en el exterior ya al interior, así como todas las liquidaciones con reintegro por medio de OS (orden de pago por servicios) y atenciones.

Es importante destacar que estas revisiones han permitido establecer los insumos necesarios para determinar proceso de mejora de los procedimientos utilizados, riesgos en cuanto a manejo de recursos públicos y registro de la información (medidas correctivas), análisis y comunicación de la información, tanto a nivel interno como externo y sobre todo a brindar una seguridad a nivel institucional, en cuanto a la transparencia y calidad con que son utilizados los fondos públicos.

Oficina de Cheques: Esta área se encarga de recibir, analizar y revisar todos los documentos soporte, previo a generar los pagos a proveedores por la adquisición de bienes y servicios contratados, de conformidad con lo que establece el Reglamento Financiero y otras normativas internas. Durante este periodo se logró dar el trámite correspondiente a todas las solicitudes planteadas por las diferentes áreas institucionales, permitiendo que se recibieran en forma oportuna y ágil los servicios contratados a nivel institucional.

Departamento de Recursos Humanos

Mediante una gestión activa, el Departamento de Recursos Humanos continuó con el proceso de modernización iniciado hace ya algunos años, en materia de Gestión del Talento Humano, siendo uno de sus retos romper con paradigmas que han estado insertos en el sector público, proporcionando al equipo humano herramientas modernas que permitan el desarrollo y crecimiento profesional de los funcionarios, la cultura y el clima organizacional ; 285 personas dan respuesta a las

necesidades organizacionales y estratégicas del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), todo en procura del desarrollo del sector turismo costarricense

Al cierre del 2016, se contaba con 299 plazas aprobadas por la Autoridad Presupuestaria de conformidad con el presupuesto institucional, detalladas de la siguiente manera:

a. Cuadro #1: Distribución de plazas en el 2016.

Plazas	Cantidad	Porcentaje
Ocupadas	285	95%
Vacantes	13	4%
Movilidad Laboral (*)	1	1%
Total	299	100%

(*) Señor Eligio Bonilla Carvajal, movilidad laboral según oficio G-1780-2016 al 31 de diciembre 2016.

b. Cuadro #2: Distribución por genero de plazas ocupadas.

Cabe indicar que de acuerdo con la norma INTE-38-01-01 nuestra Institución promueve la igualdad y equidad de género al tener en su plantilla ocupacional un 45% de hombres y un 55% de mujeres.

Genero	Cantidad	Porcentaje
Masculino	131	45%
Femenino	154	55%
Total	285	100%

c. Cuadro #3: Distribución por edad y antigüedad promedio de plazas ocupadas.

Genero	Edad Promedio	Antigüedad Promedio En ICT o Gobierno Central
Masculino	49	18
Femenino	45	16
Promedio General	47	17

d. Cuadro #4: Distribución estrato ocupacional de plazas ocupadas.

Genero	Cantidad	Porcentaje
Superior	5	2%
Ejecutivo	36	13%
Profesional	149	52%
Administrativo	53	18%
Técnico	42	15%
Total	285	100%

De conformidad con la distribución del Cuadro #4, véase la representación en el gráfico #1.

Gráfico #1. Estrato ocupacional
Al 31 de diciembre 2016



Una nueva Gestión del Talento Humanos en el ICT.

Al contar con una nueva estructura que pretende ejercer una línea de supervisión intermedia más dinámica mediante el nuevo rol del puesto de Coordinación, y la mejora continua e implementación de nuevas tendencias y sanas prácticas que sobre talento humano surjan, a cargo de los responsables de los subprocesos de trabajo del Departamento; se pretende que todas estas acciones posicionen a este Departamento en forma estratégica, cuyo accionar tendrá como fundamento la Gestión del Talento Humano por Competencias.

Dada las características Institucionales y las competencias con que cuenta el Departamento en materia de Talento Humano, la estructura responderá a un rol estratégico y gerencial por parte de la Jefatura, de manera que su quehacer permitirá brindar información oportuna para la toma de decisiones.

Lo anterior, en fiel apego a las políticas y normativas que, en materia de administración de Recursos Humanos emita la Autoridad Presupuestaria y otras entidades facultadas para su regulación, y según lo establecido en el Reglamento Autónomo de Trabajo Institucional.

Es así como se incorporó a la estrategia del Departamento las siguientes funciones y actividades sustantivas:

- Supervisión y asesoría en Gestión del Talento Humano a los superiores, jefaturas y funcionarios de la Institución y entes descentralizados.
- Revisión y creación de programas de capacitación y desarrollo para los funcionarios según las necesidades institucionales, se incorporará el Plan Institucional de Sucesión (PIS) y el Programa de Desarrollo Gerencial a mandos altos y medios del ICT.
- Actualización del manual de cargos en una versión competencial, aplicando criterios de alineamiento competencial para el diseño de preguntas conductuales en el proceso de reclutamiento y selección, métricas para un sistema de evaluación del desempeño y herramientas para la detección de necesidades de capacitación y formación.
- Atención de los procesos de Talento Humano mediante la modernización del área, distribuyendo las funciones por subprocesos de trabajo conformados por las siguientes áreas funcionales: empleo, organización del trabajo, compensación, desarrollo, relaciones laborales y servicios de personal, todo esto sustentando en la implementación de un modelo de Gestión por Competencias. Se muestra la estructura organizacional resultante de la implementación de los subprocesos de trabajo para el Departamento de Recursos Humanos.

A continuación, se presentan los acontecimientos más destacados en materia de Gestión del Talento Humano para el 2016:

1. A partir 1 de junio del 2016, asume la Jefatura el Lic. Javier Tapia Gutiérrez, lo anterior después de un exitoso proceso de reclutamiento efectuado por la empresa externa en coordinación con la Dirección Administrativa Financiera.

2. Mediante contratación 2016CD-000092-00012-000001, se inicia con el proceso de cambio de un modelo de administración del talento humano funcional a uno competencial, dicha contratación. contará con cuatro etapas, 1) Manual de cargos en una versión competencial, 2) Diseño de una batería de preguntas conductuales para la selección de candidatos, 3) Diseño de métricas para un sistema de evaluación del desempeño, 4) Diseño del prototipo para la detección de necesidades de capacitación y formación.



3. Realización de talleres de sensibilización y construcción del modelo inicial de competencias, con la participación de un equipo gerencial y los funcionarios del ICT según su estrato ocupacional, lo que permitió determinar las CORE Competencias (Institucionales, Liderazgo y Específicas) para cada cargo conforme al Manual de Clases Institucional.



5. Se reformuló el Plan Institucional de Capacitación (PIC), asociándolo a las necesidades de capacitación determinadas por las jefaturas versus los factores del desempeño que tuvieron una oportunidad de mejora como compromiso laboral, producto de la evaluación realizada en julio del 2016, cabe indicar que se activó la utilización del Expediente de Desempeño que tiene cada funcionario.

6. Se trabajó en la planificación y documentación para la puesta en marcha de los siguientes proyectos:

a. Clima y cultura organizacional: se contará con un equipo interdepartamental que denominaremos C-Team (Equipo de Clima), el cual; se encargará de llevar la batuta en el tema de planes de acción y sensibilización ante posibles soluciones. Dicho equipo de trabajo será liderado por el subproceso de Relaciones Laborales.

b. Reinducción de Personal: tiene como objetivo fortalecer la misión, visión y valores, así como; refrescar temas administrativos y de recursos humanos.

c. Programa de Prejubilados: Ante la eminente desvinculación de 106 funcionarios del ICT por jubilación, se iniciará con el programa de preparación para dicha etapa de vida, por ello; los subprocesos de Empleo y Organización del Trabajo unirán fuerzas para atender este proyecto, el cual cuenta con la aprobación de la Caja Costarricense de Seguro Social.

d. Expediente Digital: Se inició con el proyecto de la Gestión de Documentación por medios electrónicos, con la intención de migrar los expedientes del personal a medios digitales, este proyecto estará a cargo del subproceso de Servicio al Personal.

e. Plan Institucional de Sucesión (PIS): Se establecieron las matrices que permitirán definir los requisitos y cumplimientos de los cargos a incluir en el PIS, considerando posiciones ocupadas por funcionarios claves que estén a punto de salir del ICT por acogerse a la pensión por vejez, o bien; puestos estratégicos que no podemos permitirnos tener vacantes.

f. Capacitación: Se trabajó en la determinación de los temas que se desarrollaran a los funcionarios de mandos altos, tales como; Reforma Procesal Laboral, Liderazgo, Administración del Tiempo, Reuniones Efectivas, Metodología Conductual DISC/PDA u otras recomendadas por la Gerencia General; asimismo, se reforzará el conocimiento de los funcionarios de mandos medios que ingresen al proceso de sucesión, tengan puestos de coordinación o lideren equipos de trabajo, en temas como; Jefe por primera vez, Resolución de Conflictos, Comunicación, Trabajo en Equipo y Feedback, este ambicioso proyecto estará liderado por el subproceso de Desarrollo.

Son muchos los retos a futuro que tiene el Departamento de Recursos Humanos, pero la disposición, compromiso y capacidad de sus integrantes son la esencia para el cumplimiento de estos desafíos.

Departamento Administrativo

Es el Departamento responsable de proporcionar todos los servicios de apoyo para coadyuvar en el cumplimiento de labores institucionales y conservar en buen estado los bienes muebles e inmuebles. Así como establecer medidas para garantizar la integridad física de funcionarios y visitantes mediante la mejora continua de los edificios y servicios que se brindan.

Con base en la descripción anterior, este Departamento distribuye sus responsabilidades en 6 grandes áreas, a saber:

1. Disponer de instalaciones mejoradas en el ICT.
2. Proveer al Instituto de los servicios generales así como una planta física acorde a las necesidades requeridas.
3. Atender solicitudes de emergencias y gestión del riesgo, tanto a lo interno del Instituto como a lo externo.
4. Atender los sitios turísticos administrados por el ICT.
5. Unidad de Transportes.
6. Archivo Institucional.

Como se puede observar, este Departamento tiene a su cargo la Unidad de Transportes y el Archivo Central, por lo que tanto la coordinación de giras como el mantenimiento de vehículos y el consumo de combustible son parte de nuestra gestión diaria. En relación al Archivo Institucional, velamos por que la custodia documental de relevancia institucional, sea de manera profesional bajo el cumplimiento de las directrices giradas por el Archivo Nacional.

En materia de gestión administrativa, apegados siempre a las políticas de sostenibilidad, se continuó con el Plan de Trabajo Administrativo-Sostenible:

Equipos Multifuncionales

Se finalizó la última etapa del proyecto de adquisición de Equipos Multifuncionales amigables con el ambiente, con la compra de los siguientes equipos:

- Centro de Fotocopiado e Impresión #11 (1 equipo): Auditoría General.
- Centro de Fotocopiado e Impresión #12 (1 equipo): CIMAT.
- Centro de Fotocopiado e Impresión #13 (1 equipo): Tecnologías de información.
- Centro de Fotocopiado e Impresión #14 (1 equipo): Departamento Administrativo.

Estos equipos también están sujetos al monitoreo de su uso, consumo y demanda por medio de software Paper cut, permitiendo con esto generar de reportes y administrar de mejor forma los recursos institucionales.

Importante mencionar que con la implementación de este proyecto se redujo considerablemente el consumo de papel, lo que motiva el seguir fortaleciendo la gestión documental digital por medio del uso del escáner.



Sistemas de Aire Acondicionado verdes.

Se adquirieron equipos de Aire Acondicionado para los Departamentos de Recursos Humanos, Dirección Administrativa Financiera, Departamento Administrativo, Dirección de Mercadeo y Dirección de Planeamiento Turístico. Estos equipos cuentan con características amigables con el medio ambiente, entre ellas:

- Eficiencia SEER 16 y SEER 13 según corresponda.
- Que opere con refrigerante ecológico R410
- Tecnología invertir



Trabajos de Ingeniería Topográfica.

Se contrataron los servicios de Ingeniería en topografía y estudio de suelos que permitieron generar la información técnica base sobre la cual se diseñará la readecuación de las obras existentes en el Muelle Turístico de Puntarenas.

Además, se contrataron los servicios de Ingeniería Topográfica para la integración en el Registro Nacional de las tres (3) fincas que comprenden actualmente las Ruinas de Ujarrás, las fincas del Paradero Turístico Playas de Doña Ana, Mirador de Orosi y Mirador de Ujarrás.

Circuito Cerrado de Televisión (CCTV) para la seguridad institucional

Se concluyó la tercera y última etapa de CCTV, proyecto que se inició con dos grabadores marca Hikvision, con 32 cámaras análogas y de visión nocturna, posteriormente en la segunda etapa se adicionó un tercer grabador de la misma clase junto con 5 cámaras más. En esta tercera y última etapa, el sistema en términos generales fue actualizado con equipos TURBO HD marca Hikvision con una mejorada resolución.

Actualmente, el ICT dispone de un sistema de seguridad de circuito cerrado de televisión (CCTV) marca Hikvision, con 4 grabadores, 2 con tecnología TURBO HD con resolución de 3MP y 2 con tecnología análoga. Estos grabadores se encuentran resguardados en el Departamento Administrativo y son monitoreadas por el centro de mando de la seguridad de la institución, con un conjunto importante de cámaras distribuidas estratégicamente dentro y fuera de las instalaciones del ICT.



Trámites por medio de la Ley 6990.

En materia de beneficios otorgados por medio de la Ley 6990, utilizado como herramienta para fomentar el turismo tanto nacional como internacional, se atendieron en el año 2016, 534 solicitudes de hospedaje para cumplir con el programa de giras Institucional donde comprende funcionarios ICT y externos por medio de convenios, periodistas, agentes de viajes y mayoristas.

Además, se atendieron 151 solicitudes de boletos aéreos internacionales y nacionales. También Asimismo, se atendieron 25 solicitudes de boletos aéreos por medio de cuotas de accionistas, otorgándose 78 boletos.

Archivo Central

Se hizo remisión al Archivo Nacional de las actas de la Junta y de los órganos colegiados de la institución que tienen valor científico cultural y cumplieron su vigencia administrativa y legal.

Se hizo implementación y capacitación de documento digital en la institución, trabajo en equipo con Gerencia y Regionales. Asimismo, se realizó capacitación a las compañeras de los archivos de gestión de la institución.

La institución participó en el Comité de la Norma de Descripción Nacional, trabajo en conjunto con el Archivo Nacional y diferentes instituciones públicas del país.

Transportes

En el presente informe se muestra un análisis de la tendencia de consumo de combustible, gasto de mantenimientos y la utilización de los vehículos durante el período de 2016, el cual es una herramienta para medir el avance en los intentos de disminuir nuestra huella de carbono a nivel nacional, en el consumo de combustible fósil, ejemplo de esto son los resultados del 2016, donde se redujo nuestra huella en un 11% con respecto al período 2015.

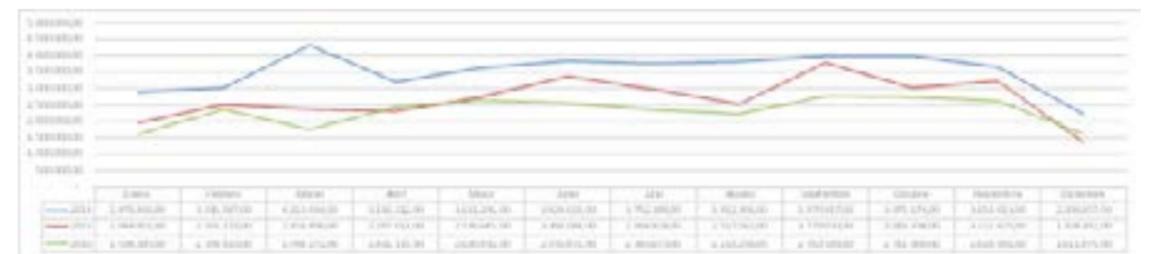
El convenio existente entre RECOPE-ICT, permite mantener un control más detallado tanto del consumo de combustible como de los rendimientos de cada uno de los vehículos institucionales, el cual coadyuva a una mejor gestión por parte del área de transportes para brindar un servicio de alta calidad tanto a los clientes internos como externos de la Institución.

Es necesario señalar que debido a la antigüedad de los vehículos y el tipo de trabajo que se realiza con ellos, el rubro de los mantenimientos se vio incrementado en un 24%, y la tendencia de este tipo de gasto es a aumentar, conforme aumente la antigüedad de los mismos.

Durante el 2016 los vehículos fueron utilizados en un aproximado de mil doscientas treinta salidas, entre giras a zonas rurales y diferentes salidas dentro del Gran Área Metropolitana.

Comportamiento de consumo de Combustible.

Gráfico #1
Consumo de Combustible Institucional
Período del 2014 al 2016 (Colones)



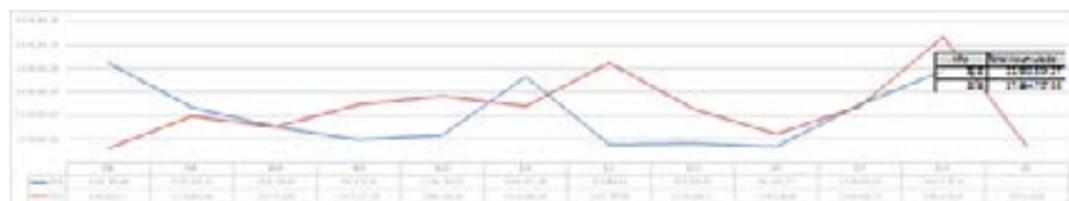
Fuente: Estado de cuentas BNCR

Disminución de 16% con respecto a 2015

En el gráfico anterior se puede apreciar que el consumo de combustible, durante el período comprendido entre enero a diciembre del 2016, en comparación con el 2015 durante el mismo período fue menor, se obtuvo una disminución en el gasto anual de un 14%, en cifras concretas durante el período de 2016 se presentó un gasto de ₡ 27.598.000.95, mientras que en el 2015 el gasto fue de ₡ 32.068.868.00, lo anterior se le puede atribuir al seguimiento de los presupuestos institucionales de combustible, mediante mediciones mensuales de los gastos independientes de cada proceso, además de la utilización en la medida de lo posible de la herramienta denominada Car Pulling en San José y en algunas giras en las zonas rurales.

Comportamiento de Gasto de Mantenimientos.

Gráfico #5
Gasto Mantenimientos Período 2016 vs 2015.
(Colones)



Fuente: Archivo histórico de mantenimientos.

Debido a la antigüedad de la flotilla y la fuerte utilización que se realiza de la misma el gasto de mantenimientos se vio aumentado en un 24% con respecto al año anterior.

Sitios turísticos administrados por ICT (Mirador de Ujarrás, Mirador de Orosi y Ruinas de Ujarrás). Con respecto a los sitios turísticos administrados por ICT, se indica que la visitación a tales sitios se ha incrementado considerablemente en los últimos años, lo que se atribuye al esfuerzo institucional de mantenimiento de dichos lugares de recreo y esparcimiento, según así lo demuestran las reiteradas manifestaciones de los mismos visitantes quienes reconocen el trabajo en materia de seguridad, servicio y asistencia al turista; los registros de visitación dan cuenta de una visitación que supera las 295.000 personas anualmente.

Proveeduría Institucional

La Proveeduría Institucional es la unidad competente para la ejecución de todas las etapas del proceso de contratación administrativa, constituyéndose en el órgano técnico institucional en esta materia, de conformidad con lo establecido en los artículos 105 y 106 de la Ley de Contratación Administrativa, 219 y 222 de su Reglamento.

Para el desarrollo de sus funciones, deben de observarse los alcances de las normas, principios y los procedimientos de contratación administrativa según lo establecen la Ley N° 7494, Ley de Contratación Administrativa, y su Reglamento General, la Ley N° 8131, Ley de la Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos, y su Reglamento, Decreto Ejecutivo N° 30058-H-MP-PLAN y el Reglamento Interno de Contratos Administrativos, así como las demás disposiciones legales y reglamentarias que resulten aplicables por razón de la materia.

La Proveeduría Institucional efectúa los procedimientos de adquisición y contratación de las partidas presupuestarias que no corresponden a la partida de Servicios Personales.

Se detallan a continuación algunos de los indicadores más importantes que reflejan el desarrollo de las funciones, según su competencia. Aunque muchas de las contrataciones se adjudicaron en dólares, el dato se incluye en colones, tomando como referencia, el tipo de cambio de la fecha de adjudicación de cada uno de los procedimientos de contratación administrativa que se revelan en los siguientes cuadros:

CUADRO No. 1
PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACION
ADJUDICADOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2016
MEDIANTE LA PLATAFORMA MER-LINK

Tipo procedimiento	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
	Totales					
Contrataciones Directas	94,751,099.00		112,485,455.00			
190,538,780.00	230,490,881.00		61,720,692.00			193,416,796.00
			883,403,703.00			
Licitaciones Abreviadas					52,258,560.00	
64,320,000.00					116,578,560.00	
Licitaciones Públicas						17,575,699,894.00
						17,575,699,894.00
Totales	94,751,099.00	112,485,455.00	190,538,780.00	230,490,881.00		
17,689,679,146.00	257,736,796.00		18,575,682,157.00			
Continuaciones y prórrogas		23,801,862.85	155,091,256.10			30,610,672.40
	10,402,531.00	12,492,000.00				232,398,322.35
Total	118,552,961.85	267,576,711.10	221,149,452.40	230,490,881.00		
17,700,081,677.00	270,228,796.00		18,808,080,479.35			

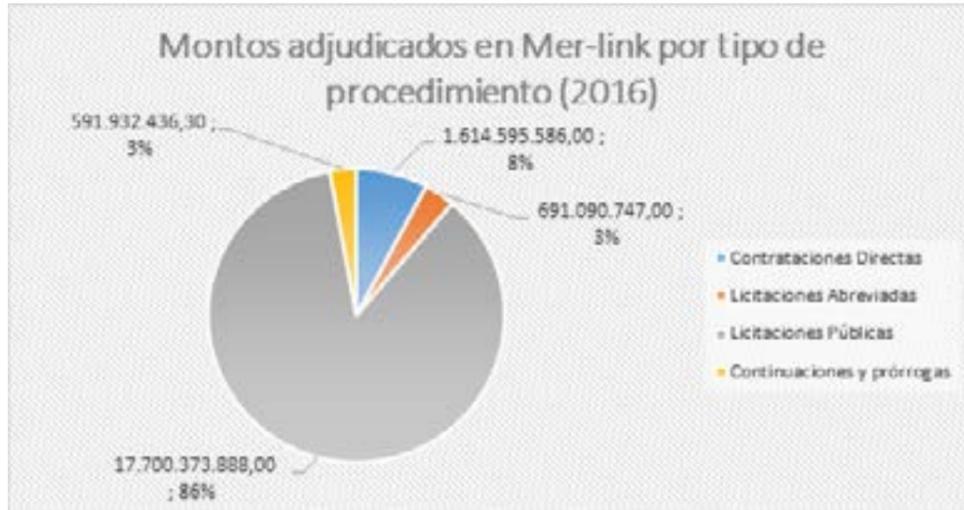
CUADRO No. 2
PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACION
ADJUDICADOS EN EL SEGUNDO SEMESTRE 2016
MEDIANTE LA PLATAFORMA MER-LINK

Tipo procedimiento	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
	Totales					
Contrataciones Directas	73,512,058.00		224,647,807.00			
63,105,835.00	121,255,551.00		119,603,870.00			129,066,762.00
			731,191,883.00			
Licitaciones Abreviadas	60,138,199.00		426,754,633.00		24,425,747.00	
25,587,035.00	37,606,573.00				574,512,187.00	
Licitaciones Públicas						124,673,994.00
						124,673,994.00
Totales	133,650,257.00	224,647,807.00	614,534,462.00	145,681,298.00		
145,190,905.00	166,673,335.00		1,430,378,064.00			
Continuaciones y prórrogas		6,675,253.00	56,534,091.04			
195,094,043.80	76,748,000.00		22,699,174.44			1,783,551.67
			359,534,113.95			
Total	140,325,510.00	281,181,898.04	809,628,505.80	222,429,298.00		
167,890,079.44	168,456,886.67		1,789,912,177.95			

Nota: El monto total adjudicado, mediante la plataforma Mer-link en todo el año fue de ₡20.597.992.657.30.

Fuente: Sistema MER-LINK

GRÁFICO No. 1



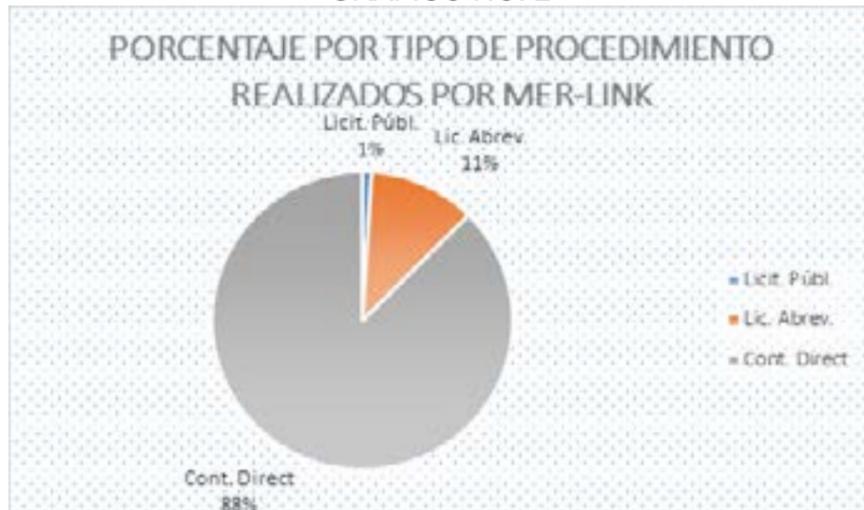
Por monto, el 86% de las contrataciones adjudicadas por Mer-link corresponden a Licitaciones Públicas, el 8% a Contrataciones Directas, el 3% a Licitaciones Abreviadas y el otro 3% a continuaciones y prórrogas de procedimientos realizados en años anteriores.

CUADRO No. 3
PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACION
TRAMITADOS MEDIANTE LA PLATAFORMA MER-LINK

Procedimiento	Adjudicados	Desiertos /infructuosos	Evaluación	Sin efecto	Total	
Licitación Pública	2	0	0	0	2	
Licitación Abreviada	16	6	1	0	23	
Contratación Directa	138	33	0	4	175	
Tota	1	156	39	0	4	199

De los 199 procedimientos de contratación realizados por medio de la Plataforma Merlink, se adjudicaron 156 (78%), 39 se declararon infructuosos o desiertos (19%), por razones tales como: incumplimientos ya sea en la presentación de la oferta o por no atender subsanes solicitados por la Administración, que no se reciban ofertas y por último porque las ofertas superan el presupuesto destinado por la unidad solicitante. 4 sin efecto (2%) y uno se encuentra en la etapa de análisis de ofertas (1%).

GRAFICO NO. 2



CUADRO No. 4

Desglose de montos correspondientes a Contrataciones Directas realizadas fuera de línea

Procedimiento de contratación	Cantidad	*Monto ¢
Espacios feriales	15	406.934.927.67
Gastos colaterales CATA	2	1.213.300.65
Campañas cooperativas	14	1.010.013.300.93
Transferencia de fondos a Organismos Internacionales (aportes) y membresías	7	103.737.515.45
Construcción /Decoración de stands en ferias internacionales	6	295.957.736.09
Publicidad	10	184.500.981.22
Suscripciones a revistas internacionales y bases de datos especializadas	7	85.881.290.26
Otras contrataciones	13	233.986.606.64
Total	74	2.322.225.658.91

Las contrataciones detalladas en el cuadro anterior se realizan fuera de línea debido a que la mayoría obedecen a que son servicios que se deben dar en el exterior o membresías y aportes a Organismos Internacionales, y al no contar las empresas con certificado digital se deben tramitar bajo esta modalidad.

GRAFICO NO. 3



CUADRO No. 5
Otros procedimientos

Tipo de procedimiento	Cantidad
Prórrogas y continuaciones	166
Compra de boletos aéreos	342
Artículo 200	4
Artículo 201	33
Devolución de garantías (participación y devolución)	57
Prórroga plazo de entrega	18
Solicitudes de objetos actualizados (mejora tecnológica)	9

De conformidad con lo establecido en la normativa vigente (Reglamento para el Control de Bienes Muebles del Instituto Costarricense de Turismo, Ley de Administración Financiera de la República, Normas Internacionales de Contabilidad del Sector Público), se realizó durante los meses de marzo y abril del 2016, la toma física de los activos en todas las Direcciones, Departamentos y Unidades del ICT; asimismo, se impartieron capacitaciones, en las diferentes áreas de contratación administrativa, a las jefaturas, secretarías, así como a los funcionarios encargados de administrar contratos. Además, se implementaron mejoras solicitadas a Tecnologías de Información, en el sistema de Inventarios.

Finalmente se indica que se obtuvieron resultados muy satisfactorios por medio de una coordinación efectiva con el Departamento Financiero y otras unidades de la Dirección Administrativa Financiera, para que la planificación establecida tanto en materia de adquisiciones de bienes y servicios, como de ejecución presupuestaria, fuera un éxito, por lo que para tal efecto se ejercieron los controles en forma sistemática durante todo el periodo presupuestario.

Departamento de Ingresos

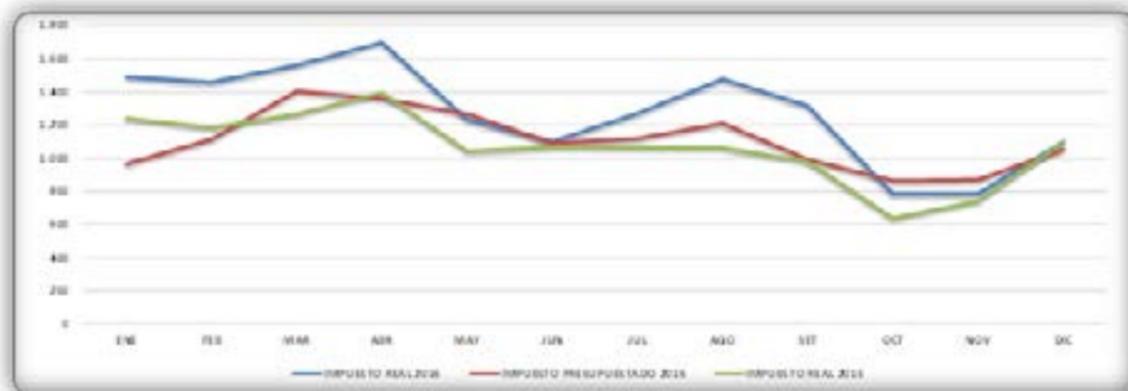
Recaudación

Impuesto de \$15.00 (NW) por la entrada al país con un pasaje adquirido en el exterior. Para el año 2016, este impuesto generó ingresos por la suma de ₡15,276.73 millones, quedando por encima del monto presupuestado en ₡1,961.66 millones, que equivale al 14.73%. Comparado con el año anterior, se recaudó ₡2,497.56 millones de más, que representa un crecimiento del 19.54%.

RECAUDACIÓN
IMPUESTO \$15 (NW)
ENERO A DICIEMBRE 2016-2015
(Millones de colones)

PERIODO 2016	
IMPUESTO REAL	15,276,73
IMPUESTO PRESUPUESTADO	13,315,07
DIFERENCIA NOMINAL	1,961,66
DIFERENCIA RELATIVA	14,73%
PERIODO 2015	
IMPUESTO REAL	12,779,17
DIFERENCIA NOMINAL	2,497,56
DIFERENCIA RELATIVA	19,54%

RECAUDACIÓN
IMPUESTO \$15 (NW)
ENERO A DICIEMBRE 2016-2015
(Millones de colones)



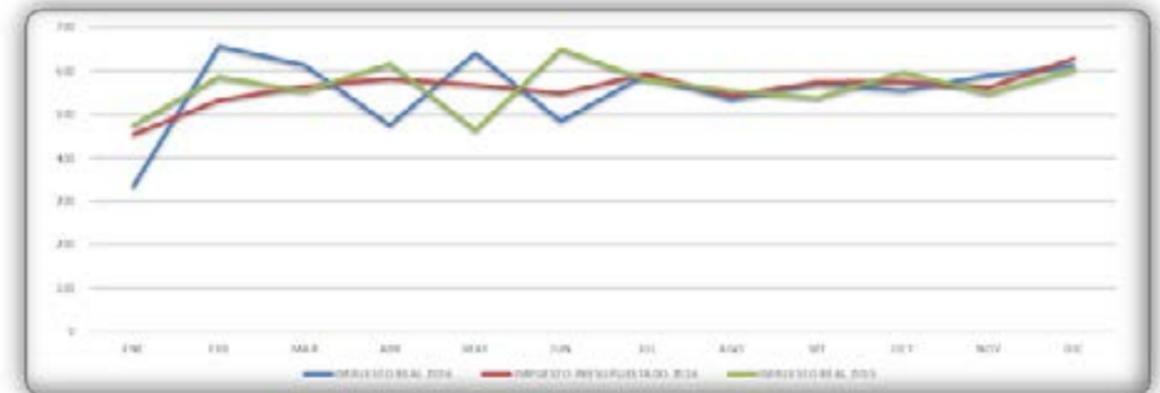
Impuesto 5% sobre pasajes internacionales vendidos en Costa Rica, Art. 46 inciso a) Ley 1917 (CR)

Durante el año 2016, se recaudó la suma de ₡6,674.42 millones, quedando por debajo del monto presupuestado en ₡63.76 millones, que equivale al 0.95%. En comparación con el año anterior, se recaudó ₡105.79 millones de menos, que representa un 1.56%.

RECAUDACIÓN
IMPUESTO 5% (CR)
ENERO A DICIEMBRE 2016-2015
(Millones de colones)

PERIODO 2016	
IMPUESTO REAL	6,674.42
IMPUESTO PRESUPUESTADO	6,738.18
DIFERENCIA NOMINAL	(63.76)
DIFERENCIA RELATIVA	-0.95%
PERIODO 2015	
IMPUESTO REAL	6,780.21
DIFERENCIA NOMINAL	(105.79)
DIFERENCIA RELATIVA	-1.56%

RECAUDACIÓN
IMPUESTO 5% (CR)
ENERO A DICIEMBRE 2016-2015
(Millones de colones)



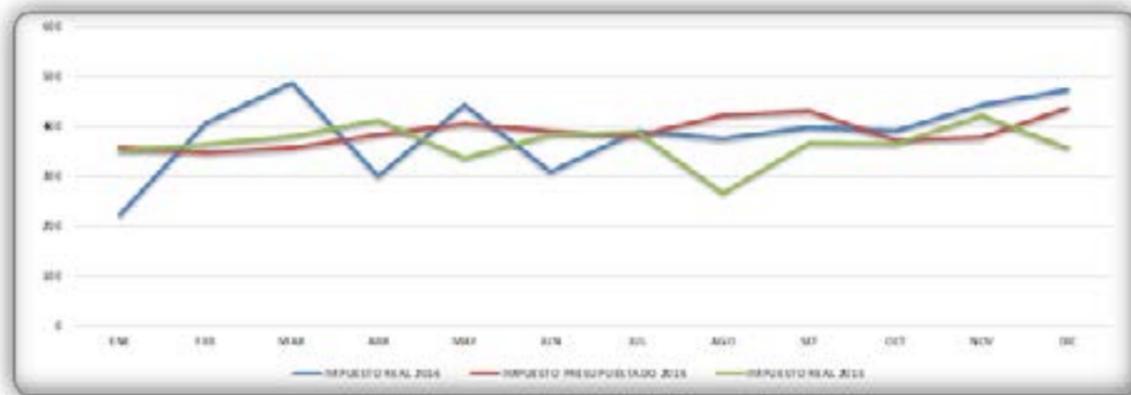
Impuesto 5% sobre pasajes internacionales cuyo origen de ruta sea Costa Rica, Art. 46 inciso b) Ley 1917, adicionado por el ordinal 7 de la Ley 8694 del 27 de Marzo del 2009 (OU)

Para el año 2016, este impuesto generó ingresos por la suma de ₡4,641.16 millones, quedando por debajo del monto presupuestado en ₡20.66 millones, que equivale al 0.44%. En comparación con el mismo período del año anterior, se recaudó ₡247.94 millones de más, que representa un 5.64%.

RECAUDACIÓN
IMPUESTO 5% (OU)
ENERO A DICIEMBRE 2016-2015
(Millones de colones)

PERIODO 2016	
IMPUESTO REAL	4,641.16
IMPUESTO PRESUPUESTADO	4,661.82
DIFFERENCIA NOMINAL	(20.66)
DIFFERENCIA RELATIVA	0.44%
PERIODO 2015	
IMPUESTO REAL	4,393.22
DIFFERENCIA NOMINAL	247.94
DIFFERENCIA RELATIVA	5.64%

RECAUDACION
IMPUESTO 5% (OU)
ENERO A DICIEMBRE 2016-2015
(Millones de colones)



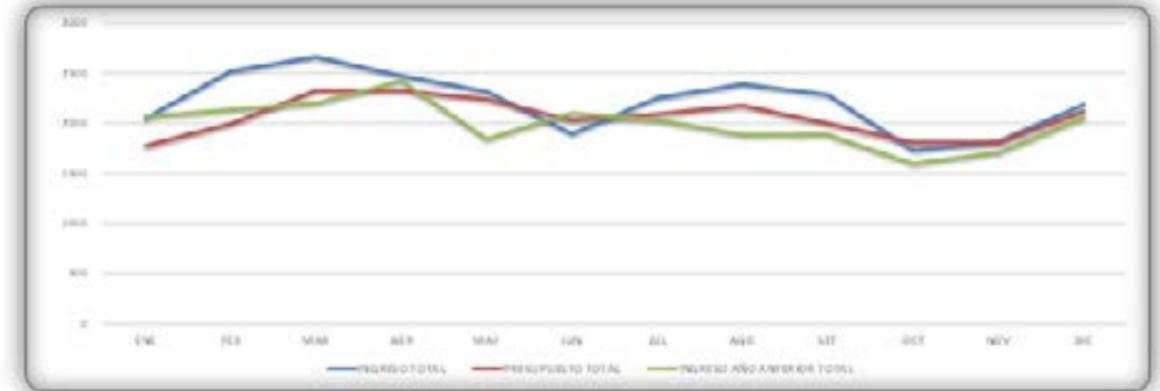
Recaudación total 2016: Impuestos \$15.00 (NW), 5% a) (CR) y 5% b) (OU).

Para el año 2016 la recaudación total generó ingresos tributarios por la suma de ¢26,592.31 millones, quedando por encima del monto presupuestado en ¢1,877.24 millones, que equivale al 7.60%. En comparación con el mismo período del año anterior, se recaudó ¢2,639.71 millones de más, que representa un 11.02%.

COMPARATIVO DE LA RECAUDACIÓN
IMPUESTOS \$15.00 (NW), 5% a) (CR) y 5% b) (OU)
ENERO A DICIEMBRE 2016-2015
(Millones de colones)

PERIODO 2016	
IMPUESTO RECAUDADO REAL	26,592.31
IMPUESTO RECAUDADO PRESUPUESTADO	24,715.07
DIFFERENCIA NOMINAL	1,877.24
DIFFERENCIA RELATIVA	7.60%
PERIODO 2015	
IMPUESTO REAL	23,952.60
DIFFERENCIA NOMINAL	2,639.71
DIFFERENCIA RELATIVA	11.02%

COMPARATIVO DE LA RECAUDACION
IMPUESTOS \$15.00 (NW), 5% (OU) Y 5% (CR)
ENERO A DICIEMBRE 2016-2015
(Millones de colones)



Recuperación de cuentas por cobrar del impuesto 3% sobre hospedaje (derogado mediante el artículo 8 de la ley número 8694 del 27 de marzo del 2009)

Durante el año 2016 se recuperó la suma de ¢15.24 millones más de lo presupuestado, que representa el 435.43%. Comparado con el período anterior, se recuperó la suma de ¢9.07 millones de más, que representa el 93.80%.

Adecuación del Sistema de Cuenta por cobrar de acuerdo con la NICSP y formulación del Sistema de Información Tributaria del Instituto Costarricense de Turismo (SIT-ICT).

La recaudación tributaria suministra los recursos que se requieren para el cumplimiento de las metas y objetivos de la Institución. Por tal razón, se mantiene vigente la importancia de adecuar los procedimientos de recaudación y fiscalización tributarias, acorde con el desarrollo de los sistemas que utilizan los agentes de percepción, en la comercialización de pasajes internacionales, con el fin de mejorar la gestión del Departamento de Ingresos.

Se trabajó en conjunto con el Departamento Financiero y la colaboración del Departamento de Tecnologías de la Información, en la adecuación del Sistema de Cuentas por Cobrar y del Sistema Financiero-contable, de acuerdo con las Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público, con un avance en la formulación y puesta en producción del 100%. A partir del 4 de enero del 2017 se inició con el paralelo correspondiente.

Se continuó con la formulación de los distintos sistemas que componen el Sistema de información Tributaria del I.C.T. (SIT-ICT), con un avance del 52%.

El Sistema ICT-DECLARA en la WEB que constituye parte del SIT-ICT, se terminó de diseñar y se encuentra en periodo de pruebas, alcanzando un grado de avance del 70%. Una vez se haya concluido con el desarrollo, se iniciarán las pruebas respectivas.

Otras actividades realizadas durante el año 2016

Se efectuaron 23 auditorías sustantivas a diferentes agentes de percepción, para verificar las declaraciones de impuestos que presentaron esas empresas.

De acuerdo con el recurso humano disponible, se efectuaron 31 fiscalizaciones en los aeropuertos Internacionales Juan Santamaría y Daniel Oduber Quirós, en las oficinas de las diferentes líneas aéreas, para verificar el cumplimiento de la normativa tributaria correspondiente.

Se realizaron 7 arqueos de Caja Chica, de forma trimestral, en las diferentes Oficinas Regionales, esto con la finalidad de mantener un control permanente del buen uso de los recursos que administran esas oficinas.

Se tramitaron un total de 9,688 exoneraciones del impuesto del 5% a) a organismos internacionales y entidades públicas, que gozan de franquicia tributaria, para un total de ₡156.032.949,00 (Ciento cincuenta y seis millones treinta y dos mil novecientos cuarenta y nueve colones con 00/100) de impuesto exonerado.



Tecnologías de la Información

En atención al oficio G-0041-2017, relacionado con el informe de labores para la memoria anual del ICT, a continuación se presentan las principales actividades o logros de este Departamento durante el año 2016.

Introducción.

Durante el año 2016 el Proceso de Tecnologías de Información continuó con la implementación de los cambios necesarios en los Sistemas Financieros y Administrativos para adecuarlos a las normas contables NICSP que promueve la Contabilidad Nacional, y ha mantener la plataforma tecnológica que utilizan todos los sistemas automatizados de la Institución, así como los servicios de correo e Internet, en buenas condiciones de funcionamiento para permitir a las diferentes dependencias usuarias su operación y administración brindando el apoyo necesario para el cumplimiento de sus funciones y al desarrollo e implementación de nuevas tecnologías y proyectos de acuerdo con lo formulado en el Plan Operativo Institucional (POI).

Entre los principales logros o labores realizadas están las siguientes:

1. Implementación del nuevo Catálogo Contable enviado por la Contabilidad Nacional. Con el propósito de cumplir con lo solicitado por la Contabilidad Nacional y la Auditoría Interna del ICT, se realizó la sustitución del catálogo contable que el año anterior había definido la Contabilidad Nacional, por uno distinto lo cual implicó un cambio radical en el Sistema Contable del ICT, y por ende en los Sistemas que están integrados con el mismo. Para lo anterior fue necesario modificar, entre otros, los siguientes sistemas:

Ingresos, Cuentas por Pagar, Efectivo, Cuentas por Cobrar, SIRH, Activos, Presupuesto, etc. Además fue necesario efectuar un cierre contable utilizando el catálogo anterior y un asiento de apertura en el nuevo catálogo, para lo cual fue necesario realizar otras actividades de programación.

Ejemplo nuevo Catálogo contable:



N. Cta	Abreviatura	Nivel	Nombre Cuenta	Clase Cuenta	Estado	Tipo	Cuenta Padre
1			ACTIVO	1	ACTIVO	M	
2	1.1		Activo Corriente	1	ACTIVO	M	1
3	1.1.1		Efectivo y equivalentes de efectivo	1	ACTIVO	M	2
4	1.1.1.01		Efectivo	1	ACTIVO	M	3
5	1.1.1.01.01		CAJA	012	CAJA	M	4
6	1.1.1.01.01.02		Efectivo en caja en el país	012	CAJA	M	5
7	1.1.1.01.01.02.1		Efectivo en caja en el país	012	CAJA	M	6
0040	1.1.1.01.01.02.1.00000		Efectivo en caja en el país	012	CAJA	M	7
11010	1.1.1.01.01.02.1.00000.001		Efectivo en caja en el país	012	CAJA	D	0040
8	1.1.1.01.01.03		Efectivo en caja en el exterior	012	CAJA	M	5
9	1.1.1.01.01.03.1		Efectivo en caja en el exterior	012	CAJA	M	8
0041	1.1.1.01.01.03.1.00000		Efectivo en caja en el exterior	012	CAJA	M	9
11010	1.1.1.01.01.03.1.00000.001		Efectivo en caja en el exterior	012	CAJA	D	0041
10	1.1.1.01.02		Depósitos bancarios	012	DEPOSITOS BANCARIOS	M	4
11	1.1.1.01.02.01		Depósitos bancarios en el sector privado interno	012	DEPOSITOS BANCARIOS	M	10
12	1.1.1.01.02.01.1		Cajas de ahorro en el sector privado interno	012	DEPOSITOS BANCARIOS	M	11
0042	1.1.1.01.02.01.1.00000		Cajas de ahorro en el sector privado interno	012	DEPOSITOS BANCARIOS	M	12
11040	1.1.1.01.02.01.1.00000.001		Cajas de ahorro en el sector privado interno	012	DEPOSITOS BANCARIOS	D	0042
13	1.1.1.01.02.01.2		Cuentas corrientes en el sector privado interno	012	DEPOSITOS BANCARIOS	M	11
0043	1.1.1.01.02.01.2.00000		Cuentas corrientes en el sector privado interno	012	DEPOSITOS BANCARIOS	M	13

2. Se modificó el Sistema de Presupuesto para que permitiera cancelar deudas de períodos anteriores con y sin afectación presupuestal.

3. Implementación del Módulo de Multibodegas en el Sistema de Inventarios.

Con este módulo se permite administrar y controlar los diferentes inventarios de materiales que existan en las bodegas que defina la Institución de acuerdo con artículos que pueden adquirir las unidades. Por ahora se está registrando la información sobre materiales que existen en bodegas que pertenecen a las siguientes áreas: Proveeduría, Dpto. de Desarrollo, Dirección de Mercadeo y Promoción, Dpto. de Servicio al Turista, Dpto. de Gestión y Asesoría Turística y Dpto. Administrativo. Este módulo cuenta con interfaces hacia otros sistemas como el de Contabilidad y Cuentas por Pagar.

PRINCIPAL

INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO
SISTEMA DE INVENTARIO
REPORTE STOCK DE SUMINISTROS

Fecha: 27-01-2017
Usuario: gsolera
Forma: IMSU1318

Periodo: 2017
Bodega: 0006 Desarrollo
Fecha Inicial: 01/01/2016 Fecha Final: 26/01/2017

Dirección Archivo: C:\TEMP\DESARROLLO.xls

EJECUTAR PROCESO

C:\TEMP\DESARROLLO.xls GENERADO III

INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO
SISTEMA DE INVENTARIO
CONSULTA DE SUMINISTROS

Fecha: 27/01/2017
Usuario: gsolera
Forma: IMSU1205

Bodega: 0006 Desarrollo

Tipo Artículo: SN SUMINISTROS DE USO NO CONTINUO

Clase: 757 OTROS UTILES, MATERIALES Y SUMINISTROS

Familia: 07 SERVICIOS Y SUMINISTROS PARA CAPACITACIONES

Sub-familia: 01 SUMINISTROS DE PAPEL PARA CAPACITACIONES

Artículo: 01 BLOCK RAYADO CON FONDO DE AGUA

Unidad de Medida: UD UNIDADES

Costo Unitario: 452.00

Stock: 190.00 **0 EN PEDIDOS**

4. Se diseñó, desarrolló e implementó un Sistema especial para el control, administración y trámites de las exoneraciones de materiales para el Centro Nacional de Congresos y Convenciones (CNCC) por Internet.

Este sitio posee un diseño moderno que se ajusta a cualquier dispositivo móvil (diseño responsive) y será utilizado por la empresas relacionadas con la construcción del CNCC, de acuerdo con esquemas especiales de seguridad, y el ICT, para solicitar, tramitar, y aprobar las exoneraciones de materiales que se requieran en su construcción, así como para mantener un control de la cantidad de materiales que han sido exonerados y lo que faltaría de acuerdo con definiciones previamente establecidas por los encargados del proyecto por parte del ICT. De esta forma se cuenta con una Base de Datos de materiales que indica el tipo o clase de este, su nombre, su ubicación dentro del proceso de construcción, la unidad de medida y la cantidad que se requiere. El sistema se utiliza vía web y las aprobaciones y comunicaciones se dan en línea, generando finalmente una orden de compra o solicitud de exoneración para la empresa constructora.

ICT - CNCC

Centro Nacional de Congresos y Convenciones

Control de exoneración de materiales



Exoneración de materiales

31 de julio de 2016 por Instituto Costarricense de Turismo

De acuerdo con la Licitación Nacional 2015/N-000004-000100001, construcción y equipamiento del Centro Nacional de Congresos y Convenciones, se requiere sistematizar el procedimiento para la exoneración, por parte del Ministerio de Hacienda, de los materiales necesarios para las etapas de construcción y equipamiento.

Este portal web cuenta con una serie de acciones indisponibles para el usuario con el fin de realizar los trámites correspondientes a la hora de realizar la solicitud de exoneración.

El usuario podrá realizar la solicitud de exoneración de los materiales requeridos de acuerdo a la lista presentada por la firma constructora y previamente aprobada, solicitar la aprobación ante el o los entes correspondientes y visualizar el estado de la o las solicitudes tramitadas.

ICT - Todos los Derechos Reservados 2016



5. Atención de solicitudes de mantenimiento a Sistemas.

Con el propósito de brindar información íntegra, oportuna y accesible, de forma que la Institución pueda mejorar sus servicios, y la promoción turística fue necesario mantener los Sistemas Institucionales en operación y ajustados tanto a las nuevas necesidades de los usuarios como a los cambios y exigencias del entorno y a las directrices de los entes externos relacionados con la Institución, se atendieron y realizaron 35 cambios en Sistemas, lo cual permite mantenerlos actualizados y respondiendo a las necesidades actuales.

De estas solicitudes de mantenimiento, las Unidades que más cambios solicitaron fueron: Dpto. Financiero (13), Ingresos (7) Proveeduría (6) y Planificación (5).

6. Mantener en óptimas condiciones de operación la plataforma tecnológica existente en un 97.74% del tiempo total anual en horas.

El logro de esta actividad permitió que la plataforma tecnológica del ICT para el uso de sus sistemas, bases de datos, correo electrónico, Internet y red de datos estuviera disponible en un 97.74% del tiempo total en el año para las labores que requieren efectuar los funcionarios de la Institución, basados en los servicios de T.I., reduciendo al mínimo la no disponibilidad de los mismos. Salvo casos de emergencia fue necesario bajar o suspender los servicios por un corto tiempo para poder solucionar algún problema que se presentaba en los servicios, ya que muchas de estas labores que interfieren con los servicios se realizan en horas no laborales.

Para lo anterior se efectuaron las siguientes actividades:

a. Atención de reportes de fallas: Estos corresponden a la atención de solicitudes realizadas por los usuarios con respecto a boletas por trabajos realizados en hardware, software, red, correo, Internet, etc. En el 2016 se atendieron un total de 534 boletas de las cuales las dependencias que más solicitudes realizaron fueron: Promoción (60), Ingresos (35), Certificación y Responsabilidad Social (42), Legal (31), Servicio al Turista y Oficinas Regionales (30).

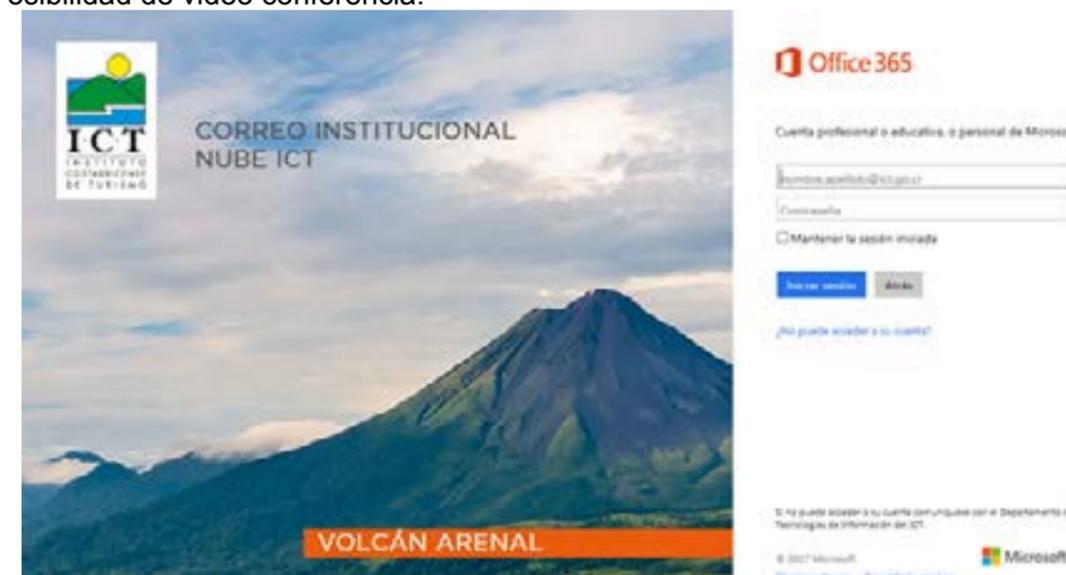
b. Se mantuvo una protección constante contra virus, los cuales se propagan principalmente por correo electrónico o a través de Internet cuando se accesa algún sitio. Se brindó una atención especial a este problema, así como al correo Spam, para lo cual fue necesario instalar versiones de filtros y antivirus, así como mantener actualizadas en forma automática, las definiciones de antivirus en las máquinas de los usuarios, además de poner en lista negra ciertos dominios desde donde se originan este tipo de amenazas.

c. Se realizaron gestiones relacionadas con la adquisición de nuevos equipos y servidores, con el fin de sustituir aquellos por obsolescencia, daños y para atender nuevas necesidades, lo cual significó una inversión de más de 86 millones de colones permitiendo adquirir equipos para mejorar la seguridad perimetral (prevención de intrusos, mayor protección contra amenazas como bootnets, ransomware), un servidor especial para el manejo y administración de las bases de datos de la Institución, un servidor de aplicaciones Web Logic, así como la sustitución de 59 computadoras, tanto portátiles como de escritorio, para las diferentes dependencias de la Institución.

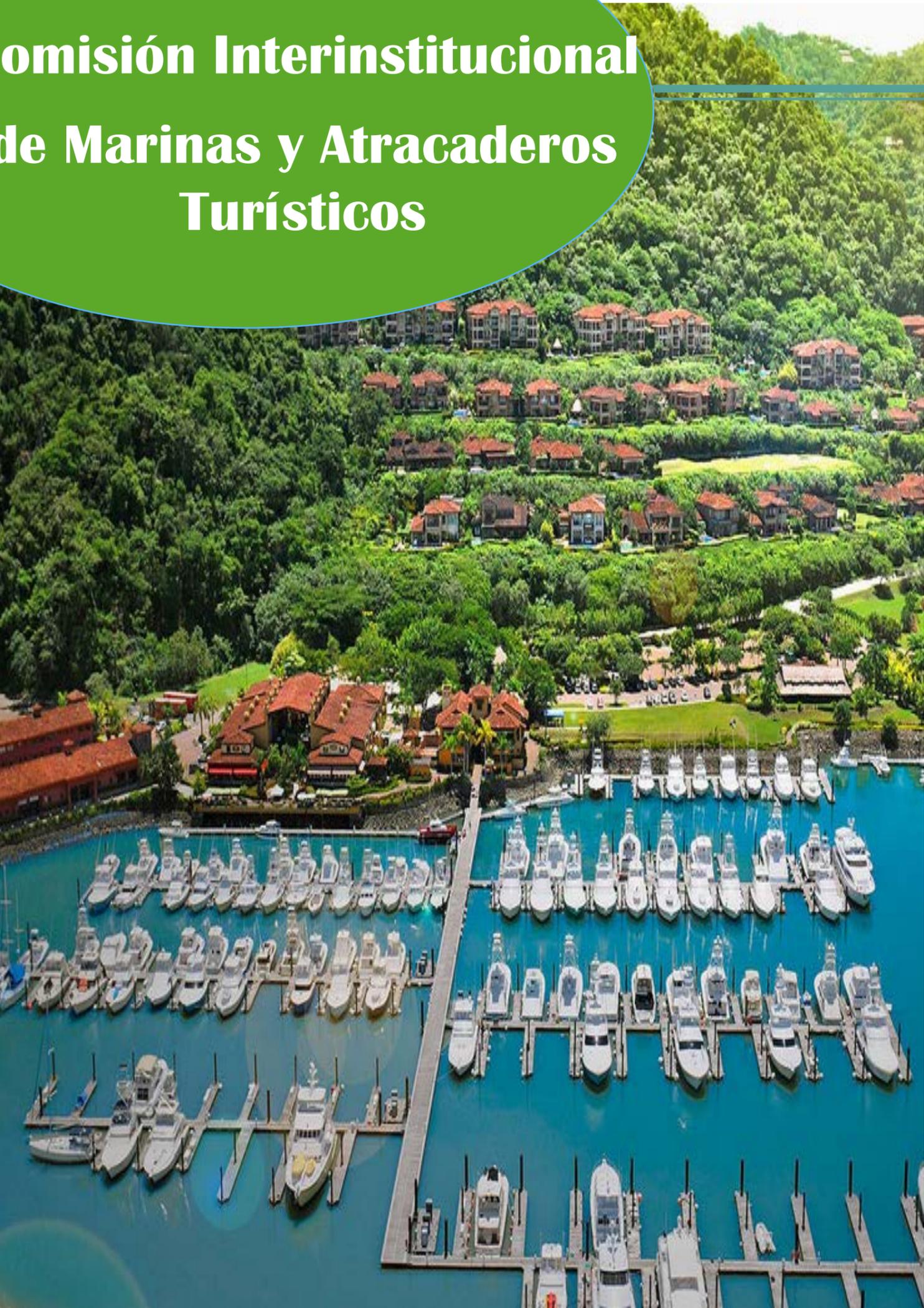
7. Migración del correo a la Nube.

Gracias a los esfuerzos realizados, se logró implementar el correo institucional en una nueva plataforma tecnológica utilizando los servicios de cloud de Microsoft. Con este cambio las principales mejoras fueron las siguientes:

- a. Se incrementó la capacidad o tamaño de cada buzón de correo en 50 GB.
- b. Acceso al correo mediante dispositivos móviles con una interfaz mejorada.
- c. Almacenamiento y uso compartido de archivos con 1 TB de almacenamiento por usuario, es decir se dispone de espacio en la nube para guardar archivos e información que sea importante almacenar y resguardar en la nube. Los archivos que guardemos en la nube permanecerán ahí aun cuando la computadora se dañe.
- d. Utilización de herramientas de ofimática como Word, Excel, Power Point desde la nube aunque en el equipo en uso no se cuente con dicho software instalado.
- e. Posibilidad de video conferencia.



Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos



La Ley 7744 “Concesión y operación de marinas y atracaderos turísticos” y su Reglamento, crea la CIMAT, Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos, como órgano técnico especializado, encargado de la vigilancia, control y fiscalización permanente de las actividades relacionadas con la concesión, construcción y operación de los proyectos que se desarrollen en el país.

Como órgano desconcentrado, tiene su sede en el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), el cual brinda los recursos necesarios para el cumplimiento de sus funciones. La CIMAT, además del ICT, cuenta con la participación de representantes del MOPT, INVU, MINAE y Ministerio de Salud.

La CIMAT se constituye en el principal ejecutor, por parte de la Administración de las disposiciones legales que regulan la materia. En este sentido, existe un compromiso claro con el medio ambiente, toda concesión se otorgará resguardando el ambiente y los recursos naturales de la zona, debe cumplir con los compromisos ambientales durante la construcción y operación del proyecto e implementar procesos sostenibles en la prestación de sus servicios.

Las marinas turísticas se desarrollan para brindar servicios de resguardo a las embarcaciones, suministro de agua potable, energía eléctrica, internet, combustible, mantenimiento y reparaciones menores de las embarcaciones, planta de tratamiento de aguas residuales, recolección y disposición de desechos y comercio turístico, dirigido a sus usuarios y visitantes. Convirtiéndose en una oportunidad económica para las zonas costeras al ser fuentes de empleos directos e indirectos.



Foto. Marina Pez Vela Quepos.

Por su parte, los atracaderos, conformado por instalaciones más sencillas, proveen obras necesarias para el arribo de embarcaciones que garantizan el disfrute y seguridad de los turistas. En este contexto, las marinas y atracaderos turísticos bien operados tienen un rol importante en la prevención de la contaminación del mar, al brindar servicios mediante instalaciones y procedimientos aprobados y controlados por parte del Estado.



Foto. Atracadero Fish Hook.

Durante el año 2016, el Consejo Director sesionó 13 veces y la Unidad Técnica, conformada por los representantes de las diferentes instituciones, sesionó 32 veces, se tomaron y ejecutaron 234 acuerdos relacionados con las funciones que le establece la Ley de Marinas y Atracaderos Turísticos.



Foto. Festival de las luces Marina Pez Vela.

Se resolvieron el 100% de las solicitudes a nivel de consulta previa, resolución técnica o visado de planos constructivos de manera que se ajusten a la normativa vigente. Velando por la prestación de un servicio de primera calidad, cómo y seguro.

A nivel de consulta inicial, se orientó a los inversionistas sobre el trámite de los siguientes proyectos, en su mayoría interesados en legalizar instalaciones existentes:

- Atracadero existente Hotel Puerto San Luis, Lago Arenal.
- Atracadero existente Turístico Nuevo Arenal, Lago Arenal.
- Atracadero existente Ecojungle Cruises, Garabito.
- Atracadero existente Muelle Puerto Viejo, Sarapiquí.
- Propuesta de Atracadero Terminal del Ferry de Paquera.
- Propuesta Marina KM 3 en la Ciudad de Golfito.

A nivel de visado de planos constructivos, se autorizaron componentes tendientes a ampliar los servicios propuestos en las marinas:

- Marina Pez Vela, planos constructivos de Muelles Fase-3A, III Etapa.
- Golfito Marina Village, planos constructivos de los Puestos de Atraque Golfito Marina Village Fase Uno.
- Golfito Marina Village, planos constructivos de Plantas arquitectónicas de edificaciones, pilotes, sistema de agua potable, sistema sanitario a planta de tratamiento.
- Marina Los Sueños, planos de local comerciales.
- Modificación menor al sistema de muelles en Marina Pez Vela.

Durante todo el año 2016 se dio seguimiento a las labores de fiscalización y control por medio de visitas de campo y la revisión de los Informes Operacionales a las instalaciones de Marina Los Sueños en Playa Herradura, Marina Pez Vela en Quepos, Marina Papagayo en Liberia, Atracadero Golfito Fish Hook en la Ciudad Golfito y Atracadero Bahía Cocodrilo en Puerto Jiménez, así como al proceso constructivo de la Fase Uno para Golfito Marina Village.

Con el proceso de fiscalización y control permanente, se procura asegurar que los servicios que ofrecen las marinas y atracaderos se brinden de una forma cómoda y segura para los turistas y con altos estándares de calidad.

El proyecto Golfito Marina Village en la Ciudad de Golfito logra retomar el proceso constructivo suspendido por varios años, convirtiéndose de nuevo en una oportunidad de fuentes de empleo para esa comunidad.



Fotos. Golfito Marina Village.

A nivel país, la demanda de espacios para embarcaciones nacionales y extranjeras, destinadas al turismo náutico, sigue incrementándose año con año con las facilidades de las marinas y atracaderos turísticos.

Ha sido prioridad para esta Comisión, mantener un sistema de monitoreo, que permita llevar un registro de la calidad de las aguas marinas en los espacio donde operan las marinas turísticas. Desde el año 2012 se inició con la contratación de un Laboratorio especializado para determinar la presencia de Hidrocarburos, microbiología y metales pesados, en las aguas y fondo marino de los espacios otorgados en concesión. Satisfactoriamente, los resultados obtenidos a la fecha se han mantenido por debajo de los límites de referencia utilizados para medir la calidad de las aguas marinas.

Marina Pez Vela, Marina Papagayo y Marina Los Sueños mantienen el esfuerzo por posicionar a Costa Rica en el Mapa Mundial de la Pesca Deportiva, con grandes eventos: el Campeonato Mundial de Pesca (Offshore World Championship), el torneo Presidencial Challenge y Los Sueños Signature Triple Crown.

La Triple Crown que se llevó a cabo en los primeros meses del año en Marina Los Sueños recibió turistas de varios países durante las tres ediciones del torneo, por su reconocimiento se le ha nombrado "La mejor competición de pesca deportiva de Las Américas". Para esta edición 2016 participaron aproximadamente 44 embarcaciones las cuales lograron liberar más de 6562 peces picudos en los tres eventos realizados, representando un record.



Foto. Marina Los Sueños.

Este tipo de eventos realizados gracias a la excelente infraestructura, facilidades y servicios que brindan estas marinas han posicionado a nuestro país como la capital de peces picudos del Mundo. Dentro de los beneficios de estos torneos está el provecho para las empresas de hospedaje, gastronómicas, los tour operadores y los pequeños empresarios turísticos quienes tendrán la oportunidad de contar con esta vitrina y ofrecer sus servicios a los pescadores y a sus acompañantes.



Foto. Marina Papagayo.

La carencia de datos e información técnica para los diseños y escogencia de los sitios más aptos hace que el desarrollo de instalaciones de atracaderos turísticos sea mínimo. Adicionalmente, ha generado la necesidad de estimular por parte del Gobierno, el desarrollo de facilidades de atracaderos en aquellos lugares donde ya existe una actividad y se prestan servicios sin los controles que debe ejercer el Estado.

Este año se obtuvo los servicios profesionales de la Universidad de Costa Rica, mediante el contrato 2016CD-000066-0001200001 para la caracterización de posibles zonas de emplazamiento para el desarrollo de atracaderos turísticos, desde el ámbito de la ingeniería marítima.



Se identificaron 6 sitios o zonas prioritarias donde es necesario contar con instalaciones que permitan el atraque de embarcaciones turísticas y desembarque de personas a fin de consolidar la actividad del turismo náutico y la generación de fuentes de empleo para las comunidades costeras. A saber:

- Parque Marino Ballena, Osa.
- Playa Herradura, Garabito.
- Muelle del ICT, Ciudad de Puntarenas.
- Playa Tambor, Cóbano.
- Playa Puerto Viejo, Talamanca.
- Playa Cahuita, Talamanca.

Mediante la licitación 2016CD-000088-0001200001, se contrata al Grupo de Soluciones Informáticas GSI S. A. para la digitalización de los expedientes de marinas y atracaderos presentados ante CIMAT como un esfuerzo tendiente a facilitar el acceso a la documentación de proyectos y agilizar los trámites de proyecto a los interesados.



Golfo Turístico Golfo de Papagayo

Los principales alcances de Oficina Ejecutora del Polo Turístico Golfo de Papagayo durante el año 2016 se detallan en:

1. Convenios:

Se logra concretar la suscripción de los siguientes convenios:

a. Primera adenda al Convenio Tripartito para la Donación de Terrenos y Construcción de Obras Necesarias para el Proyecto Acueducto Las Trancas – Papagayo Bahía, entre el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, el Instituto Costarricense de Turismo y Grass Land Enterprises Limitada.

Con este convenio se pretende solucionar el problema de la escasez de agua potable tanto para la zona de Papagayo Bahía como para su área de influencia, y corresponde a la ejecución de los siguientes componentes:

- Campo de pozos; hasta alcanzar 250 l/s.
- Línea de impulsión (ICT): con una longitud aproximada de 8.25 km, colocados en calle pública, rutas 253 y 254 hasta el tanque de almacenamiento de 3000 m³, a construir por el privado. El diámetro de esta línea variará entre los 500 y 400 mm, en HD ISO 2531.
- Tanque de almacenamiento, llamado como referencia “Tanque Hacienda del Mar” (Aporte privado Grassland): con un volumen de 3000 m³, a partir de este tanque se procura sectorizar el acueducto en dos macrozonas de operación, abasteciéndose el tanque existente de Panamá.
- Línea de distribución (AyA): línea con tubería HD DN250, HD DN300, HD DN350, HD DN400 y PVC DN 150 SDR26, con una longitud total de 1.78 km, que interconecta el Tanque de Hacienda del M, con el tanque Chorotega (Playa Panamá).

2. Desarrollo de concesiones:

Dentro de los terrenos concesionados a la sociedad Occidental Playa Nacascolo S.A. toma un proceso de remodelación de obras con el propósito de incorporar el hotel a la cadena conocida como Hard Rock Café, primero en su clase en nuestro país.

La remodelación finalizaría en noviembre del 2017, con un total de 300 habitaciones, remodelando 192 habitaciones y construyendo 108 nuevas, además restaurantes y áreas de recreación. La remodelación consideró un monto aproximado de \$10.000.000 y la intervención en paredes, cielorrasos, además de restauración de palapas, madera, demoliciones, pintura, hojalatería, pre-cintas, vidrios, puertas, aires acondicionados y pisos, entre otros.

VISTAS DE AREAS EN REMODEALCIÓN
HOTEL HARD ROCK CAFÉ



3. Responsabilidad Social:

Como parte del trabajo de Responsabilidad Social se ha colaborado con las Concesionarias, Rich Land y Altos del Risco, y con el grupo de emprendedores en el Pueblo de Panamá (Playa Panamá). Mensualmente se participa en la reunión comunitaria donde se han integrado 3 comités de trabajo:

- Comité de Salud
- Comité de Infraestructura
- Comité de Capacitación y Desarrollo Laboral

La intención es colaborar con las iniciativas del pueblo en la búsqueda de fuentes de desarrollo al alcance de sus capacidades, y ser un facilitador para la gestión ante otros entes públicos.

El ICT, por medio de los funcionarios de la Dirección Ejecutiva del Polo Turístico Golfo de Papagayo, ha trabajado con el pueblo para la elaboración del anteproyecto de desarrollo de obras comunales en el sitio, buscando además el apoyo de la Municipalidad de Carrillo.

VISTA ACTUAL AREA DE RECREACIÓN
PUEBLO PANAMÁ.



DISEÑO PROPUESTO PARA AREA DE RECREACIÓN
PUEBLO PANAMÁ



Con la ayuda de la Municipalidad de Carrillo se logra instalar un parque infantil frente a la escuela, representando el primer parque para niños en la comunidad.

Adicional, la Dirección Ejecutiva se organizó de forma conjunta con las escuelas de las comunidades de Altos del Roble y El Triunfo, para hacer la fiesta infantil de cierre de fin de año, donde además se contó con la colaboración de concesionarios mediante la donación de; uvas, manzanas y refrigerios, adicional los funcionarios de la Oficina colaboraron con piñatas, decoración y ejecución de los eventos.

ESCUELAS DE ALTOS DEL ROBLE, PLAYA PANAMÁ Y EL TRIUNFO
FIESTA DE FIN DE AÑO





esencial[®]
**COSTA
RICA**

Memoria elaborada por:
Marlin Obando Alvarez
Gerencia General

