

INFORME FINAL DE GESTION 2025 -2026

Instituto Costarricense de Turismo

Reiner Vindas Fallas

29 de Mayo 2026

PRESENTACION

El presente documento constituye el Informe Final de Gestión correspondiente a mi desempeño como miembro de la Junta Directiva del Instituto Costarricense de Turismo durante el periodo comprendido entre el 6 de Agosto del 2025 y el 31 de Mayo de 2026 (PR-SCG-CERT-0204-2025). Su elaboración sigue el esquema requerido, conforme a lo establecido en la Directriz R-CO-61 del 24 de junio de 2005 emitida por la Contraloría General de la República, la cual regula las disposiciones que deben observar los funcionarios públicos obligados a presentar su informe final de gestión, de acuerdo con el inciso e) del artículo 12 de la Ley General de Control Interno D-1-2005-CO-DFOE.

LOGROS ALCANZADOS

La Ley Orgánica del ICT, 1define como una de sus funciones: “Dirigir y realizar en el exterior, por todos los medios apropiados, la promoción necesaria para dar a conocer el país, con el fin de aumentar la llegada de visitantes”. Esta Dirección representa un eje estratégico fundamental para la institución, ya que a través de sus funciones se ejecutan de forma continua iniciativas y acciones de mercadeo que han fortalecido el posicionamiento de Costa Rica como destino turístico en los mercados internacionales.

-En este marco, se vuelve indispensable reforzar la presencia y proyección del país en medios de comunicación tanto internacionales como nacionales, así como sobresalir frente a destinos competidores. La promoción sostenida de Costa Rica en los mercados prioritarios, mediante campañas innovadoras y el uso de canales adecuados que permitan diferenciar la oferta país, constituye un reto permanente orientado a consolidar su posicionamiento y atraer un mayor flujo de turistas.

Asimismo, la captación de visitantes provenientes de mercados tradicionales y emergentes genera importantes beneficios para la economía nacional, al incrementar el gasto promedio, disminuir la estacionalidad mediante una mejor distribución de la demanda a lo largo del año y propiciar el intercambio de conocimientos, la innovación y la creatividad. En este sentido, el fortalecimiento de estrategias de mercadeo dirigidas a promover a Costa Rica como un destino turístico sostenible, resaltando su riqueza natural y cultural, contribuye significativamente al desarrollo del sector turismo y al progreso del país. Esto último ha sido fundamental para que Costa Rica sea catalogado y diferenciado, no solo como un destino de playa y montaña, si no, como un país que prioriza en el mantenimiento de áreas naturales, reservas biológicas, parques nacionales y dando suma importancia al ecoturismo y como participar del mismo entre sus visitantes.

-Entre los principales logros durante mi periodo como director, bajo la Junta Directiva liderada por el señor William Rodriguez en su calidad de Ministro de Turismo, destaca la implementación de una estrategia orientada a mejorar la conectividad aérea. Esta estrategia incluyó la revisión, el replanteamiento, el fortalecimiento e inversión en presentaciones,

publicidad y acciones concretas, dependiendo del mercado, para la atracción de líneas aéreas, lo que permitió concretar nuevos vuelos, ampliar rutas e incrementar las frecuencias de aerolíneas ya presentes en el país.

Importantes ejemplos de lo anterior mencionado : **1)** KLM, operará todo el año entre el Aeropuerto Internacional Juan Santamaria (SJO) y el Aeropuerto de Amsterdam Schiphol (AMS); dicho aumento de frecuencias sumará 22,000 asientos adicionales desde Países Bajos y otras ciudades de Europa **2)** British Airways pasará de tres a cinco frecuencias por semana (Octubre 2026 – Marzo 2027) además que operará desde el aeropuerto de Heathrow (LHR) en lugar de Gatwick), lo cual incrementará en mucho las opciones de conexión ya que Heathrow es el HUB más importante de esta aerolínea, adicionando la posibilidad de conexiones interlineales. **3)** LOT iniciara vuelos Charter desde las ciudades de Varsovia (WAW) y Katowice (KTW); dichas operaciones que además del mercado polaco, captaran otras ciudades del centro de Europa, generaran nuevos ingresos a la provincia de Guanacaste **4)** PORTER operará entre la ciudad canadiense de Toronto (YYZ) y San José, con cuatro vuelos semanales entre diciembre 2026 y abril 2027; dando más opciones a unos de los mayores mercados que visitan Costa Rica. Lo anterior son algunos de los muchos logros que la Administración del Sr. Rodriguez ha conseguido.

Lo anterior pese a los grandes contratiempos que afectan los diferentes mercados turísticos; conflicto en Medio Oriente y las repercusiones que se está teniendo con los precios de los combustibles y estos sobre el aumento en las tarifas aéreas; quiebra de aerolíneas de bajo costo (low cost) como Spirit y creciente oferta en destinos similares al nuestro

-Crecimiento del turismo en Costa Rica; pese a las situaciones mencionadas anteriormente, el 2025 cerro con un aumento en las llegadas internacionales por vía aérea en 2,689,278 visitantes, un 1% mejor que el año anterior (27,790 más visitantes que en 2024); más relevante aún, en el primer trimestre del 2026 se contabilizan 959,738 viajeros por vía aérea, lo que representa incremento del 12,9% con respecto al mismo periodo 2025. Estados Unidos de Norteamérica, Canada y Europa impulsan esta recuperación como destino sostenible de primer nivel.

-Por solicitud del Sr. Ministro, se me solicita integrarme CETIC (Comité Ejecutivo en Tecnologías de información y Comunicación) del Instituto Costarricense de Turismo), debido a que había que sustituir al anterior presidente quien recién había dejado la Institución.

Realizamos diferentes reuniones y presentaciones, enfocándonos en el Plan Estratégico de Tecnologías de la Información 2024-2028, llevándonos a presentar ante la Junta Directiva el “Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y la Comunicación (PETIC) 2026-2028, para la transformación digital para fortalecer la gestión institucional, el cual fue aprobado por la Junta Directiva

-Se aprobaron campañas de promoción internacional orientadas a los mercados de Estados Unidos y Canadá, enfocadas en fortalecer la diferenciación del destino turístico. Estas acciones procuraron integrar propuestas innovadoras y únicas, con el propósito de sobresalir

frente a las estrategias publicitarias que actualmente impulsan otros destinos; a parte se identificaron otros países (Mexico, Argentina, Colombia, etc) en donde se han aumentado los viajes hacia Costa Rica y por ende se ha prestado a la atención necesaria en cuanto a promoción.

El Instituto Costarricense de Turismo está conformado por profesionales altamente capacitados, con amplio conocimiento de su área de trabajo y un fuerte compromiso institucional. Además, dispone de los recursos financieros necesarios para ejecutar sus estrategias y, en términos generales, opera como una estructura eficiente de mercadeo y promoción, impulsando adecuadamente el turismo internacional hacia Costa Rica.

Por último, deseo expresar mi agradecimiento al Sr. Ministro William Rodríguez por la oportunidad de trabajar a su lado y junto a los demás integrantes de la Junta Directiva. El principal objetivo fue siempre promover a Costa Rica como un destino diferenciado frente a otros mercados turísticos. La estrategia más evidente consistió no solo en atraer una mayor cantidad de visitantes, sino también en captar un perfil de turista con estadías más prolongadas y mayor aporte de divisas para el país.

En cada sesión de Junta Directiva prevalecieron la cordialidad, el profesionalismo y la integridad de los señores Directores, así como el compromiso de los equipos de los distintos departamentos técnicos, legales, contables y administrativos. A todos, muchas gracias por su apoyo y orientación.

Reiner Vindas Fallas

Ced. 1-0610-0889