

MEMORIA INSTITUCIONAL 2024



Catarata de La Paz



Isla Tortuga



Monteverde



INSTITUTO
COSTARRICENSE DE
TURISMO

Memoria Institucional 2024



Aprobada en Sesión Ordinaria Presencial N° 6327 realizada por la Junta Directiva del Instituto Costarricense de Turismo, en el APARTADO 2, “Rendición de Cuentas”, Inciso I, celebrada el lunes 05 de mayo de 2025, según comunicado de acuerdo SJD-110-2025.

Índice

4	Junta Directiva
5	Costa Rica en 2024: Consolidación, crecimiento y reconocimiento global
12	Organigrama
13	Secretaría de Actas
18	Gerencia General
40	Auditoría Interna
46	Unidad de Planificación Institucional
50	Asesoría legal
69	Departamento de Tecnologías de la Información
73	Dirección Administrativa Financiera
86	Departamento Financiero
97	Departamento de Administración Tributaria
104	Departamento Administrativo
117	Departamento de Proveeduría
126	Dirección de Mercadeo
128	Departamento de Estrategia de Marca y Comunicación
185	Departamento de Promoción y Desarrollo de Segmentos Especializados
196	Departamento de Promoción y Desarrollo del Segmento Vacacional
255	Dirección de Competitividad y Sostenibilidad Turística
265	Departamento de Centros Regionales para el apoyo del Turista y el Empresario
269	Departamento de Gestión y Registro de Empresas Turísticas
274	Departamento de Atención al Turista (DATU)
279	Departamento de Sostenibilidad Turística
283	Departamento de Conectividad y Atracción de Inversiones
289	Departamento de Gestión Estratégica y Sostenible del Centro de Convenciones de Costa Rica
295	Dirección de Estrategia Turística
300	Departamento de Desarrollo Turístico
330	Departamento de Estadística Turística
333	Departamento de Planeamiento Turístico
340	Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos (CIMAT)
360	Polo Turístico Golfo Papagayo 2024

Junta Directiva





Costa Rica en 2024: consolidación, crecimiento y reconocimiento global



El año 2024 fue un periodo de consolidación y crecimiento sin precedentes para la industria turística de Costa Rica. Impulsados por la exuberante biodiversidad del país, el compromiso con la sostenibilidad y la oferta turística única, continuamos ganando el corazón de los viajeros de todo el mundo. La cifra de 2 661 488 turistas que llegaron por vía aérea, un aumento del 7,7% con respecto al 2023, es testimonio de nuestro continuo posicionamiento como un destino de clase mundial.

América del Norte, nuestro principal mercado, alcanzó cifras históricas con 1 936 937 visitantes, un crecimiento del 10,3%. Estados Unidos se mantiene como el líder en emisores de turistas con 1 587 138 llegadas, un 10,9% más que el año anterior. Canadá, por su parte, registró un sólido aumento, consolidándose como un mercado en constante crecimiento y con alto potencial de desarrollo.



Este destacado logro es fruto de una estrategia innovadora y efectiva de promoción internacional de Costa Rica en mercados clave. A través de campañas publicitarias, relaciones públicas, alianzas estratégicas, viajes de familiarización y una presencia reforzada en ferias internacionales, Costa Rica ha consolidado un crecimiento sostenible en su industria turística.

En los principales mercados de Estados Unidos y Canadá, lanzamos la campaña publicitaria "More Essential than Ever", con impacto en ciudades estratégicas como Nueva York, Los Ángeles, Chicago, Atlanta, Dallas, Seattle, Houston, Miami, Filadelfia, Phoenix, San Diego, Boston, San Francisco, Toronto, Calgary, Montreal y Vancouver.

A través de acciones de relaciones públicas, logramos la publicación de 1.480 artículos en medios de gran alcance y nicho, de los cuales 189 fueron en EE.UU. y Canadá, y 1.291 en México.

Para fortalecer el posicionamiento de Costa Rica como destino turístico, establecimos alianzas con GoPro, Starbucks, Matador Network, Cirque du Soleil, W Network y Food Network CAN. Además, patrocinamos eventos y campañas clave, como clases de yoga en el Anfiteatro Red Rocks en Denver, la campaña en Canadian Geographic y la presencia de marca en el Grand Central Holiday Fair de Nueva York.

El impacto en redes sociales también fue notable: Visit Costa Rica experimentó un crecimiento significativo, con un total de 1.500.589 seguidores, más de 694 millones de impresiones y cerca de 1,5 millones de interacciones.

México

Realizamos diversas alianzas y proyectos, entre ellas destaca nuestra participación en Sabor es Polanco, donde ofrecimos muestras gastronómicas a miles de asistentes. Además, publicamos la guía de Costa Rica en Food & Travel, con un alcance de 20 millones de personas.



Costa Rica fue el único destino internacional invitado al Forever Wedding Summit y también participamos en el proyecto RockStar Chef, para promover nuestra gastronomía en los hoteles Hard Rock en Los Cabos y Puerto Vallarta.

Llevamos a cabo la primera misión comercial en Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, con la participación de empresarios costarricenses y aerolíneas como Aeroméxico y Volaris. Asimismo, inauguramos la ruta Guadalajara-San José con acciones de relaciones públicas para fortalecer la conectividad.

Europa

Impulsamos estrategias publicitarias en Europa, como por ejemplo una impactante campaña en el metro de Londres para reforzar la visibilidad de Costa Rica como destino. Contratamos agencias especializadas en Alemania, España, Francia y Reino Unido y logramos 63 proyectos estratégicos con medios y operadores turísticos clave.

En España, colaboramos con *National Geographic* y obtuvimos cobertura en *Condé Nast Traveller* y *Lonely Planet*, lo que posicionó al país en publicaciones de alto prestigio. En Francia, llevamos la marca Costa Rica a las calles con una innovadora campaña de Street Marketing, mediante 150 taxis eléctricos decorados tropicalmente en París. Mientras tanto, en Reino Unido, implementamos acciones estratégicas en las estaciones del metro de Londres, que captaron la atención de potenciales viajeros.

Brasil

En términos de conectividad, logramos una expansión histórica con la inauguración del primer vuelo directo entre Brasil y Costa Rica operado por GOL Linhas Aéreas, que conecta desde noviembre de 2024 a nuestro país con São Paulo, la capital financiera y cultural de Brasil. Este hito refuerza nuestra presencia en Sudamérica y abre nuevas oportunidades para la llegada de turistas de este mercado emergente. En ocasión de este acontecimiento lanzamos una intensa estrategia de



promoción en Brasil. Organizamos la *Noche de Costa Rica en São Paulo*, realizamos una gira de medios en la ciudad y activamos una campaña en redes sociales para consolidar la presencia de nuestro destino en este mercado emergente.

Ferias Internacionales y MICE

Llevamos la marca Costa Rica a 20 ferias internacionales de turismo en América, Europa y Asia, con la participación de 91 empresas costarricenses. Destacamos en eventos clave como FITUR (Madrid), ITB (Berlín), IMEX (Frankfurt y Las Vegas) y WTM (Londres y Latinoamérica).

El 2024 marcó además el regreso de Costa Rica a las ferias de turismo de aventura en Estados Unidos y Canadá, con presencia en siete eventos clave para promover nuestras experiencias de ecoturismo y deportes extremos.

Debutamos en la feria internacional de turismo náutico Fort Lauderdale International Boat Show (FLIBS), atrayendo a un segmento de alto poder adquisitivo interesado en la navegación y el turismo costero.

La diversificación de mercados fue otro de nuestros pilares estratégicos. Participamos por primera vez en la feria Vitrina Turística de ANATO en Bogotá para fortalecer nuestra presencia en Suramérica, y en el World Travel Market Latin America (WTM LATAM) para atraer visitantes de Brasil, Chile y Argentina. Además, impulsamos el posicionamiento de Costa Rica en mercados emergentes del norte de Europa y el Reino Unido con una delegación empresarial en Copenhague, Estocolmo y Edimburgo.

El turismo de reuniones (MICE) tuvo un año excepcional, con la confirmación de Costa Rica como sede de FIE expo Latin America para los años 2025, 2026 y 2027, con la consecuente consolidación de nuestro posicionamiento como un destino líder para congresos y convenciones en la región. Además, fortalecimos la industria de reuniones a través del programa de Embajadores de Turismo de Reuniones y talleres enfocados en calidad de servicios.



Campañas y Alianzas Cooperativas

Nuestro enfoque en campañas integrales y apoyos cooperativos tiene como objetivo maximizar la inversión en promoción turística, con la involucración del sector privado nacional e internacional para potenciar los recursos presupuestarios y lograr un mayor impacto.

En este sentido, impulsamos 23 campañas cooperativas con aerolíneas y mayoristas para fortalecer la conectividad y promocionar Costa Rica como destino turístico. Del total de colaboraciones, el 39,13% (9 alianzas) se establecieron con aerolíneas y socios estratégicos; el 60,86% restante (14 campañas) se realizó en conjunto con mayoristas. Como resultado de estas acciones, promocionamos más de 355.000 asientos en vuelos hacia Costa Rica, impulsamos el turismo y facilitamos el acceso de más viajeros a nuestro destino.

Destacan acuerdos con GOL, Air Canada, Air France, KLM y Volaris, así como con mayoristas de prestigio como TUI, DER Touristik y Cox & Kings.

Viajes de familiarización (FAM trips)

Atendimos a 169 periodistas de mercados clave y 309 agentes de viajes internacionales, quienes exploraron destinos icónicos como el Caribe Sur, Monteverde, Guanacaste y Tortuguero, entre otros. Gracias a estas experiencias inmersivas, los asistentes vivieron de primera mano la oferta turística de Costa Rica, con lo que incentivamos su promoción en medios de comunicación y agencias de viajes a nivel internacional.

Trabajo local

Mientras proyectamos a Costa Rica en mercados internacionales, también trabajamos de la mano con la comunidad local. La campaña "Vamos a Turistear" generó un importante impacto e invitó a los costarricenses a redescubrir su propio país. Alcanzamos a más de 5 millones de usuarios a través de publicidad digital y redes sociales. Desarrollamos contenido audiovisual sobre las diferentes regiones



del país, promovimos así la diversidad turística y cultural de Costa Rica, e invitamos a los costarricenses a conocer y disfrutar su propio país.

Paralelamente, avanzamos con el Programa de Gestión Integral de Destino para asegurar que todos los rincones de Costa Rica se beneficien de la industria turística, al tiempo que mejoramos la competitividad de los destinos turísticos, una tarea prioritaria para el Instituto Costarricense de Turismo. En 2024, logramos que el 93% de los centros de desarrollo turístico del país contaran con un plan de gestión de destino, una cobertura de 30 de los 33 Centros de Desarrollo Turístico del país. Para 2025, se espera alcanzar la totalidad con la inclusión de Conchal, Flamingo y Drake. Este avance refuerza nuestra estrategia de crecimiento ordenado y sostenible, y garantiza que todas las regiones del país puedan aprovechar las oportunidades que brinda el turismo.

Destaca también como un hito significativo del año 2024 la culminación del Plan Maestro de Desarrollo Turístico de la Zona Costera de Limón, presentado al Presidente de la República, Sr. Rodrigo Chaves Robles, un plan que fue liderado por el Instituto Costarricense de Turismo. Esta hoja de ruta transformará la zona costera del Caribe en un destino competitivo, sostenible y alineado con su identidad cultural y natural. A partir de 2025, el Ministerio de Planificación será el encargado de su implementación.

Infraestructura y seguridad

La mejora de la infraestructura es un componente esencial de nuestro compromiso por brindar una experiencia completa y segura. Para adelantar proyectos clave como la construcción de un atracadero en el Parque Nacional Isla San Lucas, firmamos en mayo 2024 un convenio de cooperación con la Junta Directiva de dicho parque. Este atracadero, cuyo costo de construcción se estima en ₡825,5 millones y ₡22 millones para la supervisión de la obra, sustituirá el embarcadero actual que está en mal estado y afecta el acceso a la isla; contribuirá con la protección de la biodiversidad del Parque Nacional, el impulso del ecoturismo, encadenamiento de servicios y el desarrollo de las comunidades dentro del área de influencia.



En seguridad turística, iniciamos la construcción de dos nuevas sedes de la Policía Turística, una en Cahuita, Limón y otra en Santa Teresa, Puntarenas. Ambas obras, totalmente financiadas por el ICT con una inversión de ₡694 millones, serán inauguradas en el primer y segundo trimestre de 2025 y posteriormente donadas al Ministerio de Seguridad Pública.

Reconocimiento internacional

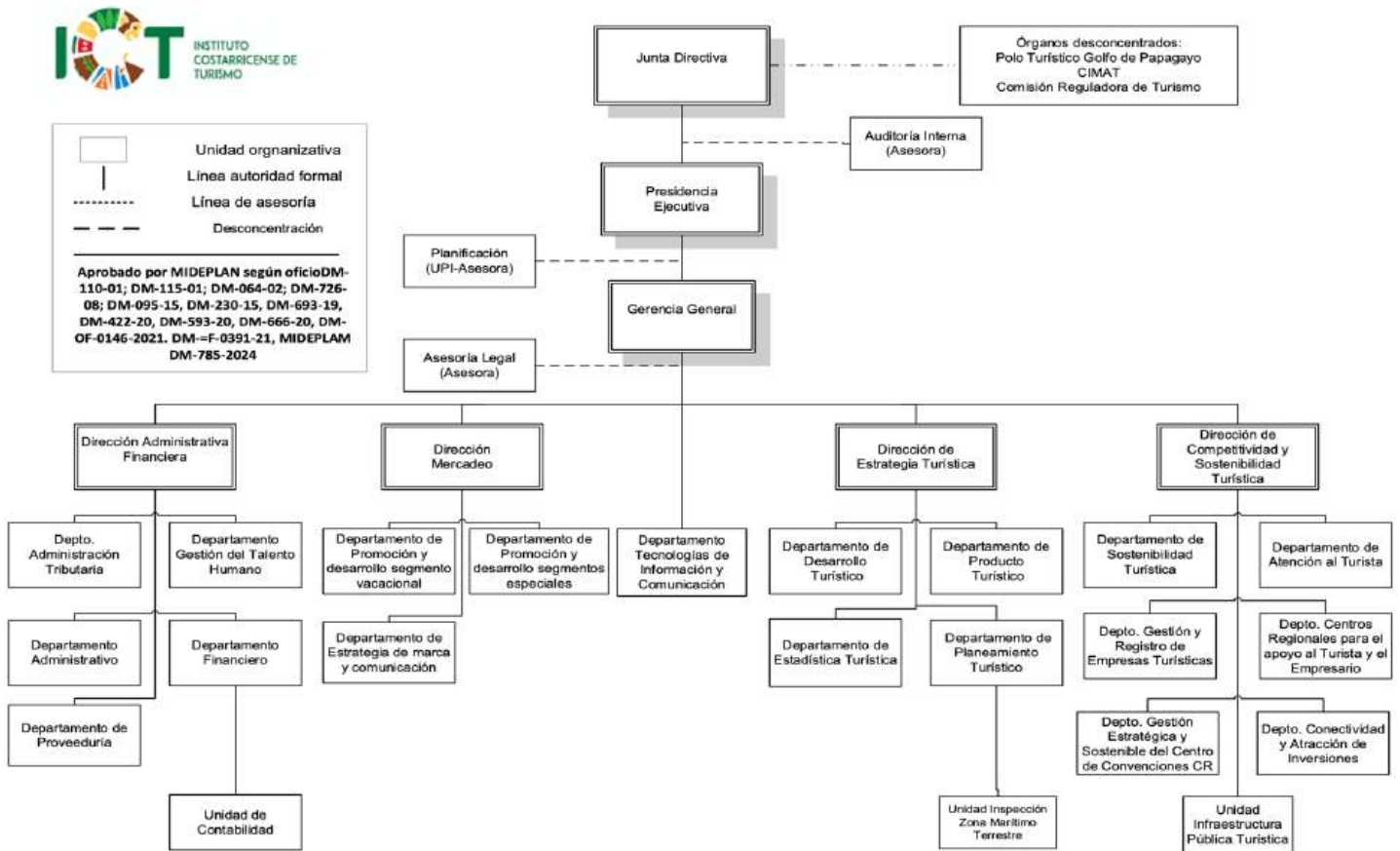
Finalmente, Costa Rica alcanzó un reconocimiento sin precedentes al asumir en 2024 la presidencia del Comité de Turismo y Sostenibilidad de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (ONU Turismo) por cuatro años, un reflejo del liderazgo de nuestro país en turismo sostenible. Como si fuera poco, obtuvimos la presidencia de ISTO Américas para el periodo 2024-2026 y la secretaría ejecutiva del Grupo de Acción Regional de las Américas (GARA) para ese mismo período, un espaldarazo a nuestro compromiso con el turismo responsable y la protección de la niñez.

El 2024 nos ha demostrado que Costa Rica no solo es un destino admirado, sino también un líder global en turismo regenerativo y responsable. La historia de este año es la historia de un país que sigue enamorando al mundo y batiendo récords. Seguimos adelante, con la certeza de que lo mejor está por venir.

Con gratitud,

William Rodríguez López
Ministro de Turismo
Instituto Costarricense de Turismo

Organigrama





Secretaría de Actas

El trabajo de la Secretaría de Actas se basa en la planificación, organización, logística, apoyo y asesoramiento en general, para la atención de las reuniones de la Junta Directiva, el Consejo Director del Polo Turístico Golfo de Papagayo, Comisión Reguladora de Incentivos Turísticos, el Consejo Director de la Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos – CIMAT, la Comisión Nacional de Acreditación de Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), la Comisión Mixta de Mercadeo, la Comisión Nacional de Guiado de Turismo (CONAGUITUR) y el Comité de Auditoría y Riesgos (CAR).

La labor fundamental de esta Secretaría de Actas es la de coordinar las agendas, preparar la documentación correspondiente, asistir a las sesiones de cada órgano colegiado y a partir de ahí, elaborar las actas, redactar las resoluciones tomadas, confeccionar los acuerdos y comunicarlos en el menor plazo posible a las instancias que correspondan.

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, informar a cada órgano colegiado de manera periódica el nivel de ejecución, llevar los libros oficiales de actas al día, así como coordinar con la Presidencia, Gerencia General, Dirección Ejecutiva del Polo Turístico Golfo Papagayo, la Dirección Ejecutiva de la Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos, la Secretaría Técnica de la Comisión Reguladora de Incentivos Turísticos, la Secretaría Técnica de la Comisión de Acreditación, la dirección de Mercadeo, la Dirección de competitividad y Sostenibilidad Turística, el Presidente de la CONAGUITUR y el Presidente de la Comisión de Auditoría y Riesgos, las agendas y documentación respectiva para conocer en las sesiones correspondientes, de conformidad con lo establecido en materia de Gobierno Corporativo.

Se coordina desde la Secretaría de Actas la confección de todas las convocatorias a



las sesiones ordinarias y extraordinarias, así como la preparación del orden del día y la remisión de los documentos de cada sesión, por medio de los micrositos que cada órgano colegiado tiene en la web institucional.

La Secretaría de Actas distribuye en tiempo todos los acuerdos dirigidos a las direcciones, departamentos, administrados y entidades externas según corresponda. Confecciona y actualiza los Libros Oficiales de Actas Digitales, da seguimiento a la correspondencia, prepara informes, asiste a reuniones estratégicas, participa en giras de trabajo en donde se realicen sesiones, elabora todas aquellas acciones ejecutivas, administrativas y de logística que se requieran, propias de su cargo.

Adicionalmente, dentro de las responsabilidades de la Secretaría de Actas está el llevar 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 de llevar el 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 y de la oficina de la Secretaría de Actas.

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.

Durante el período 2024 se confeccionaron 99 Actas entre los 8 órganos colegiados a cargo, con un aproximado de 719 acuerdos elaborados y comunicados, de los cuales se les llevó el seguimiento a todos, dando como resultado un nivel de ejecución global por encima del 93%.



Junta Directiva:

En el año 2024 la Junta Directiva realizó un total de 34 sesiones, de la N° 6279 de fecha 15 de enero de 2024 a la sesión N° 6313, celebrada 16 de diciembre de 2024.

Respecto a la cantidad de acuerdos tomados durante ese año, se dictaron 270 resoluciones, ejecutándose al final del año aproximadamente el 94,44 %.

El señor 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 22 ocasiones, iniciando en fecha 15 de enero y finalizando el 16 de diciembre. Se tomaron 168 acuerdos, de los cuales a fin de año se habían ejecutado el 90%.

Comisión Reguladora de Turismo de Incentivos Turísticos, Ley 6990:

En el año 2024 la Comisión Reguladora celebró un total de 7 sesiones (de la N° 898 de fecha 05 de febrero a la N° 904 del 19 de diciembre).

La Comisión Reguladora de Incentivos Turísticos, tomó 62 acuerdos, de los cuales al final del año se habían ejecutado aproximadamente el 89 %.

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

En el año 2024 la Comisión Nacional de Acreditación celebró un total de 10 sesiones (de la N° 01 de fecha 23 de enero, a la N° 10 del 17 de diciembre). Dicha Comisión tomó 110 acuerdos, ejecutándose al final del año el 99 %.

Comité Mixto de Mercadeo:

En el año 2024 el Comité Mixto de Mercadeo celebró solo una sesión en fecha 09 de abril. En esa sesión se tomaron 7 acuerdos, de los cuales al cierre del año estaban



al 100 % ejecutados.

Comisión Nacional de Guiado de Turismo:

En el año 2024 la Comisión Nacional de Guiado de Turismo celebró un total de 7 sesiones (de la N° 01 de fecha 13 de febrero a la N° 07 del 27 de noviembre). Se tomaron 38 acuerdos, de los cuales al final del año se habían ejecutado aproximadamente el 79 %.

Consejo Director de la Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos – CIMAT.

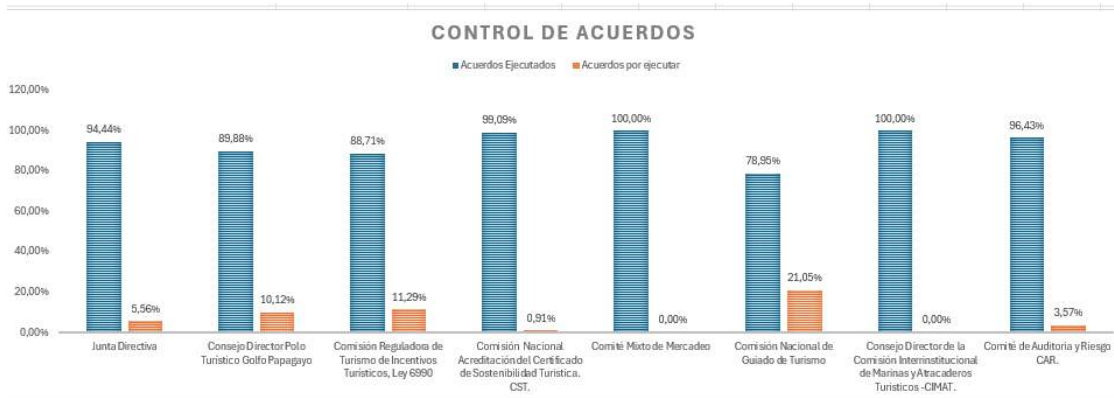
En el año 2024 el Consejo Director de la Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos celebró un total de 11 sesiones (de la N° 01 de fecha 16 de febrero a la N° 11 del 17 de diciembre).

El Consejo Director tomó 36 acuerdos, de los cuales al final del año se había ejecutado el 100 %.

Comité de Auditoría y Riesgo (CAR)

El Comité de Auditoría y Riesgo (CAR) celebró un total de 7 sesiones (de la N° 01- de fecha 22 de enero a la N° 07 del 17 de octubre. Tomó 28 acuerdos, de los cuales al final del año se había ejecutado aproximadamente el 96,43 %.

Órganos	Sesiones 2024	Acuerdos Tomados	Acuerdos Ejecutados		Acuerdos por ejecutar	
			Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo
Junta Directiva	34	270	255	94,44%	15	5,56%
Consejo Director Polo Turístico Golfo Papagayo	22	168	151	89,88%	17	10,12%
Comisión Reguladora de Turismo de Incentivos Turísticos, Ley 6990	7	62	55	88,71%	7	11,29%
Comisión Nacional Acreditación del Certificado de Sostenibilidad Turística. CST.	10	110	109	99,09%	1	0,91%
Comité Mixto de Mercadeo	1	7	7	100,00%	0	0,00%
Comisión Nacional de Guiado de Turismo	7	38	30	78,95%	8	21,05%
Consejo Director de la Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos -CIMAT.	11	36	36	100,00%	0	0,00%
Comité de Auditoría y Riesgo CAR.	7	28	27	96,43%	1	3,57%



Gerencia General



La Gerencia General en su condición de administrador general del Instituto Costarricense de Turismo, organiza y coordina a todas sus dependencias para el desarrollo efectivo de la gestión institucional.

Buena parte del tiempo efectivo de esta gerencia general se destina a atender temas de índole administrativos, los que consideran como el público primario a las distintas unidades internas del ICT, funciones no tan visibles por ser parte del día a día, pero trascendentales para el correcto funcionamiento de la institución.

En ese sentido, se presenta un resumen de las actividades más relevantes desarrolladas por esta gerencia general durante 2024.



1. Contraloría de Servicios

Las actividades realizadas en este período por parte de la Contraloría de Servicios se pueden dividir en ejes básicos, a saber: Atención al Cliente (solicitud de información, denuncias a terceros), Mejora Regulatoria, y finalmente, Ética y Valores, temas que se detallan con más profundidad seguidamente:

Atención al cliente:

- Se aplicó una encuesta para medir la Percepción de Usuario Externo generando un informe que fuera entregado para proponer mejoras.
- Se realizó una evaluación del Servicio para el Cliente Interno, identificando oportunidades de mejora de los diferentes departamentos analizados. De lo anterior también se generó un informe final.
- Se le dio seguimiento a uno de los elementos de mejora más sensible en la institución, mediante una campaña de sensibilización a las personas funcionarias, en el tema de Servicio al Cliente, dirigida directamente a la "Atención telefónica". Al respecto, se compartió una serie de técnicas semanalmente, en estos se comunicaron temas como la amabilidad en la atención al cliente, mantener un lenguaje positivo, y otros. En esta campaña se utilizó la imagen de una mascota con el fin de poder captar más la atención y no hacer monótona la información.
- Se mantuvo la atención a los usuarios tanto en forma personalizada como por medios electrónicos. Dando solución a gestiones internas de la institución, orientándoles en el caso donde dicha solución tenía que ser dada por otras instituciones.
- En coordinación con el Departamento de Gestión de Talento Humano se brindó inducción a compañeros de reciente ingreso en los temas de la Comisión de Ética y la misma Contraloría de Servicios.

Dentro de los puntos que fueron trabajados en el período en el tema de Mejora Regulatoria y Simplificación de trámites se deben mencionar los siguientes:

- Se dio seguimiento y término al proceso planteado por el Ministerio de Economía Industria y Comercio con respecto a la depuración y actualización



del Catálogo Nacional de Trámites, quedando incluidos todos los trámites que son aplicables al usuario por parte del ICT a la fecha.

- De conformidad con las disposiciones establecidas en el artículo 11 de la Ley de Protección al Ciudadano del Exceso de Requisitos y Trámites Administrativos, Ley N° 8220 y su reforma, y el artículo 19 del Reglamento a dicha Ley, Decreto Ejecutivo N° 37045-MP-MEIC y sus reformas, se realizó el análisis respectivo, de la información proporcionada por los diferentes departamentos, además se mantuvieron reuniones con funcionarios del Ministerio de Economía con respecto al Plan de Mejora Regulatoria para el 2025, del actual se concluyó que el mismo quedaría sin efecto para este período.
- Se colaboró activamente con el Oficial de Simplificación de Trámites, dando seguimiento a los solicitado por el MEIC.
- Se mantuvo participación en las capacitaciones realizadas por el MEIC.

2. Presupuestos, PAO, riesgos

Como parte de las actividades que desarrolla la Gerencia general se da seguimiento semestral a las metas del Plan Estratégico Institucional (PEI), Avances trimestrales de las metas del Plan Anual Operativo, justificación presupuestaria anual, presupuesto ordinario I y II semestre (gastos operativos, proyección mensual), modificaciones presupuestarias. Además, se identifican, analizan y se administran los riesgos asociados a cada meta. Por otro lado, se atienden las solicitudes de adjudicación por participación en ferias internacionales del ICT en apoyo a las actividades de promoción internacional y se ejecutan actividades relacionadas a Control Interno.

3. Seguimiento de recomendaciones y sugerencias de los informes emitidos por la Auditoría Interna

La tabla siguiente incluye las recomendaciones y sugerencias emitidas por la Auditoría Interna desde 2021, dado que aún bajos porcentajes pendientes desde ese año. El cumplimiento promedio en la implementación total de los informes y servicios preventivos emitidos entre el período 2021 al 2024 es cercano al 76%.



Año	Emitidas	Cumplidas		Parcialmente Cumplidas		Pendiente		% Cumplimiento por año
2021	68	67	99%	1	1%	0	0%	99%
2022	95	93	98%	2	2%	0	0%	98%
2023	84	65	77%	16	19%	3	4%	77%
2024	65	12	18%	28	43%	25	38%	18%
Total	312	237	76%	47	15%	28	8%	76%

Fuente: Hoja de Excel de Auditoría Interna

También se brinda apoyo sustancial a distintas Unidades en la Institución, mediante resoluciones, reuniones realizadas y asesorías de los asuntos pendientes con los auditados y criterios, se emitieron a las diferentes Unidades información en relación con el cumplimiento de requerimientos de la Auditoría Interna, así como información a otras Unidades.

Resoluciones emitidas del 2021 al 2024

Años	Cantidad de oficios por criterio
2021 período completo	133
2022 período completo	155
2023 periodo completo	230
2024 período completo	175

Fuente: Consecutivo Gerencia General.

1. Cooperación Internacional

Seguidamente se detallan las acciones más destacadas en relación con la Cooperación Internacional:

- Atención al CI-MRC-OFI-0990-2023. Coordinación sobre la solicitud de diálogo sobre turismo comunitario Costa Rica- Jamaica. Informe DET-D-434-2024, con el objetivo de realizar presentación y compartir conocimientos sobre los modelos de turismo comunitario implementados en Costa Rica, aprender sobre el enfoque "bottom-up", el cual promueve la participación de las comunidades locales en el desarrollo y gestión del turismo, así como las políticas públicas de Costa Rica en materia de turismo comunitario.



- Coordinación con Gerencia Área de Cooperación Internacional de MIDEPLAN para una capacitación para el día 22 de febrero de 2024 dirigida a los directores institucionales sobre el tema: **Gestión de la cooperación internacional técnica y financiera no reembolsable, Ley, responsabilidades e implicaciones**, abarcando contenidos como Ley 5535 de Planificación Nacional, Artículo 11. 1974, Decreto Ejecutivo 43951-PLAN-RE, Decreto Ejecutivo 39236-PLAN-RE-Política de Cooperación Internacional y Decreto Ejecutivo 23323-PLAN y sus reformas.
- Se coordinó con las direcciones internas para conocer propuestas de temas de Cooperación Internacional requeridos para el logro de los objetivos institucionales establecidos en el PEI.
- Se hizo entrega a MIDEPLAN del informe: "**Gestión de destinos turísticos responsables con la biodiversidad y resilientes ante crisis sanitaria, Costa Rica-República Dominicana**".



- Se comunicó internamente la infografía que nos hace llegar Mideplan: "Marco de Cooperación de las Naciones Unidas 2023-2027 y la gestión de la cooperación internacional", en la que se han incluido las prioridades estratégicas plasmadas en el Marco de Cooperación de Naciones Unidas y algunas de las acciones que de manera conjunta han realizado las Agencias. 26 de febrero 2024.

Además, se circula a las Jefaturas y a personas funcionarias los Programas de Cooperación Internacional trasladadas a las Jefaturas de la Institución:

Convocatorias

Apertura II convocatoria de 2024: programa de envío de voluntarios japoneses para la cooperación con el extranjero (jocv), de Jica. G-1523-2024.

Apertura convocatoria para la presentación de proyectos en el marco de la celebración de la iii reunión de la comisión mixta bilateral de cooperación entre las repúblicas de Costa Rica y Ecuador.

Apertura convocatoria para la presentación de proyectos en el marco del programa de envío de voluntarios japoneses para la cooperación con el extranjero (jocv). Comunicado - programa de voluntarios de Jica - Japón abre i convocatoria 2024.

Apertura convocatoria para la presentación de proyectos en el marco de la celebración de la X Reunión de la Comisión Mixta de Cooperación Técnica, Científica, Cultural, Educativa y Deportiva entre las Repúblicas de Costa Rica y Colombia.

Se envían comunicados de Mideplan distribuidos a lo interno de la institución:

Comunicados

Costa Rica y Ecuador continúan fortaleciendo relaciones de cooperación bilateral.

Mideplan avanza en el cumplimiento de la Ley 10.096 para impulsar el Desarrollo Regional en Costa Rica.

Costa Rica, México y Ecuador trabajan en conjunto para mejorar la gestión de áreas protegidas.

Invitación a conferencia en línea titulada "Desarrollo inclusivo y sostenible a través del comercio digital y el comercio electrónico", 26 y 27 de marzo, Comisión Económica y Social para Asia y el Pacífico (CESPAP), por medio de la Secretaría Cibernética de FOCALAE.



Programa Adelante 2 impulsa el desarrollo de proyectos en zonas rurales y costeras: “Destinos turísticos inteligentes: tecnologías de información y comunicación aplicadas al turismo”.

Se envían invitaciones de convocatorias de becas trasladadas a lo interno de la Institución:

Convocatorias

Convocatoria 671-2024. Programa de becas del gobierno chino.

Convocatoria 692-2024. Becas UOC Maestrías 2025 | 13 de enero 2025.

Convocatoria 646-2024. Programas de Postgrado de la Escuela Europea de Dirección y Empresas - EUDE, ofrecido por la Universidad EUDE.

Convocatoria 676-2024. Plan de Becas Parciales para Maestrías Tecnológicas.

Convocatoria 677-2024. Global Undergraduate Exchange Program (Global UGRAD).

Convocatoria 679-2024. Webinars Sesión Informativa Regional de Erasmus+ para América Latina.

Convocatoria 683-2024. Programa de Becas para Maestrías en Corea del Sur.

Convocatoria 639-2024. Beca de la Universidad de Twente 2025 en los Países Bajos.

Convocatoria 615-2024. Curso de Extensión en Diplomacia Científica-Chile.

Convocatoria 625-2024. Becas Perú-programa titulado Scholarship Programme 2025 ofrecido por la Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPHC).

Convocatoria 617-2024. Programa Anual de Cursos de Corta Duración para Transporte Marítimo para Extranjeros (PACCD).

Convocatoria 527-2024. Programa de Becas de la Cooperación Sur-Sur de la República de Chile, ofrecido por la Agencia Chilena de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AGCID.

Convocatoria 269-2024. Curso "Empoderamiento de las personas con discapacidad y necesidades especiales", Programa de Cooperación de Singapur.

Convocatoria 270-2024. Curso "Desarrollo comercial y empresarial", Programa de Cooperación de Singapur.

Convocatoria: 135-2024. Programa de Idioma Japonés para Oficiales del Servicio Exterior y funcionarios Públicos 2024-2025 ofrecido por el Ministerio de Asuntos Exteriores de Japón y la Fundación Japón.

Convocatoria 281-2024. Curso “Digital Economy, E-Commerce and Artificial Intelligence” (AI), Programa de Cooperación de Singapur.



Convocatoria 261-2024. Programa de la Universidad de Khazar para Mujeres para nivel de licenciatura, maestría y doctorado, Becas ofrecidas por la Embajada de Azerbaiyán para el año 2024/2025.

Convocatoria 262-2024. Programa de Becas de Éxito de la Universidad de Khazar en niveles de bachillerato, maestría y doctorado, ofrecidas por la Embajada de Azerbaiyán para el año 2024/2025.

Convocatoria: 449-2023. Doctorado Asalariado en Ciencias Sociales en la Universidad de Amsterdam

Convocatoria 527-2024. Becas de la Cooperación Sur-Sur de la República de Chile. Becas de doctorado INPHINIT: Convocatoria Incoming 2025 y Convocatoria Retaining 2025.

Otras becas disponibles comunicadas:

Comunicados

Becas Indonesia Satya Wacana International Scholarship.

I Programa de Becas 2025 | 15 de noviembre 2024- Perú, programa titulado Scholarship Programme 2025 ofrecido por la Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPHC).

Webinars de Sinergias entre Erasmus+ y las Acciones Marie Sklodowska Curie: Conectando con el Enfoque Global de la UE para la Investigación y la Innovación” para América Latina, el Caribe y el Pacífico ofrecido por Erasmus, la Comisión Europea.

Seminario sobre la computación en nube y Big Data para los países latinoamericanos.

Webinars Becas Walton.

Webinars ¿Cómo estudiar la universidad en Estados Unidos?

Seminarios ofrecidos por el Ministerio de Comercio de la República Popular China, abril 2024.

Como parte de las actividades de Cooperación Internacional, el 15 de marzo del 2024 se remitió el siguiente link para consulta de todas las becas disponibles que coordina el Ministerio de Relaciones Exteriores de nuestro país:

<https://www.rree.go.cr/?sec=servicios&cat=becas>.



Invitaciones distribuidas a las personas funcionares institucionales

Comunicados

Invitación I Seminario Iberoamericano de Ética Judicial forma remota.

MIDEPLAN abre concurso público para realizar estudio de regionalización.

Apoyo continuo a emprendedores turísticos de diferentes zonas del país por medio de remisión de comunicados de interés:

Comunicados

Curso Virtual "Trata de personas para el personal de Turismo, OIM, CONATT, ICT. 30 de julio 2024.

Jornada Astroturismo, ICT, 16 de abril 2024.

Capacitación Virtual: ¡Conozca el Código de Conducta y Combata la Trata de Personas! , 14 de marzo 2024.

Taller virtual y certificación Red SOFIA-ICT, 06 de marzo 2024.

Invitación Webinars Día Internacional de la Mujer, Comisión institucional para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres-ICT y ONU Turismo. 1 de marzo 2024.

Programa Apoyo al Emprendedor, Meic, becas dirigidas a emprendedores. 17 de mayo 2024.

Convocatoria Evaluación de VII Sello Artesanal.

Convocatoria Evaluación VI Sello Artesanal.

Apoyo al Programa Sello Costa Rica Artesanal:

Se atiende la evaluación de productos artesanales asignados por el Meic para las convocatorias: Convocatoria Evaluación de VII Sello Artesanal; Convocatoria Evaluación VI Sello Artesanal.

5. Salud Ocupacional

En relación con la Oficina de Salud Ocupacional, a pesar de que las funciones estuvieron temporalmente trasladadas a Gestión del Talento Humano, se incluyen un reporte con las principales actividades desarrolladas:



VI Simulacro Nacional, 2024: el VI Simulacro Nacional de 2024 se llevó a cabo con éxito en el edificio ICT, cumpliendo con su objetivo principal: fortalecer la preparación del personal para afrontar emergencias. Este ejercicio permitió capacitar a la brigada de emergencias, evaluar rutas de evacuación y detectar áreas de mejora en la gestión de emergencias.

El simulacro tuvo como metas:

1. Garantizar la participación activa de todo el personal.
2. Preparar al equipo para reaccionar ante emergencias reales.
3. Entrenar a la brigada de emergencias en evacuación efectiva.
4. Identificar oportunidades de mejora en los protocolos de evacuación.

Fases del Simulacro

1. Preparación: se tomaron acciones clave:
 - Se reclutaron más de 20 voluntarios debido a la falta de brigadistas.
 - Se implementó temporalmente la alarma de puertas de emergencia por ausencia de un sistema adecuado.
 - Se gestionaron insumos básicos mediante préstamos, aunque la falta de botiquines sigue pendiente.
 - Se distribuyeron rutas de evacuación y protocolos al personal, incluyendo alternativas para teletrabajadores.
 - Se organizaron reuniones pre y post-operativas para coordinar y analizar el evento.
2. Desarrollo del Simulacro: a las 10:00 a.m., se activó la alarma, iniciando la evacuación liderada por responsables de cada ala del edificio y apoyada por barredores. En el punto de reunión:
 - Se verificó la asistencia del personal.
 - Se simuló el tiempo de espera durante una emergencia real.
 - Posteriormente, se inspeccionó el edificio y se ordenó el reingreso por pisos.
 - Resultados del Simulacro.
 - Aspectos positivos

- El sistema de alarma funcionó adecuadamente en ciertas áreas.
- Las rutas de evacuación fueron efectivas y seguras.
- La organización y coordinación en el punto de encuentro fueron óptimas.
- Los líderes cumplieron sus roles con claridad.
- La actividad contó con una alta participación del personal.
- Oportunidades de mejora
 - La alarma no fue audible en todo el edificio (especialmente en el sótano). Se requiere un sistema de alerta más potente.
 - Es necesario fomentar una cultura de emergencia, ya que algunos empleados no tomaron el ejercicio con seriedad.
 - La falta de señalización en el edificio limita la efectividad de la evacuación.
 - Se observaron desviaciones en las rutas de evacuación, indicando la necesidad de estrategias de orientación.
 - Las listas de verificación de personal deben actualizarse para evitar confusiones.

El simulacro fue una herramienta clave para evaluar la capacidad de respuesta del personal y detectar deficiencias en infraestructura y organización. Se recomienda:

- Adquirir un sistema de alarma audible en todo el edificio.
- Mejorar la señalización y la cultura organizacional sobre emergencias.
- Actualizar las listas de verificación por departamentos.
- Continuar con entrenamientos regulares de la brigada de emergencias y simulacros periódicos.



El compromiso mostrado en este simulacro es un paso importante hacia una mayor seguridad y preparación en el entorno laboral.



6. Resoluciones

Resoluciones con respecto al Departamento de Gestión y Registro de Empresas Turísticas

1. Declaratorias Turísticas: 106.

- Actividad Recreativa Acuática: 01
- Actividad Turística Temática: 06
- Agencias de Viajes Receptivas: 32
- Arrendadoras de vehículos: 01
- Centros de Convenciones y Congresos: 03
- Establecimientos de hospedaje: 27
- Establecimientos gastronómicos: 32
- Transporte Turístico Terrestre: 04

2. Denegatoria de Declaratorias Turísticas: 58.

3. Archivo de la solicitud de Declaratoria Turística por parte del interesado: 03.

4. Declaratorias de Interés Turístico: 06.

Nota: a partir del 27 de agosto de 2024 mediante comunicado de acuerdo N° SJD-181-2024 se informa que la Junta Directiva en la Sesión Ordinaria Presencial N° 6300 tomó el siguiente acuerdo firme: *“Acoger la recomendación emitida por la*



Dirección de Competitividad y Sostenibilidad Turística y el Departamento de Gestión y Registro de Empresas Turísticas, formulada en los oficios N° DGRE-3519-2024 y DCST-783-2024 y dejar sin efecto el proceso de otorgamiento de las Declaratorias de Interés Turístico.”

5. Denegatoria de Declaratoria de Interés Turístico: 02.
6. Cambio de apoderados de la empresa propietaria de establecimiento con Declaratoria Turística: 17.
7. Cambio de modalidad de la Declaratoria Turística (tipología): 02.
8. Cambio de nombre comercial del establecimiento con Declaratoria Turística: 17.
9. Cambio de propietarios del establecimiento comercial con Declaratoria Turística: 17.
10. Cambio de razón social de la empresa propietaria del establecimiento con Declaratoria Turística: 03.
11. Ampliación de plazos para cumplimiento de requisitos para la obtención de Declaratoria Turística o para mantener la declaratoria turística: 47.
12. Modificaciones para actualización de las Declaratorias Turísticas: 88.
13. Recursos de revocatoria y apelación en subsidio contra la denegatoria de Declaratoria Turística: 02.
14. Cancelación de Declaratoria Turística por mera constatación: 42.
15. Cancelación de Declaratoria Turística por renuncia voluntaria del propietario: 04.



16. Cancelación de la Declaratoria Turística mediante procedimiento ordinario administrativo (POA): 26.
17. Recursos administrativos de revocatoria y apelación atendidos sobre la cancelación de la Declaratoria Turística: 01.
18. Cancelación del Contrato Turístico: 16.
19. Cancelación del Contrato Turístico por renuncia voluntaria del propietario: 01.
20. Recursos de apelación trasladados a conocimiento y resolución de la Junta Directiva de diversos trámites: 01.

Otras resoluciones

21. Resoluciones sobre recursos administrativo varios: 03.
22. Elevar en alzada ante la Junta Directiva el recurso de apelación contra la cancelación de la Declaratoria Turística contra la decisión del Órgano Decisor del Procedimiento Administrativo: 02 oficios confeccionado y remitidos a la JD.
23. Elevar en alzada ante la Junta Directiva el recurso de revisión contra la denegatoria de la concesión en Zona Marítimo Terrestre: 01 oficios confeccionado y remitidos a la JD.

7. Participación en comisiones

1. Comisión para prevenir, investigar y sancionar el hostigamiento sexual (PISHS): se reactivó la comisión y se celebraron dos sesiones desde setiembre a diciembre de 2024. Se destaca que se programaron giras para los dos primeros meses de 2025 con el objetivo de llevar a cada una de los Centros Regionales para el Apoyo del Turista y el Empresario información



relevante sobre las funciones de la comisión y los mecanismos que se tienen para denunciar.

2. Comisión para prevenir, investigar y sancionar el acoso laboral (PISAL): se reactivó la comisión y se celebraron cuatro sesiones desde setiembre a diciembre de 2024. Producto de la comisión, se han abierto dos investigaciones por posibles casos de acoso, ambos en trámite. Además, se programaron giras para los dos primeros meses de 2025 con el objetivo de llevar a cada una de los Centros Regionales para el Apoyo del Turista y el Empresario información relevante sobre las funciones de la comisión y los mecanismos que se tienen para denunciar
3. Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos turísticos: esta gerencia tiene la suplencia del señor ministro, ejerciendo la presidencia de la CIMAT en sesiones varias durante el año ante ausencia de la representación titular. La comisión sesionó once veces, diez de ellas fueron sesiones ordinarias y ocho de ellas siendo sesiones presenciales.
4. Comisión técnica de verificación de la certificación para la sostenibilidad turística (CTV-CST): esta gerencia ejerce la presidencia de la comisión y en tal sentido, se participó en diversas sesiones de la comisión, ejerciendo la presidencia de esta. A lo largo de 2024 se desarrollaron diez sesiones.
5. Consejo Centroamericano de ministros de Turismo: se participó en las sesiones del Consejo Centroamericano de ministros de Turismo, en los desayunos ministeriales y en el Comité ejecutivo del CCT, en representación del señor ministro, en las sesiones ordinarias presenciales de Tela (Atlántida, Honduras) y Managua (Nicaragua), así como en la sesión virtual de diciembre de 2024. Costa Rica asume este mes la presidencia pro tempore del CCT.
6. OECD: se atendieron las sesiones ordinarias del Comité de Turismo de la OECD de manera presencial, en abril y octubre de 2024, así como en las respectivas sesiones del Buró o Consejo Ejecutivo del Comité, en el grupo de trabajo de Estadísticas en Turismo, así como en diversas actividades



virtuales convocadas por la secretaría del comité. Se mantuvo por un año más la vicepresidencia del comité.

7. ISTO: se coordinó la organización del Congreso Mundial de ISTO (Organización Internacional de Turismo Social, por sus siglas en inglés) y se obtuvo la presidencia de ISTO Américas por los próximos dos años con vigencia a octubre de 2026.
8. CITUR: se participó en diferentes sesiones programadas por la Comisión Interinstitucional de Turismo de las Américas (OEA), y se propuso a Costa Rica para ocupar la primera vicepresidencia para el periodo 2027-2027, lo que se definiría en el primer semestre de 2025.
9. Comisión de Infraestructura: se participó en la comisión de infraestructura convocada por la vicepresidencia de la Junta Directiva del ICT y desde noviembre de 2024, se coordina la misma por motivo de ausencia de quien la presidía en representación de la Junta Directiva.
10. Junta Directiva Parque Nacional Isla San Lucas: en calidad de suplente, se representó a ICT en las sesiones que fueron convocadas durante el año y se participó en actividades relacionadas como limpieza de sus playas y aguas cercanas al Parque Nacional.
11. Junta Directiva del Sistema de Banca para el Desarrollo: en calidad de suplente del señor ministro, esta gerencia participó en sesiones de esta Junta Directiva convocadas para ver un tema específico del que algunos directores titulares, entre ellos el señor ministro, debía inhibirse de conocer.
12. Comisión de Ética y Valores: se participó activamente en las reuniones de trabajo y las capacitaciones realizadas programadas e impartidas por la Comisión Nacional de Rescate de Valores, la cual trabaja a nivel nacional, además se mantuvieron diferentes reuniones con funcionarios de CNRV y la Comisión de Ética Institucional, así como en las reuniones programadas por



la Comisión Institucional de Ética y valores, colaborando en los análisis y actividades planteadas en el período.

13. Comisión de Igualdad de género: se participó activamente en las reuniones programadas por la Comisión Institucional de Igualdad de Género. Se colaboró en el trabajo de seguimiento programado para la Certificación para la Igualdad de Género en el ámbito Laboral, según la norma INTE G38-2-2021.
14. Grupo de Acción Regional de las Américas: a nivel internacional, se continúa desde esta Gerencia con la representación ante el Grupo de Acción Regional de las Américas GARA, organización latinoamericana de combate a la ESCNNA como uno de los crímenes derivados de la trata de personas y que afectan a destinos turísticos a nivel mundial. El GARA fue creado para unir esfuerzos en el combate de esos delitos por Ministerios de Turismo de Sur América, que hoy en día cuenta con 12 países miembros, desde México hasta Argentina.

Esta organización constituye una gran plataforma para fortalecer las acciones de Latinoamérica, mejorar los procesos de combate a los delitos, sobre todo en destinos turísticos y su incidencia en otras poblaciones. Es particularmente necesario, mantener la cooperación técnica en políticas, legislación, protocolos, programas, proyectos y otras acciones, tan necesarias para combatir la delincuencia organizada, en un bloque entre naciones.

En junio de 2024, Costa Rica fue la sede para la reunión presencial de la XVI Reunión Anual y en el Congreso sobre la trata de personas con fines de explotación de niñas, niños y adolescentes: perspectivas, avances y retos para el sector de los viajes y el turismo, desde el enfoque de diversos actores.

Fue una oportunidad y un gran escenario, para mostrar los esfuerzos del país en el combate de la trata de personas y la ESCNNA, y muy especialmente, del sector turismo de nuestro país y de los países cuyos ministerios de turismo, integran el Grupo de Acción Regional de las Américas GARA y cuentan con acciones



importantes públicas y privadas, de responsabilidad social en destinos turísticos. Esto con el claro propósito de procurar mayor entendimiento y mayores acciones, para el combate de esos delitos al nivel nacional e internacional.

En la última reunión virtual del Grupo, por unanimidad, Costa Rica en la figura del Instituto Costarricense de Turismo fue electa como la nueva Secretaría Ejecutiva (máxima autoridad) del GARA periodo 2025-2026. Es la primera vez que un país de Centroamérica asume dicha responsabilidad.

16. Comisión Institucional en materia de Accesibilidad y Discapacidad

Durante el año 2024 se hizo un estudio junto con el Departamento de Talento Humano para identificar los puestos que serán objeto de una reserva de no menos de un 5% de las plazas vacantes para ser ocupadas por personas con discapacidad, para ello se consultaron las bases de datos institucionales internas, así como el Sistema Nacional de Intermediación, orientación e Información de Empleo (SIOIE), con el fin de reservar aquellas plazas vacantes que tengan oferentes disponibles.

Se informo además al jerarca institucional sobre el estudio estipulado en el inciso a), identificando las posibles plazas vacantes a reservar para las personas con discapacidad y recomendar las adecuaciones y adaptaciones pertinentes para ser aplicadas en el proceso de evaluación y contratación.

Se veló por el efectivo cumplimiento del presente Reglamento y dar seguimiento a la contratación de las plazas vacantes para personas con discapacidad y su inserción en el ámbito laboral en condiciones óptimas.

La otra comisión sobre este tema es la CIAD: (Comisión Institucional de Accesibilidad y Discapacidad, Ley 7600 De acuerdo con la Ley 9171.

Se realizaron estudios para para tratar de incluir en los reglamentos, políticas institucionales, planes, programas, proyectos y servicios, los principios de igualdad de oportunidad y accesibilidad para las personas con discapacidad, en cualquier región y comunidad del país.



Se coordinó la formulación, ejecución y evaluación de las políticas institucionales, en el marco de la política nacional en discapacidad y de la normativa vigente.

Se trabajó la elaboración y evaluación del plan y presupuesto institucional de equiparación de oportunidades con las diferentes instancias institucionales, fundamentadas en la normativa vigente sobre discapacidad.

Se mantuvieron reuniones para propiciar la participación de las personas con discapacidad y de las organizaciones que las representan en la formulación de las políticas institucionales, así como en el diseño, la ejecución y la evaluación del plan institucional de equiparación de oportunidades, además se trabajó con las instancias correspondientes, la incorporación de la perspectiva de discapacidad y equiparación de oportunidades en los contenidos de la capacitación, la divulgación y en los sistemas de información institucionales.

Otra de los trabajos fue organizar y promover la provisión de servicios de apoyo y ayudas técnicas que requieren los funcionarios, usuarios y beneficiarios que presentan discapacidad y establecer vínculos de cooperación con integrantes de otras CIAD.

Se han mantenido reuniones con el Asesor del Consejo Nacional de Personas con Discapacidad CONAPDIS para nuestra Institución Reciban para el desarrollo de metas y acciones estratégicas y concretas por parte del ICT, que garanticen y materialicen el cumplimiento del marco normativo en discapacidad y accesibilidad, que a la postre, mejoran la calidad de vida de las personas con discapacidad en Costa Rica.

Con ellos se están trabajando la guía para la formulación del Plan de Trabajo de la Comisión Institucional en Accesibilidad y Discapacidad (CIAD-ICT); además del documento accesible "ABC de las Comisiones Institucionales en Discapacidad", que da cuenta sobre el procedimiento para construir este instrumento de planificación. Igualmente, documento, que abarca más que el plan de trabajo, que se construirá para este 2023; esto insumo del Índice de Gestión en Discapacidad y



Accesibilidad (IGEDA), nos proporcionará insumos para definir prioridades en este plan.

Igualmente mantenemos reuniones mensuales con la Red de Comisiones en Accesibilidad y Discapacidad (RECADIS) en el tema de “Gestión Inclusiva del Riesgo”.

Sobre el funcionamiento de la RECADIS, ésta forma parte de la estrategia de trabajo del Conapdis con las citadas comisiones y también es la materialización del esfuerzo y trabajo conjunto para el intercambio de información, buenas prácticas y conocimientos que se ha venido gestando desde hace años entre las comisiones que participan voluntariamente en la RECADIS. Además, es el espacio propicio para poder articular esfuerzos internos desde las entidades públicas, para lograr el cumplimiento de los compromisos adquiridos en la Política Nacional en Discapacidad y su Plan de Acción.

En el año 2024 se realizaron junto con el Consejo y el Departamento de Desarrollo 8 charlas presenciales en varios centros turísticos y en la Plataforma ICT Capacita.

17. Consejo Regional del Área de Conservación Marina Coco

Desde año 2023 se participa desde la gerencia general en la Junta Directiva del Consejo manteniendo la secretaria de dicha organización.

El Área de Conservación Marina Cocos (ACMC) es una de las once Áreas de Conservación que conforman el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC) de la República de Costa Rica.

Su misión es observar los ecosistemas del ACMC, mediante la ejecución de un adecuado manejo de sus recursos naturales, e incrementar constantemente su conocimiento y el de su área de influencia.

Su visión es posicionarse como el principal centro de conocimiento e investigación del Pacífico Este Tropical y líder mundial en conservación.

El Sistema ejercerá la administración de las Áreas de Conservación, por medio de un Consejo Regional, el cual se integrará mediante convocatoria pública, que realizará el deberá elegirse a un representante municipal. En aquellas circunscripciones donde no existan las organizaciones indicadas para integrar el Consejo, corresponderá a las municipalidades designarlos en coordinación con el representante del Sistema.

Estos Consejos tendrán la estructura de organización que indique el reglamento de esta ley, la cual contará, como mínimo, con un presidente, un secretario, un Tesorero y dos Vocales, todos electos de su seno, así como con un representante del Sistema, quien siempre funcionará como secretario ejecutivo.

15. Comisión de Mejora Regulatoria: con el oficio G-2116-2020, la Gerencia General nombra a la Comisión de Mejora Regulatoria del Instituto Costarricense de Turismo, su finalidad es cumplir con lo indicado en la Ley 8220 y su Reglamento "LEY DE PROTECCIÓN AL CIUDADANO DEL EXCESO DE REQUISITOS Y TRÁMITES ADMINISTRATIVOS del 4 de marzo de 2002". A la fecha se ha cumplido con los planes que se encuentran en el Sistema de Mejora Regulatoria los cuales han sido aprobados por el MEIC y vistos en Consejo de Gobierno.

16. Comisión de Salud Ocupación: Se participó en sesiones y en la elaboración de la encuesta de Salud Ocupacional realizada por todos los representantes de la comisión y presentada a la Auditoría Interna.

8. Ponencias / presentaciones / conferencias

Durante el periodo 2024 se impartieron trece conferencias, charlas o ponencias en temas diversos.



9. Crecimiento profesional

Se participó en dieciséis actividades que aportan capacitación, sensibilización y refrescamiento de conceptos en temas de interés para la institución y para el crecimiento personal y profesional.

10. Otras actividades

1. Plan de Continuidad del Negocio: se realizó una actualización del plan y se trasladó para ser conocido y aprobado por el Comité de Auditoría y Riesgo.
2. Representaciones: se atendieron representaciones delegadas por el señor ministro y según competencia de esta gerencia.
3. Se lideraron capacitaciones estratégicas en dos temas de interés estratégico. La primera de ellas en Gobierno Corporativo con los objetivos de refrescar conocimientos y de sensibilizar a las nuevas personas directoras de Junta Directiva o de otros órganos colegiados, así como a nuevas personas funcionarias en cargos clave. La segunda en el tema de continuidad del negocio como paso previo al inicio de un proceso de auditoría en la materia.

Auditoría Interna

- Informe de cumplimiento de las metas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo e Inversiones Públicas PNDIP 2023- 2026, en el caso que corresponda.

La Auditoría en el 2024 no tenía metas vinculadas con en el PNDIP.

- Informe de cumplimiento del Plan Anual Operativo -PAO-

La Auditoría Interna cumplió en promedio con el 100% las metas establecidas en el Plan Anual Operativo, como se muestra a continuación:

Cuadro #1

Cumplimiento Plan Anual de Trabajo

Objetivo. 1.7.28 Incrementar el aseguramiento, servicios preventivos, la asesoría y la consultoría de forma oportuna y de calidad a las partes interesadas.		
Meta	Porcentaje cumplimiento de la meta	Resultado
1.7.28.1 Ejecutar el 90% del Plan Anual de Trabajo -PAT- con servicios de la auditoría interna de aseguramiento, consultoría y asesoría, al 31 de diciembre de 2024.	100%	Se cumple con la meta, porque se ejecutó el 94% del PAT.
1.7.28.2 Desarrollar el 90% de los servicios de la auditoría interna de forma oportuna y de calidad, al 31 de diciembre de 2024.	100%	Se obtuvo una nota promedio 96% en las encuestas de percepción sobre la calidad y oportunidad de los servicios de auditoría del 2024, por lo tanto, se cumple la meta.
Objetivo 1.7.29 Aumentar el nivel de aportes y contribuciones al ICT en materia de eficacia, eficiencia y economía.		
1.7.29.1 Formular el 20% del total de recomendaciones o advertencias que contribuyan en aumentar la eficacia, eficiencia y economía de los procesos del ICT, al 31 de diciembre de 2024	100%	El 41% de los servicios impulsan la eficacia, eficiencia o economía, por lo tanto, se cumple con la meta.



- **Problemas y limitaciones encontradas para el cumplimiento de las metas.**

Se cumplió con la totalidad de las metas, por lo tanto, no se determinan problemas o limitaciones para el cumplimiento de las metas.

- **Acciones iniciadas en el año pendientes de finalizar el próximo año.**

Los servicios de auditoría avanzados, pero con aspectos pendientes de concluir en el periodo 2025 corresponden a los temas siguientes:

- Informes de gestión de los órganos colegiados
 - Responsabilidad Social
 - Transferencias corrientes
 - Calidad de la información y comunicación
 - Periodicidad de las sesiones del Comité Técnico de Tecnología de Información
 - Evaluación del Modelo de Gobierno Corporativo
- **Otros aspectos relevantes que se ejecutaron**

Otros servicios

La Auditoría Interna además de los estudios programados, atendió en el año 25 denuncias, 6 procesos de aperturas y cierres de libros de actas. Además, se emitieron los siguientes servicios no incluidos en el PAT:

Cuadro #2

Servicios adicionales emitidos

# Servicio	Nombre del servicio
AI-As-15-2024	Servicio de asesoría sobre alcance del inventario de activos fijos.
AI-As-19-2024	Asesoría sobre protocolo o procedimiento en caso de allanamientos.
AI-AS-22-2024	Asesoría- Riesgos Estratégicos.
AI-AC-25-2024	Auditoría Continua

Fuente: Auditoría Interna

Seguimiento de servicios

La implementación de las recomendaciones y advertencias emitidas reflejan un cumplimiento razonable. Las recomendaciones se encuentran dentro de los plazos de implementación establecidos por la Administración.

El detalle del comportamiento de la citada implementación se ilustra a continuación:

Cuadro #2

Estado de recomendaciones

Año	Emitidas	Cumplidas		Parcialmente Cumplidas		Pendiente		% Cumplimiento por año
2021	68	67	99%	1	1%	0	0%	99%
2022	95	93	98%	2	2%	0	0%	98%
2023	84	65	77%	16	19%	3	4%	77%
2024	65	12	18%	28	43%	25	39%	18%
Total	312	237	76%	47	15%	28	9%	76%

Fuente: Auditoría Interna



Mejora en procesos internos de la Auditoría

La Auditoría Interna como parte del proceso de mejora continua de su gestión implementa en el año:

- Programa de aseguramiento de la calidad. Este programa presenta un cumplimiento del 100% para el periodo 2024. Tiene como objetivo garantizar el aseguramiento y mejora de la calidad de los servicios, está diseñado de conformidad con el Marco Internacional para la Práctica Profesional -MIPP-, se establecieron cinco componentes: (a) evaluaciones internas, (b) evaluaciones externas, (c) comunicación de los resultados del Programa de Aseguramiento y de la Mejora de la Calidad -PAMC-, (d) uso correcto de la declaración de conformidad, y (e) declaración de incumplimiento.
- Proyecto de auditoría digital: Se implementó modelos de auditoría ágil para generar una comunicación más oportuna de condiciones identificadas durante los procesos de auditoría, por lo tanto, para el periodo 2024 se emitieron 13 reporte oportunos.
- Avance del plan estratégico de la Auditoría: Los indicadores de los objetivos estratégicos de la Auditoría presentan un cumplimiento razonable y se ha mejorado en comparación con el 2023, excepto por el indicador "Porcentaje de incremento de los servicios por tipo -auditoría, preventivos incluyendo asesorías-", ya que durante el periodo 2024, la plaza disponible por jubilación de auditora se cubre hasta julio, así mismo, en mayo se presenta la renuncia de una auditora quien se reemplaza a inicio del periodo 2025. También el indicador de "Tasa de tiempo efectivo" presenta una disminución por los procesos de contrataciones públicas ejecutados en el año. Los indicadores se muestran en el cuadro siguiente:

Cuadro #3
Avance Plan Estratégico de la Auditoría Interna

Objetivo	Indicadores potenciales	Meta Global	Resultado de 2024	Resultado de 2023
Incrementar el aseguramiento, servicios preventivos, la asesoría y la consultoría de forma oportuna y de calidad a las partes interesadas	Porcentaje de incremento de los servicios por tipo (auditoría, preventivos incluyendo asesorías)	15%	0%	-12%
	Porcentaje de calidad percibido por la Junta Directiva en los servicios de auditoría (autoevaluación de calidad)	95%	100%	100%
	Porcentaje de calidad percibido por los Auditados en los diferentes servicios (encuesta de salida)	98%	98%	94%
	Porcentaje de oportunidad percibido por la Junta Directiva en los servicios de auditoría (autoevaluación de calidad)	95%	100%	100%
	Porcentaje de oportunidad percibido por los Auditados en los diferentes servicios (encuesta de salida)	90%	100%	97%
	Tasa de cumplimiento con los plazos programados	75%	50%	100%
Aumentar el nivel de aportes y contribuciones al ICT en materia de eficacia, eficiencia y economía	Proporción de recomendaciones o sugerencias de eficacia, eficiencia y economía	20%	38%	47%
	Porcentaje de aportes que percibe el auditado en materia de eficacia, eficiencia y economía	20%	100%	95%
Presentar informes y asesorías significativas a las partes interesadas	Proporción de informes o preventivos con temas estratégicos	5%	11%	17%
	Porcentaje de percepción de las partes interesadas sobre lo significativo del informe	95%	98%	93%
Enfocarse solo en los riesgos importantes para el ICT	Proporción de estudios con priorización alta o significativa del universo de auditoría sean incluidos en el PAT	60%	81%	92%
	Proporción de riesgos altos/muy altos con recomendación	70%	71%	85%
Mantener procesos de auditoría	Tiempos promedios utilizado en auditorías	75 días	65 días	45 días
	Tasa de tiempo efectivo en servicios	85%	80%	83%



Objetivo	Indicadores potenciales	Meta Global	Resultado de 2024	Resultado de 2023
eficaces y eficientes	Porcentaje de cumplimiento del PAT	90%	94%	90%
	Cantidad de estudios con ampliación de plazo (considerando el plazo del PAT)	25%	50%	20%
	Porcentaje de oportunidad percibido por la Junta Directiva en los servicios de auditoría (autoevaluación de calidad)	95%	100%	100%
Impulsar la utilización de técnicas de innovación para convertirse en agente de cambio	Porcentaje de asesorías o recomendaciones que impulsen el cambio o innovación	20%	21%	28%
	Porcentaje de percepción que tienen los Auditados si la Auditoría es agente de cambio	70%	93%	94%
Mantener una comunicación directa, abierta, permanente y eficaz con las partes interesadas	Porcentaje de comunicación percibido por la Junta Directiva en los servicios de auditoría (autoevaluación de calidad)	90%	100%	100%
	Porcentaje de comunicación percibido por los Auditados en los diferentes servicios (encuesta de salida)	70%	100%	93%
	Porcentaje de estudios donde se encuesta a las partes interesadas	50%	100%	100%

Fuente: Auditoría Interna.

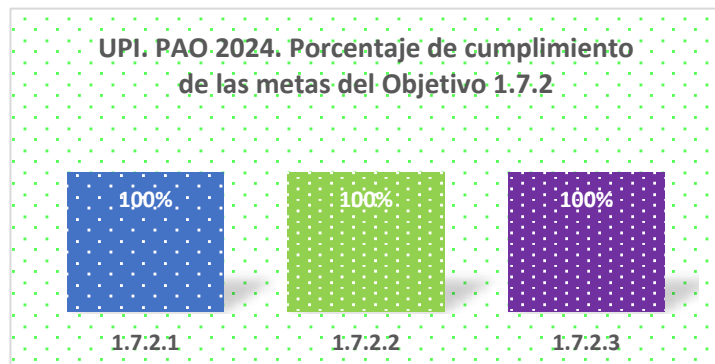
Unidad de Planificación Institucional

El quehacer de la Unidad de Planificación Institucional (UPI), está regulado por el Decreto Ejecutivo N°37735-PLAN, Reglamento General al Sistema Nacional de Planificación.

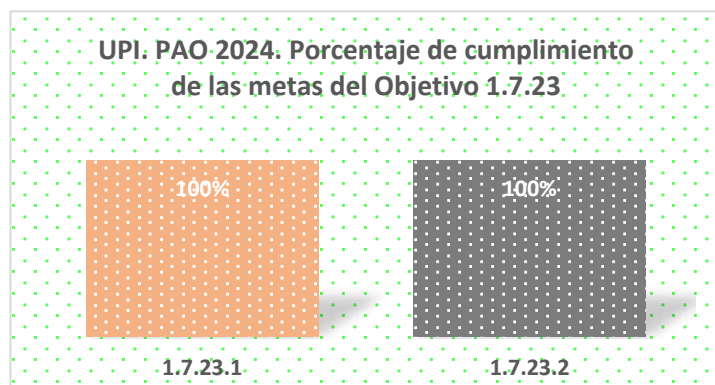
En este contexto, es responsable de liderar la planificación interna del Instituto y su objetivo es brindar asesoría y acompañamiento técnico a la Administración, Ministro y Junta Directiva del ICT, en temas de su competencia, tales como: planificación institucional (formulación de planes internos, seguimiento, modificaciones, evaluación de programas), control interno y riesgo, análisis administrativo y generación de informes especiales

En el año 2024, la UPI logró alcanzar el cumplimiento de sus objetivos y las metas establecidas en su Plan Anual Operativo (PAO).

Objetivo 1.7.2 Implementar las líneas de acción del plan estratégico institucional asignadas a la UPI.



Objetivo 1.7.23 dirigir los procesos de planificación institucional (formulación, ejecución, riesgos, seguimiento, y análisis administrativo) para coadyuvar al desempeño esperado con transparencia y rendición de cuentas oportuna, mediante la aplicación de lineamientos técnicos del sector público y mejores prácticas.



La ejecución presupuestaria operativa fue de ₡123.1 millones, representando un 97.7% con respecto al monto total de presupuesto operativo asignado. El rubro presupuestario más significativo fue el pago de la cuota anual país de afiliación de organismos internacionales, tales como: SITCA, ONU Turismo, BIE y OCDE.



Nuestro equipo de trabajo estuvo conformado por siete personas con puestos de: cinco Ejecutivos de Turismo 3, una Secretaria y la Jefatura.

Seguidamente, nos complace presentar la Memoria Anual 2024 de la Unidad de Planificación Institucional con la satisfacción del deber cumplido y de los logros alcanzados, de los cuales podemos citar:

- 1. Plan Anual Operativo 2025.** Su formulación y presentación en instancias internas y externas para su aprobación.
- 2. Actualización del PEI.** Proceso según requerimientos observados en el seguimiento tales como reprogramaciones, modificaciones de meta, presupuesto estimado e indicadores, con el objetivo de ajustar a la realidad institucional y mejorar su trazabilidad para rendición de cuentas.
- 3. Evaluaciones de programas institucionales:**
 - o Se completó la Evaluación de Diseño y Procesos del Programa de Ferias Internacionales y se presentó a la Gerencia General. Se coordinó la etapa de usos de la evaluación y continuar con la etapa de uso e implementación de mejoras por parte del Departamento correspondiente.
 - o Se realizó la evaluación de Diseño al Programa Guías de Turismo, y se cuenta con el documento borrador del informe de la evaluación. A inicios del 2025 se presentará para conocimiento de la Gerencia General y el



Departamento de Gestión y Registro de Empresas Turísticas para continuar con la etapa de uso e implementación de mejoras.

- Seguimiento al uso de la evaluación de intervenciones evaluadas con anterioridad (Plan Nacional de Turismo y Declaratoria Turística).

4. Fortalecimiento Institucional: Formulación del Estudio técnico sobre Reorganización Parcial "Fortalecimiento Institucional"(UPI-099-2025, SJD-108-2024, aprobado por MIDEPLAN-OFC-0785-2025) e informe de avance de implementación (UPI-309-2024 y G-2546-2024).

5. Apoyo a Comisiones:

- Se participó y colaboró con el trabajo de comisiones institucionales, tales como la Comisión de Igualdad de Género, Comisión de Discapacidad, Comité de Infraestructura Pública, Comisión NICSP, Comisión para implementar el modelo de Gestión para Resultados en el Desarrollo (GpRD), Comisión de Mejora Regulatoria y en los comités auxiliares de Junta Directiva, a saber, Comité de Auditoría y Riesgo, Comité de Ética y Comité de Tecnologías de Información.
- Se organizó la Semana de la Ética en apoyo a la Comisión Institucional de Ética, con cinco actividades, una por día, con el propósito de vivenciar de manera práctica y en actividades ordinarias, la experiencia de los valores institucionales.

6. Nuevos Lineamientos de Gestión del Riesgo: Se elaboró la nueva versión de los Lineamientos para el establecimiento y funcionamiento del Sistema de Valoración del Riesgo del ICT Versión 2.0, de manera consensuada según sus competencias, con las jefaturas, Auditoría Interna, la Gerencia General, el Comité de Auditoría y Riesgo y la Junta Directiva. Adicionalmente, como parte de la implementación, se realizó la divulgación y capacitación del personal.

7. Memoria Institucional 2023: La UPI realizó la propuesta de diseño y contenido del documento Memoria Anual 2023, considerando los aportes de las Unidades, la cual fue presentada a la Junta Directiva y comunicada a las instancias correspondientes.



8. **Persona Joven:** Representación institucional en el Consejo Nacional de Juventudes en tres sesiones. Además, la elaboración de tres informes de rendición de cuentas sobre Ley N°9398, relacionado con el avance de acciones del Plan de Acción de la Política de la Persona Joven.
9. **Coordinación sectorial:** Se tramitó ante la Rectoría del Sector Productivo y Desarrollo Rural la inclusión de proyectos de inversión pública, reorganización parcial, avales sectoriales para proyectos de inversión, informes de seguimiento del PNDIP y dictamen de vinculación. Además, se participó en tres reuniones de jerarcas del Sector, siendo el ICT institución anfitriona de la tercera sesión.
10. **Proyectos de inversión pública activos:** 18 proyectos inscritos en MIDEPLAN: 7 cumplidos, 4 de infraestructura pública plurianuales y 3 nuevos para el 2025 (otros 3 en proceso de ejecución) y el traslado del proyecto Isla San Lucas, para construcción de atracadero.

UPI en cifras:

1. Informes de seguimiento metas: Elaboración de 4 informes del PAO, POI, 2 del PEI, 2 del PNDIP y 1 del PNT, correspondientes a programación 2024

2. Seguimiento trimestral para la actualización de proyectos de Inversión pública inscritos en MIDEPLAN: 4 actualizaciones trimestrales y seguimiento permanente

3. Seguimiento a la Gestión de Riesgo: Elaboración a la gestión de riesgos en junio y noviembre

4. Análisis Administrativo sobre procesos y procedimientos dictaminados: 10. Criterios positivos: 7 y devueltos con observaciones: 3

5. Informes especiales: 9 informes a instituciones e incluye índices especiales (MICCIT-MCJD-CGR-PANI-RREE)

6. Modificaciones con criterio UPI: 4 modificaciones PAO a Junta Directiva, 96 modificaciones financieras, 30 modificaciones de forma ante Gerencia General

7. Capacitaciones brindadas al personal en temas de competencia:
 - o Capacitación sobre gestión de riesgos a personas funcionarias del Departamento de Centros Regionales para el Apoyo del Turista y el Empresario
 - o Capacitación virtual Lineamientos para el establecimiento y funcionamiento del Sistema de Valoración del Riesgo del ICT, Versión 2.0, dirigido a las personas funcionarias del ICT, el 26 de noviembre del 2024
 - o Trabajo de apoyo formulación de Política de género institucional con la Comisión de Género y Plan para obtención del Sello

11. Proyectos de inversión pública: 18 activos en MIDEPLAN



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.
- Calificación legal de ofertas y refrendo de contrataciones internas.
- Elaboración de contratos y convenios.
- Elaboración de proyectos de ley y reglamentos relacionados con el turismo.
- Fungir como órgano director en procedimientos administrativos.

B.- Labores realizadas durante el año 2024

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 Técnica de Verificación del CST (CTV-CST) , Comisión Institucional de Ética, Comisión Institucional para la Igualdad y la no discriminación hacia la población LGTB +, Comisión Institucional para la Igualdad efectiva de Género entre hombres y mujeres del ICT, Comisión Institucional de Análisis de Accidentes de Tránsito, Comisión de Salud Ocupacional, Comisión de Tecnología de la Información del ICT, Comisión de Archivo del ICT, Comisión Institucional para la Implementación de las Normas Internacionales de Contabilidad (NICS), Comisión Permanente de Prevención del Hostigamiento sexual, Comisión Permanente de Prevención del

Acoso Laboral y Comisión Interna de Mejora Regulatoria. 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 2024 un número aproximado de 1933 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 internas y aquellas 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 revisión de diversos convenios de cooperación que suscribe la Institución con el propósito de cumplir los objetivos señalados en su Ley Orgánica.

CUADRO DE RESUMEN DEL 2024

ACTIVIDAD	CANTIDAD
Contratos	5
Convenios de Cooperación	35
Calificaciones Legales	22
Refrendo Interno	26
Refrendos Contratos Contraloría	0
Adendas a Convenios	16
Criterios Legales	32

Fuente: Registros de Asesoría Legal



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.

CUADRO DE RESUMEN 2024

ACTIVIDAD	CANTIDAD
Oficios que informan sobre modificación de normativa	40
Actualizaciones en Compendio Normas que regulan las Empresas Turísticas	12
Actualizaciones en Compendio Normas Internas	03
Actualizaciones en Compendio Comisiones Externas.	25

Fuente: Registros de Asesoría Legal

5.- Gestiones Registrales.

Para proteger la titularidad de los bienes muebles e inmuebles , así como los productos inscritos a nombre de la Institución, ante el Registro Nacional de la Propiedad ; la Asesoría Legal realiza diversos tipos de gestiones, trámites y



constataciones de orden específicamente registral; así como verificaciones de bienes y de representación legal de otras personas jurídicas, que solicitan su acreditación para efectos del Certificado de Sostenibilidad Turística, de la Declaratoria Turística o bien del Contrato Turístico, así como para trámites propios de otros Departamentos a lo Interno de la Institución (Departamento de Gestión y Registro de Empresas Turísticas, Oficinas Regionales, Proveeduría, entre otros) .

Esto último, además sin costo económico alguno para la Institución, gracias al Convenio que se logró suscribir, entre el ICT y el Registro Nacional.

CUADRO DE RESUMEN DEL 2024

Tipo de Actividad o Trámite	Cantidad
Desinscripción de Vehículos Institucionales	120
Gestión para inscripción de fincas	06
Reunión de Fincas	06
Rectificación de linderos y actualización de plano catastrado de fincas	02
Segregaciones en cabeza propia	02
Inscripción de Marcas Institucionales	03

Fuente: Registros de Asesoría Legal

6.- 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.

CUADRO DE RESUMEN 2024

ACTIVIDAD	CANTIDAD
Juicios Monitorios (Cobro Judicial)	89
Juicios de Transito	4
Juicios Laborales	7
Juicios Agrarios	0
Juicios Penales	21
Juicios contenciosos CPCA	52

ACTIVIDAD	CANTIDAD
Juicios de Lesividad	0
Acciones de Inconstitucionalidad, amparos y habeas corpus	1
Procesos Contenciosos bajo la Ley de Jurisdicción Contencioso Administrativa	1

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

Fuente: Registros de Asesoría Legal

Es pertinente señalar que, a partir del mes de setiembre de 2024, se tiene un convenio con el BCR por medio del cual el Banco, diariamente, traslada las sumas que se han acreditado por juicios al ICT. De acuerdo con ello, este año se ha logrado acreditar la suma de ₡10.367.732,15 y \$ 1.041,62; que no habían sido comunicados por los diversos órganos judiciales.

7.- 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 2024.

CUADRO DE RESUMEN 2024

ACTIVIDAD	CANTIDAD
Solicitud Declaratoria Turística	180
Solicitud Acreditación Cambio de Nombre Comercial	02
Solicitud Acreditación Cambio Razón Social	03
Solicitud Acreditación Cambio Propietario	17
Solicitud Acreditación Cambio Apoderados	36
Solicitud Acreditación Cambio de Domicilio	01
Solicitud Acreditación Cambio de Tipología	0
Solicitud de Contrato Turístico	10
Solicitud Acreditación de Renuncia Voluntaria Declaratoria Turística	24
Consultas en materia de declaratoria turística	09
Consultas en materia de contrato Turístico	04
Revisión de borradores de Fideicomisos, adenda, y contrato turístico	21

Fuente: Registros de Asesoría Legal

8.- 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 2021.

CUADRO DE RESUMEN 2024

ACTIVIDAD	CANTIDAD
Concesiones nuevas	86
Cesión de concesiones	46
Prórrogas de concesión	69
Resolución por archivo	87
Improbación	15

ACTIVIDAD	CANTIDAD
Concesiones nuevas aprobadas	48
Cesión de concesión aprobadas	13
Prórrogas de concesión aprobadas	23
Adjudicación de herederos	0

ACTIVIDAD	CANTIDAD
Modificación de contrato de concesión	31
Recursos de procedimientos ZMT	12
Atención de Consultas	27
Criterio para cancelaciones	0
Estudio de antecedente de dominio	0
Atención denuncias sobre ZMT	0

Fuente: Registros de Asesoría Legal



9.- 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 2024

CUADRO DE RESUMEN 2024

ACTIVIDAD	CANTIDAD	MONTOS
Arreglos de Pago	1	Se realiza la revisión y se recupera por tractos mensuales.
Juicios Activos	89	¢ 1 093 772 344,77
Juicios Terminados	18	¢ 143 024 023,61
Juicios con sentencia firme	73	¢ 950 748 321,16

Fuente: Registros de Asesoría Legal

10.- 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 138 proyectos de ley. Esto es, específicamente con relación a los proyectos de ley que corresponden a los siguientes títulos y números de expediente:



CUADRO RESUMEN 2024

24.669	Ley General de Adquisición de Terrenos y Expropiaciones
24.655	Reforma del transitorio IX de la Ley N°10.159, Ley Marco de Empleo Público, del 08 de marzo de 2022 y sus reformas
24.610	Reforma de los artículos 105, 153, 156 y 158 del código de trabajo, ley n°2 del 27 de agosto de 1943, ley para la actualización de las vacaciones remuneradas al año.
24.605	Ley para la inclusión tecnológica y digital de las personas adultas mayores.
24.582	Ley para autorizar al Estado y cualesquiera Instituciones Públicas a colaborar y realizar donaciones a la Asociación Obras del Espíritu Santo.
24.572	Adición de un transitorio vi a La ley 7088, reajuste tributario y resolución 18ª consejo arancelario y aduanero centroamericano, de 30 de noviembre de 1987, condonación de las deudas acumuladas en el pago del marchamo
24.563	Reforma del artículo 1 y adición de un capítulo v a la ley de penalización de la violencia contra las mujeres, Ley N° 8589, del 25 de abril de 2007. ley para el tratamiento de los crímenes de violencia de género por parte de los medios de comunicación
24.561	Reforma de la Ley de creación del Parque Nacional Isla San Lucas
24.558	Ley de Promoción y Fomento de la Cultura Costarricense en la Actividad Turística
24.551	Ley para la protección y garantía del derecho a la ciudad
24.549	Reforma del inciso ñ) y adición de los incisos p) y q) del artículo 2 de la ley del instituto costarricense de puertos del pacífico, ley n.º 1721, de 28 de diciembre de 1953, y sus reformas
24.531	Declaración de interés público para el desarrollo turístico y el valor histórico de los distritos de Porozal y Bebedero del Cantón de Cañas
24.524	Ley de Inclusión, fortalecimiento y desarrollo integral de la persona adulta mayor y persona con discapacidad. reforma de la ley 7794, código municipal, de 30 de abril de 1998
24.513	Ley de Creación del Depósito Libre Comercial de la Provincia de Limón
24.510	Ley de Impuestos a las actividades económicas de la Municipalidad de Golfito
24.509	Ley para la Declaratoria de las botellas de plástico de un solo uso como residuos de manejo especial
24.496	Reforma del párrafo cuarto del artículo 1 de la ley de conservación de vida silvestre, N° 7317 del 30 de octubre de 1992 y sus reformas, Ley para la protección de tiburones en peligro de extinción
24.493	Ley de Fortalecimiento de la institucionalidad para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres del Sector público
24.492	Reforma artículos de los 49 y 53 de la Ley General de la Administración Pública, Ley N°6227 de 2 de mayo de 1978 y sus reformas



24.481	Ley para proteger, promover y apoyar la lactancia materna
24.466	Reforma de varios artículos de la Ley Orgánica del Ambiente Número 7554 del 4 de octubre de 1995, y adición de dos incisos al artículo 4 del Código Municipal Ley Número 7794, del 30 de abril de 19989, para transferir competencias a las municipalidades y modernizar estructuralmente la setena y el modelo de evaluación de impacto ambiental
24.458	Ley de Promoción y Fomento de la Cultura Costarricense en la Actividad Turística
24.441	Declaratoria de interés público el desarrollo turístico, ecológico, natural, deportivo y cultural del cantón de Sarapiquí
24.438	Reforma al artículo 42 de la ley de fortalecimiento de las finanzas públicas, Ley N°9635 del 3 de diciembre de 2018 y sus reformas. ley contra los salarios de lujo en la administración pública
24.428	Aprobación del “acuerdo integral de asociación económica en comercio e inversión” entre la república de costa rica y los emiratos árabes unidos, suscrito en San José, Costa Rica, el día diecisiete del mes de abril del año dos mil veinticuatro
24.413	Reforma del artículo 23 de la Ley N°6043 Ley sobre la Zona Marítima Terrestre, para garantizar el acceso público a las playas
24.409	Reformas para promover coordinación de ayudas sociales del Estado Costarricense
24.408	Declaración de interés público para el desarrollo turístico, ecológico, deportivo y cultural de la zona de los santos
24.398	Ley para la calendarización de la Educación Escolar
23.492	Ley de Aeroparques Turísticos
24.381	Ley para el desarrollo, promoción y fomento de la actividad libre de deforestación y deforestación evitada
24.375	Creación del Cantón Décimo Segundo de la Provincia de Guanacaste
24.372	Reforma a la Ley de la Promoción de la Igualdad social de la mujer, N° 7142, para implementar medidas de acción afirmativa en el trámite de concursos públicos.
24.361	Fortalecimiento al principio de seguridad jurídica, así como al instituto de la prescripción en los procesos tributarios mediante la reforma del artículo 53 del código de normas y procedimientos tributarios
24.348	Ley para la Promoción del seguro agropecuario de riesgos para actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, acuícolas, de maricultura y forestales,
24.334	Ley para el financiamiento de proyectos rurales, ejecutados por sujetos públicos y privados, y el instituto de desarrollo rural (INDER)
24.313	Declaración de Interés Público para el desarrollo turístico en los distritos Rosario, San Antonio, Frailes, San Cristóbal, Patarrá, San Miguel del Cantón de Desamparados.
24.303	Reformas y Adiciones a la Ley N°10263, Ley de Reparación Integral para Personas sobrevivientes de femicidio, del 6 de mayo del 2022



24.300	Ley para la Resiliencia Climática de Costa Rica: y creación de la Dirección de Cambio Climático
24.298	Reforma a la Ley sobre división territorial administrativa, Ley 4366, del 05 agosto de 1969 y sus reformas
24.294	Ley que declara de interés público el desarrollo cultural y artístico del Conservatorio de Castella
24.263	Ley para el fomento de la pesca responsable en Costa Rica, reformas y adiciones a la Ley N°8436, Ley de Pesca y Acuicultura de 1 de marzo de 2005.
24.262	Declaración del día Nacional contra la violencia obstétrica
24.252	Ley que declara el 08 de abril de cada año como el día Nacional en conmemoración de la Heroína Nacional Francisca “pancha” Carrasco Jiménez
24.238	Reforma al artículo 1 de la ley que crea el derecho de propina a trabajadores de restaurantes, Ley N°4946 del 1 de febrero de 1972, para garantizar su distribución entre todos los colaboradores del servicio.
24.229	Ley de creación de la reserva forestal río Pacuare
24.208	Ley para cambiar el uso y afectar un inmueble propiedad de la Municipalidad de Alajuela a Parque Público Municipal General Tomas Guardia Gutierrez.
24.215	Reforma al inciso e) del artículo 2 de la Ley General de Contratación Pública, Ley 9986, de veintisiete de mayo de 2021
24.207	Ley para fomentar los vuelos de bajo costo entre Costa Rica y Centroamérica.
24.191	Mejora de capacidades del organismo de investigación judicial en la prevención y combate del crimen.
24.184	Declaración de interés público del desarrollo turístico, ecológico y cultural los cantones de Pococí, Siquirres, Matina, Talamanca y Central de Limón.
24.144	Feridos con propósito: Bienestar Personal y Familiar (Reforma al párrafo primero del artículo 148 de la Ley N°2, código de trabajo, de 27 de agosto de 1943 y sus reformas y derogación de su transitorio.
24.142	Proyecto de ley para la reactivación, innovación, fomento del sector agropecuario y rural, y creación del sector franco agropecuario.
24.141	Ampliación de los alcances de la Ley N°10000 del 1 de julio del 2021 "Protección a los ocupantes de zonas clasificadas como especiales.
24.140	Ley para la justicia tributaria en los pagos retroactivos mediante la reforma al artículo 33 de la ley del impuesto sobre la renta, Ley N ° 7092 del 21 de abril de 1988.
24.138	Reforma al artículo 64 de la Ley General de Contratación Pública, N° 9986 de 27 de mayo de 2021.
24.124	Ley para la regulación de perros de asistencia, otros animales de trabajo, animales de apoyo emocional y animales de compañía.
24.111	Ley para fortalecer la autonomía de las personas funcionarias del sector público costarricense frente a los riesgos de la captura de la decisión pública.



24.100	Interpretación auténtica de los artículos 66 y 77 de la Ley General de Contratación Pública, Ley N° 9986 de 27 de mayo de 2021 y sus reformas.
24.098	Declaración de interés público el desarrollo turístico del camino de Costa Rica.
24.097	Autorización para que las instituciones del Estado condonen deudas a la Junta de Administración Portuaria y de Desarrollo Económico de la Vertiente Atlántica (JAPDEVA), según los artículos 5 y 6 de la Ley N° 9764.
24.075	Declaratoria de interés público y cultural del “Festival luces del valle”
24.069	Ley de creación de la Organización Nacional Antidopaje de Costa Rica.
24.061	Ley para la simplificación y la seguridad jurídica de la actividad de hospedaje no tradicional.
24.049	Ley para el manejo y desarrollo integral de la subcuenca media y alta del río Pirrís, Zona de Los Santos.
24.045	Ley para fortalecer el Sector Turismo ante el Consejo Rector del Sistema de Banca para el Desarrollo.
24.042	Declaración del primer sábado del mes de febrero de cada año como el día de la armonía interconfesional.
24.036	Declaración de interés público el desarrollo turístico del Cantón de Buenos Aires.
24.032	Reforma de los artículos 7 inciso g), y 19 inciso c), y adición de un artículo 19 bis, todos de la Ley orgánica del sistema de radio y televisión cultural, Ley N°8346 de 12 de febrero de 2003, para brindar herramientas de actualización tecnológica y sostenibilidad financiera.
24.024	Reforma de varias leyes para fortalecer las organizaciones de bienestar social, en beneficio de la persona adulta mayor.
24.023	Reforma de los artículos:3 inciso m), 10 incisos a) b) y c), 16, 18 y derogatoria del párrafo final del artículo 68 de la Ley del Sistema de Estadística Nacional N°9694 de 04 de junio de 2019.
24.018	Declaración de interés público del desarrollo turístico de los Cantones de Poás, Sarchí, Grecia y Alajuela.
24.010	Derogatoria del inciso c del artículo 19 de la Ley N°8346, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (SINART) para el cierre de la agencia RTN publicidad y reforma a la Ley N°10235 para prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en la política.
24.009	Ley Marco de las Asociaciones Público Privadas.
24.007	“Reforma a varios artículos de la Ley de Control Interno, Código Municipal y a la Ley Orgánica de la Contraloría General de la República para fortalecer la naturaleza de las Auditorías Internas y su relación con la administración activa.
24.001	Ley de reconocimiento de pueblo tribal a la población Afrocostarricense.
23.984	Adición de un inciso 121 al artículo 2, y adición de un artículo 46 bis de la de tránsito por vías públicas terrestres y seguridad vial, N° 9078, del 4 de octubre de 2012 y sus reformas para la regulación de los tuk tuk”.



23.983	Ley de interpretación auténtica sobre la validez del notariado institucional.
23.981	Reforma del artículo 148 del código de trabajo, ley n°2 del 27 de agosto de 1943 y sus reformas. ley para el traslado permanente de los feriados a los lunes, con el fin de promover la visita interna y el turismo.
23.964	Adición de un nuevo párrafo al artículo 148 del código de trabajo, ley n°2 del 27 de agosto de 1943 y sus reformas. ley para el respeto de los días feriados y la regulación de puentes festivos con el objetivo de fomentar el turismo.
23.960	Ley para el fortalecimiento de las organizaciones de bienestar social sin fines de lucro que brindan servicios de cuidado a personas adultas mayores y personas con discapacidad.
23.958	Ley para autorizar la defensa legal de las personas funcionarias públicas por el ejercicio de sus funciones.
23.597	Reformas a la Ley de Contratación Pública, Ley N° 9986 del 27 de mayo de 2021, para promover la sana competencia y evitar el uso abusivo de la excepción para la contratación entre entes públicos.
23.929	Ley para crear la licencia remunerada por muerte de familiares de personas trabajadoras para proteger el derecho al duelo. adición de una nueva sección III al capítulo tercero del título tercero y adición de un nuevo artículo 161 bis al código de trabajo, ley N° 2, de 29 de agosto de 1943.
23.918	Ley para autorizar a que las entidades descentralizadas, las municipalidades y las empresas estatales puedan otorgar escrituras en forma facultativa.
23.903	Reconocimiento de la población afrocostarricense como pueblo tribal.
23.879	Autorización al Concejo municipal del Distrito Lepanto y al Concejo Municipal de Puntarenas para la construcción dentro de la Zona Marítimo Terrestre del Sistema de Acueducto para Abastecimiento de agua potable a Isla Caballo.
23.853	Declaratoria de interés público y cultural a la romería de Río Claro, Golfito con motivo de la celebración de la Virgen de Los Ángeles.
23.852	Ley de Creación de La junta promotora de turismo de la región sur (JUPROSUR).
23.851	Promoción de una planificación urbana ambientalmente equilibrada. adición de un artículo a la ley de planificación urbana, Ley N° 4240 del 15 de noviembre de 1968 y sus reformas.
23.847	Ley de la Economía Circular en Costa Rica.
23.843	Ley para Organizaciones Socioproductivas.
23.937	Ley para el desarrollo y administración de sistemas inteligentes de movilidad urbana cero emisiones por parte de los gobiernos locales.
23.797	Declaratoria de la lapa roja (ara macao) como símbolo de la fauna silvestre de Costa Rica.
23.771	Ley de Regulación de la inteligencia artificial en costa rica capítulo i: disposiciones generales.
23.766	Expediente Legislativo N°23.766 reforma integral a la Ley Marco para la regularización del hospedaje no tradicional y su intermediación a través de plataformas digitales, Ley N° 9742, del 19 de noviembre de 2019.



23.748	Ley para complementar la lucha contra el robo de cable Telefónico y otros artículos del demonio público
23.721	Reforma al artículo 6 de la Ley de Protección al Ciudadano del exceso de requisitos y trámites administrativos, Ley N°8220 del 4 de marzo del 2002.
23.720	Ley Nacional de Voluntariado.
23.718	Ley Marco para Prevenir y Atender los Trastornos de conducta alimentaria (TCA).
23.715	Reforma de los incisos b) y c) y del último párrafo del artículo 95 del código de trabajo, Ley N° 2 del 27 de agosto de 1943 y sus reformas, y reforma del artículo 41 de la Ley marco del empleo público, Ley N° 10.159 del 8 de marzo del 2022. ley para el reconocimiento de la comaternidad
23.706	Ley de licencia menstrual para las mujeres y personas menstruantes trabajadoras y día de descanso para las estudiantes con dolores menstruales,
23.694	Ley para combatir la contaminación por microplásticos añadidos en productos cosméticos, de cuidado personal y de limpieza y reformas a la Ley para la gestión integral de residuos N°8839
23.687	Ley para impulsar a la persona emprendedora.
23.681	Reforma al artículo 3 de la ley 5100, adición de un artículo 3 bis a dicha ley; reforma de los artículos 3 y 4 de la ley 8133; modificaciones de los transitorios I, II y III, y derogatoria del transitorio v de la Ley 9885, respecto a la administración de los recursos del Parque Nacional Manuel Antonio
23.674	Ley para la Eliminación de la Discriminación y la Penalización de todas las formas de Violencia étnico-racial
23.669	Reforma de la Ley N°10044 Fomento de la Economía Creativa y Cultural
23.666	Ley para Prohibir la caza marítima del tiburón martillo en el Territorio Nacional
23.643	Ley para fomentar el desarrollo económico de las costas: Declaratoria del pez vela como símbolo Patrio en el desarrollo económico, social y cultural de Costa Rica
23.633	Ley para la institucionalización legal del protocolo de las 72 horas y los equipos de respuesta rápida para la atención integral a víctimas de delitos sexuales (errvv)
23.597	“Reformas a la Ley de Contratación Pública, Ley N° 9986 del 27 de mayo de 2021, para promover la sana competencia y evitar el uso abusivo de la excepción para la contratación entre entes públicos
23.590	Reforma el artículo 15 de la Ley N°9694, Ley del sistema de Estadística Nacional, de 04 de junio de 2019 y sus reformas
23.588	Ley para el reconocimiento y protección de personas defensoras de derechos humanos y defensoras del medio ambiente
23.579	Ley para declarar Costa Rica como país libre de exploración y explotación de petróleo y gas
23.554	Ley de Creación del Fondo Azul de los servicios ecosistémicos marino-costeros para la conservación y el desarrollo económico de las zonas costeras



24.531	Declaración de interés público para el desarrollo turístico y el valor histórico de los Distritos de Porozal y Bebedero del Cantón de Cañas
23.528	Ley para detallar explícitamente el teletrabajo en el extranjero evitando interpretaciones subjetivas
23.514	Ley General de acceso a la información pública y transparencia
23.511	Ley Marco para la Gestión integrada del Recurso Hídrico
23.500	Ley de la Cruz Roja Costarricense
23.492	Ley de Aeroparques Turísticos
23.481	Declaratoria de la casa de adobes y bahareque como Símbolo Nacional.
23.451	Fortalecimiento de la gestión integral de los residuos.
23.446	Ley para la Regulación de los eventos masivos.
23.428	Ley para combatir la contaminación ambiental por colillas de cigarro y reformas a la Ley General del Control del Tabaco y sus efectos nocivos N ° 9028.
23.410	Ley de Procedimientos de cobro en sede notarial.
23.358	Desarrollo y construcción de embarcaderos vecinales.
23.200	Ley de creación de las parcelas turísticas residenciales recreativas.
23.184	Gobernanza de los servicios digitales y el comercio electrónico.
23.166	Adición de un nuevo artículo 31bis a la Ley orgánica del Ambiente, N° 7554 del 04 de octubre de 1995 Ley para garantizar pasos de fauna en infraestructuras.
23.148	Ley para el desarrollo e impulso de la Zona Marítimo Terrestre.
23.137	Inclusión de Cantones de Occidente en incentivos para Zonas Francas: Reforma al artículo 6 de la Ley N°10.234 del 23 de mayo de 2022.
23.117	Ley de estructuración del fondo de desarrollo de la Provincia de Limón (FODELI) crear para crecer.
22.796	Ley para la defensa de los derechos de titulación, en favor de los pobladores ocupantes de las Zona Marítimo Terrestre.
22.386	Reforma de la Ley N°2035 Ley Orgánica del Consejo Nacional de la Producción (CNP). plazo: 17 de febrero.
21.420	Ley Nacional para el desarrollo, fomento y gestión de las alianzas público-privadas.
21.160	Ley del Sistema Nacional para la calidad.
23.365	Ley para incentivar la Reactivación del Sector Cultura y La atracción de producciones fílmicas y musicales fuera de la GAM.

Fuente: Registros de Asesoría Legal

11.- Procedimientos Administrativos.

En el año 2024, 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.

Durante el 2024, esta Asesoría Legal también desarrolló varias investigaciones preliminares, a fin de recabar elementos de juicio suficientes y evitar el sesgo de la apertura precipitada, de procedimientos administrativos. Adicionalmente, se realizaron algunas verificaciones preliminares de no deudas con la Institución, respecto de empresas que desean acceder a programas como el CST y Marca País.

CUADRO RESUMEN 2024

ACTIVIDAD	CANTIDAD
Investigaciones Preliminares	4
Procedimientos Administrativos disciplinarios y cobratorios	2
Verificación de no deudas respecto de empresas que optan por el CST ante la Comisión Nacional de Acreditación del Programa certificación para la Sostenibilidad Turística	14

ACTIVIDAD	CANTIDAD
Informes a Junta Directiva sobre apelaciones en procedimientos administrativos	4
Informes, criterios a Junta Directiva sobre conciliaciones judiciales	1
Criterios sobre temas tributarios, para Ingresos	7
ACTIVIDAD	CANTIDAD



Informes a la Gerencia sobre otros procedimientos	2
Verificación de no deudas para empresas que desean la acreditación del Programa Marca País	27

12.- Redacción de Reglamentos y Proyectos de Ley.

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

En el año 2024 se redactaron, revisaron y complementaron los borradores de las iniciativas que se detallan en el cuadro adjunto.

CUADRO RESUMEN 2024: DECRETOS EJECUTIVOS

Texto sustitutivo de reforma a la Ley Marco para la Regularización del hospedaje no tradicional y su intermediación a través de plataformas digitales, Ley N° 9742.	Proyecto de reforma y adición al Reglamento de la Ley Reguladora de la Propiedad en Condominio para su aplicación a las Marinas y Atracaderos Turísticos, Decreto Ejecutivo N° 32303-MIVAH- MEIC- TUR del 02 de marzo del 2005.
---	---

13.- 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, a la Junta Directiva en temas atinentes al desarrollo y ejecución de dicho Proyecto Turístico, a las diferentes instancias y entes del Estado quienes han requerido asesoría sobre este régimen especial de aprovechamiento de bienes de dominio público. 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 las adendas 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.

CUADRO RESUMEN 2024

ACTIVIDAD	CANTIDAD
Criterios Legales	12
Cesiones	52
Contratos de Concesión y Adendas	77
Sometimiento a régimen condominal	06
Acreditación de traspaso de capital social y nuevos apoderados	37
Solicitudes de Prórroga de plazo de concesión	53
Declaratoria de extinción de concesiones	09
Sometimiento en garantía	03
Rectificación de Área – actualización de plano	02
Fusión por absorción	01

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.

14.- Coordinación de tareas con Asesoría Legal de ONU Turismo.

- Creación, junto con el Departamento de Servicio al Turista, del cuadro comparativo de las recomendaciones establecidas en el Código Internacional para la Protección de los Turistas y la respectiva acción implementada en el país.
- Elaboración de un compilado de la normativa que regula la actividad del turismo y actividades conexas en Costa Rica.
- Compilada la normativa que regula la actividad del turismo y actividades conexas en Costa Rica, se cargó en el la plataforma web del **“Observatorio de Derecho del Turismo para América Latina y el Caribe”**.
- Se participó en representación de Costa Rica y del ICT en el II Seminario Internacional de Derecho del Turismo sobre “Derecho del Turismo: Sostenibilidad y Accesibilidad Universal” organizado por ONU Turismo, en colaboración con la Agencia Córdoba Turismo SEM y la Universidad Siglo 21 y celebrado en Córdoba, Argentina del 24 al 29 de noviembre de 2024. Esto en la mesa redonda “La legislación sobre el Turismo Sostenible en las Américas. Buenas prácticas y lecciones aprendidas” sobre el caso de éxito de Costa Rica.
- Se elaboró y rindió un artículo científico a ONU Turismo bajo el nombre **“Desarrollo Turístico Sostenible en Costa Rica: marco jurídico e institucional desde la perspectiva del turismo, el ambiente y el patrimonio histórico cultural.”** Formalizado mediante el Oficio ALA-1505-2024 del 14 de noviembre del 2024.

Departamento de Tecnologías de Información

Según las tendencias a nivel mundial, el Departamento de Tecnologías de Información y Comunicaciones institucional, enfrenta retos como la transformación digital, la ciberseguridad, la gestión de servicios, la retención de talento y la adaptación a la consumerización.

Transformación digital Mantener el ritmo de la transformación digital, Implementar prácticas de transformación digital eficientes, Adaptarse a un entorno cambiante.

Ciberseguridad Amenazas de ciberseguridad y violaciones de datos, Vulnerabilidad de la empresa.

Gestión de servicios

- Excesivas modificaciones de sistemas, aplicaciones y herramientas
- Garantizar el seguimiento, la interoperabilidad y flujos de trabajo

Retención de talento

- Atraer, retener y desarrollar talento en TI
- Invertir en programas de capacitación y desarrollo profesional
- Fomentar la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo

Adaptación a la consumerización

- Determinar si el departamento de TI está alineado con la nueva realidad de la consumerización

Otros retos

- Gestionar la migración de datos entre sistemas
- Mantener una infraestructura flexible para adaptarse a los cambios del mercado
- Mejorar la comunicación entre departamentos

El enfoque del departamento durante el año 2024, estuvo en mantener la infraestructura tecnológica, estable, actualizada e intacta, se muestra a continuación

la retención brindada desde las herramientas de control y retención para la seguridad, para los ataques relacionados con Malware, virus, botnet , Spyware y Adware.

Malware: Viruses Botnet Spyware and Adware

#	Malware Name	Malware Type	Victim	Source	Count
1	SystemBC.Botnet	Virus	1	420	424
2	Mirai.Botnet	Virus	1	127	209
3	Bladabindi.Botnet	Virus	1	15	116
4	Gh0st.Rat.Botnet	Virus	1	12	79
5	Riskware/Generic.H2	Spyware	1	1	9
6	d53a6907a0e86798608b76df94a0673a24a0796a	Virus	1	1	3
7	Malware_Generic.P0	Virus	1	1	3
8	Riskware/Aircrack	Spyware	2	1	3
9	HTML/Redirect.FED5!tr	Virus	1	1	2
10	MooBot.Botnet	Virus	1	1	2
11	Ganiw.Botnet	Virus	1	1	2
12	HTML/Refresh.BC!tr	Virus	1	2	2
13	Gafgyt.Botnet	Virus	1	1	2
14	Amadey.Botnet	Virus	1	1	1

High Risk Application Visibility and Control

Remote.Access	13
Proxy	11
P2P	2
Cloud.IT	1



Application Vulnerability Exploits

#	Severity	Threat Name	Type	CVE-ID	Victim	Source	Count
1	5	PHPUnit.Eval-stdin.PHP.Remote.Code.Execution	Code Injection	CVE-2017-9841	3	35	733

Plan Estratégico Tecnologías de Información y Comunicación (PETIC)

Uno de los avances más importante del departamento, se concentra en la elaboración del PETIC, para los próximos 4 años, corresponde a un documento que se está revisando a lo interno y próximamente, se socializará entre las principales unidades, para realizar un análisis y abrir un espacio para modificaciones u observaciones. Luego de ello, se expondrá a la Junta Directiva a fin de que sea aprobado y divulgado.



Herramientas de protección, para esquemas de seguridad más robustos

Con el propósito de mantener la plataforma tecnológica en buenas condiciones de funcionamiento, operabilidad, segura e intacta se ha realizado la contratación de herramientas de prevención tales como: FORTI EDR-MDR SOFTWARE INFOBLOX BLOXONE FORTIMAIL CLOUD Tramitado mediante la SMS 10417-2023 NTENIMIENTO UTM SERVICIO DE SOPORTE Y ACTUALIZACIÓN (RENOVACIÓN) DE LICENCIA SMS 10604-24 ANTIVIRUS SOPHOS Central Intercept X Advance for Server SMS 10600- 24 Mantenimiento del servidor de base de datos. Contratación de Licencias Lo que representa el 100% de la meta definida. Es oportuno comentar que el departamento desarrolla un monitoreo permanente de software y hardware para identificar necesidades de actualización y mejoras.

Convenio con MICITT:

Se gestionó un Convenio de Cooperación Interinstitucional suscrito entre el Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones y el Instituto Costarricense de Turismo, para la ejecución del proyecto denominado Fortalecimiento de las Capacidades de Ciberseguridad de Costa Rica, que permitirá a la institución formar parte de proyectos generados desde el ente rector, acceso a capacitaciones y posibilidad de utilizar herramientas avanzadas de seguridad, que por este año y mediados del próximo año no tendrá costo para la institución, como lo es el caso del software Crowd Strike que ofrece un centro de monitoreo 24/7, así como una garantía especial, si bien la gestiones iniciaron desde el 2024, su firma se realizó durante el año 2025.

Sistema Institucionales:

Se continuó con el desarrollo de los módulos de Contrato Turístico y Declaratoria Turística, se puso en operación una nueva etapa del sistema de Compras y se avanzó en el desarrollo y la programación de los sistemas: ICTDeclara Web y Transporte terrestre, este último para cumplir con una indicación específica desde Presidencia de la República y como apoyo de las operaciones del Departamento de Administración Tributaria.



Plataforma Help Desk

Durante este año, se implementó y se estuvo probando una nueva plataforma para el servicio de soporte, que permite organizar y controlar de una mejor manera la gestión de los reportes que realizan los usuarios internos, relacionados con el soporte técnico.



Dirección Administrativa Financiera



Dirección Administrativa Financiera

La Dirección Administrativa Financiera (DAF) a través de los departamentos a su cargo, provee los recursos materiales, técnicos y humanos para que todas las unidades externas a ella (dentro del ICT) tengan a su disposición lo requerido para lograr los objetivos institucionalmente fijados.

Siendo su misión principal la conducción, el apoyo y supervisión de las actividades para atender las diversas necesidades; en la DAF se definen las estrategias necesarias para su diligencia, 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 satisfacerlos.

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 Administración Tributaria, Proveeduría y de Gestión del Talento Humano. Su accionar impacta los niveles institucionales superiores, medios y operativos de todas las unidades, tanto en la Sede Central como en las Oficinas Regionales.

Efectivamente, se logró una cifra récord de recaudación cercana a los ₡40 mil millones, superando las estimaciones presupuestarias en un 11% y aumentando un 3.5% respecto a los ingresos del período 2023. Esto fue complementado con la implementación de la resolución conjunta entre el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y el Ministerio de Hacienda, y la herramienta "ICT Contribuyente", que simplifica y automatiza trámites para los administrados.

En el área **Administrativa**, fueron atendidas cerca de 550 solicitudes y órdenes de trabajo, realizándose mejoras significativas en infraestructura y equipamiento, como la adquisición de vehículos y cámaras de alta definición, y concretándose además convenios con la Universidad de Costa Rica y la Cruz Roja Costarricense.

El Depto. de **Gestión del Talento Humano** implementa con éxito la Ley Marco de Empleo Público. Asimismo, se realizó en este periodo una nueva medición del Clima Organizacional, alcanzando un índice de satisfacción de un 77.2%. Se logró concretar el Proyecto de Fortalecimiento Institucional.



En el aspecto **Financiero** se alcanzó una ejecución presupuestaria del 91.4%. El planeamiento financiero de mediano plazo es provisto de información financiera y contable de alta calidad, producto también del trabajo continuado para mantener una Opinión no modificada (Opinión limpia) de los Estados Financieros de la institución, lo que incluye la aplicación de las NICSP (Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público).

En la **Proveeduría Institucional** se han implementado importantes reformas en los procedimientos de contratación, automatizando procesos clave como el módulo de cuentas por pagar, evidencia de que avanza en la modernización de los sistemas y herramientas de gestión.

En general, la totalidad de los requerimientos de los Departamentos de la Dirección Administrativa Financiera fueron atendidos en el año 2024, para lo que se participó activamente en su conducción estratégica; de igual manera fueron atendidas las demandas por servicios diversos por parte de las demás Unidades de la institución. Asimismo, fueron resueltas absolutamente todas las solicitudes de información de las instituciones y demás entes externos; también se ha tenido una participación activa en cada uno de los eventos en que se ha debido representar a la institución. La DAF trabaja en varios comités de importancia institucional: Comisión de Accidentes de Tránsito, Comisión Evaluadora de Solicitudes de Pasajes, Comisión de Ética y Comisión de NICSP.

Estos resultados reflejan el compromiso de la DAF con la eficiencia, transparencia y modernización, alineándonos con los objetivos estratégicos institucionales y contribuyendo al fortalecimiento del turismo en Costa Rica.



Departamento de Gestión de Talento Humano

En este periodo se continuó con la incorporación de las mejores prácticas que facilitaron los procesos de reclutamiento, dada su cantidad y modalidad (interno y externo); así por ejemplo se realizaron procesos de selección por grupos y no por demanda individualizada de las jefaturas, unificación de comunicados durante los concursos, aplicación de pruebas técnicas segmentadas y la combinación de entrevistas virtuales y presenciales.

El reclutamiento y selección fue una de las áreas de mayor actividad durante el año, y se convirtió en un enfoque central para el equipo; debido a que se presentaron 19 jubilaciones, 16 de estas registradas en el mes de enero. Estas jubilaciones fueron un factor clave para generar carrera profesional en las personas funcionarias dentro de la institución, lo que derivó en una serie de concursos internos en cadena. Además, se incorporó personal externo, lo que no solo permitió cubrir vacantes críticas, sino que también propició un refrescamiento al ambiente laboral, nuevas ideas y perspectivas dentro de los equipos. Se destinaron esfuerzos significativos para garantizar que las distintas áreas de la Institución contaran con el personal adecuado en el momento oportuno. Este proceso fue clave para asegurar que los equipos pudieran cumplir con los objetivos institucionales, manteniendo un alto nivel de productividad y eficiencia en todas las áreas involucradas. La adecuada cobertura de vacantes fue fundamental para el debido funcionamiento de la institución.

Así mismo, se continuó con la modalidad de teletrabajo, constituyéndose en parte de la normalidad institucional, lo que se ha convertido en un salario emocional pues contribuye a que las personas funcionarias cuenten con un mejor equilibrio entre su vida laboral y personal. En materia de selección de talento humano, el teletrabajo se ha convertido en un factor de atracción y retención de los colaboradores.

Por otra parte, la entrada en vigencia de la Ley Marco de Empleo Público, N°10159, trajo cambios en los subprocesos de Empleo y Compensación, específicamente en la gestión de reclutamiento, selección y movimientos de personal dentro de la organización; así como, la aplicación de un nuevo esquema de salario global para

las personas de primer ingreso en la función pública. Efectivamente, se registraron 28 ingresos de personal, clasificados en su totalidad bajo la modalidad de salario global, quienes recibirán una compensación integrada en un único pago sin desglosar los pluses salariales.

Asimismo, se ha trabajado en diferentes proyectos a cargo de los Subprocesos para cada área funcional, a saber: compensación, relaciones laborales, desarrollo, organización del trabajo y empleo y servicios de personal, según se detallan a continuación:

Subproceso de Compensación

En la tabla siguiente se registra la distribución de las 317 plazas aprobadas por la Autoridad Presupuestaria.

Distribución de plazas en el 2024

Plazas	Cantidad	Porcentaje
Ocupadas	293	92%
Vacante	22	7%
Vacante temporal	2	1%
Total	317	100%

De conformidad con el oficio MH-STAP-ACDO-1648-2024, la Autoridad Presupuestaria, en el acuerdo N°14166 aprobó 8 nuevas posiciones y 8 reasignaciones según se presentan en los cuadros siguientes:

**Cuadro de posiciones aprobadas para el 2025
por la Autoridad Presupuestaria**

Dirección	Departamento	Clase de puesto
Dirección de Mercadeo	Departamento de Promoción y Desarrollo de Segmentos Especializados	Jefe de departamento
Dirección de Mercadeo	Departamento de Promoción y Desarrollo de Segmentos Vacacionales	Coordinador de unidad
Dirección de Mercadeo	Departamento de Promoción y Desarrollo de Segmentos Vacacionales	Coordinador de unidad
Dirección de Estrategia Turística	Departamento de Producto Turístico	Jefe de departamento
Dirección de Estrategia Turística	Departamento de Producto Turístico	Ejecutivo de turismo 2
Dirección de Estrategia Turística	Departamento de Producto Turístico	Ejecutivo de turismo 2
Dirección de Estrategia Turística	Departamento de Producto Turístico	Ejecutivo de turismo 2
Dirección Administrativa y Financiera	Departamento de Proveeduría	Ejecutivo de turismo 3

Fuente: MH-STAP-ACDO-1648-2024



Cuadro de reasignaciones aprobadas para el 2025 por la Autoridad Presupuestaria

Puesto	Departamento	Clase de puesto actual	Reasignado a
01156	Dirección de Mercadeo	Subgerente de Mercadeo	Director
01109	Departamento de Promoción y Desarrollo de Segmentos Vacacionales	Gestor de Turismo 1	Ejecutivo de Turismo 1
01145	Departamento de Estadística Turística	Coordinador de Unidad	Jefe de Departamento
01195	Departamento de Sostenibilidad Turística	Ejecutivo de Turismo 3	Coordinador de Unidad
01289	Departamento de Conectividad y Atracción de Inversiones	Coordinador de Unidad	Jefe de Departamento
901024	Unidad de Infraestructura Pública Turística	Ejecutivo de Turismo 3	Coordinador de Unidad
01076	Departamento Financiero	Gestor de Turismo 1	Gestor de Turismo 2
01102	Departamento Administrativo	Gestor de Turismo 2	Ejecutivo de Turismo 2

Fuente: MH-STAP-ACDO-1648-2024



Subproceso de Relaciones Laborales

De acuerdo con lo establecido en el Decreto N°42087-MP-PLAN sobre “Lineamientos generales de gestión de desempeño de las personas servidoras públicas”, se realizó la Evaluación del Desempeño Institucional (GEDI) para un total de 317 plazas, con los siguientes resultados:

Detalle de conformación del Proceso de Evaluación

Cantidad	Motivo
243	Evaluaciones remitidas
1	Permiso sin goce de salario
17	Sin el Tiempo requerido para ser evaluados
3	Puestos de Confianza
7	Incapacitado
4	No entregados
2	En proceso de revisión por parte de Consejo Director y CIMAT
40	Vacantes

Fuente: Listado Control de Entrega de Evaluaciones

Este subproceso cumplió con las auditorías programadas para el periodo. Los resultados obtenidos reflejan que el proceso se realizó de manera organizada y conforme a lo establecido por las personas funcionarias, quienes definieron sus objetivos con el respaldo y aval de la Jefatura.

Se desarrollaron diversos documentos clave para este Departamento, entre ellos el Proceso de fortalecimiento Institucional, el Plan de Empleo 2024, la reorganización del Manual de Clases Institucional y el inicio del rediseño del Manual de Cargos Institucional según el nuevo formato facilitado por la Dirección General del Servicio Civil.

Con gran satisfacción, se presentan los resultados de la primera medición del clima organizacional realizada después de la pandemia. Este ejercicio fue un paso

importante para evaluar el bienestar y el compromiso de las personas funcionarias, especialmente luego de una etapa tan desafiante como la vivida en los últimos años.

El índice general de satisfacción promedio obtenido fue del 77,2%, lo que representó un incremento del 3,2% en comparación con la última medición realizada en 2019, que alcanzó un 74%. Además, los resultados mostraron un notable aumento del 11% con respecto a la medición efectuada en 2017.

La encuesta contempló cuatro dimensiones clave que permitieron conocer de manera integral, las percepciones de las personas funcionarias, tal y como se observa en el siguiente cuadro.

Dimensiones de la encuesta de clima organizacional 2024

Dimensión	Resultado obtenido
Crecimiento y desarrollo	75.08%
Motivación y satisfacción	77.94%
Buenas prácticas y organización	77.93%
Retribución y condiciones de trabajo	75.94%
<i>Fuente: Reporte de clima organizacional 2024</i>	

Según la escala de la herramienta utilizada, los resultados mostrados en la tabla anterior, estos se encuentran dentro de la categoría "bueno", lo que indica que, en general, las personas se sienten satisfechas con los aspectos consultados.

Estos resultados son un reflejo de los esfuerzos que se realizan para mejorar constantemente el ambiente laboral y proporcionar las mejores condiciones para el desarrollo personal y profesional.

Por otra parte, se elaboró el presupuesto institucional correspondiente al año 2025, cumpliendo con los lineamientos establecidos y asegurando una adecuada



planificación financiera para atender las necesidades y objetivos estratégicos de la institución.

Subproceso de Desarrollo

En aspectos de capacitación general, 109 personas funcionarias participaron en capacitaciones enfocadas en temas específicos y técnicos, relacionadas con las actividades que desempeñan en su puesto.

Este subproceso, enfocó sus esfuerzos en la identificación de necesidades formativas y expectativas de capacitación, de las distintas generaciones que conforman el capital humano del ICT, con este propósito, se aplicó un instrumento de diagnóstico digital al grupo de personas funcionarias que brindan apoyo directo a la jefatura inmediata, el cual permitió recopilar información sobre las competencias y habilidades que consideraron prioritarias desarrollar.

Además, se efectuaron varias sesiones de grupos focales intergeneracionales con personas de diferentes áreas de la Institución, lo que permitió identificar los temas de mayor interés, fomentar el diálogo entre compañeros y compañeras, recoger sugerencias sobre factores y metodologías de capacitación con el fin de obtener mayor efectividad de las mismas; toda esta información constituye una base sólida para diseñar el plan de capacitación 2025.

Se realizaron varios conversatorios para determinar el nivel competencial de las personas funcionarias, en relación con las competencias cardinales según el Modelo de Gestión por Competencias. Aunque estas sesiones se realizaron con diferentes áreas, se identificó que las personas funcionarias requieren un repaso integral del Modelo de Gestión por Competencias, iniciando por los aspectos conceptuales. Por lo tanto, se reformuló el enfoque, planeando un programa de capacitación para todas las jefaturas y personas colaboradoras. En el 2025, se ofrecerán talleres y capacitaciones diseñados para que las personas participantes adopten los conceptos, generen autoconocimiento y asimilen el Modelo como una herramienta clave para su desarrollo personal y profesional.



Subproceso Empleo

En cuanto al subproceso de empleo, además de sus actividades propias, una de las principales fue el reclutamiento y selección para cubrir puestos vacantes según las necesidades de cada departamento. Se realizaron 61 concursos internos y externos, con 81 puestos disponibles, en cumplimiento de la Ley 10159 Ley Marco de Empleo Público y la actualización de la "Política institucional de reclutamiento, selección y movimientos de personal del Instituto Costarricense de Turismo".

- Concursos Internos:
 - Proceso tradicional: Se ejecutaron 6 concursos internos para 12 puestos.
 - Sistema por Oposición (Ley 10159): Se realizaron 26 concursos por oposición, con 33 puestos, utilizando una Fase Única de Evaluación: Prueba Técnica, Prueba PDA y Entrevista Técnica por parte de la jefatura.

- Concursos Externos: Se realizaron 29 concursos en el formato tradicional de 2 fases, para cubrir 36 puestos. De estos, 21 personas fueron contratadas.

Todas las personas candidatas incluidas en la nómina de elegibles de los concursos de selección, realizaron el test PDA, herramienta que permitió conocer la compatibilidad con el puesto al que estaban participando.

Subproceso de Organización del Trabajo

Esta área funcional se centró en dos aspectos clave relacionados con la organización del personal: el teletrabajo y las vacaciones.

En cuanto al teletrabajo, acatando lo establecido en el nuevo Manual de Teletrabajo actualizado en enero 2024, se estableció que las personas funcionarias podrían optar por 2 modalidades de teletrabajo (3x2 -tres días en la institución y 2 trabajo en casa y; 4x1 -4 días en la institución y 1 trabajo en casa). Por lo que, fue necesario que las personas funcionarias actualizaran el nuevo contrato de teletrabajo de acuerdo a la nueva normativa.



A lo largo del año, se ha realizado un seguimiento continuo del proceso de teletrabajo para garantizar que todos los funcionarios cumplan con lo establecido en la nueva normativa. En total, se registraron 242 funcionarios en la modalidad (3x2) y 6 en la modalidad (4x1).

En cuanto al tema de vacaciones, durante 2024 se trabajó en la creación e implementación de una nueva herramienta que permitirá a los funcionarios registrar sus solicitudes de vacaciones. Desde el inicio del proyecto, se ha brindado un acompañamiento constante al Departamento de Tecnologías de Información y Comunicación para asegurar su éxito. Esto ha incluido reuniones periódicas con el equipo, para dar seguimiento al progreso, identificar posibles desafíos y proporcionar la información necesaria para su óptimo desarrollo. Sin embargo, a la fecha, el nuevo sistema de vacaciones aún no está en funcionamiento, lo que se constituye en un reto para el próximo año.

Gestión de Servicios de Personal

Para este año, el Departamento de Talento Humano mantuvo actualizados los expedientes digitales dentro de los plazos establecidos, garantizando la disponibilidad y precisión de la información institucional, un aspecto clave para la correcta gestión administrativa. Asimismo, se colaboró en el registro de solicitudes de compras en el Sistema Integrado de Compras y se dio seguimiento a los trámites de pagos, asegurando el cumplimiento de los procesos financieros.

Además, se procesaron diversos formularios, como los relacionados con los periodos de prueba, la emisión de certificaciones y otros documentos administrativos esenciales. También se registró y archivó la correspondencia tanto digital como física, lo que facilitó el acceso a la información y mejoró la eficiencia en la gestión de documentos.

Se hizo uso del Sistema de Correspondencia Digital para optimizar la gestión documental y se implementaron controles para el seguimiento de expedientes y solicitudes institucionales, asegurando así una administración eficiente y ordenada de los recursos. Estas tareas, aunque rutinarias, son fundamentales para el buen funcionamiento del departamento y la correcta operación institucional.

El Departamento de Gestión de Talento Humano continúa siendo un pilar fundamental en el cumplimiento de los objetivos estratégicos del ICT, a través de



su enfoque en la formación continua, la planificación de recursos humanos y el impulso de un clima organizacional positivo.



Departamento Financiero

Es el Departamento responsable de dirigir los procesos financiero, contable y presupuestarios de la institución, al ser el órgano asesor en esta materia, de conformidad con sus competencias, en atención a los lineamientos y normas preestablecidas.

Se distingue por ser una de las unidades con mayor desarrollo informático, al contar con sistemas de información dirigidos a instrumentar y operar las políticas, directrices, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud, 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 que promuevan la eficiencia y eficacia en el control de la gestión. Además, facilita la evaluación de las actividades y la fiscalización de sus operaciones, considerando la observancia de las leyes, normas y reglamentos aplicables, para el logro de las metas establecidas tanto a nivel departamental como institucional.

Destaca dentro de la gestión realizada por este Departamento, la actualización del Reglamento Financiero publicado en el Alcance a la Gaceta No. 145 al diario La Gaceta 156 del 26 de agosto del año anterior, donde se incluye normativa interna para ser acatada tanto por el Departamento Financiero, como por parte de todo funcionario del Instituto. Se detallan las funciones de los Departamentos de Financiero y de Administración Tributaria, con una descripción de cada una de las áreas que componen los mismos y sus funciones. Se desarrollaron los temas de mecanismos de pago y se incorporó lo normado por la Ley General de Contratación Pública, que introdujo cambios sustanciales en la manera de adquirir bienes y servicios, para finalizar con la regulación de partidas especiales, como gastos de representación, alimentos y bebidas, pagos por adelantado y anticipos. Asimismo, se estableció normativa para regular las responsabilidades en el uso de las credenciales, para la utilización de los sistemas internos, desarrollados a la medida, para aprobación de actos administrativos, de tal manera que cada usuario tiene roles y niveles de autorizaciones diferenciados, lo que permite fijar mejor las responsabilidades de cada uno, tema omiso en aplicativos anteriores, ya que la mayoría de las actuaciones eran no digitales, por el contrario, ahora son automatizadas, lo que permite mayor eficiencia en la resolución de los temas



propios de cada unidad administrativa y reduce sustancialmente el tiempo que se emplea en la firma de los diferentes soportes a los documentos de pago. Otras mejoras están relacionadas con la remisión a otras normas internas, como lineamientos, desde este reglamento permitiendo una mayor flexibilidad a los cambios presentes o futuros que se puedan producir en normativa.

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

Presupuesto

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 y la liquidación presupuestaria anual. Lo anterior, de conformidad con lo que establece el Reglamento Financiero, el Reglamento Interno de Contratación Pública del ICT, 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).

Esta área es un soporte primario para las diferentes Unidades institucionales en asuntos de ejecución presupuestaria. Aquí se establecen los mecanismos de coordinación y comunicación con las unidades ejecutoras, para velar por el cumplimiento de los controles vigentes y la normativa emitida por entes internos y externos competentes en materia de control presupuestario.

Sobre el financiamiento de las metas y objetivos institucionales, en el cuadro No. 1 se muestra los ingresos reales recaudados en el periodo por un monto de ₡40.719.1 millones, lo que muestra una variación relativa de un 13.6%, con respecto al presupuesto institucional (₡35,858.4 millones), lo que en términos absolutos se traduce en un monto adicional de ₡4,860.7 millones.

Cuadro No. 1
Instituto Costarricense de Turismo
Ingresos Acumulados
del 01 Enero al 31 Diciembre de 2024
(millones de colones)

Detalle	Ingresos		Variación		Participación
	Real 2024	Pto. 2024	Absoluta	Relativa	
Ingresos Tributarios	39,631.2	35,705.2	3,926.1	11.0%	97.3%
Otros Impuestos S/Comercio Ext. \$15,00 Ley No. 8694	21,942.1	19,931.9	2,010.1	10.1%	53.9%
Impuesto de Salida al Exterior 5% (A)	7,290.9	5,911.6	1,379.3	23.3%	17.9%
Impuesto de Salida al Exterior 5% - Ley 8694 (B)	10,398.3	9,861.7	536.6	5.4%	25.5%
Ingresos no Tributarios	1,087.9	153.3	934.6	609.8%	2.7%
Alquileres de Edificios e Instalaciones	25.8	27.6	-1.8	-6.5%	0.1%
Alquileres de Edificios e Instalaciones (CNCC)	0.0	0.0	0.0	-100.0%	0.0%
Alquiler de Terrenos (Concesión PTGP)	423.6	0.0	423.6	-100.0%	1.0%
Intereses sobre Cta. Cte. (ICT)	229.6	0.0	229.6	-100.0%	0.6%
Intereses sobre Bonos y Cta. Cte. (PTGP)	15.0	0.0	15.0	-100.0%	0.0%
Otros Ingresos	393.9	125.7	268.2	213.5%	1.0%
TOTAL	40,719.1	35,858.4	4,860.7	13.6%	100.0%

En cuanto a la ejecución presupuestaria operativa para este periodo, es pertinente señalar que el Departamento Financiero (Área de Presupuesto) da seguimiento y apoyo continuo a cada una de las áreas Institucionales, para el mejor manejo presupuestario, alcanzando para este año un nivel de ejecución del 91.4% del presupuesto definitivo, tal como se muestra en el siguiente Cuadro No. 2.

Cuadro No. 2
Instituto Costarricense de Turismo
Ejecución de Gastos Operativos Acumulados por Programa
del 01 de Enero al 31 de Diciembre de 2024
(millones de colones)

Programa	Presupuesto 2024	Ejecución Real 2024		Disponible	
		Monto	%	Monto	%
Dirección Superior y Administración	12,822.2	11,892.2	92.7%	930.0	7.3%
Planeación, Gestión y Mercadeo Turístico (Sin CCCR)	20,779.4	18,906.1	91.0%	1,873.3	9.0%
Proyecto Golfo de Papagayo	393.5	210.0	53.4%	183.5	46.6%
Total (Sin CCCR)	33,995.0	31,008.3	91.2%	2,986.7	8.8%
Administración - CCCR					
Planeación, Gestión y Mercadeo Turístico (Administración)	692.1	685.4	99.0%	6.6	1.0%
Total Administración CCCR	692.1	685.4	99.0%	6.6	1.0%
Total	34,687.1	31,693.8	91.4%	2,993.3	8.6%



Unidad de Contabilidad

Esta área se encarga de aplicar y dar seguimiento a las políticas, normas, sistemas de información y procedimientos necesarios para asegurar la razonabilidad y seguridad en el registro de las operaciones financieras, utilizando las Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público (NICSP).

Entre sus responsabilidades se encuentra la recopilación, clasificación, interpretación y registro de todas las transacciones de la institución en términos monetarios. Además, prepara información oportuna para la toma de decisiones de los líderes de la institución y de las instancias del sector público encargadas de la gestión y evaluación financiera, así como para terceros interesados.

Durante el año, se cumplió puntualmente con las entregas mensuales de Estados Financieros a la Contabilidad Nacional, siguiendo la directriz DCN-0012-2021. También se tomaron acciones para abordar las recomendaciones del ente rector y cerrar las brechas en la implementación de NICSP.

En cumplimiento de las Normas de Control Interno para el Sector Público emitidas por la Contraloría General de la República y con el objetivo de evaluar la calidad de la información generada al cierre del período 2023, se contrató la auditoría externa de los estados financieros, la que fue realizada por un despacho de reconocida trayectoria, quien en la opinión emitida señaló: *“(...) presentan razonablemente en todos los aspectos importantes, la situación financiera del Instituto Costarricense de Turismo, (ICT), al 31 de diciembre del 2023-2022 (...)”*, opinión que fue conocida por la Junta Directiva del ICT mediante el acuerdo SJD-173-2024 de fecha 12 de agosto de 2024 (Opinión no modificada, *Opinión Limpia*). Esta auditoría respalda la gestión realizada, demostrando el apego a la normativa contable y la eficiente administración financiera de los recursos.

Al implementarse el sistema de Libros Contables Digitales en el ICT, la Contabilidad Nacional ha tomado este programa como modelo para otras instituciones, donde incluso se tienen pendientes algunos espacios de retroalimentación a otras entidades, sobre la implementación de un sistema similar.

A continuación, se detallan y analizan el Estado de Rendimiento Financiero y de Situación Financiera comparativos para el periodo 2024-2023.

Cuadro No. 3
Instituto Costarricense de Turismo
Estado de Rendimiento Financiero
Por el periodo terminado al 31 diciembre de 2024-2023
(millones de colones)

Detalle	2024	2023	Variación 2024 / 2023		Análisis Vertical	
			Absoluta	Relativa	2024	2023
Ingresos por Operaciones						
Impuestos sobre el comercio exterior y transacciones internacion	39,293.2	38,672.2	621.0	1.6%	91.9%	94.0%
Multas y sanciones administrativas	3.8	0.7	3.2	489.2%	0.0%	0.0%
Derechos administrativos a los servicios de transporte	18.0	18.5	-0.5	-2.6%	0.0%	0.0%
Intereses por equivalentes de efectivo	16.6	20.9	-4.3	-20.4%	0.0%	0.1%
Intereses por títulos valores a costo amortizado	243.1	227.9	15.1	6.6%	0.6%	0.6%
Alquileres	299.1	119.9	179.2	149.4%	0.7%	0.3%
Transferencias corrientes	0.0	610.3	-610.3	-100.0%	0.0%	1.5%
Diferencias positivas tipo de cambio	2,534.5	1,335.2	1,199.3	89.8%	5.9%	3.2%
Resultado de activos por tenencia de activos no derivados	3.8	0.0	3.8	100.0%	0.0%	0.0%
Recuperación de Provisiones	0.4	0.0	0.4	100.0%	0.0%	0.0%
Otros ingresos	333.0	117.4	215.7	183.7%	0.8%	0.3%
Total Ingresos por Operaciones	42,745.5	41,122.9	1,622.6	3.9%	100.0%	100.0%
Gastos de Operaciones						
Gastos de personal	8,713.0	9,387.2	-674.1	-7.2%	19.8%	22.1%
Servicios	21,491.5	15,623.1	5,868.3	37.6%	48.9%	36.8%
Materiales y suministros consumidos	98.1	82.9	15.2	18.3%	0.2%	0.2%
Consumo de bienes distintos de inventarios	782.2	791.3	-9.1	-1.2%	1.8%	1.9%
Pérdidas por deterioro y desvalorización de bienes	41.2	26.9	14.3	53.0%	0.1%	0.1%
Deterioro de cuentas por cobrar	0.0	5.2	-5.1	-99.4%	0.0%	0.0%
Transferencias corrientes	10,005.4	11,872.9	-1,867.5	-15.7%	22.8%	28.0%
Resultados negativos Diferencial	2,790.0	4,644.2	-1,854.2	-39.9%	6.4%	10.9%
Otros gastos y resultados negativos	1.5	1.2	0.3	21.3%	0.0%	0.0%
Total Gastos	43,922.8	42,434.8	1,487.9	3.5%	100.0%	100.0%
Resultado del Periodo	-1,177.3	-1,311.9	134.7	10.3%		

Según se presenta en el cuadro No. 3, denominado "Estado de Rendimiento Financiero", los ingresos totales por operaciones experimentan un crecimiento respecto al mismo periodo en 2023, reflejando una variación absoluta de ₡1.622,6 millones de colones, lo que representa un 3,9% en términos relativos.

Dentro de los rubros de ingresos, se observa que los Impuestos sobre el comercio exterior aumentaron en valores absolutos en ₡621,0 millones, representando un 1,6% más que en el periodo anterior. Además, se destaca un crecimiento absoluto de ₡1.199,3 millones en la partida de "Diferencias positivas tipo de cambio",

equivalente a un 89,8%. Este resultado se atribuye al impacto del tipo de cambio, con una apreciación del colón frente al dólar.

En cuanto a los gastos totales, muestran un aumento absoluto de ₡1.487,9 millones, lo que representa un incremento relativo del 3,5% en comparación con el mismo periodo de 2023. La cuenta de Servicios destaca con el mayor monto absoluto de ₡5.868,3 millones, equivalente al 37,6%. Este aumento se debe, en parte, al incremento en la partida de publicidad para promocionar el país en el extranjero.

Las transferencias corrientes experimentan una disminución de -₡1.867,5 millones debido a obligaciones contractuales, con una variación significativa vinculada al acuerdo oficio SJD-220-2023, que autoriza la transferencia a la Comisión Nacional de Emergencias, CNE, para atender el decreto de emergencia N°44072-MP, ampliado con el N°43626-MP, según el oficio N°DM-353-2023, para este periodo se realizó una transferencia a la CNE como aporte al decreto de emergencia número N.44754-MP 2024.

Los Resultados del Periodo al 31 de diciembre de 2024 son de -₡1.177,3 millones, en donde contablemente los gastos superaron los ingresos, en lo fundamental por la transferencia corriente en apoyo a la Comisión Nacional de Emergencias y los gastos en publicidad.



Cuadro No. 4
Instituto Costarricense de Turismo
Estado de Situación Financiera
Al 31 diciembre de 2024-2023
(millones de colones)

Detalle	2024	2023	Variación 2024 / 2023		Análisis Vertical	
			Absoluta	Relativa	2024	2023
Activos						
Activos Corriente						
Efectivo y equivalentes de efectivo	33,404.4	32,908.4	496.0	1.5%	91.3%	86.5%
Inversiones a corto plazo	154.0	1,423.6	-1,269.6	-89.2%	0.4%	3.7%
Cuentas por cobrar a corto plazo	217.3	237.2	-20.0	-8.4%	0.6%	0.6%
Inventario	451.0	268.0	183.0	68.3%	1.2%	0.7%
Otros activos	2,366.7	3,227.1	-860.4	-26.7%	6.5%	8.5%
Total Activo Corriente	36,593.4	38,064.4	-1,471.0	-3.9%	100.0%	100.0%
Activo no Corriente						
Inversiones a largo plazo	4,786.4	3,930.9	855.5	21.8%	2.8%	2.3%
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	234.6	253.5	-18.9	-7.5%	0.1%	0.1%
Bienes no concesionados	74,017.3	74,163.2	-146.0	-0.2%	43.1%	43.4%
Bienes concesionados	92,199.3	92,205.7	-6.3	0.0%	53.7%	54.0%
Otros activos a Largo Plazo	388.4	343.2	45.3	13.2%	0.2%	0.2%
Total Activo no Corriente	171,626.0	170,896.4	729.6	0.4%	100.0%	100.0%
Total Activos	208,219.4	208,960.8	-741.4	-0.4%		
Pasivos						
Pasivo Corriente						
Deudas a corto plazo	773.6	712.7	60.9	8.6%	35.3%	37.0%
Fondos de terceros y en garantía	790.4	623.6	166.8	26.7%	36.1%	32.3%
Provisiones y reservas técnicas	604.1	571.3	32.8	5.7%	27.6%	29.6%
Otros pasivos	20.3	20.4	-0.1	-0.4%	0.9%	1.1%
Total Pasivo Corriente	2,188.4	1,927.9	260.5	13.5%	100.0%	100.0%
Pasivo No corriente						
Otros pasivos a largo plazo	148.7	0.0	148.7	100.0%	100.0%	0.0%
Total Pasivo no Corriente	148.7	0.0	148.7	0.0%	100.0%	0.0%
Total Pasivos	2,337.0	1,927.9	409.1	21.2%		
Patrimonio						
Capital	16.1	16.1	0.0	0.0%	0.0%	0.0%
Transferencias de capital	41,166.4	41,166.4	0.0	0.0%	20.0%	19.9%
Reservas	89,306.9	89,306.9	0.0	0.0%	43.4%	43.1%
Resultados acumulados	76,570.1	77,855.4	-1,285.3	-1.7%	37.2%	37.6%
Utilidad/Pérdida del Periodo	-1,177.2	-1,312.0	134.7	10.3%	-0.6%	-0.6%
Total Patrimonio	205,882.3	207,032.9	-1,150.5	-0.6%	100.0%	100.0%
Total Pasivo y Patrimonio	208,219.4	208,960.8	-741.4	-0.4%		

Análisis Activo

En el cuadro N°4 Estado de Situación Financiera, se muestra una disminución del Total de activos por la suma de -¢741,5 millones, que se traduce en una reducción del -0.4% en forma relativa.

Dentro de los activos corrientes el rubro de “Efectivo y equivalente de efectivo” presenta un aumento absoluto por ¢496,0 millones y relativo de 1.5%, lo anterior debido a las diferentes operaciones comerciales de la entidad, así como el aumento en la recaudación, producto de la visitación turística. La partida de Otros Activos presenta una disminución de -¢860.5 millones que alcanza un -26,7% en términos relativos, producto de la liquidación de pagos por adelantado, relacionados con campañas publicitarias, espacios de ferias, entre otros.

En los activos no corrientes la cuenta Inversiones a largo plazo muestra un aumento absoluto de ¢855,5 millones y relativa de 21,8%, producto de las revalorizaciones de la cartera de inversiones, con respecto a las variaciones en el tipo de cambio. Por su parte, las cuentas por cobrar a largo plazo tienen una disminución absoluta de -¢18,9 millones, en términos relativos de -7,5% y corresponden a arreglos de pago.

La partida de “Bienes no concesionados” presenta una disminución de -¢146,0 millones que equivale al -0,2% de manera relativa, producto de la baja de activos y la depreciación acumulada de los mismos.

La cuenta de “Bienes concesionados” que corresponde a los terrenos del Polo Turístico Golfo de Papagayo, disminuyó en -¢6.3 millones, lo que representa una reducción del -0,01%. Este decrecimiento se debe principalmente a la depreciación de los activos del PTGP.

La cuenta “Otros Activos a Largo Plazo” muestra un aumento en términos absolutos de ¢45.3 millones, esto en cumplimiento a la normativa de provisión de vacaciones.



Análisis Pasivo y Patrimonio

Sobre el rubro total de Pasivos, se observa un aumento en términos absolutos que alcanza el monto de ₡409.2 millones y se traduce en un 21,2% en términos relativos, con respecto al mismo período 2023, producto del incremento en Depósitos de Garantía e Ingresos recibidos por adelantado de Concesiones.

El Patrimonio total, presenta una variación absoluta de -₡1.150,6 millones y relativa del -0.6%. Los resultados acumulados presentan una disminución absoluta de -₡1.285,3 millones y relativa de -1,7% debido a ajustes relacionados con la baja de activos y en inventarios. La pérdida contable del periodo por la suma de -₡1.177,3 millones obedece principalmente al aumento en gastos de Publicidad y a las transferencias de fondos realizadas a la CNE como aporte al Decreto Ejecutivo número N.44754-MP 2024.

La solidez financiera de la institución queda en evidencia, en razón de la diferencia entre el Activo Corriente y el Pasivo Corriente de ₡34.405 millones de colones.

Tesorería

Esta sección le corresponde administrar el fondo fijo de caja chica, liquidar los respectivos de vales de caja chica, custodiar y recibir los dineros por concepto de impuestos, y salvaguardar otros valores.

Durante el periodo, los funcionarios de la Institución gestionaron ante la Tesorería 30 vales de caja chica, por un monto total de ₡2,415,391.90.

Control de Adelantos y Liquidaciones de Gastos de Viajes

La funcionalidad de esta dependencia está dirigida a controlar los adelantos de dinero por concepto de giras al interior o exterior del país, dar seguimiento a la liquidación de gastos en el plazo reglamentario, así como analizar y controlar que las mismas se ajusten a la normativa del Reglamento Interno de Gastos de Viajes y al emitido por la Contraloría General de la República. Se revisaron 1.303 liquidaciones del interior, 208 liquidaciones del exterior y 3 liquidaciones de gastos, durante el periodo presupuestario.



Oficina de Pagos

Esta oficina tiene como objetivo principal regular el procedimiento de pagos para garantizar la cancelación a los proveedores por la adquisición de bienes y servicios contratados, tanto a nivel nacional como internacional. Asimismo, se encarga de gestionar el pago de viáticos y planilla de los colaboradores de la institución.

Se procesaron un total de 8406 trámites de pago tal y como se muestran en el cuadro No. 5, lo que representa un aumento significativo en comparación con los 4820 trámites realizados en el periodo 2023. Este incremento de 3586 trámites equivale a un crecimiento relativo del 74.39%. La ejecución de estos trámites se llevó mediante un total de 4199 transferencias bancarias, cumpliendo así con todas las gestiones programadas por las diferentes unidades de la institución.

En cuanto al rubro de cheques, se emitieron un total de 9 formularios, correspondiente exclusivamente a reintegros de caja chica de la Tesorería.

Cuadro No. 5
Instituto Costarricense de Turismo
Reporte de Transferencias y Cheques
del 01 de Enero al 31 de Diciembre de 2024

Mes	N° Trámites Recibidos	N° Transferencias Ejecutadas	N° Cheques
Enero	250	135	0
Febrero	356	244	3
Marzo	231	311	0
Abril	331	304	2
Mayo	502	380	0
Junio	442	357	2
Julio	432	315	1
Agosto	429	389	0
Setiembre	486	365	1
Octubre	3459	446	0
Noviembre	656	445	0
Diciembre	832	508	0
Total	8406	4199	9



Finalmente, es importante mencionar la actualización del Reglamento Financiero durante este período, publicado en el Alcance a la Gaceta No. 145 al Diario La Gaceta 156 del 26 de agosto del año anterior, éste incluye normativa interna para ser acatada tanto por el Departamento Financiero, como por parte de todo funcionario del Instituto. Se detallan las funciones de los Departamentos de Financiero y de Administración Tributaria, con una descripción de cada una de las áreas que componen los mismos y sus funciones. Desarrollo los temas de mecanismos de pago y se incorporó lo normado por la Ley General de Contratación Pública, que introdujo cambios sustanciales en la manera de adquirir bienes y servicios, para finalizar con la regulación de partidas especiales, como gastos de representación, alimentos y bebidas, pagos por adelantado y anticipos. Asimismo, se estableció normativa para regular las responsabilidades en el uso de las credenciales, para la utilización de los sistemas internos, desarrollados a la medida, para aprobación de actos administrativos, de tal manera que cada usuario tiene roles y niveles de autorizaciones diferenciados, lo que permite fijar mejor las responsabilidades de cada uno, tema omiso en aplicativos anteriores porque la mayoría de las actuaciones eran no digitales, por el contrario, ahora son automatizadas, lo que permite mayor eficiencia en la resolución de los temas propios de cada unidad administrativa y reduce sustancialmente el tiempo que se emplea en la firma de los diferentes soportes a los documentos de pago. Otras mejoras están relacionadas con la remisión a otras normas internas, como lineamientos, desde este reglamento permitiendo una mayor flexibilidad a los cambios presentes o futuros que se puedan producir en normativa.

Departamento de Administración Tributaria

Este Departamento en su condición de Administración Tributaria por las facultades que le confiere el artículo 99 del Código de Normas y Procedimientos Tributarios, es el órgano administrativo encargado de gestionar y fiscalizar los ingresos tributarios y no tributarios que percibe el ICT.

La reorganización interna del Departamento promovida desde el año 2020, definió que la gestión tributaria estaría compuesta de dos grandes áreas sustantivas: Recaudación y Fiscalización, lo que ha permitido alcanzar una mayor eficiencia en la planificación y ejecución de las funciones asignadas en cada una de esas áreas; esto se complementa con el cambio de nomenclatura del Departamento aprobado por MIDEPLAN en el año 2021, coadyuvando con el fortalecimiento y posicionamiento de la Administración Tributaria, especialmente ante los agentes de percepción que deben cumplir con las obligaciones formales y materiales que establece la normativa.

Al respecto, el Departamento continuó con éxito la gestión en sus áreas sustantivas de Recaudación y Fiscalización, cumpliendo en un 100% con las metas programadas para cada una de ellas en el Plan Anual Operativo 2024, tal y como se describe a continuación:

1. Fiscalización Tributaria

Esta actividad se realiza de conformidad con el Plan Anual de Fiscalización que se elabora todos los años según lo establece el artículo 45 del Reglamento General de Gestión Fiscalización y Recaudación Tributaria. En cumplimiento de este plan se ejecutaron 17 actuaciones fiscalizadoras en modalidad virtual, con esporádicas visitas presenciales según la necesidad de analizar documentación física. Se realizaron determinaciones a diferentes empresas por una suma superior a los ₡32 millones de colones. Como parte de las acciones de control extensivo se realizaron dos traslados de cargos y una resolución determinativa, una de estas gestiones



agotó la vía administrativa con el pronunciamiento de la Junta Directiva a favor de la Administración Tributaria. Además, se efectuaron visitas de fiscalización a las zonas fronterizas con el fin de implementar la resolución conjunta MH-DGA-RES-0859-2024 con la Dirección General de Aduanas y apoyar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los transportistas terrestres ocasionales, para lo cual se entregaron *banners* informativos con QR para su colocación en ventanillas de las oficinas de Migración y Aduanas. También se realizaron visitas de fiscalización en los principales aeropuertos internacionales.

2. Recaudación Tributaria

Este año resultó ser extraordinario en materia de recaudación, alcanzando una cifra récord cercana a los ₡40 mil millones de colones, entre otras cosas, producto de la eficiente gestión de cobro administrativo, esto con la finalidad de evitar incumplimientos, atrasos en las diferentes obligaciones y el traslado de cuentas a cobro judicial de conformidad con el procedimiento tributario.

En promedio, se procesaron y registraron en los sistemas de información tributaria 250 declaraciones juradas mensuales y se recibieron 64 declaraciones informativas semestrales. Además, se emitieron 7 resoluciones de crédito por reembolsos de impuestos por boletos aéreos no utilizados, boletos revisados, según estudios efectuados a diferentes compañías aéreas.

Se realizaron 6.789 trámites de exoneración de impuestos a las agencias de viajes por una suma superior a los ₡163 millones de colones y 65 trámites de exoneración por pasaportes diplomáticos.

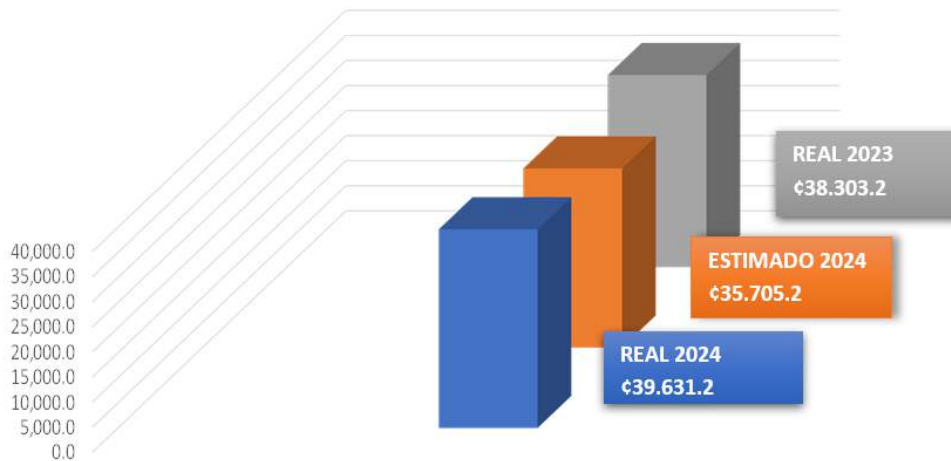
Con los ingresos percibidos se logró superar las estimaciones presupuestarias en un 11% y se obtuvo un aumento de un 3.5% con relación a los ingresos percibidos del periodo 2023. La recaudación de los impuestos \$15.00 por el ingreso al país con un boleto aéreo adquirido en el exterior o "NW", 5% sobre el valor de los pasajes vendidos en Costa Rica, para cualquier clase de viajes internacionales o "CR" y 5% sobre el valor de los pasajes cuyo origen de ruta sea Costa Rica, para cualquier clase de viajes internacionales u "OU"; generó ingresos tributarios por la suma de ₡39.631.2 millones de colones, superando el ingreso estimado en ₡35.705.2 millones de colones para ese mismo año. En relación con la

recaudación del periodo 2023, se percibieron ₡1.328.0 millones de más, atenuado por la apreciación del tipo de cambio.

**RECAUDACIÓN TOTAL
IMPUESTOS \$15.00 (NW), 5% a) (CR) y 5% b) (OU)
IMPUESTO REAL Y PRESUPUESTADO 2024
(Millones de colones)**

	Ingresos			Variaciones			
	Real 2024	Pto 2024	Real 2023	Real 2024 vrs Pto. 2024		Real 2024 vrs Real 2023	
				Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa
Total	39 631,2	35 705,2	38 303,2	3 926,1	11,0%	1 328,0	3,5%

**RECAUDACIÓN TOTAL
IMPUESTOS \$15.00 (NW), 5% a) (CR) y 5% b) (OU)
IMPUESTO REAL Y PRESUPUESTADO 2024
(Millones de colones)**

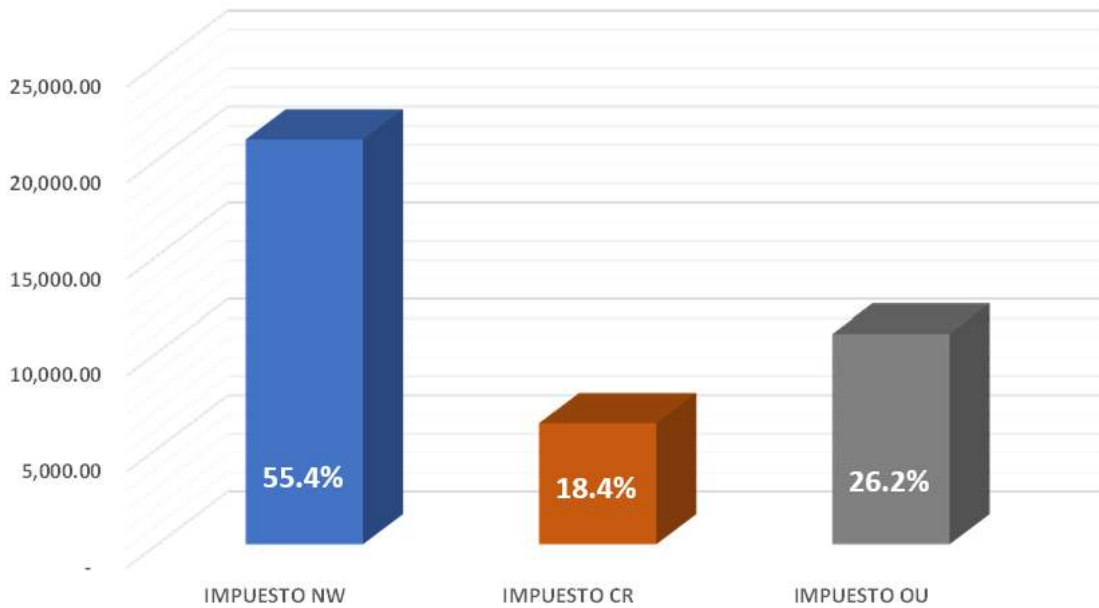


En este periodo el impuesto de \$15,00 o NW registró ingresos por la suma de ₡21.942.1 millones de colones, el impuesto del 5% a) o CR ₡7.290.9 millones de colones y el impuesto del 5% b) u OU ₡10.398.3 millones de colones.

RECAUDACION 2024
IMPUESTOS \$15.00 (NW), 5% (OU) Y 5% (CR)
(Millones de colones)

Ingreso	Monto	Participación
Otros Impuestos S/Comercio Ext. \$15,00 Ley No. 8694	21,942.1	55.4%
Impuesto de Salida al Exterior 5% (A)	7,290.9	18.4%
Impuesto de Salida al Exterior 5% - Ley 8694 (B)	10,398.3	26.2%
Total	39,631.2	100.0%

RECAUDACION 2024
IMPUESTOS \$15.00 (NW), 5% (OU) Y 5% (CR)
(Millones de colones)





2.1 Recaudación ingresos no tributarios

La recaudación de los ingresos no tributarios para el periodo 2024 es de ₡614.26 millones, provenientes de: alquileres de terrenos, ferias internacionales, muelle turístico, canon del Consejo Técnico de Aviación Civil, entre otros.

3. Otros logros importantes del año 2024

3.1 Se avanza en los nuevos reglamentos para mejorar la gestión tributaria, trámite que se encuentra en fase de consulta con el MEIC y cuenta con la aprobación de la Junta Directiva del ICT.

3.2 En la Gaceta N° 56 del 01 de abril del 2024, se publicó la resolución conjunta ICT – Hacienda, denominada: *“Tratamiento tributario en la venta de pasajes aéreos internacionales aplicable para la Administración Tributaria del Instituto Costarricense de Turismo y la Dirección General de Tributación”*, resolución que fortalece y complementa la normativa vigente, lo que estrecha y afianza la labor conjunta que se realiza con la Dirección General de Tributación del Ministerio de Hacienda.

3.3 En la Gaceta N° 97 del 30 de mayo del 2024, se publicó la resolución DAT-R-0007-2024, que establece el procedimiento para la declaración y pago, control y verificación del impuesto 5% terrestre ocasional; asimismo, la Dirección General de Aduanas publicó en la página WEB de Hacienda lo siguiente: Circular *“MH-DGA-CIR-0027-2024/ G-0866-2024, sobre la verificación del pago del impuesto 5% a favor del ICT para las empresas que prestan el servicio de transporte internacional terrestre de pasajeros en forma ocasional”* y Resolución *MH-DGA-RES-0859-2024, sobre: “Lineamientos Salida de vehículos de placa nacional que presten el servicio de transporte internacional terrestre de pasajeros en forma ocasional”*. Dicha normativa empezó a regir el 05 de junio del 2024.



3.4 En materia de digitalización y tecnificación de los procesos y trámites que atiende la Administración Tributaria, para el mes de febrero entró en funcionamiento la herramienta denominada ICT Contribuyente como un módulo dentro de la página WEB Institucional, cuyo objetivo es mejorar, simplificar y automatizar los trámites que realizan los administrados, tales como: inscripción, des inscripción, actualización de datos, consultas tributarias, entre otros; asimismo, contribuir con la política a nivel país para reducir el uso de papel, que redundará en beneficio del medio ambiente.

3.5 Se trabaja ya en el diseño de una plataforma que permita digitalizar el proceso de recaudación del impuesto del 5% sobre pasajes internacionales a las empresas del sector terrestre ocasional, con el objetivo de mejorar, simplificar y automatizar los trámites que realizan los administrados.

3.7 Se dio continuidad al programa de capacitación y asesoría tributaria a las empresas cuya casa matriz y oficinas financieras contables se ubican en el exterior; se realizó una exitosa visita a República Dominicana donde se efectuó una amplia exposición a diferentes personeros de la compañía aérea Arajet, asimismo, se recibió una presentación por parte de la línea aérea lo que permitió obtener información relevante sobre procesos de la compañía, que sin duda será de utilidad para la gestión tributaria que atiende este departamento. Además, se efectuó una reunión con el Gerente de Operaciones de la línea aérea Air Europa, donde se detallaron las obligaciones tributarias que deben cumplir ante el ICT las líneas aéreas no domiciliadas en Costa Rica, según la directriz G-0130-2021 y la Ley N° 1917 del 29 de julio de 1955.

3.8 Este año fue el tercer año completo posterior a la implementación de la Directriz G-0130-2021 publicada en la Gaceta N° 20 del 29 de enero 2021, mediante la cual se constituyen a las empresas de transporte aéreo como los únicos agentes de percepción, declaración y liquidación del impuesto del 5% a) en la vía aérea, establecido en la Ley N° 1917 de 29 de julio de 1955, que por iniciativa del Departamento de Administración Tributaria y el apoyo de la Dirección Administrativa Financiera, contó con la aprobación de la Junta Directiva mediante acuerdo SJD-016-2021. A este respecto, se ha constatado en el mediano plazo la



optimización del control tributario sobre los agentes de percepción que declaran y liquidan el citado impuesto, concluyendo para el año 2024 que la aplicación de esta Directriz ha tenido resultados positivos extraordinarios, logrando una recaudación hasta hoy y desde su implementación, de ₡8.519.8 millones de colones. Con esta Directriz también se ha logrado un aumento en la recaudación del impuesto 5% a), la disponibilidad inmediata de los recursos y la eliminación de la morosidad y la evasión del impuesto. Además, dicha modificación logró ahorros institucionales importantes en los procesos administrativos y judiciales y el fortalecimiento en la actividad de control y fiscalización del impuesto 5% a). Todo lo anterior, sin inversión de recursos adicionales por parte del ICT. La conciliación efectuada mensualmente determina que las líneas aéreas declaran y cancelan al ICT de forma razonable el impuesto 5% a).

Otra actividad importante que deriva de la anterior, ha sido lograr una efectiva gestión de control extensivo y cobro a las líneas aéreas no domiciliadas, logrando una recuperación de ₡310.3 millones de colones, lo que ha incidido en el aumento significativo que ha tenido la recaudación del impuesto 5% a) CR, con un aumento de un 15.8% para este año en relación con el anterior.



Departamento Administrativo

El Departamento Administrativo funcionalmente da cumplimiento en este periodo a cuatro metas: mejorar las instalaciones, brindar los servicios generales, la atención de emergencias y dar soporte en las pólizas de las obras de arte del Centro Nacional de Congresos y Convenciones (CNCC).

Velar por mantener en óptimas condiciones las instalaciones del ICT, incluye la tramitación, evaluación, inspección y seguimiento de remodelaciones, trabajos de mantenimiento del edificio, pintura, sistema eléctrico, etc. Mantener, remodelar, administrar e inspeccionar los sitios turísticos que son propiedad de ICT, así como la gestión y supervisión de Convenios, específicamente para la explotación, permiso de uso, concesión, etc. de diferentes terrenos y edificaciones de su propiedad.

Coadyuvar en la atención de las necesidades básicas de los funcionarios para garantizar el cumplimiento de sus funciones. Entiéndase la administración de servicios como: el agua, electricidad, equipo, mobiliario, aires acondicionados, telefonía, médico de empresa, entre otros.

Atender situaciones de emergencia y gestionar riesgos por eventos naturales no predecibles.

El Departamento Administrativo lo conforman las siguientes áreas: Gestión Administrativa, Recepción institucional, Transportes y Archivo Central, no obstante, para poder atender la totalidad de las funciones y obligaciones de este Departamento, fue necesaria una intervención integral para lograr la optimización y eficiencia del Departamento. Lo anterior a partir de la adaptación y los ajustes en procedimientos administrativos internos, plazos, pero sobre todo planificación de presupuesto que demandan las gestiones que se deben realizar ante el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (MIDEPLAN) y el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC); esto con el fin de aprobar proyectos que se ejecuten haciendo uso de partidas presupuestarias clasificadas como bienes duraderos.

Es necesario recalcar que la principal actividad del Departamento Administrativo corresponde a la contratación de bienes y servicios que se ponen a disposición de la institución para alcanzar sus objetivos, permitiendo que todos los procesos

institucionales se ejecuten de manera eficiente y fluida, logrando el funcionamiento óptimo de las instalaciones administradas.

A continuación, un detalle de los resultados del periodo.

Área de Gestión Administrativa

Mediante el mantenimiento constante que demandan las actuales instalaciones, se cumplió con el cronograma preventivo y correctivo según el Plan de Gestión de Mantenimiento Institucional elaborado por ingenieros del Departamento Administrativo. Esta herramienta permite llevar una estadística del comportamiento de los edificios, lo que hizo posible atender con eficiencia más del 90% de las solicitudes presentadas; tal como se muestra en el siguiente resumen:

Instituto Costarricense de Turismo
Departamento Administrativo

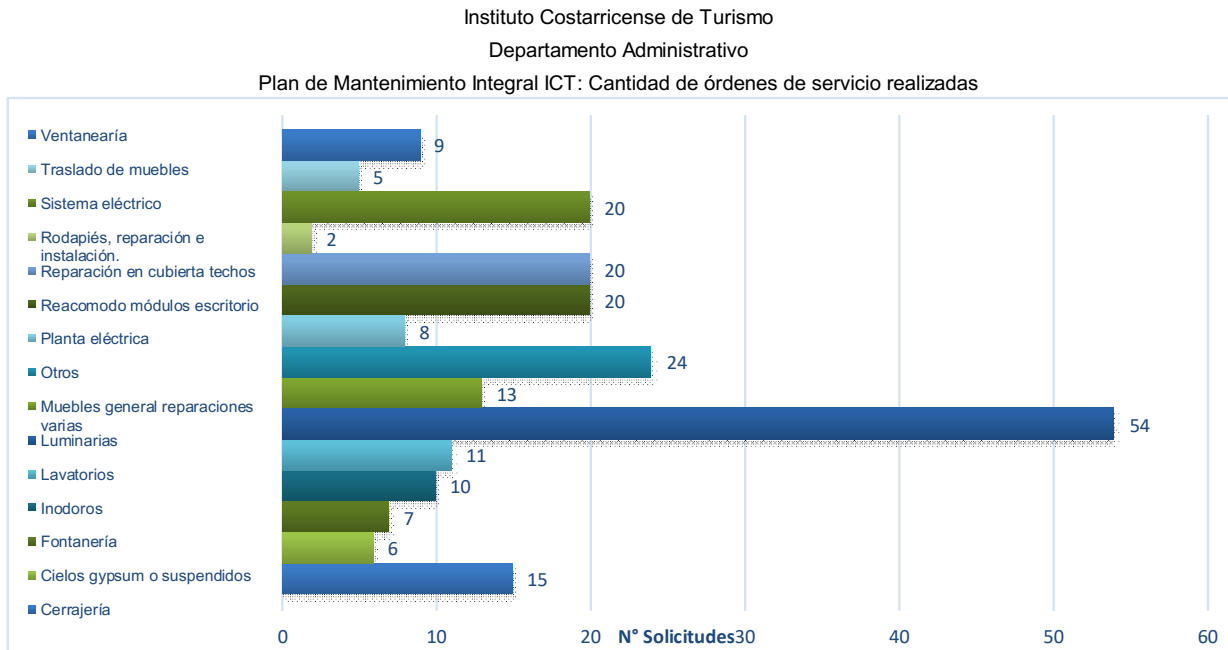
Plan de Mantenimiento Integral ICT: Actividad de mantenimiento atendidas en 2024

Clasificación de servicio	Cantidad de servicios solicitados	Cantidad de servicios realizados
Cerrajería	15	15
Cielos gypsum o suspendidos	6	6
Enchapes pisos y pared	0	0
Filtraciones en cielos y paredes	1	1
Fontanería	7	7
Inodoros	10	10
Instalación accesorios (pizarras, pantallas, etc.)	7	6
Instalación o reparación de persianas	1	1
Lavatorios	11	11
Luminarias	61	54
Muebles general reparaciones varias	19	13
Otros	26	24
Paredes debido a grietas y fisuras	1	1
Pintura general	8	6
Planta eléctrica	8	8
Puertas y marcos	19	17
Reacomodo módulos escritorio	20	20
Remodelación	4	3
Reparación en cubierta techos	23	20
Rodapiés, reparación e instalación.	2	2
Sistema de alarmas general	0	0
Sistema de bombas de agua	2	2
Sistema eléctrico	21	20
Trabajos en exteriores	1	1
Trasformador eléctrico	0	0
Traslado archivos	2	2
Traslado de muebles	5	5
Ventanearía	11	9
	291	264
% Atendidas		91%

Cuadro.1

Fuente: Departamento Administrativo

Durante este periodo se han generado un total de 291 solicitudes, tal y como se detallan en el gráfico "Cantidad de órdenes de servicio realizados" y se han atendido un total de 264 órdenes de trabajo, lo que representa el 90% de la cantidad de solicitudes ingresadas.



Cuadro. 2
Fuente: Departamento Administrativo

Entre las actividades más representativas y que conllevan más tiempo y recursos tanto financieros como de tiempo para atención del mantenimiento tanto preventivo como correctivo destacan: el cambio de iluminación de tubo T8 por tubo LED de última generación, también las actividades sin catalogar como limpieza de aceras de concreto en áreas externas, traslados de material publicitario, reparación de cubierta de techo y mejoras en sistema eléctrico de edificio central del ICT.



Fotografía 1: Cambio de luminarias Led



Fotografía 2: Instalación rótulo



Fotografía 3: Limpieza de aceras



Fotografía 4: Reparación cubierta de techo



Fotografía 5: Mejoras en sistema eléctrico

Con respecto a la administración de los bienes inmuebles propiedad de ICT, a continuación se presenta el detalle de las acciones más relevantes:

- 10 de marzo: se firmó un convenio con la Universidad de Costa Rica, en donde se dona el inmueble propiedad del Instituto Costarricense de Turismo ubicado en Parroquial, Golfito, Puntarenas, con una medida de 5.006 m², folio real 6-085393-000.



Fotografía 6: Propiedad Golfito, Puntarenas del ICT
Donación UCR

- 15 de noviembre: se firmó el convenio entre el Instituto Costarricense de Turismo y la Benemérita Cruz Roja Costarricense para la donación del inmueble propiedad del Instituto Costarricense de Turismo ubicado en la provincia de Cartago, Paraíso, Ujarrás, con una medida de 180.724 m², folio real 3-101435-000, a favor de la Cruz Roja.



Fotografía 7: Convenio ICT y Cruz Roja
Donación inmueble

- Para este año se garantizó y verificó el pago del canon anual como parte de las obligaciones de la empresa TICOFRUT ante el ICT.



Fotografía 8: Convenio ICT y
TICOFRUIT, pago de cánones 2024



A continuación, se detallan los procedimientos de contratación de mayor relevancia en materia de bienes y servicios (mantenimientos varios) gestionados por el Departamento Administrativo.

1. 2021CD-000019-0001200001: servicios por fumigación y control de plagas en Oficinas Centrales del ICT.
2. 2021CD-000004-0001200001: servicios de mantenimiento preventivo y correctivo del sistema contra incendio.
3. 2022CD-000055-0001200001: servicio de mantenimiento preventivo y correctivo inhibidor de rayos marca PROTOTAL.
4. 2020CD-000052-0001200001: servicio de mantenimiento preventivo del elevador marca IMEM.
5. 2021CD-000009-0001200001: servicio de mantenimiento preventivo del elevador marca SCHINDLER.
6. 2022CD-000032-0001200001: alquiler de equipo de filtración y purificación de agua del edificio central del ICT.
7. 2022CD-000013-0001200001: contratación según demanda para compra de banderas del edificio central ICT.
8. 2024LE-000004-0001200001: contratación de servicios de ingeniería topográfica, modalidad entrega según demanda.
9. 2020LN-000003-0009100001: compras por medio de licitación de convenio marco adquisición de materiales de construcción, electricidad, ferretería y herramientas, para las instituciones públicas que utilizan el SICOP.
10. 2021CD-000108-0001200001: servicios de mantenimiento preventivo y correctivo del sistema de circuito cerrado de televisión CCTV, se adquirieron 16 cámaras nuevas de alta definición con tecnología IP, lo anterior para un mejor resguardo y custodia del edificio principal del ICT.



Fotografía 9: Adquisición cámaras de seguridad

11.2020LN-000009-0009100001: convenio marco para la adquisición de mobiliario de Oficina y Escolar 2024LE-000010-0001200001. Se adquirieron ochenta sillas operativas para ser utilizadas por los funcionarios en los diferentes departamentos.



Fotografía 10: Adquisición sillas operativas

12.2020LN-000009-0009100001: convenio marco para la adquisición de mobiliario de Oficina y Escolar. Se adquirieron once sillas ejecutivas para ser utilizadas por los funcionarios en los diferentes departamentos.



Fotografía 11: Adquisición sillas ejecutivas

13.2020LN-000009-0009100001: convenio marco para la adquisición de mobiliario de Oficina y Escolar. Se adquirieron dos mesas y dieciocho sillas de espera para ser utilizadas en las salas de reuniones del Departamento de Desarrollo y la Dirección de Estrategia Turística.



Fotografía 12: Adquisición mobiliario sala reuniones Dirección Estratégica Turística

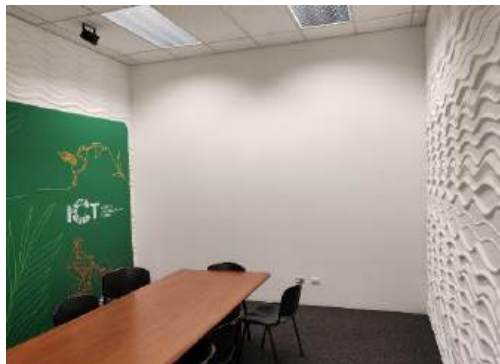
14.2024LE-000010-0001200001: denominado adquisición de ocho vehículos todo terreno para uso de las oficinas regionales y centrales del ICT. Se adquirieron ocho vehículos para ser utilizados por los Centros Regionales para el apoyo al Turista y la Presidencia Ejecutiva.



Fotografía 13: Adquisición de vehículos

15.2021CD-000115-0001200001: se realiza de forma anual la revisión técnica (mantenimiento, recarga y prueba hidrostática (PH) de extintores de diferentes tipos ubicados en la Oficinas Centrales, Oficinas Regionales y Sitios Turísticos.

16.2024LD-000008-0001200001: se efectuó la remodelación en un área de la Dirección de Mercadeo para la creación de una Sala de Prensa, lo que permitirá contar con un espacio idóneo para atender diferentes gestiones de comunicación.



Fotografía 14: Remodelación Sala de Prensa

- 17.2024LD-000098-0001200001: compra de medicamentos y suministros médicos.
- 18.2023LD-000013-0001200001: Servicio de Arrendamiento de Equipo Multifuncional”, en la que se contrata el arrendamiento de 9 equipos multifuncionales. Adicionalmente, se continua con la remisión de informes mensuales a cada jefatura, en los que se muestra el registro y comportamiento del consumo realizado por su departamento, lo que permite la toma de decisiones y/o medidas para promover el ahorro.



Fotografía 15: Arrendamiento equipo multifuncional

- 19.2024PX-000060-0001200001: contratación directa de actividad contractual desarrollada entre entes de derecho público, con modalidad según demanda, para la adquisición de pólizas de seguros entre el Instituto Costarricense de Turismo y el Instituto Nacional de Seguros.

En cuanto a las demás áreas y actividades gestionadas por el Departamento Administrativo, las que contribuyen a garantizar una operación eficiente, fluida y eficaz, no solo en lo que respecta a las instalaciones físicas, sino también a la operativa general de la institución, es importante destacar también lo siguiente:

- Gestión exitosa de la logística y administración del **transporte Institucional**, actividad relevante para la atención, visitación y cumplimiento del programa anual institucional de giras agendadas. Lo anterior conllevó un cúmulo de esfuerzos para la consecución de las siguientes actividades:
 - Mantenimiento preventivo y correctivo de toda la flotilla institucional.
 - Adquisición de nuevos vehículos para renovar y fortalecer la gestión de los Centros Regionales de Atención al Turista y al Empresario (ver detalle en la descripción del procedimiento 2024LE-000010-0001200001).



Fotografía 16: Revisión vehículo Oficina
Llanuras del Norte

- Se brindó seguimiento y atención a **Servicios Públicos**, tales como atención de averías e inclusión de nuevos servicios requeridos por la institución.
- En este año se continuó con la depuración pertinente en el área de **Telecomunicaciones**, de tal manera que se eliminaron líneas telefónicas que ya no eran requeridas (servicios 800, fax).



- En relación con la administración de los beneficios que otorga la **Ley 6990**, se brindó atención en tiempo y forma a cada una de las solicitudes recibidas, logrando que el usuario, tanto interno como externo, cumpliera con la atención de sus giras, específicamente en materia de hospedaje.
- En materia de **Archivo Central** de la institución, se cumplió con toda la normativa que regula y/o establece el Archivo Nacional, así como con todos los objetivos y metas planteados para este período.
- Referente al área de **Recepción Institucional**, se brindó apoyo administrativo para garantizar la atención al público interno y externo con estándares de calidad óptimos. Entre sus principales actividades se destaca el apoyo en trámites, información y asesoría, entrega de material turístico y paquetería y atención de todas las llamadas que ingresan por medio de la central telefónica, las que se canalizan a los diferentes departamentos y/o funcionarios competentes.



Departamento de Proveduría

El Departamento de Proveduría Institucional es la Unidad competente para la ejecución de las etapas del proceso de contratación pública, constituyéndose en el órgano técnico institucional en esta materia, de conformidad con lo establecido en los artículos 131 de la Ley General de Contratación Pública y 314 de su Reglamento.

Para el desarrollo de sus funciones, deben de observarse los alcances de las normas, principios y los procedimientos de contratación pública según lo establecen la Ley N° 9986, Ley General de Contratación Pública, 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 Contratación Pública, Ley General de Administración Pública, así como las demás disposiciones legales y reglamentarias que resulten aplicables por razón de la materia.

También es el responsable de coordinar las actividades relacionadas con el control, registro y administración de los bienes institucionales, como de los inventarios de suministros, material promocional y útiles y materiales de oficina, encontrados en los Almacenes.

El Departamento de Proveduría Institucional tiene dos metas presupuestarias:

- 1- Meta 1.7.24.1, tramitar el 100% de las SMS remitidas por las Unidades y admitidas por la Proveduría.
- 2- Meta 1.7.24.2, mantener el registro actualizado de los activos e inventarios institucionales, así como dotar a las Unidades de los materiales y suministros necesarios para realización de las labores.

Como parte de las actividades realizadas por la Proveduría Institucional, se informa sobre:

- Procedimientos de contratación pública.
- Recursos interpuestos.
- Registro y control de activos e inventarios.
- Otras actividades.



Contratación Pública

El ICT utiliza dos alternativas de compra, las efectuadas en la plataforma de compras públicas SICOP, y las gestionadas fuera de línea; estas últimas para las contrataciones del exterior, cuyo fundamento jurídico es el artículo 2, inciso d) Ley 9986 Ley General de Contratación Pública, artículo 2, inciso d) del Reglamento a dicha Ley, y el Capítulo VI del Reglamento Interno de Contratación Pública.

Sobre este tema, la Proveduría estableció un lineamiento con el fin de establecer una guía para la regulación del procedimiento y el control interno de dichas contrataciones. De acuerdo a la experiencia obtenida, fueron reformulados algunos de sus artículos para hacer los procedimientos de compra más eficientes, salvaguardando el interés público y el control interno.

De acuerdo con el Plan de Compras emitido por cada unidad, se agrupan las contrataciones con el objetivo de aprovechar las modalidades de compra permitidas en el ordenamiento jurídico, como lo son según demanda y convenio marco. Entre las más importantes resaltan las licitaciones: 2024LY-000003-0001200001 para el servicio de alimentación en distintas actividades o eventos que realiza el Instituto a nivel nacional, y la 2024LY-000005-0001200001 para la adquisición de boletos aéreos de los funcionarios del ICT. Ambas entran en ejecución para los eventos y viajes del 2025.

En el Cuadro No. 1 se detallan los procedimientos de contratación gestionados por este Departamento y en el ámbito de sus competencias.

Cuadro No. 1		
Procedimientos de contratación pública		
Tipo de procedimiento	Valor relativo	Valor absoluto
Licitación Reducida	50.95%	161
Licitación Menor	4.43%	14
Licitación Mayor	2.53%	8
Procedimientos especiales	0.95%	3
Procedimientos por excepción	31.65%	100
Procedimientos por exclusión	9.49%	30
Total	100.00%	316



Continúan siendo las licitaciones reducidas, el tipo de procedimiento más común, debido a que con la Ley 9986 el estrato para estas licitaciones se encontraba en el 2024 en ₡65.244.541, y los que se encuentran en segundo lugar son los procedimientos por excepción, basándose en su mayoría en el art. 10 del Reglamento a la Ley "Servicios de capacitación abierta".

De los 316 procedimientos de contratación iniciados, se concluyeron y notificaron 243, 30 fueron realizados por exclusión, 2 se encontraban en recepción de ofertas,



6 en evaluación, 3 fueron dejados sin efecto a solicitud de la Unidad y 32 fueron declarados infructuosos porque no se presentaron ofertas, o las que se presentaron no cumplían con los requisitos solicitados en el pliego de condiciones.

Por otra parte, también se atienden aplicaciones de multas, apoyos cooperativos y campañas, continuaciones de contratos, rescisiones de contrato por mutuo acuerdo, resoluciones de contrato, ejecución de garantías de cumplimiento, modificación de otras cláusulas, modificaciones unilaterales al contrato, prórrogas, estudios de reajuste de precios, proyectos especiales, órdenes de pedido, etc., resumidos en el siguiente Cuadro No. 2.

Cuadro No. 2		
Otros tipos de procedimientos realizados		
Tipo	Valor absoluto	Valor relativo
Aplicación de multa	2	0.50%
Apoyo cooperativo y campañas	23	5.79%
Continuaciones	166	41.81%
Rescisión de contrato por mutuo acuerdo	5	1.26%
Resolución de contrato	4	1.01%
Ejecución de garantía de cumplimiento	1	0.25%
Modificación otras cláusulas	2	0.50%
Modificación unilateral	7	1.76%
Prórroga al contrato	45	11.34%
Prórroga plazo entrega	7	1.76%
Estudio reajuste de precios	8	2.02%
Proyectos especiales	20	5.04%
Órdenes de pedido	107	26.95%
Total	397	100.00%

Fuente: Departamento Proveeduría Institucional

En el cuadro anterior se observa que la mayoría de los procedimientos realizados corresponden a continuaciones de licitaciones de años anteriores, con un 41.81%, seguidos de las órdenes de pedido realizadas para contrataciones según demanda y convenios marco, con un 26.95%.



Recursos interpuestos

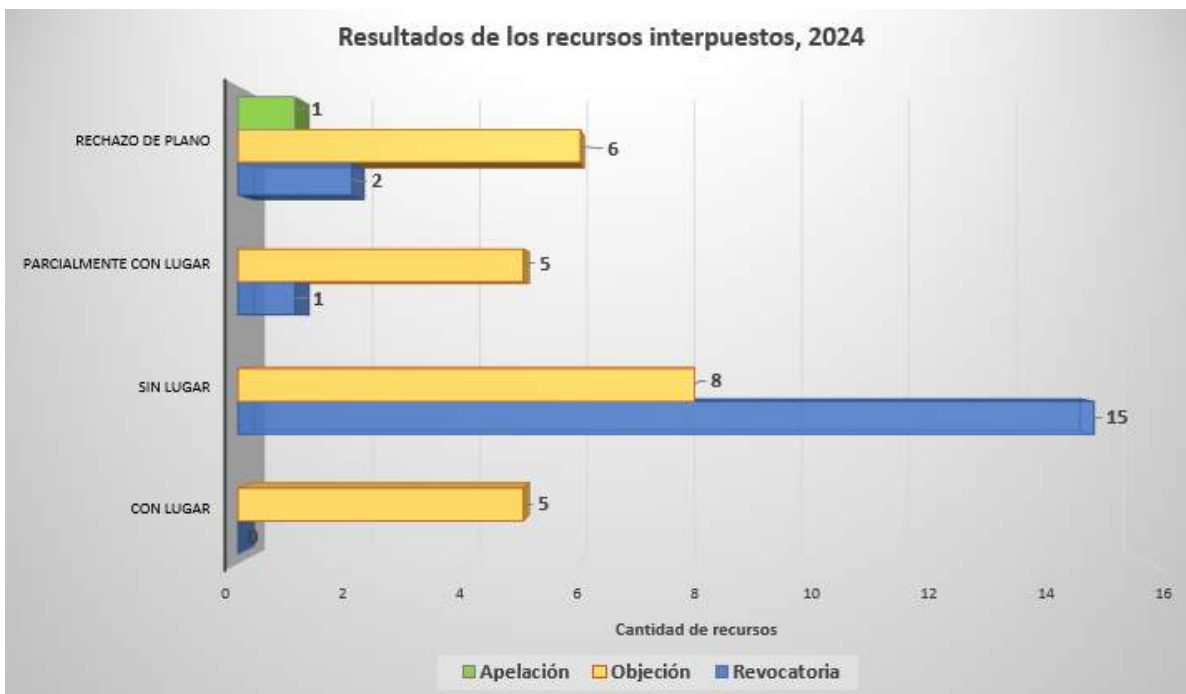
Los recursos de objeción, apelación y revocatoria, constituyen las figuras legales establecidas en la Ley General de Contratación Pública y su Reglamento, con los que, las personas físicas o jurídicas dentro de un proceso, impugnan ante la Administración o la Contraloría General de la República los procedimientos de contratación, al considerar la existencia de obstáculos injustificados o arbitrarios para la libre participación, o bien se violenta el principio de igualdad.

De acuerdo con la información del Cuadro No. 3 se presentaron 18 recursos de revocatoria, y 24 de objeción, y un recurso de apelación ante el Ente Contralor. En cuanto a los recursos de objeción presentados ante la Administración, cinco fueron declarados con lugar, ocho sin lugar, cuatro parcialmente con lugar y cuatro fueron rechazados de plano. Con respecto a los resultados de los recursos de revocatoria, quince fueron declarados sin lugar, uno parcialmente y dos fueron rechazados de plano.

Sobre los recursos interpuestos ante el Ente Contralor, tres recursos de objeción de los cuales uno se declaró parcialmente con lugar, esto en virtud de que la Unidad se allanó a las pretensiones y los otros dos se rechazaron por extemporáneos. El único recurso de apelación, fue rechazado de plano.

Cuadro No. 3				
Tipo de recurso	Con lugar	Sin Lugar	Parcialmente con lugar	Rechazo de plano
Revocatoria	0	15	1	2
Objeción	5	8	5	6
Apelación	0	0	0	1
Total recursos	5	23	6	9

Fuente: Departamento Proveeduría Institucional



Registro y control de activos e inventarios

Se registraron en el Sistema de Bienes Duraderos todos los activos comprados, entre ellos 1600 sillas y 500 mesas adquiridos para el funcionamiento del Centro de



Convenciones de Costa Rica; éstos fueron debidamente plaqueados e incorporados en dicho sistema, gracias a la ayuda de funcionarios de distintas unidades y a la empresa administradora del Centro de Convenciones de Costa Rica.

Según lo calendarizado, se llevó a cabo la toma física de activos de los Departamentos de la Institución. La información obtenida se encuentra en la etapa final de análisis con el fin de tomar las acciones necesarias en el 2025, para que todos los activos se encuentren a nombre del funcionario correspondiente.

Así mismo, una vez al año se realiza la jornada de auto inventario, donde cada funcionario responsable de los bienes asignados, revisa y reporta si encuentra alguna inconsistencia, con el fin de realizar las correcciones necesarias en el sistema.

Se efectuaron seis auto inventarios, en cada uno de los almacenes de la institución, obteniéndose los siguientes resultados:

1. Algunas de las Unidades que tenían materiales en desuso y obsoletos, realizaron la salida en el sistema y los enviaron a reciclaje.
2. Los artículos están debidamente identificados por lotes y se aplica el método PEPS.

Otras actividades

En el mes de noviembre tanto los analistas de la Proveduría como los administradores de contrato, recibieron capacitación relacionada con el tema de estudios de mercado, esto como parte de la formación y profesionalización de los funcionarios encargados de procedimientos de contratación.

Así mismo, la Proveduría constantemente se encuentra brindando a los administradores de contrato y jefaturas, charlas, conversatorios y/o capacitaciones, en temas diversos de la Ley General de Contratación Pública. Durante el año se realizaron en nuevo sistema de SMS, nuevo módulo de compras por caja chica, cómo realizar órdenes de pedido en SICOP, así como sobre criterios técnicos y el procedimiento para compra de boletos aéreos.

En el mes de agosto se implementó la primera etapa del nuevo Sistema Integrado de Compras, el cual contiene los requerimientos establecidos en la Ley 9986. Las etapas dos y tres, está en programación y pruebas en conjunto con el Departamento de Tecnologías de Información y Comunicación.

En la primera etapa, los funcionarios realizan las solicitudes de materiales y servicios de contrataciones nuevas, órdenes de pedido de licitaciones según demanda y convenios marco, entre otros. La etapa dos consiste en incorporar en el sistema los temas de prórrogas, continuaciones y modificaciones a los contratos, y la tercera etapa en la interfase para conectar el Sistema Integrado de Compras con SICOP, con el fin de evitar reprocesos y lograr que la información incorporada por las Unidades en el sistema interno, se cargue automáticamente en SICOP.



Imagen del Sistema Integrado de Compras

En el mes de setiembre se puso en producción el módulo programado en el sistema de Cuentas por Pagar, con el fin de automatizar la excepción del artículo 3, inciso g) de la Ley y 12 de su Reglamento, "Compra con Fondos de Caja Chica", debido a que éstas no se realizan por el sistema de SICOP.

Dirección de Mercadeo

Introducción

Las funciones de Mercadeo se fundamentan en nuestra Ley Orgánica en su Capítulo 3, Artículo 5, inciso b, que establece como función del ICT: “Dirigir y efectuar en el exterior, por todos los medios adecuados, la propaganda necesaria para dar a conocer el país, con la finalidad de incrementar la afluencia de visitantes”.

Esta Dirección, como pilar estratégico en el quehacer institucional y en el cumplimiento de sus competencias orienta sus esfuerzos y recursos para realizar acciones de mercadeo para promover a Costa Rica como destino turístico sostenible diferenciado, en los principales mercados de interés; realizando campañas de comunicación innovadoras, utilizando medios de comunicación idóneos, promoviendo mensajes y valores que nos diferencian de otros destinos y desarrollando diversidad de acciones.

Las metas y acciones estratégicas de Mercadeo programadas en el Plan Anual Operativo (PAO) se encuentran alineadas con los objetivos y metas institucionales y tienen como marco referencial el Plan Nacional de Desarrollo e Inversión Pública 2023-2026 Rogelio Fernández Güell, el Plan Nacional de Turismo de Costa Rica 2022-2027 y el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2023-2028.

Nos complace presentar la Memoria Anual 2024 de la Dirección de Mercadeo con la satisfacción del deber cumplido y de los logros alcanzados.

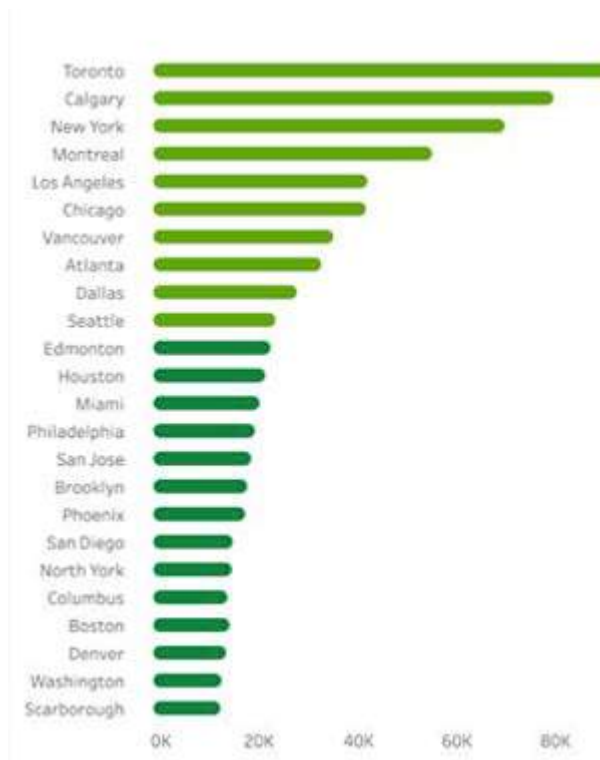
Departamento de Estrategia de Marca y Comunicación

1.1 PUBLICIDAD INTERNACIONAL

1.1. Estados Unidos y Canadá.

En este año se realizaron importantes acciones de publicidad en los mercados prioritarios con una estrategia publicitaria en medios utilizando diferentes formatos: digital (CTV, medios, contenidos customizados), programática, redes sociales, OOH (out of home) ,OTAS (Online Travel Agencies) y alianzas con diferentes marcas como Starbucks y Go Pro.

1.1.1 Campaña More Essential than Ever: Se muestra el top 50 de las ciudades principales; por orden de importancia a nivel de interacciones con la pauta efectuada.



1.1.2 Alianza con GoPro: Se creó contenido con influencers destacados, los cuales vinieron al país a crear contenido con cámaras GoPro para compartir sus experiencias en un co-branding con Visit Costa Rica (VCR). Esta es la primera parte del contenido iniciado con la marca, la cual primero orgánicamente creció en las cuentas de cada uno y luego en colaboración con GoPro. A través de esta asociación, se pudo enviar a personas influyentes muy visibles y talentosas a crear contenido a Costa Rica.

Los canales de VCR fueron etiquetados en **209** publicaciones y se recibieron **148** piezas de contenido visual que se pueden utilizar en redes sociales, medios, etc. El número de seguidores del canal aumentó un **1%** entre julio y septiembre en comparación con los tres anteriores meses y un **5,9%** respecto al mismo periodo del año pasado.

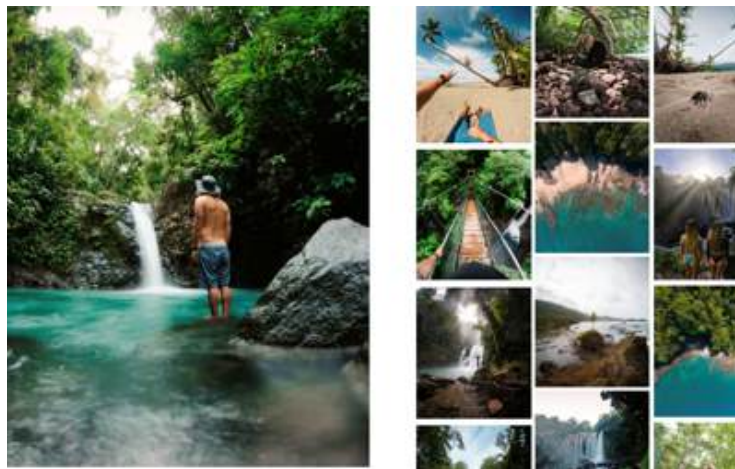
Como resultado de esta alianza con GoPro, se generaron **209** posteos, **52.8M** de alcance, **2.59M** de impresiones y **953.836** interacciones; estos influencers fueron seleccionados por características especiales afines a nuestros mercados meta y trabajan directamente con GOPRO; por lo que la alianza se fortalece al tener una marca con tal respaldo.

Con esta alianza se obtuvo un total de **50** fotografías y **68** videos para uso de ICT. Ejemplos del material realizado y cuentas de los Influencers.

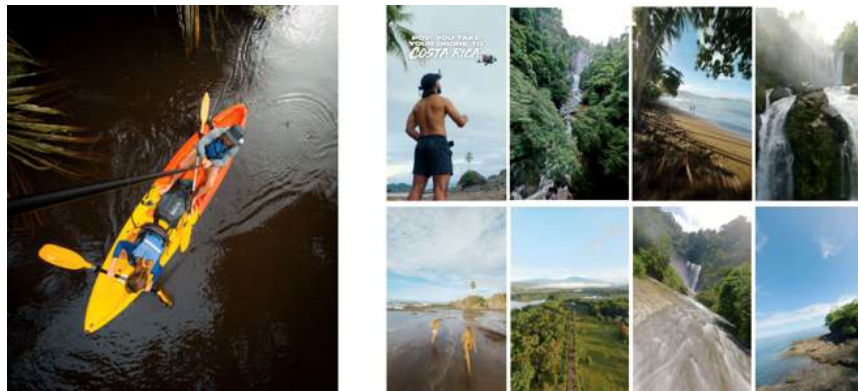
- ✓ Nick and Madison / @thecapturingcouple



✓ Chris Rogers / @chrisrogersfilters



✓ Parker Sheppard / @psheppfv



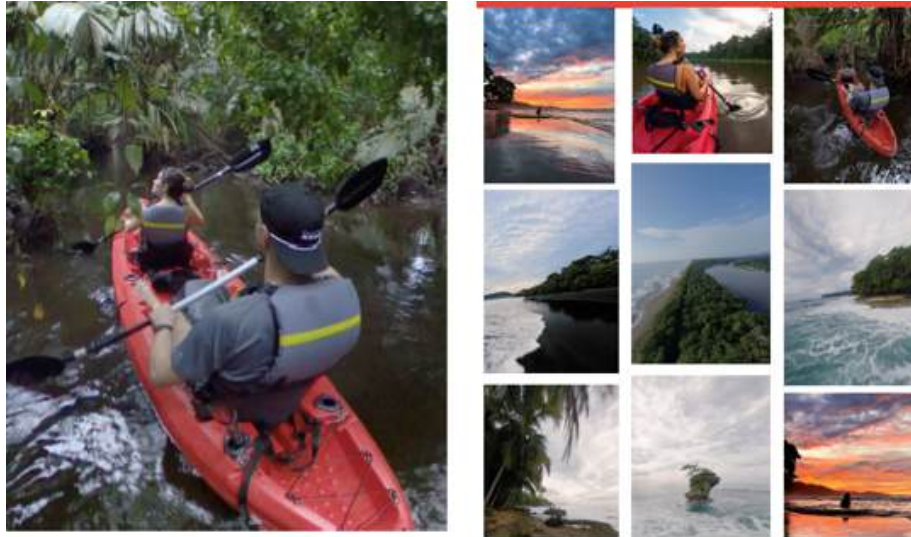
✓ Dylan Efron / @dylanefron



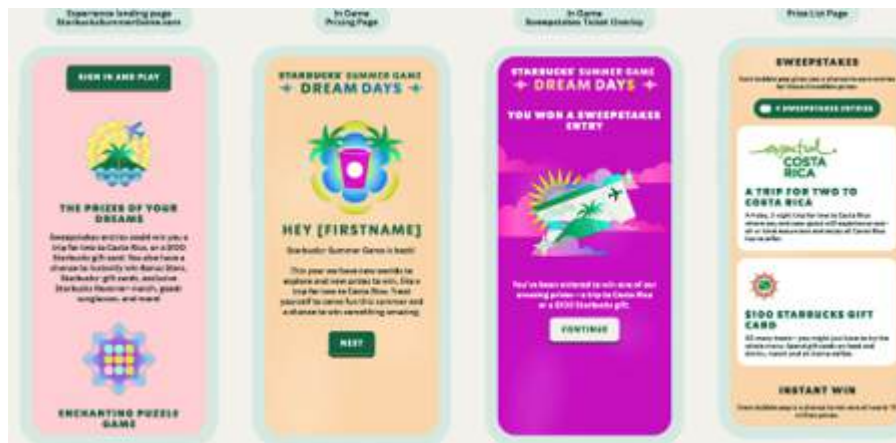
✓ Danny McGee / @mcgee

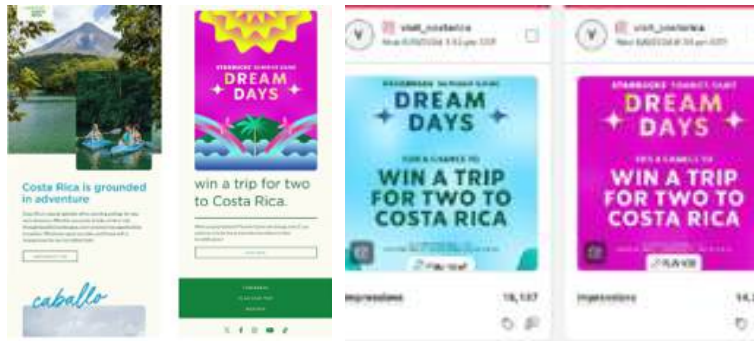


✓ Will Strathmann / @willstrath



1.1.3. Starbucks: Se creó un juego para el verano dentro del App de esta marca líder en USA; el cual fue un éxito dentro del mercado ya que los usuarios participaron activamente dentro de la misma con compras, juegos y recibieron premios por consumo. El juego diseñado tuvo presencia de marca de Costa Rica en varias de sus comunicaciones digitales, como cuando se ingresaba al App, en correos electrónicos y al interactuar en el juego con banners, además de las redes sociales de esta marca de café. Esto causó emoción en los usuarios, los cuales participaban también por el premio de un viaje a Costa Rica.





1.1.4 Matador Network: Matador Network es una empresa de medios digitales de Estados Unidos que se enfoca en viajes, estilo de vida, cultura, gastronomía y vida nocturna. Este medio produce contenido original en video y escrito para conectar destinos y marcas con una audiencia joven. Su misión es promover el viajar como una fuerza positiva en el mundo.

Como parte de nuestra estrategia con ellos se creó contenido a la medida con enfoque en la sostenibilidad, con agregador de contenido Matador Network, el cual contiene una plataforma de contenido importante a nivel digital y tiene presencia en diversos canales digitales.

Matador envió un grupo de producción con una influencer experta en sostenibilidad, creando el material que ha trascendido a nivel de su plataforma y redes sociales, dejando a Costa Rica en alto mostrando siempre su compromiso con la naturaleza.

Adicionalmente, Matador y su alianza con Leave no trace, hace que el contenido se distribuya por todos los representantes de su cadena.

1.1.5 Ashley Diedenhofen / @sciencebyashley: se realizó un video de una guía sostenible de viaje. El mismo muestra varias actividades en la Península de Nicoya, desde bucear en Cabo Blanco hasta la asociación que tuvimos con **Nicoya Peninsula Waterkeeper** para mostrar su misión de limpieza y reciclaje de playas en Santa Teresa. Con muchas olas, kayak de mar y el gallo pinto más fresco, su viaje ejemplificó cómo conectarse con la gente y los paisajes costarricenses para

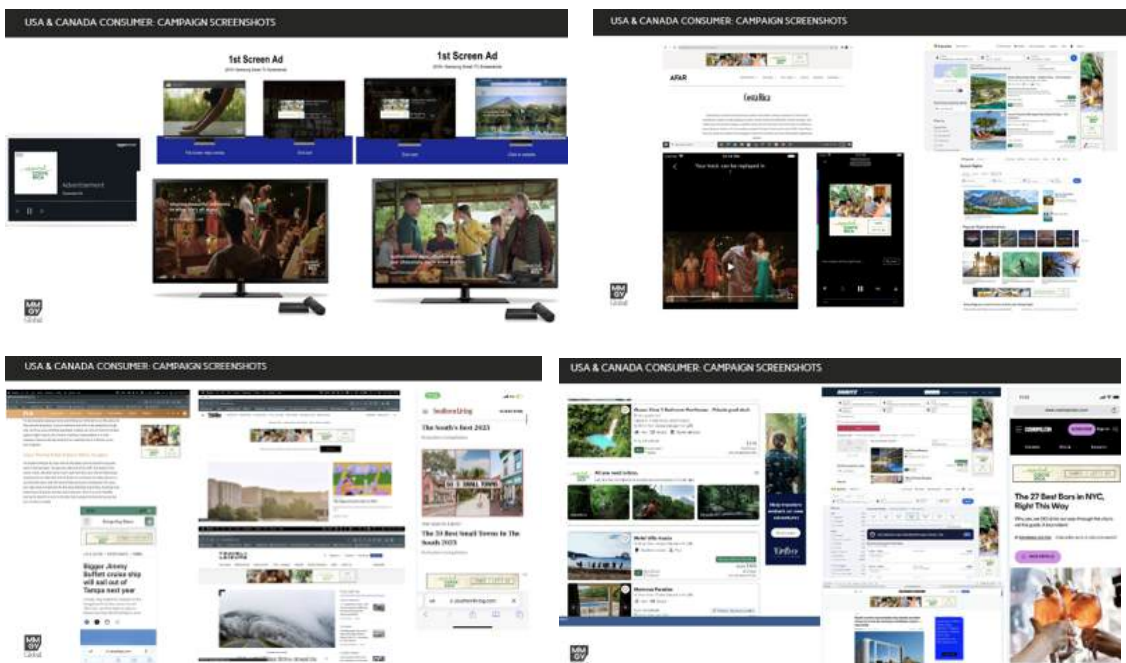
una verdadera aventura sostenible.

- ✓ https://www.youtube.com/watch?v=IVpaC3F1_Ow

1.1.6 Impresiones Totales de Medios de Pago Enero - Diciembre:

- ✓ Impresiones 691.417.127.
- ✓ Clicks: 4.009.432.
- ✓ Interacciones: 14.328.805

1.1.7 Ejemplos de anuncios en medios digitales



1.1.8 Ejemplos de boletines electrónicos informativos.

Estos boletines se envían por medio de la base de datos de ICT generada a partir de los usuarios inscritos en VisitCostaRica.com. Durante los tres meses de la acción, sumando 12 en total.



1.1.9. Visit Costa Rica Social Media

Con la estrategia de redes sociales se trató de Inspirar a las personas a viajar a Costa Rica con una experiencia interactiva en redes sociales que los conecte y motive. Se aprovecharon las estrategias de retargeting para dirigir más visitantes a las páginas clave de VisitCostaRica.com. Además, se volvió a dar protagonismo a **Pinterest** y **TikTok** como aliados clave, con espacios premium que maximizaron el alcance y el impacto, ya que antes no eran de pago pero cada vez más son fuente de inspiración para los viajeros.









Los posteos inspiradores bajo la campaña More Essential than Ever, hicieron de cada momento una experiencia al combinarlo con influencers destacados, lo cual nos dio una versatilidad de contenido orgánico y no solamente de pago.













Cuadro 1: Datos relevantes por red social





Red	Seguidores	Impresiones	Interacciones	Me Gusta	Comentarios	Clics de pin	Clics salientes	Compartir	Tasa de Interacción	Compartir y enviar	Publicaciones totales
Facebook	945 827	4 445 458 746	715 419	172 057	3 075	NA	NA	6 111	0,2%		407
Instagram	490 217	216 455 400	216 455 400	711 041	621 427	NA	NA	6 531	0,3%	78 906	589
Tik Tok	63 193	19 269	1 546	1 459	38	NA	NA	49	8%		14
Pinterest	1 352	32 325 672	71 302			58 961	40 978	553	2%		32

Ejemplos de mejores publicaciones (las que tuvieron mayor relevancia en la audiencia).





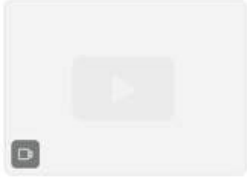



✓ Facebook













<p>Visit Costa Rica Thu 1/25/2024 12:06 pm EST</p> <p>Siente la adrenalina recorrer tus venas mientras desfilas por la selva de Santa Teresa. 🌿📍 Santa Teresa</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 11%</p> <p>Impressions 93,110</p> <p>Engagements 10,213</p>	<p>Visit Costa Rica Tue 1/22/2024 1:45 pm EST</p> <p>La armonía con la naturaleza, el espíritu y tu cuerpo te lleva a reflejar lo mejor de ti. 🌿💪</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 9.9%</p> <p>Impressions 2,303</p> <p>Engagements 229</p>	<p>Visit Costa Rica Thu 2/8/2024 12:32 pm EST</p> <p>¡Así es la auténtica experiencia de Pura Vida en Costa Rica! 🇸🇨📍 Carrillo Guiones</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 14.4%</p> <p>Impressions 22,613</p> <p>Engagements 3,256</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Thu 2/07/2024 12:27 pm EST</p> <p>Puerto Jiménez es la mezcla perfecta entre belleza natural y la autenticidad de la vida local. 🌿📍</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 11.4%</p> <p>Impressions 57,790</p> <p>Engagements 6,576</p> <p>Boosted</p>
<p>Visit Costa Rica Thu 3/21/2024 1:00 pm EDT</p> <p>La biodiversidad de este paraíso tropical en cada rincón 🌿🦋 ¿Puedes reconocer quién es la estrella de esta foto?</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 18.6%</p> <p>Impressions 23,148</p> <p>Engagements 4,302</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Tue 3/25/2024 12:45 pm EST</p> <p>Momentos de relajación y conexión en las aguas termales de La Fortuna. 🌿 Esto mientras contemplas vistas que te robarán...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 15.2%</p> <p>Impressions 80,136</p> <p>Engagements 12,217</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Tue 4/23/2024 1:32 pm EDT</p> <p>🇸🇨🌿 Siente la emoción de lanzarte al vacío. ¿Te atreves? 📍 Quepos</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 10.5%</p> <p>Impressions 13,333</p> <p>Engagements 1,394</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Thu 4/4/2024 1:09 pm EDT</p> <p>Solo queda maravillarse, relajarse y disfrutar. 🌿📍 Bajos del Toro</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 8.9%</p> <p>Impressions 95,549</p> <p>Engagements 8,551</p> <p>Boosted</p>

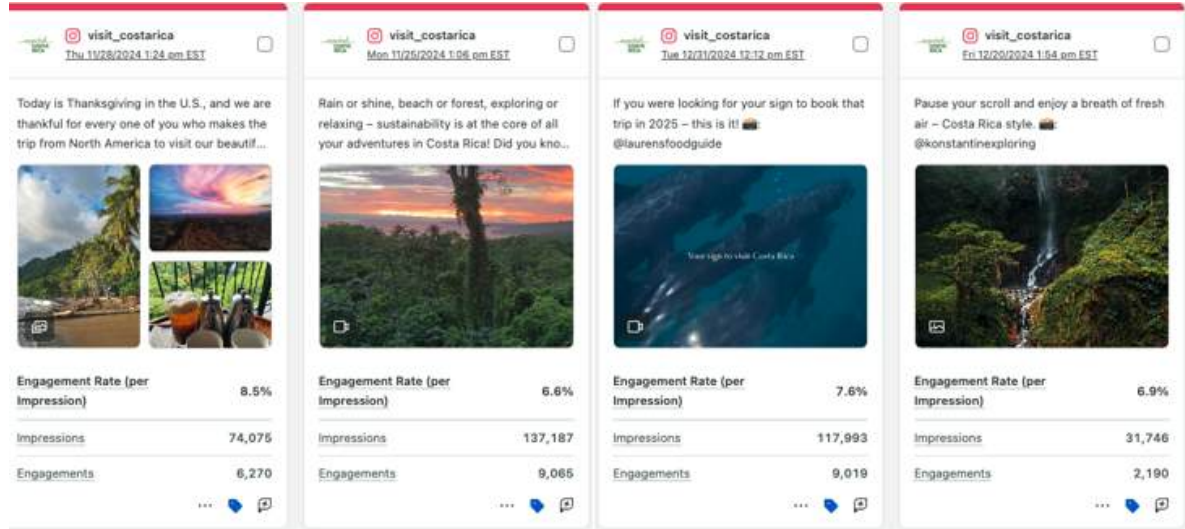
<p>Visit Costa Rica Tue 5/28/2024 5:31 am EDT</p> <p>Las alturas de los puentes colgantes de Monteverde son el escenario perfecto para descubrir la naturaleza en la copa de los...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 15.4%</p> <p>Impressions 18,937</p> <p>Engagements 2,922</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Thu 5/23/2024 12:00 pm EDT</p> <p>Cada sorbo de café, acompañado de un pan recién horneado, es la confirmación de que será un gran día. ☕🍞</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 15.2%</p> <p>Impressions 27,592</p> <p>Engagements 4,187</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Tue 6/11/2024 1:45 am EDT</p> <p>Explorando arenas doradas, riendo bajo el sol y creando recuerdos inolvidables. Este paraíso tropical es el lugar perfecto para...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 11.7%</p> <p>Impressions 24,132</p> <p>Engagements 2,812</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Tue 6/4/2024 1:30 am EDT</p> <p>A veces solo la naturaleza es la mejor compañía. 🌿📍 Piedra Colorada</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 10.3%</p> <p>Impressions 341,039</p> <p>Engagements 35,040</p> <p>Boosted</p>
<p>Visit Costa Rica Thu 7/18/2024 1:49 am EDT</p> <p>El verano en Costa Rica se renueva todos los días. ¿A quiénes vas a invitar a unirse a este viaje? 🏖️🌴 Las Chorreras</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 20.9%</p> <p>Impressions 58,137</p> <p>Engagements 12,144</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Tue 7/16/2024 1:45 am EDT</p> <p>Una clásica postal costarricense. 📸 ¿Logras distinguir qué mono es el de la foto? 📍 Corcovado</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 17.2%</p> <p>Impressions 19,417</p> <p>Engagements 3,349</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Tue 8/13/2024 1:45 am EDT</p> <p>¡Llegamos a la Escuela Metálica! 🏫📍 Un icono histórico y arquitectónico de San José. ¿Sabías que fue construida con piezas...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 15.8%</p> <p>Impressions 20,927</p> <p>Engagements 3,301</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Thu 8/8/2024 1:45 am EDT</p> <p>Amigos y plays 🏖️👙 ¿Con quién te gustaría compartir estos momentos? Etiqueta a quienes siempre dicen sí a los planes. 📍</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 8.9%</p> <p>Impressions 15,062</p> <p>Engagements 1,341</p> <p>Boosted</p>
<p>Visit Costa Rica Thu 9/12/2024 1:45 am EDT</p> <p>Sol, mar y diversión en cada ola, creando recuerdos inolvidables. ¿Cómo y con quien te gusta pasar un día en la playa? 🏖️🌊</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 15%</p> <p>Impressions 22,896</p> <p>Engagements 3,443</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Tue 9/10/2024 4:00 am EDT</p> <p>La combinación perfecta de yoga y serenidad al caer el sol. ¿Qué mejor manera de terminar el día? 🧘🌅</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 9.4%</p> <p>Impressions 66,521</p> <p>Engagements 6,232</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Tue 10/15/2024 1:45 am EDT</p> <p>Dos playas para disfrutar lo mejor del océano 🌊🏖️. De un lado, relájate con la suave brisa y del otro olas perfectas para un poco de...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 21.4%</p> <p>Impressions 11,146</p> <p>Engagements 2,385</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Thu 10/3/2024 1:45 am EDT</p> <p>Costa Rica es el spot ideal para aprender a surfear. 🏄📍 Desde olas perfectas para principiantes hasta las favoritas de los más...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 11.1%</p> <p>Impressions 256,665</p> <p>Engagements 28,598</p> <p>Boosted</p>

<p>Visit Costa Rica Tue 11/02/2024 12:45 pm EST</p> <p>Somos expertos en dar instantes de pura vida hoy y siempre. 🌿💖</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 14.0%</p> <p>Impressions 26,750</p> <p>Engagements 3,984</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Tue 11/26/2024 12:45 pm EST</p> <p>¿Sabías que el mono titi es una de las especies más pequeñas y carismáticas de Costa Rica? ¡Cuéntanos! ¿Ya has visto uno...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 10.3%</p> <p>Impressions 58,198</p> <p>Engagements 5,988</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Thu 12/05/2024 12:45 pm EST</p> <p>Isla Uvita, un tesoro escondido donde el mar y la tranquilidad se encuentran. 🌊💙</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 9.2%</p> <p>Impressions 68,420</p> <p>Engagements 6,328</p> <p>Boosted</p>	<p>Visit Costa Rica Fri 12/07/2024 9:10 am EST</p> <p>Cold and snowy this winter? Couldn't be Costa Rica! We take our winter holidays sunny, warm and spent in the water! 🏖️</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 4%</p> <p>Impressions 4,301</p> <p>Engagements 172</p> <p>Boosted</p>
---	--	---	--

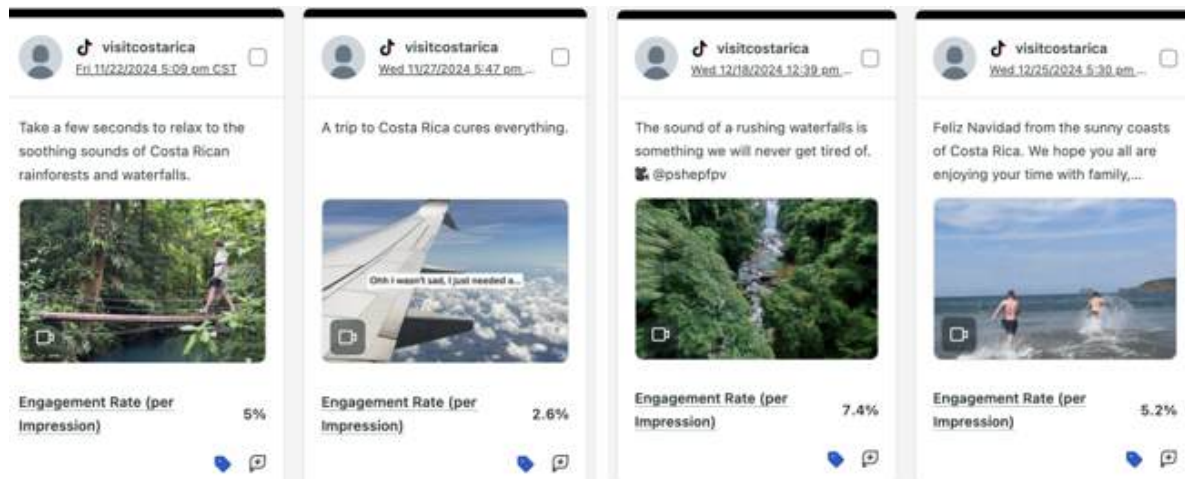
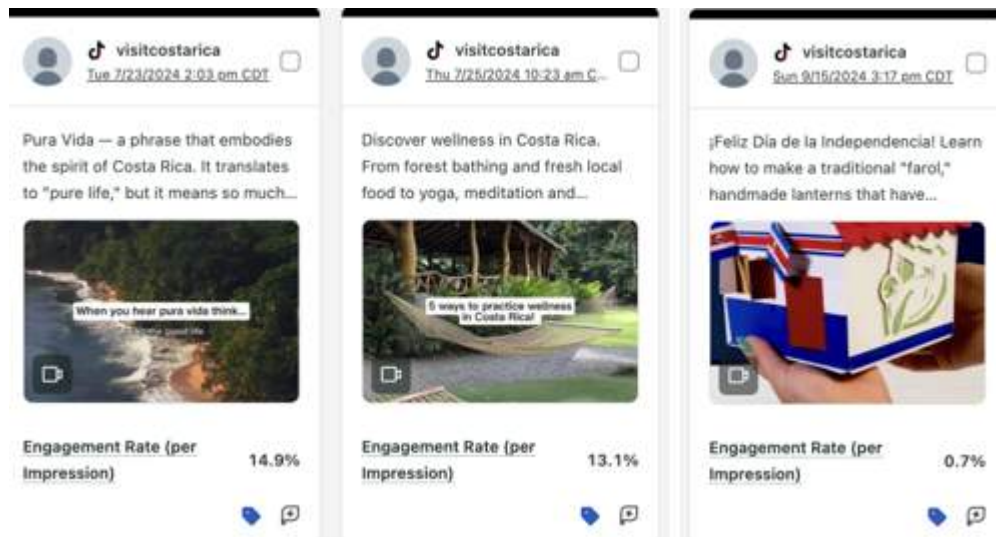
✓ Instagram

<p>visit_costarica Tue 1/23/2024 11:50 am EST</p> <p>Hanging out with breathtaking views and a river of tranquility beneath. This is how we bridge the gap between thrill and serenity!...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 7.1%</p> <p>Impressions 75,461</p> <p>Engagements 5,371</p>	<p>visit_costarica Fri 1/19/2024 1:13 pm EST</p> <p>This is the moment where you break through the surface and remember that you're in paradise. 🌴 @seangoodwinmedia</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 6.2%</p> <p>Impressions 58,600</p> <p>Engagements 3,627</p>	<p>visit_costarica Tue 2/20/2024 1:26 pm EST</p> <p>It's not hard to be mesmerized by the majestic Arenal Volcano's beauty and surrounded by the vibrant wonders of our...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 8.6%</p> <p>Impressions 95,727</p> <p>Engagements 8,249</p>	<p>visit_costarica Thu 2/8/2024 1:33 pm EST</p> <p>Follow the signs – especially if they're on a palm tree. 🌴 @destinosquesonhei</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 7.9%</p> <p>Impressions 115,301</p> <p>Engagements 9,101</p>
<p>visit_costarica Wed 3/20/2024 9:33 am EDT</p> <p>On the hunt for the perfect eight-day Costa Rica itinerary – we've got you covered. Here are some of our favorite destinations...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 8.7%</p> <p>Impressions 134,215</p> <p>Engagements 11,635</p>	<p>visit_costarica Sat 3/02/2024 3:45 pm EST</p> <p>Lost in the ethereal embrace of clouds, strolling through a heavenly realm. ☁️ Walking along the Monteverde Canopy feel...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 7%</p> <p>Impressions 72,846</p> <p>Engagements 5,109</p>	<p>visit_costarica Wed 4/10/2024 9:52 am EDT</p> <p>We pride ourselves on having some of the most beautiful and majestic waterfalls in the world. Which ones have you visited, and...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 10.6%</p> <p>Impressions 29,565</p> <p>Engagements 3,127</p>	<p>visit_costarica Mon 4/1/2024 7:12 pm EDT</p> <p>That paradise you've been dreaming of – we've found it. Now it's up to you to book the flight. 🌴 @dionisia_castro_foto</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 6.3%</p> <p>Impressions 76,373</p> <p>Engagements 4,788</p>

<p>visit_costarica Thu 5/20/2024 12:53 am EDT</p> <p>From the lush rainforests and majestic waterfalls to the birds flying high and the breathtaking scenery everywhere you look ...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 11.3%</p> <p>Impressions 33,269</p> <p>Engagements 3,753</p>	<p>visit_costarica Sun 5/26/2024 5:48 am EDT</p> <p>Our birds love to defy the norm! Usually birds will seek shelter during heavy rains, but here they perch for hours, enjoying the...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 9.3%</p> <p>Impressions 195,420</p> <p>Engagements 18,142</p>	<p>visit_costarica Thu 6/27/2024 12:46 am EDT</p> <p>The water of Rio Celeste is definitely one of our favorite colors. Don't believe it when we say it's really that blue? Guess you'll have t...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 7.4%</p> <p>Impressions 54,701</p> <p>Engagements 4,073</p>	<p>visit_costarica Sun 6/23/2024 6:14 am EDT</p> <p>With its stunning plumage, the scarlet macaw is one of our favorite bird species. Have you spotted these colorful birds when...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 5.8%</p> <p>Impressions 34,643</p> <p>Engagements 1,997</p>
<p>visit_costarica Tue 7/2/2024 4:39 am EDT</p> <p>The colors of Costa Rica come alive during verano! In July, this mini dry season brings sunny days perfect for exploring the lush...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 6.6%</p> <p>Impressions 206,119</p> <p>Engagements 13,694</p>	<p>visit_costarica Wed 7/24/2024 8:43 am EDT</p> <p>Did you know that our animals are also ambassadors of wellness? For example, sloths sleep 15-20 hours a day – so go...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 6.1%</p> <p>Impressions 38,393</p> <p>Engagements 2,341</p>	<p>visit_costarica Fri 8/30/2024 5:57 am EDT</p> <p>It's time to learn some tico lingo! Chinear (chee-neh-AR) means "to pamper" or "to spoil someone with affection." Whether...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 6.4%</p> <p>Impressions 51,487</p> <p>Engagements 3,302</p>	<p>visit_costarica Tue 8/20/2024 1:40 pm EDT</p> <p>Stop scrolling and experience a waterfall from a bird's-eye view! Double tap if you think it's as stunning as we do! 🌿📍 Rio...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 6.1%</p> <p>Impressions 57,402</p> <p>Engagements 3,485</p>
<p>visit_costarica Mon 9/2/2024 1:04 am EDT</p> <p>Two coasts, two vibes, two times the magic. 🌊 On our Pacific Coast, you'll find laid-back vibes and vibrant beach towns that are...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 7.9%</p> <p>Impressions 55,454</p> <p>Engagements 4,369</p>	<p>visit_costarica Mon 9/9/2024 1:22 am EDT</p> <p>One of the many reasons why we were chosen as Travel + Leisure's Destination of the Year 2024 is our incredible coastline!...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 7.5%</p> <p>Impressions 39,660</p> <p>Engagements 2,975</p>	<p>visit_costarica Wed 10/30/2024 10:16 am EDT</p> <p>No matter how many times we get a glimpse of the Blue Falls it never gets old. Who else agrees with us? 📍@konstantinexploring</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 5.8%</p> <p>Impressions 154,508</p> <p>Engagements 9,004</p>	<p>visit_costarica Sat 10/5/2024 6:54 am EDT</p> <p>The weather might be cooling down in North America, but in Costa Rica, our warm season is just getting started! So, if you need a...</p>  <p>Engagement Rate (per Impression) 5.4%</p> <p>Impressions 59,280</p> <p>Engagements 3,213</p>



✓ TikTok



1.1.9.1 Iniciativa de Wellness Week en redes sociales Instagram;

El Wellness se ha convertido en una de las actividades más buscadas por los viajeros que buscan conectar y relajarse con la naturaleza.

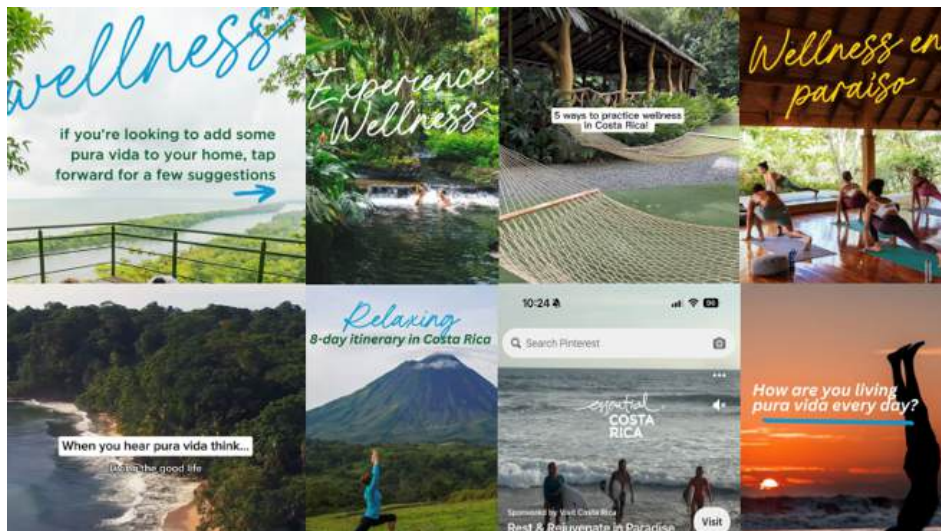
Se destaca por parte de los influencers de GoPro esta iniciativa de Wellness Week, alusiva al bienestar y al Día Internacional del Yoga. Muchos hoteles realizaron iniciativas y los influencers colaboraron con contenidos diferenciados para ir más allá de una clase o un tratamiento.

El objetivo fue posicionar a Costa Rica como un destino de bienestar, dedicando una semana de actividades sociales orgánicas con influencers destacados aliados al tema, compartiendo consejos prácticos e incluyendo a la audiencia en la conversación.

Esta iniciativa arrojó los siguientes resultados a nivel orgánico:

- Publicaciones: 93.
- Impresiones: 969.506.
- Interacciones: 10.954.
- Tasa de participación: 0,27%.

Ejemplos de publicaciones:





1.2 Europa

Para el mercado europeo se trabajó en el cartel para contratar una agencia de publicidad internacional, fueron varios meses de investigación, conversaciones con agencias y posteriormente la publicación del cartel. Sin embargo, se declaró infructuoso el concurso y se retomará en 2025.

Se realizaron acciones en el marco de la feria **WTM**, en colaboración con la agencia de Relaciones Públicas en los meses de noviembre y diciembre.

1.2.1 Campaña Digital

La campaña digital fue diseñada para dirigirse a la audiencia de **Reino Unido**, generando conciencia sobre Costa Rica como destino turístico.

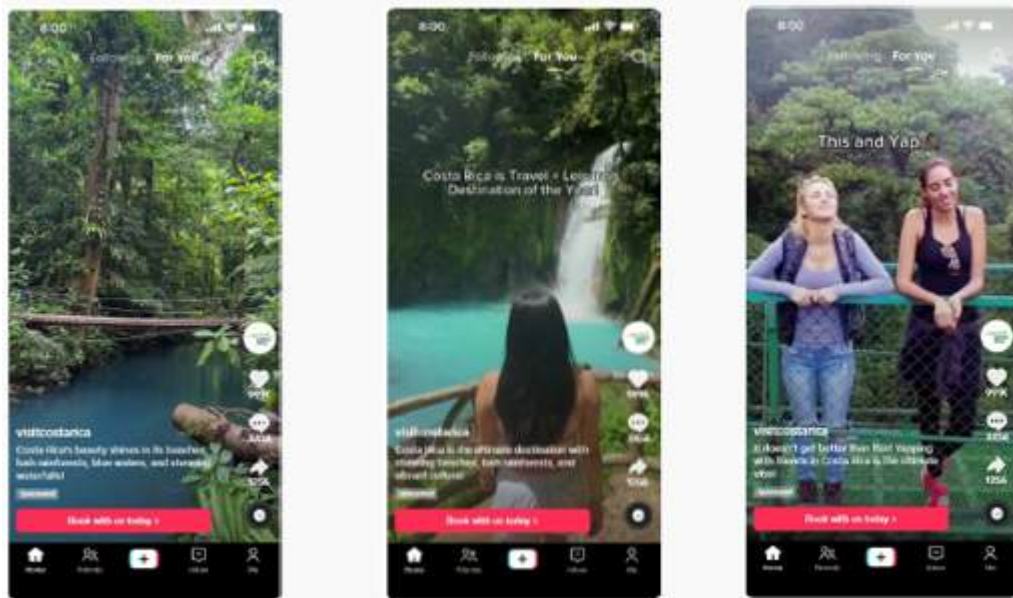
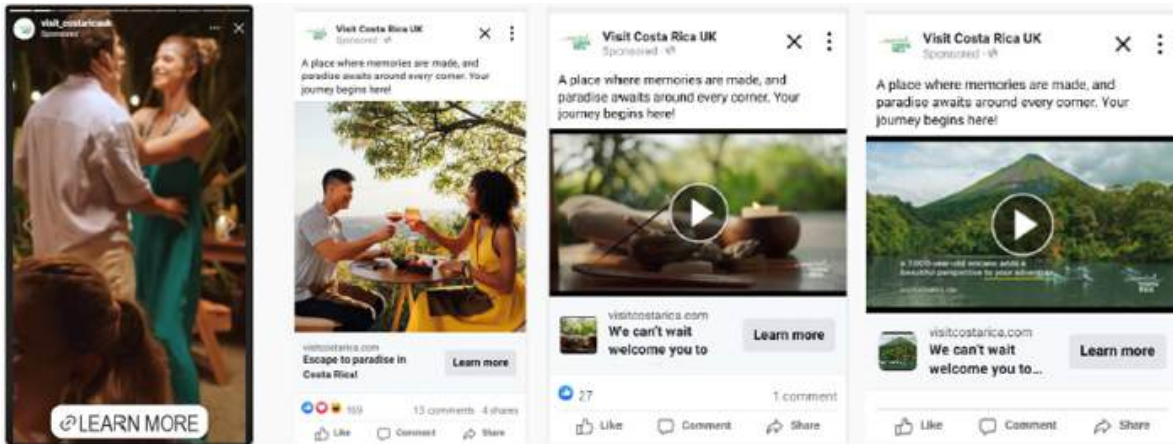
Los canales utilizados fueron **Meta** y **TikTok** para asegurar alcance en las plataformas digitales más efectivas para generar reconocimiento y tráfico. Su duración fue de ocho semanas e iba específicamente dirigido a viajeros de Reino Unido interesados en la vida silvestre, la naturaleza y la aventura.

Cuadro 2: Desempeño de campaña digital en Reino Unido

Plataforma	Impresiones	Clics
Meta	4.408.360	67.683
Tik Tok	2.869.163	22.477
Total	7.277.523	90.160

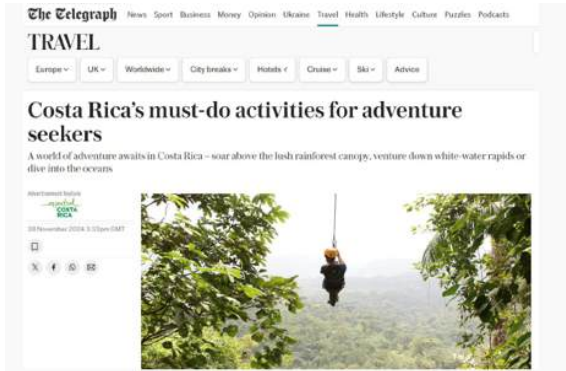
Esta campaña tuvo un desempeño excepcional, logrando altos niveles de reconocimiento, interacción y clics en enlaces de todos los canales. El canal con mejor rendimiento en términos de CTR (tasa de clics) y clics en enlaces fue **Meta**, lo cual era esperado dado que TikTok se utiliza principalmente como una plataforma enfocada en generar reconocimiento.

Ejemplos de posts:



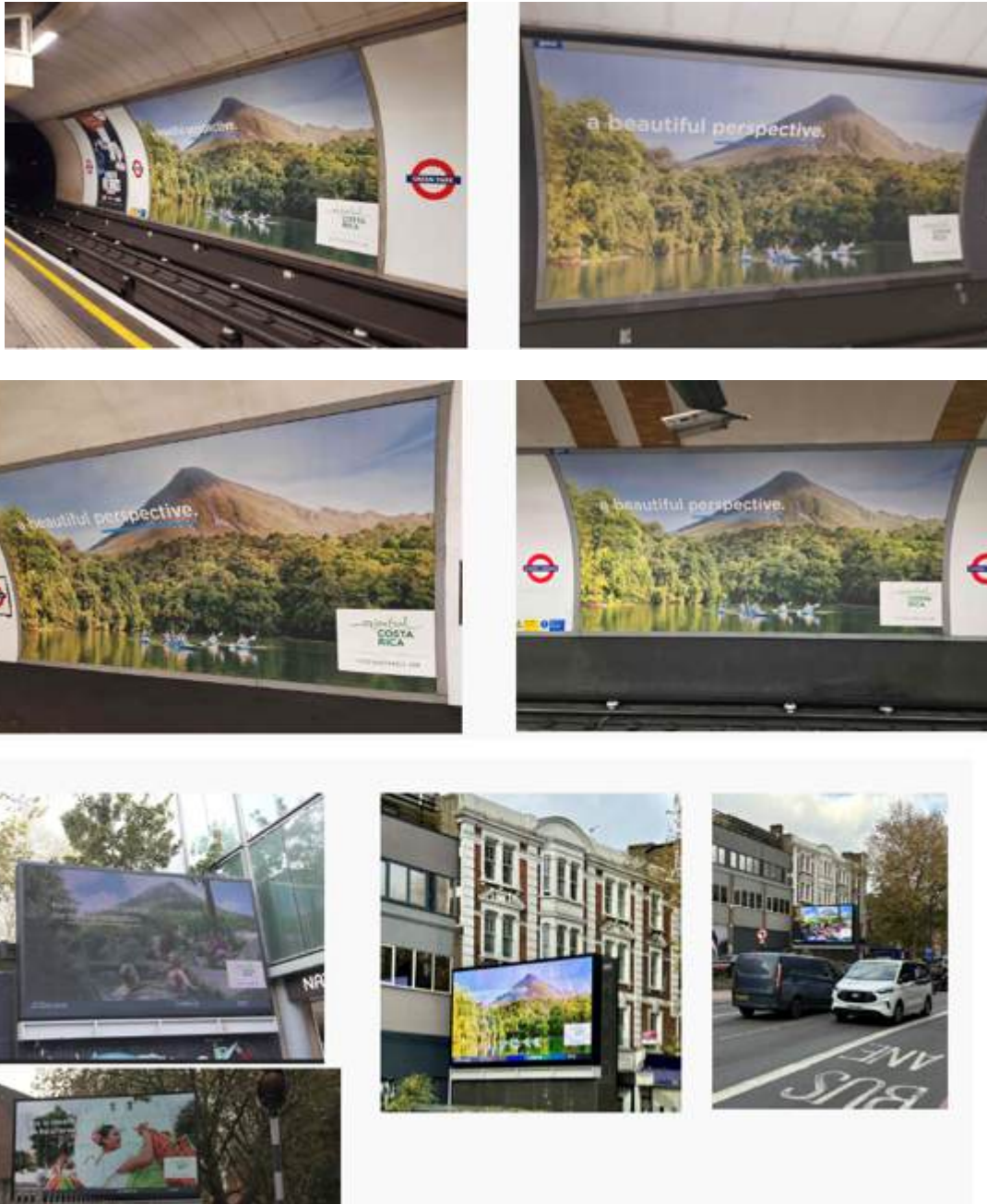
1.2.2. Publicidad en Medios

Se efectuó pauta en medios como **The Telegraph**, el cual atrae a muchos lectores en el Reino Unido, tanto en su versión impresa como en la digital.



1.2.3. Campaña en Exteriores

Se efectuó en el metro de Londres y alrededores con el objetivo de crear aún más posicionamiento de Costa Rica en este mercado, en las fechas pre, durante y post World Travel Market, una de las ferias turísticas más grandes del mundo que abre sus puertas todos los años durante el mes de Noviembre.

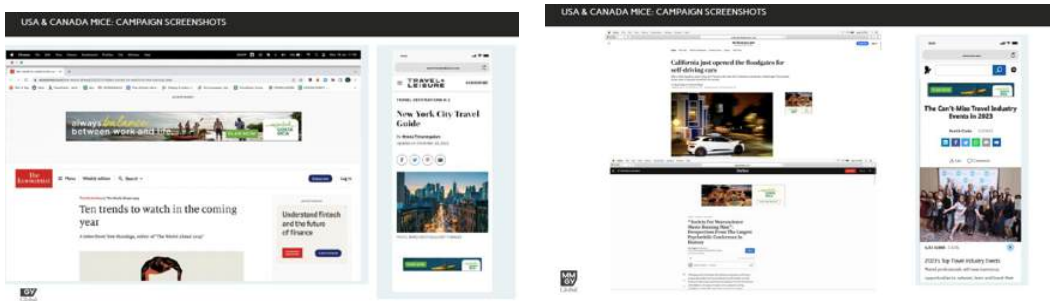


1.3. Turismo de Reuniones

Adicionalmente se realizaron acciones de publicidad en medios digitales con los siguientes resultados:

1.3.1. Publicidad en canales digitales.

Publicidad en canales digitales para los mercados de Estados Unidos y Canadá, en los principales medios de turismo de reuniones a nivel de programática; se presentan pantallazos:



1.3.2. Participación en SMU

- Este es el evento de élite para los compradores norteamericanos de viajes de reuniones e incentivos, realizado en la ciudad de NY, en marzo.
- Este evento único fue organizado por las marcas líderes de Northstar Meetings Group - Successful Meetings, Meetings & Conventions, e Incentive Magazine, marcas con las cuales se tiene una importante relación desde hace ya varios años, donde Costa Rica ha ido destacando en el segmento y trabajando de la mano con nuestra agencia de publicidad MMGY así como con el Convention Bureau.
- Se logró realizar importantes citas de negocios con compradores, los cuales estaban interesados en Costa Rica con sede para futuros eventos, registrando alrededor de **60** citas.
- El posicionamiento del país se logró reforzar por medio de la publicidad, la cual tuvo una imagen llamativa entre los compradores.
- Se estará enviando información específica a los compradores que están tomando en cuenta a Costa Rica dentro de sus planes futuros, por medio del CVB, tanto a nivel de incentivos como corporativo.



1.3.3. Sustainability Partner con ICCA en IMEX Frankfurt

Se tuvo presencia de marca en el Congreso, así como la presencia de la Directora de Mercadeo y el Ministro de Turismo en la reunión anual de miembros, en la cual Essential CR presenta su partnership de sostenibilidad con la asociación más grande de Congresos, ICCA.

Adicional a esto en conjunto con la fundación **5 Minutes**, se coloca una obra de arte de material de desecho encontrado en el océano, creando conciencia de la importancia de mantener el medio ambiente limpio y poder inculcar a los grupos de incentivos y hoteles participantes en la feria, una iniciativa de trabajo en equipo guiados por una fundación que promueve la sostenibilidad, de la mano con nuestros esfuerzos en eventos sostenibles y de reducción de huella de carbono.



1.3.4. Publicidad en Redes Sociales

Se tuvo presencia en redes sociales de los diferentes eventos en los que se ha participado, obteniendo cobertura por parte de los medios de comunicación más importantes del segmento MICE, tales como **Travel2latam** y **Eventos Latinoamericanos**; así como nuestros esfuerzos desde VisitCostarica en **LinkedIN**.



Cuadro 3: Desempeño en Redes Sociales, MICE

Costa Rica Engagement Campaign	Fecha	Impresiones	Clics	CTR
Ad Networks	08.01.24 -	149.989	118	0,079%
Social Media	08.31.24	114.563	2.101	1,834%
TOTAL		224.945	2.219	0,986%





1.3.5. Campaña PCMA

- **Convene magazine: Special edition LATAM Sep/Oct 2024:** Se publica en la revista un artículo de Costa Rica en su formato digital e impreso. Se envió la revista a los suscriptores por medio de correo en USA & Canadá pero también como bono se repartió en IMEX en el stand de PCMA. Asimismo está disponible en formato digital en: https://www.convene-digital.org/convene/library/page/september_october_2024/91/
- **Digital advertising: Engaged Article:** Este artículo digital estuvo disponible durante todo el mes de agosto para toda nuestra audiencia de USA.



The 5 Top Reasons to Meet in Costa Rica

A Sponsored Message by Visit Costa Rica



<https://www.pcma.org/the-5-top-reasons-to-meet-in-costa-rica/>

1.3.6. Participación en Congreso Mundial de ICCA, Abu Dhabi.

1.3.6.1 Sustainability Zone

El principal objetivo del Sustainability Zone, impulsado por Costa Rica, fue el de tener un espacio destacado en el congreso mundial de ICCA. Ubicada en un lugar estratégico de alto tráfico dentro del área de exhibición, esta zona tuvo como objetivo principal promover las mejores prácticas y las últimas innovaciones en sostenibilidad dentro de la industria de reuniones y eventos, como parte de la iniciativa del partnership de sostenibilidad.



Los participantes al congreso determinaron que el hub o la sección favorita del Congreso, fue el de la sostenibilidad:

Presencia de Marca Costa Rica.



1. Podio Principal.



2. Salón plenario.



3. Espacios externos (puertas).



4. Redes sociales¹



1.3.6.2. Otras acciones

Se efectuaron otras actividades por medio de ICCA en el marco de la sostenibilidad como el evento en Bangkok sobre la Gastronomía Sostenible. A la espera del informe completo de Andrés Escandón de ICCA.

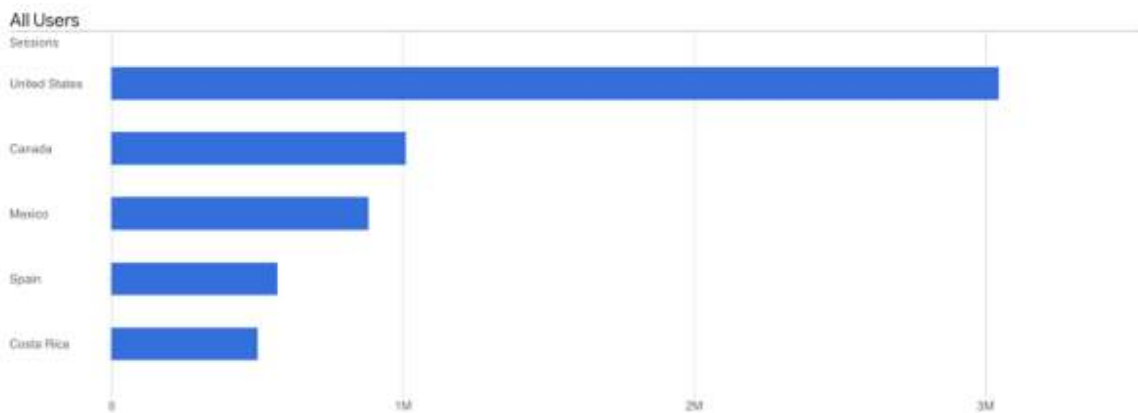
¹ El siguiente es un ejemplo de lo que salió en redes sociales, tal como le indique el resto de los posteos y sus resultados serán informados por ICCA a través de Andres Escandón.

1.5 Desempeño del Website Internacional

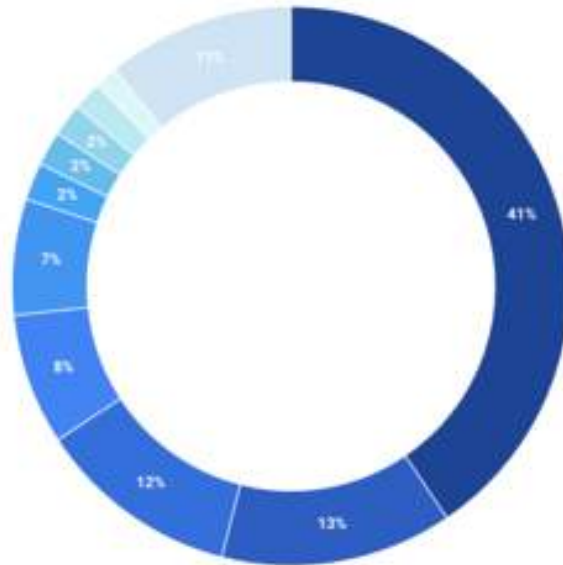
Se tuvo como objetivos principales los siguientes:

- Mantener los niveles óptimos de visitación alcanzados durante el periodo 2021-2022.
- Ser una fuente de información completa, clara y de utilidad para los turistas para que puedan planificar su viaje con precisión y antelación, y también para empresarios.
- Transmitir una imagen clara y llamativa de Costa Rica como un destino turístico dotado de diversidad de lugares, experiencias únicas y una infraestructura de calidad, así como un destino para todas las edades que puede ser visitado durante todo el año.

El sitio web recibió un total de **7.512.823** visitas, con una duración promedio de **2:54 minutos** por sesión. De las cuales el **40.5%** correspondieron a visitas desde Estados Unidos, el principal mercado. El segundo lugar fue Canadá y México pasa a un tercer lugar.



All Users
Sessions



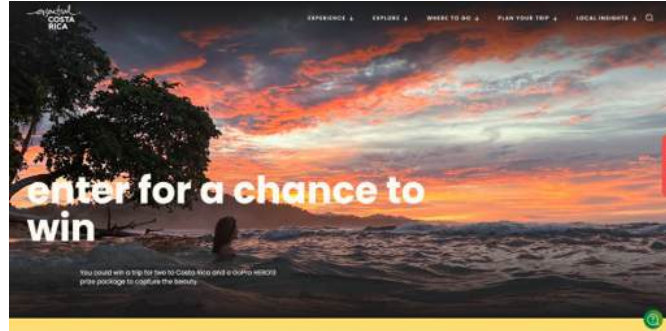
● United States ● Canada ● Mexico ● Spain ● Costa Rica ● France ● Germany

1.5.1 Mejoras realizadas al website

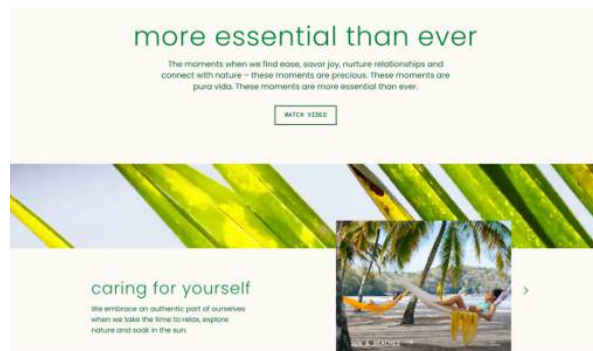
- Lanzamos un nuevo sitio con un diseño mejorado, mayor accesibilidad y una mejor experiencia de usuario.
- Introdujimos nuevo contenido curado, itinerarios predefinidos y un cuestionario interactivo para identificar el tipo de viajero.
- El planificador de viajes Mindtrip AI se integró en todo el sitio.
- También realizamos actualizaciones del sistema, incluyendo la actualización de la versión de Drupal a 10.3.5 y la actualización de la versión de PHP a 8.2.26

En 2024, también lanzamos una serie de nuevas landing pages en el sitio, incluyendo:

- Se creó una página para apoyar nuestra colaboración con GoPro y recopilar entradas para un premio que incluía un viaje de cuatro noches para dos personas a Costa Rica y una cámara de acción GoPro HERO13 Black con accesorios. Esta página recibió **18.872** visitas.



- Se creó una página para la campaña digital, "Essentials" para apoyar los esfuerzos de medios. Esta página recibió **8.635** visitas.



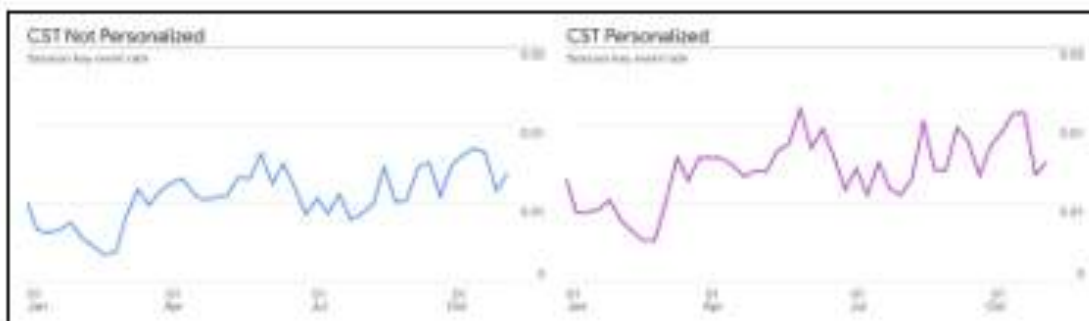
- Se creó una página para [la experiencia del café](#) de Costa Rica para apoyar la colaboración de Costa Rica con Starbucks durante los meses de verano. Esta página recibió **32.020** visitas.



- Con el lanzamiento del nuevo sitio en octubre, también se crearon algunas nuevas páginas para mejorar la experiencia de contenido para los usuarios. Las nuevas páginas incluyeron las siguientes:
 - [Traveler Quiz](#)
 - [Luxury persona page](#)
 - [Adventure Seeker persona page](#)
 - [Slower Pace persona page](#)
 - [Wellness persona page](#)
 - [Romantic persona page](#)
 - [Solo Traveler persona page](#)

1.5.2 Acciones de personalización

Las campañas de personalización estuvieron activas en el sitio web de Costa Rica desde enero hasta octubre utilizando el software Bound 360. A partir de noviembre, Costa Rica comenzó a migrar a la plataforma de experiencia digital, ControlTower. Mientras se lanzaba el nuevo sitio y MMGY recopilaba datos de los usuarios utilizando ControlTower, no hubo campañas de personalización activas en noviembre ni en diciembre.



Sesiones personalizadas ha obtenido los siguientes resultados en comparación con sesiones sin personalización de web, desde el 1 enero al 31 octubre.

- Aumento de **10.7%** en páginas por visita
- Aumento de **20.3%** en duración de visita en la página

- Una disminución de **20.7%** en rebote de página
- Aumento de **26.7%** en tiempo promedio de participación por sesión
- Aumento de **20%** en tasa de conversión de partner clicks (visto en el gráfico)
- Aumento de **26.9%** en tasa de conversión de outbound links

Parte de la estrategia que MMGY utilizó en el programa de personalización web era utilizar un modal para capturar nuevos suscriptores de marketing por correo electrónico.



En el periodo del 1 enero al 31 octubre, esta táctica resultó en:

- **47.732** nuevos suscriptores.
- **986.247** impresiones.

En total, **97%** de todas las suscripciones son resultados del modal.

1.6 México.

1.6.1 Visit Costa Rica

- Sitio Web: El sitio web **recibió un total de 554.893 visitas** en el 2024, con una duración **promedio de interacción de 18 segundos**.
- Las visitas se generaron principalmente en Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.
- GA4 no muestra edades ni género debido a la falta de información por temas de privacidad.

Cuadro 4: Desglose mensual estadístico, desempeño WEB México

	<u>Page Views</u>	<u>Usuarios</u>	<u>Engagement</u>	<u>Duración promedio de interacción</u>
Enero	16,979	6,622	71.22%	1m 53s
Febrero	17,086	6,740	70.47%	1m 51s
Marzo	74,924	49,109	38.15%	20s
Abril	159,290	77,966	41.31%	12s
Mayo	63,375	38,615	40.1%	22s
Junio	28,018	15,468	42.84%	48s
Julio	29.772	16,641	43.88%	44s
Agosto	337,714	148,095	39.51%	9s
Septiembre	202,437	83,910	42.95%	11s
Octubre	43,686	27,986	38.05 %	25s
Noviembre	18,275	14,027	53.59%	23s
Diciembre	308,492	80,643	55.74%	9s

1.6.2 Redes Sociales

- Facebook logró alcanzar un total de **7.6MM** de personas.
- Instagram alcanzó a **7MM** de usuarios.
- Se generaron **19MM de impresiones** y un total de **3MM de interacciones** con los posteos de ambas redes.

Mejores publicaciones Facebook

Conoce el fascinante historia de los antiguos Ruinos de la Basílica de Santiago Apóstol. Un lugar lleno de misterio y legendas que te transportará a los orígenes coloniales del...



Total de engagement	31,830
Reacciones	3,897
Comentarios	64
Compartidos	194

A veces ver la naturaleza es la mejor compañía. 🌿🌴🌊 Costa Rica



Total de engagement	25,040
Reacciones	1,373
Comentarios	57
Compartidos	64

Costa Rica es el mejor sitio para aprender a surfear. 🏄🌊 Desde olas perfectas para principiantes hasta las furiosas de los pros, siempre hay algo para todos. ¿Cada cual quiere su...



Total de engagement	28,569
Reacciones	1,648
Comentarios	10
Compartidos	38

Mejores publicaciones Instagram



27K 1 20 182

Your insights include data from ads created or deleted on Instagram or on Facebook advertising tools.

Overview ⓘ

Reach	135,575
Post interactions	27,350
Profile activity	14



17K 12 4 235

Your insights include data from ads created or deleted on Instagram or on Facebook advertising tools.

Overview ⓘ

Reach	91,982
Post interactions	10,869
Profile activity	376



1.7 Mercados Emergentes

- Objetivo: Desarrollar e implementar una estrategia publicitaria para generar awareness de Costa Rica entre los viajeros de Suramérica (Brasil, Argentina, Chile y Colombia) y entrar en su set de consideración.
- Presentar al país como un destino turístico diferenciado y construir iconicidad en sus locaciones.

Como resultado, los viajeros incrementaron sus búsquedas en línea sobre Costa Rica donde factores como la cercanía, evitar multitudes, visitar lugares abiertos y con actividades al aire libre se ha vuelto prioridad.

La pauta publicitaria se llevó a cabo de Octubre a Diciembre en medios exteriores y digitales.





2. PUBLICIDAD NACIONAL

2.1. Campaña Vamos a Turistear (VAT)

2.1.1 Pauta en Google.

En la plataforma de **Search**, se alcanzó **2.544.503 impresiones** y un total de **151.859 clics**, lo que resultó en un **CTR del 5.97%**. Por otro lado, en YouTube Ads se registró **13.5 millones de vistas de video**, **38.896.858 impresiones** y **42.452 clics**, obteniendo un **CTR del 0.11%**.

2.1.2. Sitio Web

El sitio web vamosaturistear.com registró un total de **836.446 visitas**, con **una duración promedio de 39 segundos** y **1.16 sesiones por usuario**. La mayoría de las visitas provino de las ciudades de San José, Heredia y Cartago. En cuanto a la audiencia, **el 67.1% fueron mujeres** y **el 32.9% hombres**, con edades principalmente entre los **25 y 54 años**. Además, la mayor parte del tráfico se originó a través del buscador de Google.

Durante 2024, se redactaron 77 notas de blog sobre diversas regiones del país para el sitio web.

Cuadro 5: Desglose mensual estadístico, sitio web VAT

Mes	Visitas	Usuarios	Engagement	Duración
Enero	39 876	20 188	97.62%	00:00:48
Febrero	44 035	22 954	97.43%	00:01:01
Marzo	58 633	32 310	97.04%	00:01:06
Abril	52 472	31 927	97.27%	00:00:52
Mayo	53 244	28 095	97.29%	00:00:42
Junio	51 021	32 973	97.59%	00:00:43
Julio	66 168	47 206	98.78%	00:00:26
Agosto	52 212	29 998	99.73%	00:00:46
Setiembre	45 571	33 762	97.14%	00:00:42
Octubre	103 331	79 204	98.19%	00:00:25
Noviembre	109 226	73 703	99.97%	00:00:27
Diciembre	160 627	97 399	97.62%	00:00:26

Fuente: Registros del Departamento

2.1.3 Empresarios en el sitio web

Actualmente hay un total de **331 empresas turísticas** con declaratoria turística y algunas de ellas cuentan con el Certificado de Sostenibilidad turística en el directorio del sitio web.

2.1.3.1 Desglose por categoría

- Hospedaje: 163.
- Agencias de viajes: 17.



- Aerolíneas: 1.
- Rent a Car: 15.
- Tour: 98.
- Actividades temáticas: 7.
- Hospedaje y restaurante: 2.
- Hospedaje y tour: 26.
- Museo: 1.
- Restaurante: 1.

2.1.4. Redes Sociales

En Facebook, la marca alcanzó a un total de **3.014.880 usuarios**, mientras que en Instagram se logró una audiencia de **2.197.114 usuarios**. Ambas plataformas contribuyeron a generar **137.174 visitas al sitio web**, reflejando un fuerte vínculo entre las redes sociales y la web. En cuanto al nivel de interacción, se registraron un total de **1.943.994 interacciones** con los posts de ambas redes sociales, destacando un alto compromiso de la audiencia.

Los tres posts con mayor porcentaje de engagement estuvieron principalmente relacionados con **tours y visitas a parques nacionales**, temas que captaron el interés y la participación de los usuarios.

Estos contenidos fueron clave para consolidar la presencia de la marca en las redes y generar interacción directa con los seguidores.

Por otro lado, en Twitter (X), la cuenta alcanzó a **144.488 usuarios** y obtuvo un total de **17.280 interacciones** durante el 2024

2.1.5 Campaña VAT

Objetivo:

- Crear conocimiento del concepto y establecer el significado de VAT 2024.
- Antojar a las personas a explorar destinos emocionantes y tesoros escondidos a través de los ojos de alguien más y que los hagan verse ahí disfrutando en Costa Rica.
- Hacer que la gente salga y movilizarlos a través de sus pasiones a disfrutar de su país

De acuerdo con la estrategia propuesta para "Vamos a Turistear", diseñó un plan para activar diversas acciones en medios nacionales. La fase inicial de la campaña se centra en despertar el deseo de explorar destinos emocionantes y descubrir tesoros ocultos, utilizando experiencias compartidas que permitan a los potenciales turistas visualizarse disfrutando de estas vivencias únicas.

Para lograr esto, los materiales promocionales se distribuyeron a través de una variedad de canales, incluyendo medios digitales, redes sociales y publicidad exterior. Esta estrategia multicanal está diseñada para maximizar el alcance y la efectividad de la campaña, captando la atención del público y motivándolos a planificar sus próximas aventuras.



- Se diseña una estrategia de comunicación enfocada hacia optimización de alcance y cobertura.
- Dicha comunicación se realiza de abril a diciembre y se despliegan acciones adicionales en conmemoración del "Día Mundial del Turismo".

El Universo, Alcance Total y Frecuencia no se presentan resultados ya que la campaña finalizó en Diciembre, por lo que todavía no se cuenta con la información.



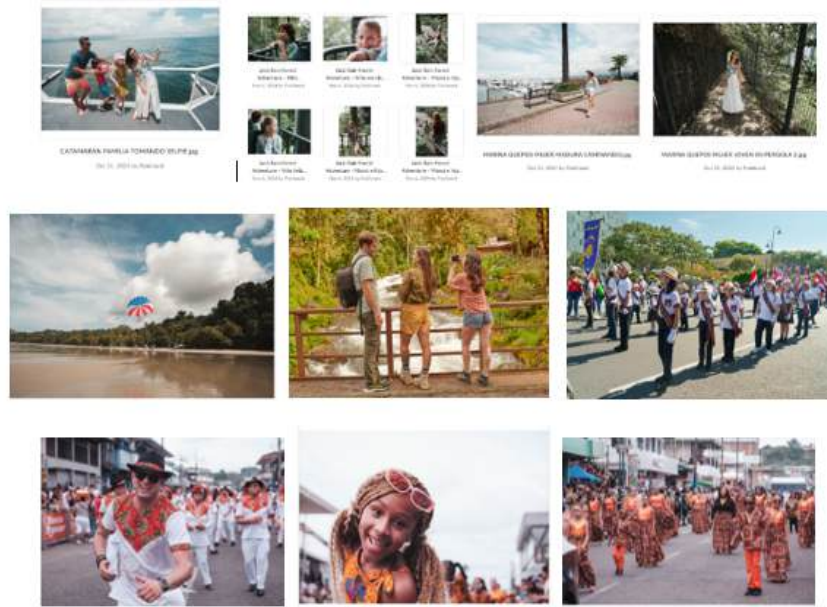
3. PRODUCCIÓN DE CONTENIDO DE MATERIAL PUBLICITARIO PARA MERCADOS DE INTERES.

Se desarrolló material audio visual con contenido turístico y cultural que le permita al turista nacional e internacional conocer sobre distintas actividades que ofrece nuestro país. Estos videos son utilizados como insumos por parte de las agencias de comunicación del ICT y también por el sector privado para promocionar sus productos.

Para ello se realizaron diferentes giras:

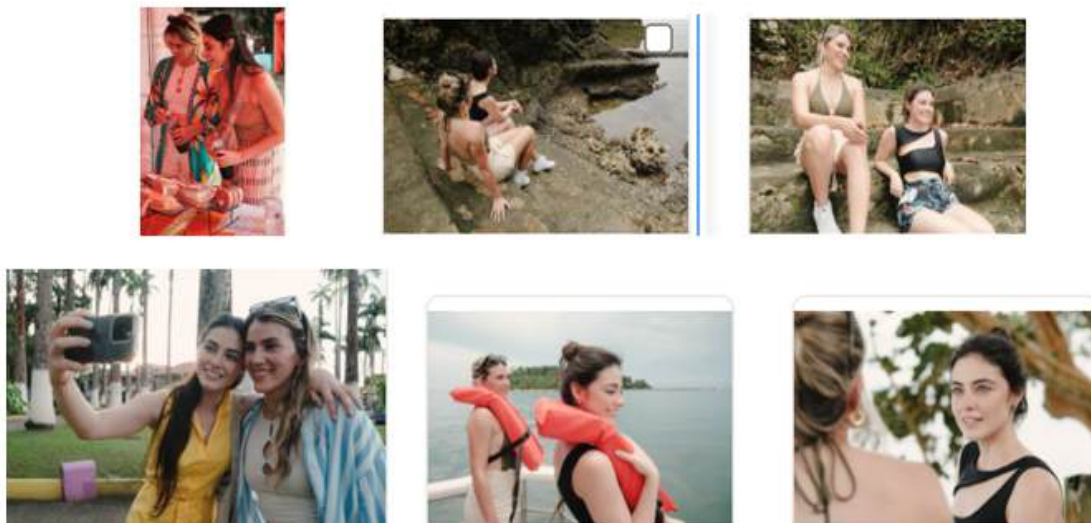
- Valle Central: San José, Los Santos, Cartago, Sarchí, Poás y Alajuela Centro.
- Limón: Día de la Persona Negra y la Cultura Afro costarricense (31 de agosto).
- Pacífico Central.
- Actividades durante la celebración de la Independencia y Navidad.
- Producción para AIPC (Turismo de reuniones).





Además, se realizaron dos giras de producción para contenido de redes sociales y también para producción de mayor magnitud. Se cubrió el evento Gastronómico de Limón con influencers que contaron su experiencia, y sobre todo promocionaron la gastronomía de la zona y los lugares turísticos de Puerto Limón.

Se trabajó la propuesta creativa para la promoción de las actividades en el marco de la celebración del Día de la persona negra y la cultura afro costarricense. Este material generado fue colocado en diferentes redes sociales. Adicionalmente se generó material video y foto de las actividades para el repositorio audiovisual con el que cuenta el ICT.



4. Acciones publicitarias con proyección internacional

Se realizó durante el segundo semestre del 2024 una colocación de pauta en los aeropuertos internacionales Juan Santamaria y Daniel Oduber, para dar la bienvenida al turista internacional y mostrarle diferentes atractivos de nuestro país.



5. Apoyo a Cámaras

- CANATUR: apoyo durante la celebración del 50 aniversario.
- Pro Imagen: apoyo en diferentes acciones como contraportada del Mapa, presencia en videos, bolsas promocionales durante las giras y fam trips.



6. PATROCINIOS

Se implementaron **15** acciones de carácter publicitario o patrocinios dirigidos a distintas Cámaras, Asociaciones, Municipalidades, así como al sector privado, orientadas al posicionamiento de Costa Rica como destino turístico

6.1 Patrocinios otorgados a Cámaras de Turismo durante el 2024

1. Expotur (mayo): La bolsa de comercialización turística integral de Costa Rica Expotur, organizada por Acoprot con el fin de impulsar la industria turística del país a través de un espacio de enlace y negocios para las empresas turísticas nacionales que se interesan en contactar a compradores internacionales.

En la edición 2024 se logró una importante cuota de participantes extranjeros tanto de mercados meta que tradicionalmente venden el destino, así como otros destinos emergentes interesados en adquirir los servicios turísticos que ofrece Costa Rica.

Por la inversión solicitada el costo/beneficio de este evento fue estimado y valorado por nuestra Agencia de Publicidad Nacional de 3.1 a 1 en retorno de inversión por exposición de marca y se estimó que con el alcance que impacta esta feria, el costo por alcanzar a cada persona es de \$3.5.



2. Congreso ACAV (junio): El II Congreso ACAV fue creado para el fortalecimiento de la industria turística mediante la capacitación a las diferentes Agencias de Viajes emisoras para que puedan proveer un servicio de calidad a los viajeros, al mismo tiempo ofrecerles una excelente oportunidad para crear alianzas y negociaciones.

Además, este evento por su afinidad con los objetivos institucionales, permite una proyección, asociación y posicionamiento de la marca país e institucional, logrando brindar a la institución de acuerdo a la valoración de nuestra Agencia de publicidad Nacional, un costo/beneficio de 2 a 1 en retorno de inversión por exposición de marca y el costo por alcanzar cada persona de \$11.4 entendiéndose que la audiencia a la que va dirigida este Congreso es de gran interés para la institución.



3. Expoferia Turrialba (agosto): Este evento organizado por la Cámara de Turrialba y enfocado en el mercado nacional, se convirtió en una actividad productiva y atractiva con un formato inclusivo que dinamizó la visitación de excursionistas y turistas a las comunidades del cantón motivadas en participar en actividades culturales, gastronómicas, artesanales y de naturaleza como las ejecutadas en esta Expoferia.

El costo/beneficio valorado por nuestra Agencia de Publicidad Nacional fue de un 2.4 a 1 en retorno de inversión por exposición de marca y el costo por alcanzar cada persona fue de \$5.3 que se encuentra dentro de los rangos razonables de participación para el ICT.



4. Mercado Turístico de la CCH (setiembre): Este evento es organizado por la Cámara Costarricense de Hoteles CCH, es una herramienta que la Cámara ofrece para facilitar la promoción e incrementar la oferta hotelera, siendo un encuentro comercial entre asociaciones solidaristas, cooperativas y proveedores del sector turismo para promover negociaciones efectivas que incrementen la ocupación turística con mercado nacional costarricense que a su vez favorezcan la economía de las distintas zonas del país.

De acuerdo al análisis y estimación de nuestra Agencia de Publicidad Nacional, por la inversión solicitada para este evento el costo/beneficio para el ICT es de 2 a 1 el retorno de inversión por exposición de marca con un costo por alcanzar cada persona de \$2.1.



5. Congreso ACOMAVI 2024 (octubre): El fin de este Congreso es capacitar al gremio en temas básicos como aspectos legales, contables y tributarios para el buen desarrollo de oportunidades de negocios de la red de empresas que conforman esta Asociación. Así como fomentar la creación de alianzas con otros organismos para promover los servicios turísticos del país.

De acuerdo a la valoración de nuestra Agencia de Publicidad, el costo/beneficio que este evento ofrece al ICT es de 2.2 a 1 el retorno de inversión por exposición de marca y siendo una audiencia especializada en la industria turística, el costo por alcanzar cada persona de \$45.9



6. Feria Arenal de la Cámara de Arenal (octubre): Esta feria fue desarrollada con el fin de generar acciones que apoyen la promoción y beneficio de la región y de los afiliados a esta Cámara, actividades como giras de inspección para que los hoteleros puedan mostrar su planta turística y brindar información sobre su oferta a los agentes de viajes para promocionar el destino, así como ruedas de negociación.

El costo/beneficio obtenido por este patrocinio, según análisis de nuestra Agencia de Publicidad Nacional es de 2.1 a 1 en retorno de inversión por exposición de marca y con un costo por alcanzar cada persona de \$13.4.



7. FIA (noviembre-diciembre): El FIA es uno de los eventos culturales más importantes de nuestro país, atrayendo artistas nacionales e internacionales en diversas disciplinas como teatro, danza, música, literatura y artes visuales, por lo que le brinda al país en general un impacto social, económico y cultural a través de promover, difundir, fortalecer y promocionar la producción artística costarricense como una actividad generadora de desarrollo.

De acuerdo al análisis efectuado por nuestra Agencia de Publicidad, este evento tiene un costo beneficio para la Institución de 2.7 a 1 en retorno de inversión por exposición de marca, con un costo por alcanzar cada persona de \$1.7.



6.2 Patrocinios otorgados a sector privado.

1. IX Copa Panamericana de Tenis (febrero): Esta Copa fue apoyada mediante publicación divulgando el evento en las redes sociales de Vamos a Turistear



2. Mundial de Pesca OWC (abril): Este mundial se dirige a competidores de varios de nuestros mercados meta. Además, Costa Rica se beneficia por el estatus internacional que le otorga ser el anfitrión de esta competencia de pesca en alta mar Offshore World Championship, siendo percibido el país anfitrión como el principal destino a nivel mundial para la actividad de pesca deportiva.

El patrocinio de este evento le ofrece al ICT un costo/beneficio de 2.3 a 1 en retorno de inversión por exposición de marca y un costo por alcanzar cada persona de \$67 por tratarse de un nicho muy específico.



3. Explore (setiembre): Evento que reúne a expertos en gastronomía y entusiastas del arte culinario para explorar nuevas tendencias, compartir conocimientos y establecer conexiones y negociaciones entre este contexto gastronómico que va de la mano con los esfuerzos de la institución.

De acuerdo al análisis de nuestra Agencia, esta actividad tiene costo/beneficio de 3.5 a 1 en retorno de inversión por exposición de marca y un costo por alcanzar cada persona de \$0.9 siendo una de las ofertas más económicas que ha apoyado el ICT.



4. Expoviajes (octubre): Expo Viajes 2024 se presentó como un encuentro que reunió a más de 70 expositores presentando la estrategia Mi País Mi Destino, la cual promovió el turismo interno mediante este apartado en cual los asistentes pudieron encontrar tarifas preferenciales y paquetes exclusivos, disponibles solo durante el evento.

Contó con la presencia de visitantes especializados, representante del mercado corporativo, minoristas, mayoristas, y agentes de viajes in house entre otros.

Por la inversión requerida, se le ofreció al ICT un costo/beneficio de 3.8 a 1 en retorno de inversión por exposición de marca y un costo por alcanzar cada persona de \$3.8 esto según valoración brindada por nuestra Agencia de Publicidad.



5. L' Etape (octubre): Esta competición está alineada con los objetivos institucionales de promoción del país ya que ofrece al ciclista amateur una experiencia única del concepto del Tour de Francia. Este evento tiene como uno de sus fines el atraer y promocionar el turismo deportivo, es parte de la franquicia francesa con presencia en más de 20 países, por lo tanto, es una ventana de promoción internacional.

El análisis de nuestra Agencia de Publicidad reflejó que el costo/beneficio por apoyar esta competencia es de 2.9 a 1 en retorno de inversión por exposición de marca, con un costo por alcanzar cada persona de \$4.3.



6. Feria San José (noviembre): Evento organizado para dar a conocer entre las agencias de viajes, operadores de turismo, cámaras, asociaciones entre otros, los diferentes productos y servicios turísticos que ofrece San José. Este congreso además permitió Incrementar y fortalecer las relaciones comerciales entre los vendedores (servicios turísticos y PYMES) y compradores (organizadores, agencias de viajes y otros).

Según la valoración de nuestra Agencia de Publicidad, este evento tuvo un costo/beneficio de 2.1 a 1 en retorno de inversión por exposición de marca y un costo por alcanzar cada persona de \$14.



7. La Ruta (noviembre): Es un evento con amplia trayectoria y reconocido a nivel internacional, esta competencia de ciclismo de montaña va dirigida a los amantes del ciclismo MTB y de aventura, que además proporcionó una activación económica que impactó al sector involucrado con turismo como el caso de hoteles, restaurantes, tiendas de conveniencia, transporte entre otros.

El análisis de nuestra Agencia de Publicidad indicó que, por la inversión solicitada, este evento le ofrece al ICT un costo/beneficio de 3.2 a 1 en retorno de inversión por exposición de marca y un costo por alcanzar cada persona de \$0.3.



8. Costa Rica Ultra Trail (noviembre): El Costa Rica Ultra Trail además de ser un evento que cuenta con Declaratoria Turística, es miembro del International Trail Running Association. Se ha convertido en uno de los Trail más importantes que se realizan en el país, tanto por la calidad de participantes internacionales como por su ruta que atraviesa Costa Rica de costa a costa. También es una de las pocas competencias en América Latina que brinda más puntos clasificatorios para la competencia de Trail más importante del mundo que se realiza en Francia, el UTMB (Ultra Trail Mount Blanc).

Según valoración de nuestra Agencia de Publicidad, el costo/beneficio por apoyar esta competencia es de 2.3 a 1 en retorno de inversión por exposición de marca y un costo por alcanzar cada persona de \$2.3.



7. FERIAS Y EVENTOS INTERNACIONALES

Para el año 2024, para el periodo de enero a noviembre, se participó en un total de 17 ferias internacionales de los segmentos de Leisure y MICE.

Cuadro 6: Ferias internacionales en las que participó el ICT

2024			
Feria	Ciudad	Fecha	Tipo feria
Travel & Adventure Show	Atlanta, EEUU	11-12 Enero	Público
FITUR	Madrid, España	24-28 Enero	Profesionales y Público
Travel & Adventure Show	New York, EEUU	25-26 Enero	Público
Outdoor Adventure Show	Toronto, Canadá	21-23 Febrero	Público
Travel & Adventure Show	San Francisco, EEUU	16-17 Febrero	Público
Vitrina Turística ANATO	Bogotá, Colombia	26-28 Febrero	Profesionales
Outdoor Adventure Show	Vancouver, Canadá	1-2 Marzo	Público
ITB	Berlín, Alemania	4-6 Marzo	Profesionales
Travel & Adventure Show	Dallas, EEUU	22-23 Febrero	Público
WTM Latin America	Sao Paulo, Brasil	14-16 Abril	Profesionales
IMEX	Frankfurt, Alemania	14-16 Mayo	MICE
FIEXPO	Panamá	10-13 Junio	MICE
Top Resa	Paris, Francia	17-19 Setiembre	Profesionales
IMEX America	Las Vegas, EEUU	7-10 Octubre	MICE
ITTS	Montreal, Canadá	1-3 Noviembre	Público
WTM	Londres, UK	5-7 Noviembre	Profesionales
IBTM World	Barcelona, España	19-21 Noviembre	MICE
ILTM Cannes	Cannes, Francia	2-5 Diciembre	Profesionales

Adicionalmente desde el área de Ferias Internacionales se ha dado apoyo también a CIMAT con la participación por primera vez en la feria FLIBS (Fort Lauderdale's International Boat Show) y al Departamento de Conectividad y Atracción de Inversiones con la participación en la feria Sea Trade, efectuando la coordinación de la compra de espacio gestionando el diseño y construcción de los stands. Asimismo, se les brindó acompañamiento durante los eventos. De esta forma, la Institución participó en un total de 20 eventos que fueron coordinados desde la Dirección de Mercadeo.

Cuadro 7: Resumen de resultados ferias Leisure

Ferias segmento Leisure		
Objetivo general	Período	Resultado/ Cantidad
Participar en ferias turísticas internacionales de profesionales y mixtas en el período 2024	2024	17 ferias ¹
Proporcionar una plataforma de negociación al sector privado a través de la participación en ferias internacionales que les permita fortalecer su relación con la cadena de comercialización turística	2024	91 empresas
Fortalecer la relación comercial del ICT con la cadena de comercialización de Costa Rica como destino turístico para realizar acciones conjuntas de promoción del destino y obtener insumos importantes para la toma de decisiones.	2024	19 campañas cooperativas u apoyos
Identificar oportunidades en mercados principales para la difusión de mensajes claves sobre Costa Rica como destino turístico enfocado en sostenibilidad.	2024	17 entrevistas
Inversión Total	2024	\$1.121.150,00

Cuadro 8: Resumen de resultados ferias MICE

Ferias segmento MICE		
Objetivo general	Período	Resultado/ Cantidad
Participar en ferias turísticas internacionales del segmento MICE en el período 2024	2024	04 ferias
Proporcionar una plataforma de negociación al sector privado a través de la participación en ferias internacionales especializadas en el segmento MICE que les permita fortalecer su relación con la cadena de comercialización turística para eventos en Costa Rica.	2024	30 empresas
Fortalecer la relación comercial del ICT y Costa Rica como destino apto para la industria de reuniones, incentivos y congresos con empresas especializadas en este segmento con el fin de poder postular al país y ofrecerlo como opción a considerar en este segmento.	2024	24 leads ²
Identificar oportunidades para la difusión de mensajes especializados sobre el segmento MICE que enfoquen a Costa Rica como destino apto para este segmento	2024	22 medios
Inversión Total	2024	\$616.678,40

En el siguiente gráfico se resume la inversión realizada en los últimos 3 años:

Gráfico #1





7.1 Resultados principales

En total para el año 2024 se tuvo una inscripción de 91 empresas: 29 hoteles, 55 TTOO, 7 Rent a Car, algunos de ellos participaron por primera vez en ferias con el ICT, como es el caso de Suitree Experience Hotel, Marbella Tours, Elemento Natural, Grupo Rocca, Residence Inn, Aguas Bravas, Nantipa, Travel Pioneers y Europcar.

FITUR: A partir de esta feria se ejecutaron las campañas integrales de: Avoris, World 2 Meet, Edelweiss, Sunwing Canadá, Colhatour Chile

ANATO: se participó por primera vez en esta feria con 10 empresas del sector, a partir de esta feria se generó la campaña de Juan Toselli y un webinar con Avianca.

ITB: la feria estuvo marcada por la huelga en transporte y Lufthansa, a pesar de esto la satisfacción del sector privado alcanzó el 81%. Se concretaron las campañas integrales de Iberia, Travel Concept, MCCM, Diamir, Avela Reizen, KLM/Air France, DER, Touristik y Travel House.

WTM Latinoamérica: una feria con un alto nivel de satisfacción del sector privado, producto de esta participación se generan las propuestas de campaña integrales de CVC, Teresa Pérez, New Age y GOL.

Top Resa: se duplicó el espacio pasando de 40m² a 80m², para alcanzar una capacidad máxima de 15 empresas en total. Se dará seguimiento a las propuestas recibidas de Last Minute, Terres d'Adventure, Weroad, Héliades, Fairmoore, Star Clippers, Perfect Sky.

WTM: La feria con mayor participación del sector privado, 45 empresas. Se atendió un total de 40 reuniones, varios mayoristas manifestaron su interés de remitir propuestas entre ellos Eden Project, Trailfinders, Saga Travel, Travel Consellers, healing Holiday, Hablo y Family Traveler.

ILTM Cannes: se participa por segunda vez en este evento, se incluyen dos hoteles en la oferta de empresas, para un total de 8 empresas, 6 TTOO y 2 hoteles. Se atiende un total e 40 citas.



Las ferias de profesionales tuvieron buenos resultados en cuanto a calidad de reuniones y oportunidad de realizar nuevos negocios. Entre las mismas destacan las organizadas por la empresa Reed Exhibitions (WTM, WTM Latin America, IBTM, Top Resa e ILTM).

Se retomó la participación en ferias de público en EEUU y Canadá. Durante este 2025 hay que dar seguimiento a los resultados obtenidos en las mismas principalmente en el caso de EEUU, donde la participación del sector privado no fue tan positiva en el 2024.

Se retomó la ejecución de activaciones con el apoyo de ICAFE para barismo, un área dedicada a ofrecer una experiencia sensorial de bienestar en WTM, la participación del pintor de carretas Rolando Alvarado en WTM.

A partir del seguimiento de los leads generados en estas ferias se ha dado la confirmación de los siguientes eventos.

- World Romance Travel Conference IADWP
- Congreso Dermatológico Centroamericano y del Caribe
- Congreso Latinoamericano de Alergia, Asma e Inmunología
- Grupo de incentivo de AMEX – Farma - Tecnología

Propuesta a la que se está dando seguimiento en conjunto con el Costa Rica Convention Bureau:

- Romance Forum 2026

En IMEX Frankfurt se realizó el anuncio del partnership de sostenibilidad entre ICCA y Costa Rica.

En FIEXPO Panamá se realizó el anuncio oficial de Costa Rica como sede de la feria para las ediciones 2025, 2026, 2027.

FITUR



Feria Travel & Adventure Expo Sn Fco

ITB



Feria ILTM Cannes



Activación barismo WTM



IMEX FRANKFURT



FIEXPO anuncio sede Costa Rica 2025



IMEX América



Activación de Bienestar, WTM



Departamento de Promoción y Desarrollo de Segmentos Especializados

2. TURISMO DE REUNIONES

2.1 Ferias Internacionales del turismo MICE

2.1.1 IMEX Frankfurt.

- Fecha: 13 al 16 de mayo.
- Lugar: Frankfurt, Alemania.

a. **Alianza con ICCA:** El 13 de mayo, Costa Rica a través del Instituto Costarricense de Turismo, firmó una colaboración con la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), convirtiéndose en el primer socio global de sostenibilidad de la organización. Esta alianza destaca por:

- Compensación de carbono para 250 asistentes.
- Entrega de obsequios sostenibles con papel semilla.

b. **Participación en la feria:** Del 14 al 16 de mayo, Costa Rica promovió su posición como destino sostenible en turismo MICE.

c. Logros principales:

- Promoción del país como referente en sostenibilidad y bienestar.
- Atención de 42 citas por parte del ICT y 250 citas de empresarios privados.
- Activaciones sostenibles, como la presentación de la obra "Fósiles del Antropoceno".

d. Resultados claves:

- Reconocimiento internacional de Costa Rica como destino sostenible. Incremento en la visibilidad en mercados clave de Europa, Asia y Norteamérica.
- Alta satisfacción de empresarios y visitantes del stand.



2.1.2 FIEXPO

- Fecha: 10 al 13 de Junio.
- Lugar: Panama Convention Center, Ciudad de Panamá.

a. Actividades Destacadas

- **Conferencias académicas (10 de junio):** Participación en ponencias internacionales y el rol de Carolina Trejos como jurado en el Convention Bureau Challenge.
- **11° Foro Político de Latinoamérica (11 de junio):** Representación del ICT por el ministro William Rodríguez y Carolina Trejos, subrayando el impacto del turismo MICE en el desarrollo sostenible.
- **Anuncio oficial (12 de junio):** Confirmación de Costa Rica como sede de FIEXPO Latin America 2025-2027. Costa Rica recibió el galardón FIEXPO Commitment Support por su compromiso con la sostenibilidad.

b. Resultados obtenidos:

- Stand de 65 m² con diseño funcional, incorporando un mapa de Costa Rica, video wall y una ventana de café costarricense.
- Participación de 11 co-expositores del sector privado.
- Atención de más de 10.000 reuniones de negocios.
- Fortalecimiento de contactos estratégicos y nuevas oportunidades para el turismo MICE.



2.1.2 FIEXP0

- Fecha: 10 al 13 de Junio.
- Lugar: Panama Convention Center, Ciudad de Panamá.

b. Actividades Destacadas

- **Conferencias académicas (10 de junio):** Participación en ponencias internacionales y el rol de Carolina Trejos como jurado en el Convention Bureau Challenge.
- **11° Foro Político de Latinoamérica (11 de junio):** Representación del ICT por el ministro William Rodríguez y Carolina Trejos, subrayando el impacto del turismo MICE en el desarrollo sostenible.
- **Anuncio oficial (12 de junio):** Confirmación de Costa Rica como sede de FIEXP0 Latin America 2025-2027. Costa Rica recibió el galardón FIEXP0 Commitment Support por su compromiso con la sostenibilidad.

b. Resultados obtenidos:

- Stand de 65 m² con diseño funcional, incorporando un mapa de Costa Rica, video wall y una ventana de café costarricense.
- Participación de 11 co-expositores del sector privado.
- Atención de más de 10.000 reuniones de negocios.
- Fortalecimiento de contactos estratégicos y nuevas oportunidades para el turismo MICE.

c. Impacto y posicionamiento:

- Costa Rica consolidó su liderazgo como destino competitivo y sostenible en la región.
- Reconocimiento por su participación activa en paneles de expertos y actividades de networking.



2.1.3 IMEX Las Vegas.

- Fecha: 6 al 10 de octubre.
- Lugar; Las Vegas, Estados Unidos.

a. Participación y actividades destacadas:

- Participación de 25 empresarios costarricenses con más de 450 citas realizadas.
- ICT atendió 30 citas agendadas y 15 espontáneas, logrando un total de 45 reuniones.
- Interacciones con medios publicitarios y contactos estratégicos.

b. Resultados obtenidos:

- Reafirmación de Costa Rica como destino líder en turismo de reuniones.
- Establecimiento de relaciones estratégicas y nuevas oportunidades de negocio.
- Alta satisfacción de los empresarios por el diseño y funcionalidad del stand.



c. Proyección a futuro:

- Generación de oportunidades significativas para la industria MICE, fortaleciendo alianzas y promoviendo la sostenibilidad.



2.1.4 IBTM Barcelona.

- Fecha: 19 al 21 de noviembre.
- Lugar: Fira, Barcelona, España.

a. Actividades destacadas:

- Stand costarricense de 72m con diseño sostenible y colorido.
- Participación de 13 empresas, incluyendo hoteles, DMCs y el Costa Rica Convention Bureau.
- Programa académico enfocado en inclusión, diversidad y cultura empresarial.

b. Resultados obtenidos:

- 467 reuniones concretadas (390 de empresarios y 77 del ICT)
- Empresarios destacaron la organización y acompañamiento del ICT.
- Reforzamiento del posicionamiento de Costa Rica como destino competitivo y sostenible.

Conclusión:

La participación de Costa Rica en estas ferias internacionales consolidó su posición como un destino destacado en el turismo MICE, fortaleciendo su compromiso con la sostenibilidad y generando nuevas oportunidades de negocio a nivel global.



2.2 Participación eventos internacionales de la industria

2.2.1 ICCA Summit (Sto Domingo, Rep. Dominicana. 10 al 13 de setiembre) y Mundial ICCA (Abu Dhabi, Emiratos Árabes. Octubre): El ICCA Summit y el Mundial de ICCA son los eventos donde convergen nuevos negocios, el conocimiento y la innovación, la participación de Costa Rica es de suma importancia, pues en el Summit se tratan los temas innovadores de casa año de la industria, y es la oportunidad para generar contactos de valor.

Participantes de todo América Latina y el mundo se reúne Asociaciones Internacionales, y socios ICCA de toda la región con el fin de general networking entre los principales países y miembros participantes.

Los eventos de ICCA reúne a líderes empresariales de diversas industrias, creando un entorno propicio para establecer contactos y relaciones comerciales. La participación de representantes del sector turismo de reuniones de Costa Rica permitió interactuar directamente con CEOs y ejecutivos de empresas internacionales interesadas en organizar eventos en el país.

- Intercambio de conocimientos y mejores prácticas
- Posicionamiento como destino líder

2.2.2 Motivation Luxury Summit Playa del Carmen:

En el mes de setiembre se participó junto con nueve empresas del sector MICE, en el MLS en Playa de Carmen, evento de incentivo de Lujo de turismo de reuniones, el Motivation Luxury Summit es un evento especialmente diseñado y pensado exclusivamente para la industria de viajes de incentivos de lujo, que reúne a 50 selectos compradores cualificados especialmente invitados por la organización provenientes de Estados Unidos, Canadá, Europa y México y a 50 expositores de viajes de incentivo de lujo. The MOTIVATION LUXURY SUMMIT, brinda oportunidades reales de negocios y networking a empresas y destinos de Latinoamérica.



2.2.3 MLS: En el marco de MLS se realizó una presentación destino COSTA RICA para todos los participantes del evento, tanto los compradores internacionales como expositores



2.3 Misiones Comerciales

2.3.1 México: gira por México en la Ciudad de México y Monterrey: Durante 5 días se sostuvieron presentaciones de destino con empresas y comparadores de sector mexicano, empresas corporativas que buscan contactos y alianzas con Costa Rica. Durante una semana siete empresas socias al Bureau de Convenciones tuvieron la oportunidad de generar contactos directos y alianzas estratégicas con Corporativos de Ciudad de México y Monterrey.



2.3.2 Programa de Embajadores de Turismo de Reuniones: El programa de embajadores de turismo de reuniones es una iniciativa que busca involucrar aprovechar el conocimiento e involucrar a líderes de diferentes campos como académicos, científicos, empresarial y profesional para utilizar su liderazgo para promover y traer eventos de turismo de reuniones a Costa Rica.



2.4 WorkShop / Taller de Turismo de Reuniones:

2.4.1 Taller sobre Excelencia y Calidad en los servicios: Se llevaron a cabo talleres sobre calidad en productos y servicios especializados de la industria de reuniones con panelistas internacionales en San José y Guanacaste con empresas del sector.

2.4.2 PCMA CAS (Costumer Advisor Summit): Costa Rica fue sede en el mes de Noviembre 2024.

PCMA (Professional Convention Management Association, por sus siglas en inglés) es la mayor red de profesionales en la industria de reuniones con +7,000 socios y una audiencia +100,000 influencers a nivel global.

Board internacional de PCMA y líderes locales de Costa Rica se unieron en el Customer Advisory Summit para impulsar una visión compartida: convertir a Costa Rica en un destino líder en la industria de eventos internacionales. A través de paneles y talleres colaborativos, trabajamos juntos para desarrollar estrategias que fortalecen el posicionamiento del país en el turismo de reuniones. ¡Un gran paso hacia un futuro global!



2.4 Atracción de eventos Internacionales

2.5.1 AIPC: Costa Rica en el mes de mayo, fue sede de la Conferencia Anual de la AIPC: en conjunto con el Bureau de Convenciones de Costa Rica, se trabajó en la Asociación Global para la Industria de Centros de Convenciones y Exposiciones, que reúne a los profesionales de este segmento. AIPC, es la Asociación Internacional de Centros de Convenciones, es la Asociación de la industria para gerentes profesionales de centros de convenciones y exposiciones en todo el mundo. La Conferencia Anual de la AIPC 2024, contará con el apoyo del Instituto Costarricense de Turismo, además del Buró de Convenciones y Grupo Heroica, operador del Centro de Convenciones de Costa Rica (CCCR); junto con el sector. Se logró una participación de más de 150 miembros internacionales representantes de diferentes Centros de Convenciones del mundo.

2.5.2 ONU TURISMO: del 05 al 06 de setiembre, Costa Rica fue sede de la 19ª Reunión del Comité de Turismo y Sostenibilidad. Nuestro país tiene la silla de presidente del Comité de Turismo y Sostenibilidad (CTS), que busca la participación de los miembros del CTS para continuar el diálogo sobre la sostenibilidad global. Este evento será de suma importancia para el país, ya que destacará el compromiso de Costa Rica con la sostenibilidad y su liderazgo en el ámbito del turismo global. Se espera la visita de importantes delegaciones internacionales, incluyendo representantes de gobiernos, líderes del sector privado, académicos y expertos en sostenibilidad turística. Estas delegaciones tendrán la oportunidad de conocer de primera mano los esfuerzos de Costa Rica en la promoción del turismo sostenible.





2.5.3 ISTO: El 29° Congreso Mundial de la Organización Internacional de Turismo Social (ISTO) tuvo un punto de encuentro que reunió a líderes, innovadores, expertos y profesionales del turismo social, solidario y sostenible.

Este Congreso, que tuvo lugar del 21 al 25 de octubre de 2024 en el Centro de Convenciones de Costa Rica, se posicionó con una destacada plataforma para el intercambio de conocimientos, la colaboración y la inspiración entre los participantes.



Departamento de Promoción y Desarrollo del Segmento Vacacional

3.1 RELACIONES PUBLICAS ESTADOS UNIDOS-CANADA Y MÉXICO

En este año 2024 se continuó con el desarrollo de acciones de Relaciones Públicas en Estados Unidos y Canadá con el Consorcio MMGY Global LLC – VoX International y con Connect WorldWide (CWW) en México.. Se trabajaron alianzas estratégicas, comunicados de prensa y monitoreo de temas sensibles, entre otros.

Seguidamente, se presenta un resumen con los principales logros obtenidos de las acciones de Relaciones Públicas en Norteamérica:

3.1.1 Gestión de Medios

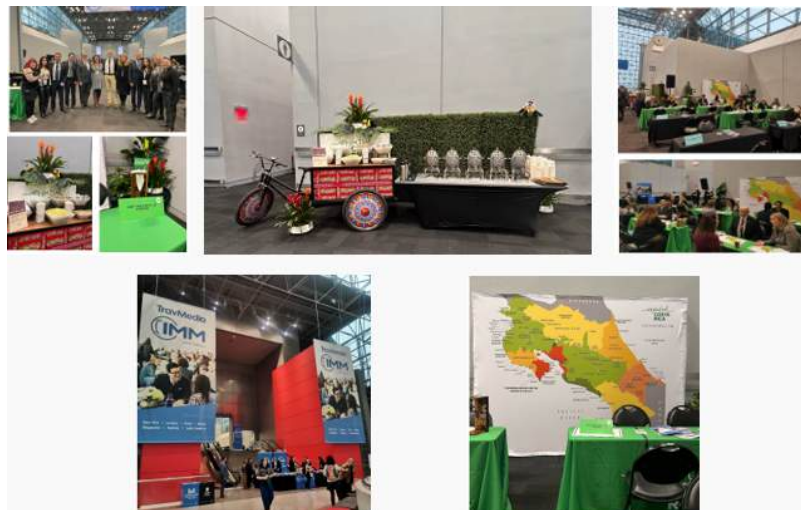
1480 artículos generados: 189 en Estados Unidos y Canadá; **1.291** en México. Se generó un total de Ad Value de **\$71.759.159,35** (\$368.392.263 de USA/CAN y \$3.266.896 de MEX), de enero a diciembre del 2024, en nichos de Bienestar, Aventura, Culinario, Sostenibilidad y Turismo General.

- ✚ **14 Ventas de enfoque: USA-CAN (10):** Vacaciones sin licor, Pride month, Quiet life, SJ Getaway, Starbucks Summer game, CR reaffirms sustainable leadership, Discover cloud forest, Passion travel, Pre wedding moon, Hiway for a romantic getaway. **México (4):** Escapadas breves a CR, Pura Vida en Pareja, Turismo accesible, Platillos típicos de CR.
- ✚ **Manejo de crisis:** Ambas agencias han estado constantemente apoyando al ICT en la contención y manejo de crisis cuando fue necesario como por ejemplo la situación de la pista en el aeropuerto internacional Daniel Oduber y visitas de influencers que comentaron cosas negativas sobre el destino.
- ✚ **11 entrevistas a medios de comunicación sobre diferentes temas: USA-CAN (7):** New York Times, Travel Weekly (2), Robb Report. Travel+Leisure, Denver Post y Royal Caribbean. **México (4):** Fianceé Bodas, ADN 40, Verest Magazine y Revista Central

Se lograron publicaciones de artículos detallados y menciones en muchos de los principales medios de Estados Unidos y Canadá, como por ejemplo: Food Network CAN, W Network CAN, The Travel, Forbes, Fodors's, NYT, Outside, The Globe&Mail, The Street, Thrillist, Travel+Leisure, Travel Noire, Trip Advisor, AFAR, CNBC, Cosmopolitan, Robb Report, Skfit, E Canada Now, JustLuxe, Outside y Travel&Tour World. Y en México: Food&Travel, GW Magazine, Sandra Notario Weddings, Mar Viaja y Come, Marysol Cortés, Enrique Noriega, Nupcias Magazine, Publitur, Forever Wedding Summit, LADEVI, Concierge magazine, Sabor es Polanco, Vidal Turismo, ABZ Turístico, Conocedores, Travel Report, El Universal, ADN40, Donde Ir, El Financiero, Dimensión Turística, Verest Magazine, Nashla22, Andrepedrero, The Wedding Book.

3.1.2 Proyectos especiales USA/CAN:

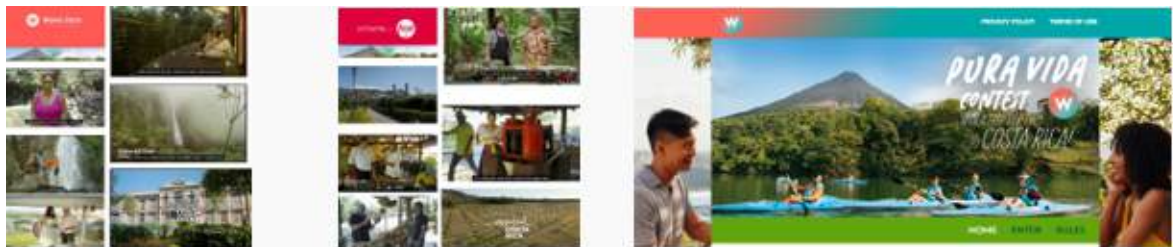
1. **IMM TravMedia (enero):** Este evento es el mayor evento para medios de comunicación e influencers que se desarrolla en la ciudad de NY, donde asisten más de 2.000 representantes de prensa. Se invitaron a cinco expertos de turismo de Costa Rica, todos ellos han trabajado con el Programa Integral de Destinos, y se atendieron 119 medios en total, a quienes se les habló del Destino y el PID; además se patrocinó el Coffee Break durante el segundo día del evento, que es cuando se realizan las reuniones uno a uno.



2. **Circo del Sol (Febrero y Abril):** Se continuo con los embajadores de marca, la presencia de marca en redes sociales y los shows en Atlanta y Miami; en Miami se realizó una activación con chocolates costarricenses y un photo booth 360 para motivar a las personas a generar conversaciones sobre el destino.



3. **W Network y Food Network CAN (Feb - Abril):** Tras el viaje a Costa Rica de la producción de ambos programas, los mismos fueron transmitidos cada uno en tres ocasiones, en marzo y abril en Canadá, con un alcance de más de 1MM de espectadores y un Ad Value de \$21.600 dólares. Adicionalmente se transmitió en web 110 veces el anuncio de 15 seg de marca Esencial en cinco diferentes redes sociales, resultando en una audiencia estimada de 1.530.300 personas; en cuatro canales: W Network, Food Network Canada, Adult Swim y HGTV se transmitió 45 veces el spot para motivar a las personas a participar en la rifa de un viaje para dos personas al destino, lo que generó una audiencia de más de 500.000 personas y la participación de casi 16K personas en el concurso.



4. **South by SouthWest (Marzo):** El evento se llevó a cabo en el marco del Festival y consistió en tener una activación para que los participantes tuvieran una experiencia de Costa Rica; se ofreció café y smoothies, masajes relajantes y pintura de manos durante el día. En los dos días de la activación se tuvo un muro de agradecimiento donde las personas podían pintar alguno de los elementos o bien dejar su mensaje. Por la noche se ofrecieron bebidas y comidas a los visitantes, con música en vivo con las DJ's nacionales InBetwin quienes por tres horas animaron el ambiente. Hubo un espacio para tomarse fotos 360° con peluches de animales típicos de Costa Rica como el perezoso, ranas y monos; además podían obtener una camiseta y un tote bag con la impresión de la nueva campaña de Esencial CR en los Estados Unidos. Aproximadamente 10K personas visitaron el espacio y más de 4.000 descargas de fotografías del booth y 370 inscripciones por el QR para una rifa de un viaje al destino para dos personas, la agencia posteó en LinkedIn información para promover el evento el cual tuvo un total de 206 impresiones únicas y un 10% de engagement; además de presencia de marca en redes sociales y la página oficial del evento.

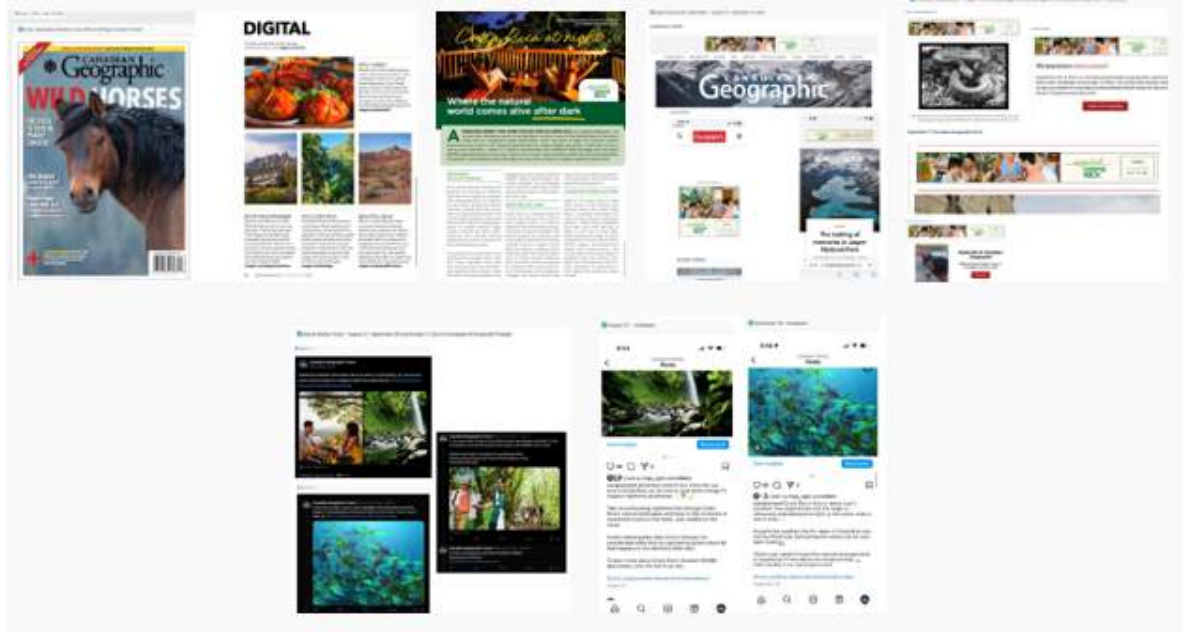


5. **Take your Seat (Abril):** en Diciembre de 2023 los fotógrafos visitaron Costa Rica para producir el material que estaría en las terminales del aeropuerto Pearson en Toronto, Canadá. De marzo a abril de 2024 las fotografías fueron colocadas en las locaciones negociadas de la T1 y T2, e impactaron a más de 3MM de viajeros nacionales e internacionales, generando un Ad Value de más de \$60K. Aprovechando una actividad del ICT en Toronto, en el mes de Abril se realizó también un evento con medios para dar a conocer esta activación, donde llegaron 47 comunicadores.

- 6. Yoga on the Rocks (Junio - Agosto):** Durante nueve semanas Essencial CR fue el patrocinador de las clases de Yoga en el Anfiteatro Red Rocks en Denver, Colorado. Cada sábado se tuvo un stand para entregar artículos promocionales a los participantes como medias y vinchas para yoga, además se tuvo embajadores de marca para motivar a las personas a inscribirse en una rifa para dos personas de un viaje a CR. El sábado 8 de junio se realizó un evento exclusivo para medios con una experta en yoga costarricense, donde se les ofrecieron artículos promocionales de la marca, se les ofreció un refrigerio inspirado en la gastronomía tica y se tuvieron conversaciones uno a uno con ellos para dar a conocer el destino como nicho de Wellness. Se impactó en alrededor de 12.000 visitantes al Anfiteatro y se escanearon más de 2.700 de códigos QR para participar en la rifa.



- 7. Canadian Geographic (Setiembre):** La campaña integrada de dos meses de duración incluyó un artículo de contenido patrocinado de página completa que destacaba las mejores experiencias nocturnas en Costa Rica, así como publicaciones en las redes sociales principales del medio y anuncios de clasificación en el sitio web de la revista y envío de Newsletters. Más de 4MM de personas fueron impactadas por medio de las diferentes acciones de la campaña y generó un Ad Value de \$84.000.



- Satellite Media Tour (Octubre):** Esta táctica consiste implica que un portavoz realiza una serie de entrevistas con estaciones de noticias en múltiples plataformas en un solo día desde un estudio remoto. Las entrevistas suelen ser breves (alrededor de cinco minutos), lo que permite al portavoz participar en varias entrevistas en un solo día. Esto es una forma eficiente de compartir un mensaje con una gran audiencia, impulsando la cobertura y el conocimiento de los medios a nivel nacional o en mercados objetivo específicos. Con un total de 44 segmentos en 21 ciudades, donde se incluyen Houston, Washington D.C., Las Vega, Miami y Filadelfia, generando un alcance de más de 100MM de personas.



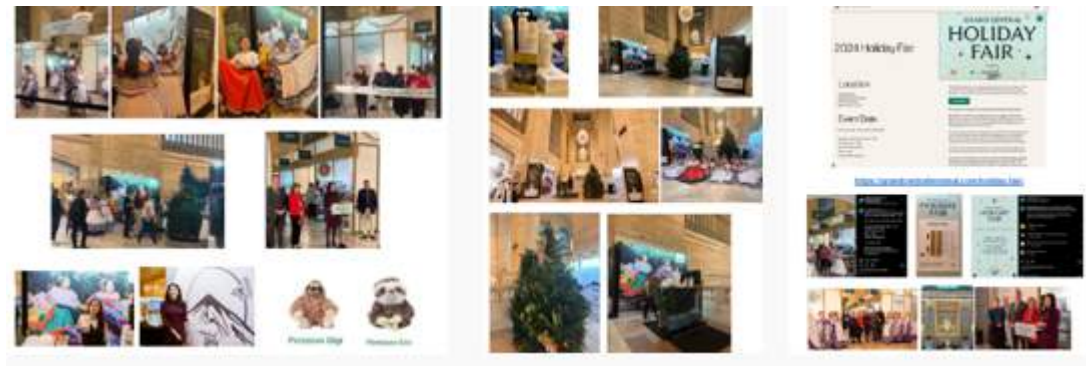
- FLIBS (Octubre-Setiembre):** se solicitó apoyo para la coordinación de la presentación del Director de CIMAT durante el evento del nicho de marinas y pesca que se desarrolla en Forth Lauderdale, en donde además la agencia logró

un total de 31 reuniones con medios de comunicación y otros actores importantes de la industria.



10. **Grand Central Holiday Fair (Noviembre - Diciembre):** Esencial CR patrocinó la feria navideña que se organiza año a año en la Estación Central de NYC, además de tener presencia de marca en materiales durante las cinco semanas, el día de la inauguración se tuvo un grupo de baile de costarricenses radicados en New Jersey y la participación de la Embajadora de CR en la Misión Permanente de la ONU en el discurso inaugural y corte de cinta, y durante un fin de semana se realizó una activación para que la gente pudiera escribir y pintar en un muro de agradecimiento y se entregaron artículos promocionales como bolas anti estrés y adornos navideños con motivos de animales costarricenses.

11.



Adicionalmente se produjeron en el mes de julio un episodio de los programas "Adventure Cities" y "Places to Love with Samantha Brown", que serán transmitidos en el año 2025 en diferentes canales de televisión en los Estados Unidos; se colaboró con el Passport DC, que realiza la Embajada de CR en Washington con el envío de 4.000 bolsos de tela y en el evento de golf de Maestro Cares Fundation en donde se entregó material de marca a los participantes.

12.



13.



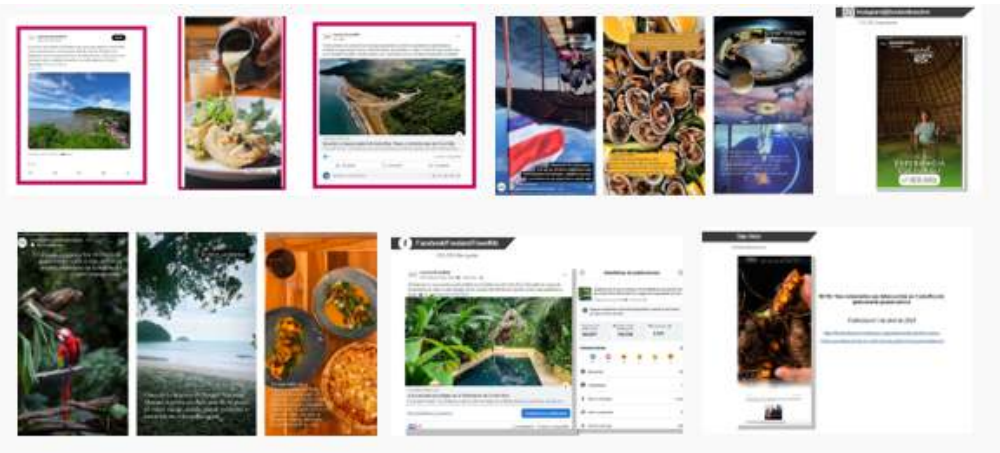
14.

3.1.2 Proyectos especiales México:

1. **Sabor es Polanco (Marzo):** Se tuvo un stand de Esencial CR en el evento que se realizó los días 9 y 10 de marzo en Campo Marte de CDMX; en el mismo se entregaron más de 1.500 muestras diarias de dos platillos del Chef Santiago Fernández, del Restaurante Silvestre, quien estuvo presente en la ciudad para supervisar la cocina y los dos días del evento atendió a medios y personas en el stand. Como parte del proyecto y para que saliera de la mejor manera se debió trabajar días previos con un chef mexicano a cargo de toda la operación y con el chef Fernández desde Costa Rica. Además se tuvo presencia en los perfiles de redes sociales oficiales del evento.



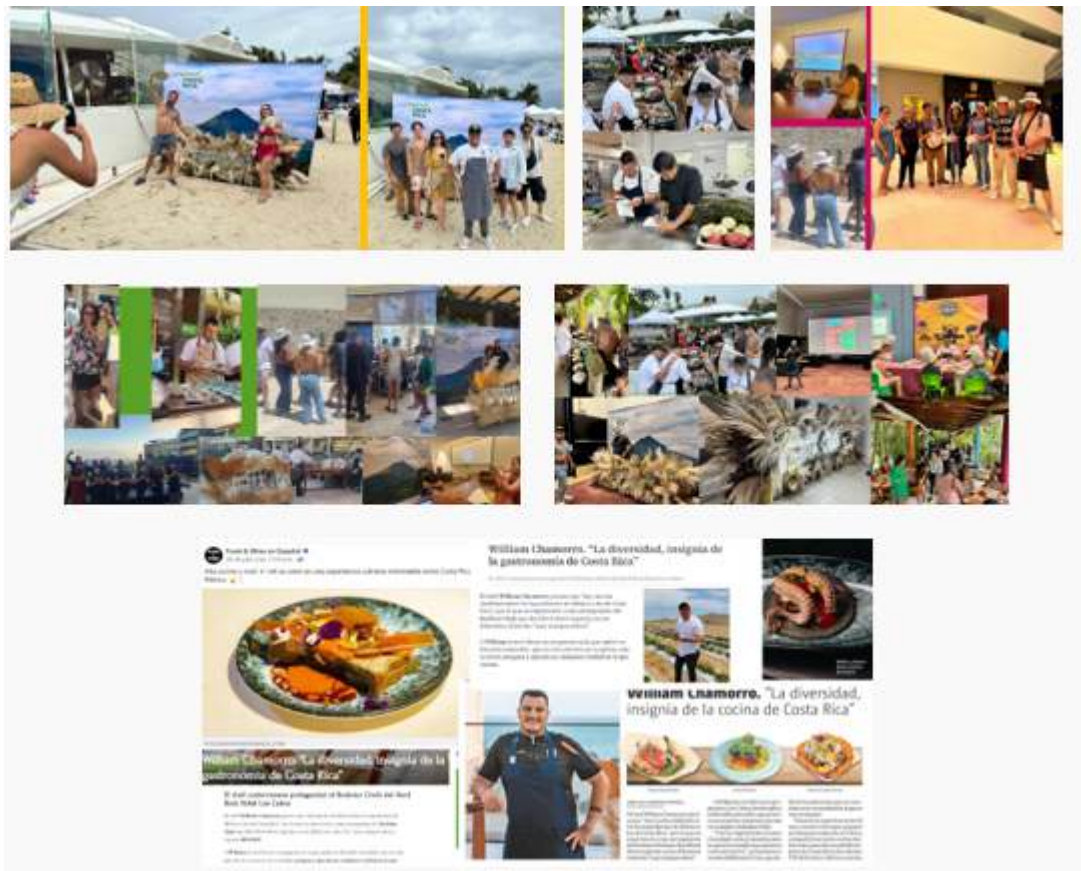
2. **Food&Travel (marzo):** Después del levantado de material durante el mes de noviembre del 2023, la guía de Costa Rica fue publicada en el mes de Marzo de este año, que obtuvo un Ad Value de más de \$200K y un alcance de más de 20MM de personas. Con publicaciones además en web y redes sociales (durante la producción del material en CR y posterior con notas web) este proyecto tuvo un alcance muy superior al esperado por la Institución.



- 3. Forever Wedding Summit (marzo):** Esencial Costa Rica participó como patrocinador en la edición 2024 del Forever Wedding Summit, que se realizó del 16 al 17 de abril en Morelia, Michoacán, siendo el único destino internacional invitado. El evento reunió a más de 350 expertos en organización de bodas de México y LATAM, siendo los organizadores SynfoniNetworks y Association of Bridal Consultants(ABC). Cuyo objetivo es brindar educación y capacitación de calidad a la industria de bodas y eventos, creando espacios para el networking y la creación de alianzas profesionales. Adicional a stand, se contó con la asistencia de una ponente experta en materia de bodas, que ayudó a promover el destino como un lugar único para planificar un evento tan importante en la vida de una pareja. Al ser País invitado Costa Rica fue promocionado por los organizadores durante los espacios entre conferencias.



- 4. RockStar Chef (junio):** Esencial Costa Rica fue invitado a participar como el primer destino invitado en el proyecto Rock Star Chefs realizado en los hoteles de Hard Rock Hotel en Los Cabos y Puerto Vallarta, donde a través de una experiencia de una semana en cada uno, se realizaron diversas actividades dentro de las propiedades a cargo del Chef costarricense William Chamorro, con la finalidad de brindar al huésped una experiencia gastronómica única. Adicional, se realizó presencia de marca a través de presencia en photo opportunity, giveaways, así como en la comunicación en medios, seeding, y comunicados oficiales del evento



5. **Misión Comercial y Media Tour (Setiembre):** Con el propósito de reforzar la promoción de Costa Rica en las tres principales ciudades de interés para el ICT: CDMX, Guadalajara y Monterrey, se dio la primera Misión Comercial del destino. Se contó con la participación de 9 empresarios de Costa Rica y 2 aerolíneas mexicanas (*Aeroméxico* y *Volaris*), para realizar citas de negocios con Tour Operadores y Mayoristas; y aprovechando que el Ministro estuvo presente durante la misión, se coordinó un tour mediático en las tres ciudades con principales medios de comunicación. Por la noche, se realizaron cocteles de networking en cada ciudad para los invitados mencionados en el público meta, en el primero se tuvo la participación de las DJ's costarricenses InBitwin. Adicionalmente en cada trade show se contó con dos baristas de ICAFÉ quienes además de hacer una demostración del café de CR, tuvieron oportunidad de conversar sobre el tema con los

participantes. El Ministro fue entrevistado por un total de **21** medios de comunicación (ocho en CDMX, 9 en Guadalajara y 4 en Monterrey), que generaron un total de 106 publicaciones para un Ad Value de más de **\$978K**; en cuanto a la participación en los cocteles cerca de **350** personas participaron en las tres actividades.



- 6. Vuelo Inaugural Volaris GDL (Octubre):** En el marco de la apertura de la ruta Guadalajara–San José, del vuelo operado por la aerolínea Volaris, se realizaron diversas actividades de Relaciones Públicas con la finalidad de impulsar en el mercado del Bajío en México, la promoción de Costa Rica como destino turístico y el tráfico de pasajeros desde México hacia el destino: conferencia de prensa, comunicado de prensa, gestión de medios, coordinación de músicos para actividad en vuelo, coordinación con ICAFE para barista durante las actividades en tierra.



Adicionalmente se coordinó el viaje de luna de miel de los ganadores del concurso “Cásate con Marta Debayle” en el mes de febrero; se tuvo un segundo grupo de Mujeres Viajando Solas; y también, como parte de una alianza con medios trade, se generaron contenidos para los medios: LADEVI, Publitur, El Financiero, TradeNews, Turistampa e INVERTOUR.





3.2 RELACIONES PÚBLICAS EUROPA

En el año 2024 se continuó con la promoción del país en los **seis** principales mercados de mayor interés para Costa Rica: Alemania, España, Francia, Reino Unido, Holanda y Suiza.

Se realizó una contratación internacional por mercados, siendo adjudicadas **cuatro** agencias para los mercados principales: Noble Kommunikation en Alemania; Newlink en España; Indigo Unlimited en Francia y Four en Reino Unido. Además, se realizan acciones en Suiza y Holanda con empresas socias de las agencias ya contratadas. En julio 2024 se realizaron las sesiones de trabajo para el desarrollo de la estrategia para los países europeos. Se mantiene el enfoque de inspiración para el consumidor, formación para los profesionales de turismo, así como acciones de impulso a las ventas.

Costa Rica mantuvo la comunicación y promoción mediante contenido e historias inspiradoras en redes sociales, contenido de interés en medios de comunicación dirigidos al consumidor y a los profesionales del turismo (trade), de manera que Costa Rica esté presente en la mente de nuestras principales audiencias.

Se realizaron en total **63** proyectos especiales con marcas comerciales, casas editoriales y tour operadores europeos, con el objetivo de colocar a Costa Rica en la mira de todas las audiencias de interés, pero principalmente invitar a esos potenciales turistas a reservar y viajar a Costa Rica en el periodo del año 2024. Entre los proyectos más relevantes que corresponden a diferentes tipos de acciones de comunicación y mercadeo, podemos mencionar los siguientes:

3.2.1 España: Realización de la agenda de Costa Rica en colaboración con National Geographic, en la cual se destaca la biodiversidad del país. Una acción de testimoniales con personalidades y celebridades españolas reconocidas en ese país que han visitado Costa Rica y que recomiendan el destino. Además de contenido sobre lo que el destino ofrece en publicaciones de renombre como Conde Nast Traveller y Lonely Planet.



3.2.2 Francia

1. Street Marketing: consistió en brandear, con imágenes de Costa Rica, una flotilla de **150 taxis eléctricos en París** que permitió aumentar la visibilidad del país en la ciudad y posicionar el destino en la mente de los consumidores. La flota de taxis utilizados tiene una ubicación estratégica ya que se encuentran en las zonas más concurridas y principales puntos de París. Se seleccionaron taxis eléctricos ya que se consideró oportuno para reforzar la imagen y compromiso medioambiental del Costa Rica. La activación incluyó en cada uno de los taxis un código **QR** de gran formato que invita a la interacción cuando los vehículos están parqueados o detenidos.



2. Campaña de spots en televisión a través de France 2: Se difundieron 6 spots de TV sobre Costa Rica en France 2 durante los Juegos Olímpicos para inspirar a los franceses a reservar sus próximas vacaciones en nuestro país. Los anuncios se difundieron en la Ceremonia de Apertura de los Juegos Olímpicos el 26 de julio y durante la clausura del evento, el 11 de agosto y se alcanzó una audiencia total de **9.000.000** millones de personas. La duración de cada los videos fue de 30 segundos. A continuación se muestran imágenes el spot:

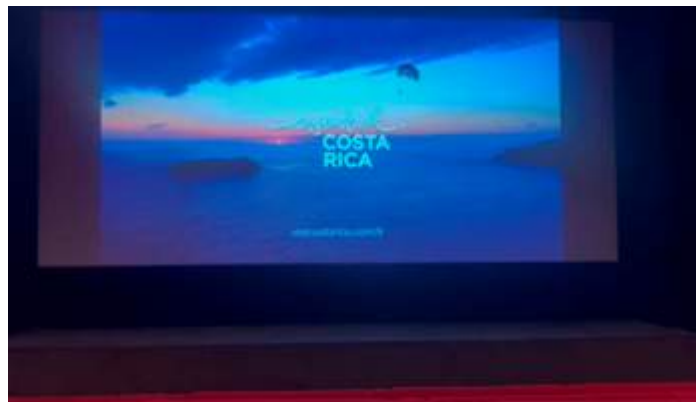


3. Campaña de spots sobre Costa Rica en los principales cines de Francia:

Publicación de videos para promocionar Costa Rica como destino turístico en el mercado francés. La publicación de los videos se realizó durante la temporada alta en **292** salas de cines en París.

Los videos se publicaron del 23 de octubre de 2024 al 5 de noviembre de 2024 y tuvo un alcance total de 707.051 reproducciones.

A continuación se presenta un ejemplo del video publicado en una de las pantallas de las salas de cines reservadas.



3.2.3 Reino Unido

1. **Publicidad en exteriores:** Ejecución de acciones de promoción dirigidas al consumidor para **aumentar el conocimiento** sobre Costa Rica en el mercado del Reino Unido, con el propósito de generar consultas y reservas en el público objetivo de mayores de **30** años. La campaña se centró en **Londres**, en las estaciones del metro del sureste y suroeste del país, debido a los vuelos directos desde Gatwick durante el invierno.

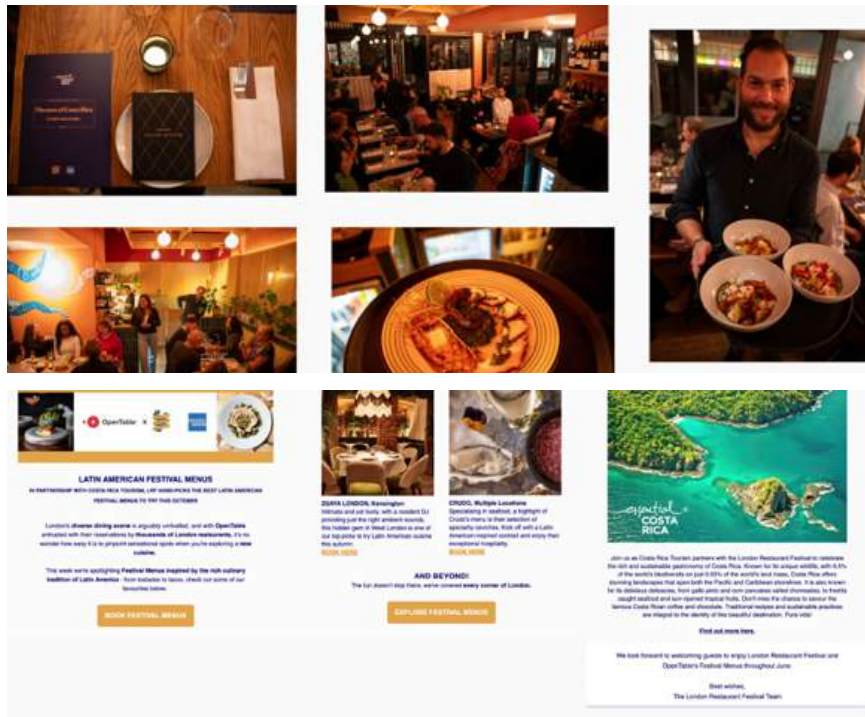




2. Participación como socio turístico oficial del Festival de Restaurantes de Londres, "Taste Pura Vida": Asociación con el Festival de Restaurantes de Londres y American Express para participar como socio oficial del 16 evento culinario en Londres, ejecutado en los meses de septiembre a noviembre del 2024.

Como parte de la asociación, se promociona Costa Rica a través de las redes sociales del socio, newsletters, una publicación en la revista Foodsim y participación en 4 eventos exclusivos en restaurantes.

Se detallan algunas imágenes de la participación que tuvo Costa Rica durante el Festival.



3.2.4 Alemania:

1. **Participación en el European Outdoor Film Festival (EOFT):** Este es el festival de cine más grande de Europa especializado en películas de aventura y deportes al aire libre. Cada año, se presenta una selección de las mejores películas en los campos de la aventura, los deportes al aire libre y la naturaleza. El Festival recorre varias ciudades de Europa para mostrar estas películas a un amplio público.

Costa Rica estuvo presente en pantallas de cine de los **10** países seleccionados. En total se alcanzó una audiencia de **200.000** visitantes.

A continuación, se presenta un ejemplo del video publicado en una de las pantallas de las salas de cines seleccionadas.



2. **Campaña Consumidor (Digital-OOH):** Promoción de Costa Rica a través de publicidad exterior (OOH). Los anuncios se publicaron estratégicamente en áreas de alto tráfico como las estaciones de metro y tren en Hamburg, Frankfurt, Munich, Dusseldorf y Stuttgart. En total se impactaron **4.539.517** personas (por medio de los "views").

Las siguientes imágenes muestran imágenes de esta acción.





3.3 RELACIONES PÚBLICAS EN COSTA RICA

A partir del cierre de las cifras turísticas, el año 2024 registró una cifra histórica de visitantes por la vía aérea, con un registro de **2.66** millones de turistas, superando el mismo período anterior en un **7,7%** de crecimiento, alcanzando los escenarios de proyección. En este contexto, los principales públicos de interés fueron informados y actualizados de manera permanente con información y contenidos de valor, en especial, el sector turístico y la prensa nacional.

Prevaleció la generación proactiva de noticias estratégicas y positivas, compartidas para evidenciar y reforzar el impacto del turismo en la economía, así como los beneficios y mejoramiento en el progreso social de las comunidades que dependen de la actividad turística.

Como datos de interés, el registro más reciente de empleo turístico develó una cifra de **189.093** empleos turísticos al corte del **tercer trimestre** del 2024 y según la Encuesta Continua de Empleo. Además, se estima que la generación de divisas por la actividad turística supere por primera vez la cifra récord de **5.000** millones de dólares.

Precisamente, los públicos de interés nacionales, conformados, principalmente por el sector turístico y la prensa se mantuvieron informados con estas y otras noticias estratégicas y positivas, sensibilizados acerca de la relevancia del turismo para la economía, así como su impacto en todos los rostros humanos detrás de las familias que directa o indirectamente dependen del turismo.

Durante este período se ejecutó y desarrolló a un planteamiento estratégico denominado **TURISMO ACÁ LO LLEVAMOS DENTRO**, como una continuidad a proyectos y tácticas para fortalecer y establecer un vínculo entre los públicos de interés nacionales, resaltando la alta relevancia que significa sentirse orgullo del país en el que vivimos y cómo históricamente hemos sido excelentes anfitriones de los turistas nacionales y extranjeros a lo largo y ancho del país.

"El turismo acá lo llevamos dentro" se convirtió en el núcleo de la estrategia de comunicación turística, reflejando la amplitud de riqueza de Costa Rica. Mediante el uso de los canales de comunicación institucional y el acercamiento permanente a los públicos de interés se contribuyó al fortalecimiento de la identidad turística

de nuestro país durante el este año. También se impulsó con tácticas innovadoras la voz de la experiencia costarricense en el turismo.

Para ello, se establecieron **CUATRO EJES ESTRATÉGICOS DE COMUNICACIÓN**, pensados para mostrar la **INNOVACIÓN, INCLUSIÓN, GASTRONOMÍA Y SOSTENIBILIDAD**, en un período en el que se logró superar las cifras turísticas del período anterior (2023) como se indicó anteriormente.

Una vez definidos los citados ejes estratégicos se definieron tres objetivos claves que marcaron la ruta:

- Fortalecer el liderazgo del país en materia turística colocándolo como un referente mundial del sector, de cara a los retos de la imagen país.
- Evidenciar el rol protagónico del ICT en la construcción de un turismo sostenible, inclusivo, innovador y de la imagen a través de una agenda mediática.
- Posicionar a Costa Rica como un destino atractivo a nivel nacional, no solo por su riqueza natural, si no por su valor histórico, cultural y como sociedad.

Mediante los citados ejes y en cada una de las acciones desarrolladas se invitó y motivó a las audiencias estratégicas a "descubrir el corazón de Costa Rica" desde adentro: invitando al mundo a sumergirse en la riqueza interna del turismo costarricense, donde cada interacción, historia y experiencia revela cómo "El turismo acá lo llevamos dentro" es esencial en la identidad y el estilo de vida del país, fortaleciendo a Costa Rica como líder en turismo responsable de una manera genuina.

Semana a semana se robusteció una agenda de comunicación informativa y se generaron contenidos capaces de posicionar esta visión y los esfuerzos permanentes del Instituto Costarricense de Turismo en impulsar el progreso y el bienestar de los distintos actores del sector turístico, sin dejar de lado el hilo conductor de la sostenibilidad, situación que quedó corroborada en los resultados más recientes del Índice de **Progreso Social (IPS)** aplicado al turismo, mismos que develaron una mejoría en los indicadores de **15** de los **33** Centros de Desarrollo Turístico del país y la mayoría obtuvieron un puntaje medio o alto.

Entre los hallazgos más significativos sobresale que el **89,2%** de los **6.766** encuestados consideraron que el turismo es beneficioso, ya que genera empleo y promueve el desarrollo económico, validando que en todos los rincones del país "el turismo lo llevamos dentro" y está presente en el ADN como costarricenses.



El área de Relaciones Públicas Nacionales realizó acciones estratégicas para generar autenticidad, reflejando compromiso genuino, unido al compromiso de promover y preservar la riqueza cultural de Costa Rica, asegurando que el turismo beneficie y respete las comunidades locales y sus tradiciones. Se unieron los principios de sostenibilidad y responsabilidad social, fundamentales para el turismo moderno.

Al afirmar que "el turismo lo llevamos dentro", el ICT se comprometió a comunicar las buenas prácticas turísticas que protegen y valoran tanto el ambiente como la sociedad. Además, se mostraron casos de éxito del empoderamiento local, fomentando el orgullo nacional y como uno de los grandes ejemplos fue la difusión de los avances del **Programa de Gestión de Destinos Turísticos**, creado precisamente para empoderar a los principales actores de las comunidades y marcan una hoja de ruta turística a los centros de desarrollo.

Durante este período, destacó la sinergia entre los objetivos de la estrategia con el **Plan Nacional de Turismo 2022 – 2027**. Dicho plan impulsa la distribución de la demanda, humanizando la promoción de una actividad turística con el eje transversal de un concepto amplio de la sostenibilidad, resguardando los recursos naturales, el patrimonio turístico y cultural, manteniendo al turismo como uno de los principales y más destacados dinamizadores de las actividades económicas del país.

Para la ejecución de la estrategia 2024, se realizaron múltiples acciones en el área de relaciones públicas en el mercado nacional, mediante una ruta táctica fortalecida de seguimiento a lo largo del período.



En el período comprendido entre enero y diciembre, se generaron **4.265 publicaciones** en medios de comunicación nacionales tradicionales (radio, prensa escrita y televisión), así como en las versiones digitales y plataformas sociales de dichos medios. Lo anterior, a partir de **86** comunicados de prensa gestionados de manera proactiva y mediante la atención expedita a las consultas de la prensa nacional acerca de distintas temáticas de orden turístico y de la competencia institucional. También se compartieron informaciones de interés, comunicados conjuntos con organizaciones del sector turístico en el que se realizaron alianzas y curiosidades del sector turístico, mediante las alertas noticiosas denominadas “Turismo Sorprende”.

De esas notas, más de un **75%** fueron publicadas en medios denominados **Tier 1** y **Tier 2** catalogados con el mayor alcance, logrando un **Ad Value ó Valor Publicitario** de **¢2.557.667.776,51** en medios estrictamente del mercado nacional. Si dicho valor se calcula en dólares se registró un monto cercano a los **\$5 millones**.



29 AGOSTO 2024

PUNTARENAS Y GILMASCASTE ENCABEZAN PREFERENCIAS, SEGÚN ESTUDIO DE ICT

Familias ricas gastan hasta €212.000 en turismo interno

La mayor parte del dinero se dirige al alojamiento en época de vacaciones

Guatemala Ortega

El 47% de las costarricenses visitaron algún destino turístico interno que involucra en su mayoría a las zonas de vacaciones y zonas de playa.



Las personas costarricenses visitaron que visitan tiempo a visitar el mar en los meses de vacaciones.

Lugares más visitados

Lugar	Porcentaje
Puntarenas	18%
Gilmarcaste	15%
San José	12%
San Carlos	10%
San Isidro	8%
San Rafael	7%
San Juan	6%
San Marcos	5%
San Antonio	4%
San Pedro	3%

El principal destino del grupo es el 47% visitó algún destino turístico interno que involucra en su mayoría a las zonas de vacaciones y zonas de playa.

Las familias ricas gastan hasta €212.000 en turismo interno. El estudio muestra que el grupo de familias ricas gastó un promedio de €212.000 en turismo interno.

Los datos se basan en un estudio de 100 familias ricas que viajaron a destinos turísticos internos durante el verano de 2023.

El estudio muestra que el grupo de familias ricas gastó un promedio de €212.000 en turismo interno.

El estudio muestra que el grupo de familias ricas gastó un promedio de €212.000 en turismo interno.

LA NACIÓN 29 DE SEPTIEMBRE DEL 2024

Grafitis celebran el orgullo 'Pura Vida' de las siete provincias de Costa Rica

El arte urbano celebra el orgullo de las siete provincias de Costa Rica.



En el primer día de la exposición se realizaron actividades de sensibilización a la provincia de Puntarenas.

El arte urbano celebra el orgullo de las siete provincias de Costa Rica.



En el primer día de la exposición se realizaron actividades de sensibilización a la provincia de Puntarenas.

LA NACIÓN 3 DE AGOSTO DEL 2024

Redescubra Costa Rica con 12 guías turísticas para llevar en el celular

Redescubra Costa Rica con 12 guías turísticas para llevar en el celular. Estas guías ofrecen información sobre los principales atractivos turísticos del país.

Visite el mundo de la vida acuática en Liberia

Flanqueos con flores en San José

Agencia educativa para la provincia de San José

LA NACIÓN 25 DE AGOSTO DEL 2024

Un restaurante flotante de comida caribeña navega sobre río Tortuguero

Un restaurante flotante de comida caribeña navega sobre río Tortuguero.



El local flotante ofrece una experiencia única para los visitantes.

Un restaurante flotante de comida caribeña navega sobre río Tortuguero.



El local flotante ofrece una experiencia única para los visitantes.

ECONOMÍA

Turismo hacia el país vuela alto con nuevas rutas aéreas

1 Meridamérica, Europa y Suramérica son los destinos a los que apunta Costa Rica para ampliar frecuencia de vuelos



Subida de vuelos
El aumento de vuelos directos desde Europa y Suramérica hacia Costa Rica, así como la apertura de nuevas rutas aéreas, impulsará el turismo en el país. Según el ministro de Turismo, Wilmar Rodríguez, se han firmado acuerdos con varias aerolíneas para ampliar la oferta de vuelos directos desde Europa y Suramérica. Esto permitirá a los turistas llegar más fácilmente al país, lo que se espera que genere un crecimiento del sector turístico.

Aviones nuevos
Las aerolíneas que operan vuelos directos a Costa Rica están utilizando aviones modernos y cómodos, lo que mejora la experiencia del pasajero. Esto incluye vuelos desde ciudades como Madrid, París y Bogotá, así como nuevas rutas hacia ciudades como Lima y Bogotá.

Impacto económico
El turismo es un sector clave de la economía costarricense. El aumento de vuelos directos y nuevas rutas aéreas contribuirá a atraer más turistas, lo que generará ingresos adicionales y creará empleos en el sector del turismo y los servicios.

LA NACIÓN

Astroturismo toma fuerza en el país en sitios óptimos para ver estrellas

Costa Rica se destaca por su oferta de astroturismo en sitios óptimos para ver estrellas.



Observatorio astronómico
El astroturismo en Costa Rica se está convirtiendo en una actividad popular. Los turistas buscan lugares con poca contaminación lumínica para observar el cielo nocturno. Costa Rica ofrece varios sitios ideales para esto, como el Observatorio Astronómico de San José y el Observatorio de La Paz.

Experiencia única
Ver las estrellas en un lugar tranquilo y oscuro es una experiencia única. Muchos turistas disfrutan de charlas con astrónomos locales y de observar constelaciones y planetas.

Destinos recomendados
Algunos de los mejores lugares para ver estrellas en Costa Rica incluyen: San José, La Paz, y áreas rurales con poca contaminación lumínica.

NACIONALES

En comparación con años anteriores durante misma temporada

JULIO ROMPE RÉCORD DE VISITAS TURÍSTICAS

Daniel Riquelme Zúñiga



Señal de optimismo
Según datos oficiales, la llegada de turistas al país está superando los niveles prepandémicos. Esto indica un fuerte recuperación del sector turístico.

¿DE DÓNDE VIENEN?

País	Cantidad de Pasajeros
Estados Unidos	1.100.371
Canadá	174.679
México	53.914
Francia	49.927
Alemania	45.710
Reino Unido	42.212
España	39.281

Fuente: ICT

nacion.com

10 h

Costa Rica impulsó debates sobre desarrollo sostenible y la emergencia climática en la 19ª reunión del Co... Ver más



Costa Rica reunió a países miembros de ONU Turismo para debatir sobre sosten...

1 comentario



Segunda Sección

DIARIO *La Nación* 11. Jueves 26 de setiembre de 2024

• Está a solo 1,4 km de Limón •

¡TURISTEE EN ISLA UVITA!

Monumento Nacional resurge como destino turístico



A pesar de su pequeño tamaño, la isla Uvita tiene grandes bellezas.



La placa colocada en 1984 recuerda la fundación del sitio.

WILLIAM AGUIAR TELLEZ
william.aguiar@nacion.com
Foto: Cortina

Desde antes de la Isla Quezón, conocida originalmente como Uvita, ha sido poco más que un espacio abierto para los visitantes de Limón, así como una estación histórica debido a la llegada de Cristóbal Colón en 1502, quien la llamó La Florida.

a "Isla Uvita", un sitio que se fundó tiempo atrás y que se convirtió en un espacio de ocio, lugar para muchas especies marinas. Además, se trata de un Monumento Nacional desde 1984, donde los turistas pueden disfrutar a causa de estar ubicada en un frondoso árbol, el cual sus áreas arqueológicas al interior de la isla, son reliquias indígenas.

Es una isla ancestral y de conexión espiritual que una como medicina para el cuerpo, así un espacio para los visitantes de Limón.

Internacionalmente "debemos visitar al menos una vez en sus vidas, distribuyendo de presión, sus miradas y hacer fotografías increíbles, así hacer un regalo, durante la naturaleza y a través de actividades en una, permitiendo un viaje del que quedará en el recuerdo de los visitantes".



SUSCRÍBETE A FORBES PRO



ECONOMÍA ÚLTIMA HORA

Las llegadas de turistas internacionales a Costa Rica crecen un 16,8% en el primer trimestre de 2024

POR FORBES / EP
29 ABRIL 2024

Mensaje

Programa Turismo para todas las personas, del ICT, ha beneficiado a casi mil personas

22 Junio 2024



Niños, niñas, escolares de distintas regiones del país, personas con discapacidad y supervivientes de cáncer han podido realizar turismo gracias a esta iniciativa

EFE: Servicios

Buscar

Texto

19/07/2024 20:25 (UTC)

[COSTA RICA TURISMO](#)

El ingreso de turistas en Costa Rica creció un 14,5 % durante el primer semestre de 2024

San José, 19 jul (EFE).- Costa Rica registró el ingreso de 1,5 millones de turistas por vía aérea durante el primer semestre de 2024, cifra que representa un aumento del 14,5 % en comparación con el...



Asimismo, la comunicación constante e ininterrumpida con el sector turístico costarricense se mantuvo con temáticas de interés relacionadas con el crecimiento de la visitación turística, los resultados del estudio de hábitos vacacionales, la llegada de nuevos vuelos y apertura de conexiones con los principales mercados, los resultados el índice de progreso social, los avances del programa de gestión de destinos turísticos, así como las capacitaciones realizadas por el ICT, acciones estratégicas de promoción y mercadeo, noticias de interés variado mediante la

difusión de más de **200** comunicados y contenidos audiovisuales periódicos como los “Costa Rica en el Mundo” (creados para compartir publicaciones de Costa Rica en medios internacionales gestionadas por el área de Relaciones Públicas Internacionales en Estados Unidos, Canadá, México y Europa). Se produjeron un total de **65** de estos contenidos audiovisuales.

De manera paralela se continuó la producción y el envío de los **12** vídeos de resumen de logros titulados: “Destacados del Sector Turismo”. Se generaron un total de **12** audiovisuales de esta agradable rendición de cuentas audiovisual con los logros y acciones más estratégicas realizadas tanto por el Despacho del ministro, la Gerencia General, Mercadeo, Gestión Turística. Servicio al Turista, Desarrollo Turístico, Oficinas Regionales, Certificaciones y Responsabilidad Social Turística y otras áreas. Estos audiovisuales son archivados en el **Canal de YouTube** del Instituto Costarricense de Turismo.



En el siguiente enlace puede leer la nota:
<https://conciorgamagazine.com.mx/4-actividades-de-turismo-de-aventura-en-costarica/>

El ICT le invita a conocer las acciones más destacadas del sector turismo durante el mes de febrero.

Para ello, haga clic en la siguiente imagen:



Como parte de las acciones estratégicas, entre enero y diciembre, se efectuaron **diez** giras con prensa nacional, medios regionales y agencias internacionales para

promover el producto turístico novedoso, mostrar los avances del Programa de Gestión de Destinos Turísticos, realizar coberturas para la generación de contenidos de interés y se brindó acompañamiento a algunas de las giras estratégicas del ministro de Turismo.

Se visitaron destinos como: Manzanillo, Limón (cobertura lanzamiento playa accesible); Punta Leona en el Pacífico Medio (cobertura llegada crucero de expedición); Golfo Dulce y Golfito (gira de prensa nacional y reportaje programa 7 Días); Puntarenas (BAE Playas); Guanacaste (reportaje "7 lugares que hay que visitar antes de morir", programa 7 Días); Bahía Ballena y Dominical (entrega del programa de Gestión de Destinos Turísticos y reportaje Noticias Repretel y agencia DW); Liberia, Guanacaste (cobertura vuelos inaugurales procedentes de Filadelfia / American Airlines, Seattle y San Francisco / Alaska, Boston / Delta)





3.3.1 Campañas de sensibilización y proyectos relevantes

Durante el año 2024 se brindó seguimiento de proyectos y campañas de sensibilización para cambios de hábitos y reforzamiento de la estrategia “Turismo Aquí lo Llevamos Dentro”.

Asimismo, se ejecutó una evolución y ajuste a la campaña para concienciar a los públicos de interés acerca de la importancia del turismo y cómo lo llevamos dentro. Es así, como en el contexto del Día Mundial del Turismo y durante los meses de setiembre, octubre, noviembre y diciembre se desarrolló dicha campaña de relaciones públicas, enfocada en el resaltar el valor del *Pura Vida* y cómo los ticos somos excelentes anfitriones a lo largo y ancho del país, así como la importancia del turismo.

Con el concepto “*Sacá Naturalmente Tu Pura Vida*” se realizaron creativas acciones promocionales como la creación de la serie titulada Grafiti Pura Vida. En



total se realizaron **7** creaciones artísticas, una por provincia, en la que se construía conjuntamente y con la interacción del público y representantes de las comunidades el significado del *Pura Vida*. El resultado final se develó en la celebración del Día Mundial del Turismo en el Museo Nacional con una notable cobertura en los medios de prensa nacional.

Ese mismo día se lanzó oficialmente una campaña complementaria en medios exteriores, digitales radio y televisión durante los siguientes meses, logrando un alcance conjunto superior a los **4 millones** de personas y visualizaciones de los contenidos audiovisuales superiores al **millón** de usuarios en las distintas plataformas digitales.

Paralelamente, se retomó y potenció la estrategia "**San José, latido de identidad**" reforzando la presencia en medios tradicionales y digitales con la creación de relatos y alianzas para mostrar los elementos más atractivos y sobresalientes de la capital como el corazón por dónde transitan los turistas nacionales e internacionales.

Se continuó con la promoción de la gastronomía, mediante acciones complementarias de estrategia "Costa Rica un país de sabores por descubrir" con el desarrollo de audiovisuales que resaltaron las recetas propias de algunas zonas gastronómicas del país como Tortuguero, Golfito, Pavones, Pérez Zeledón, entre otros.

También se sembró la semilla con la fase inicial de otros proyectos como el remozamiento de los ejes de convicción de la marca Costa Rica (dentro del ámbito turístico) con el proceso del **Brand Conviction**; así como el desarrollo de la estrategia de promoción del **Certificado de Sostenibilidad Turística (CST)**, unido a otros proyectos especiales de continuidad de la plataforma **Tico Treasures** para dar a conocer y comercializar digitalmente las piezas únicas con historias costarricenses creadas por los participantes del programa "Artesanías con Identidad" del ICT, entre otros.







3.3.2 Redes Sociales Institucionales

Las redes sociales instituciones ratificaron su valor y trascendencia como el canal y la plataforma oficial del Instituto Costarricense de Turismo para la emisión de los contenidos oficiales de los distintos departamentos del instituto, así como para compartir informaciones de interés de la Presidencia de la República, la promoción de destinos, datos de interés turísticos o para apoyar campañas de las cámaras de turismo de diferentes regiones del país. Lo anterior, para contribuir al cumplimiento de los objetivos institucionales.



Además, las redes institucionales han albergado los contenidos audiovisuales y diseños de la estrategia de gastronomía “Descubrí una Costa Rica de Sabores” y “Ferias y Mercados de Costa Rica”, sumado al seguimiento de otras campañas como “Sacá Naturalmente tu Pura Vida”, y la extensión “San José, Latido de Identidad”, generados como parte de la estrategia, contribuyendo con el crecimiento en los seguidores y la interacción.

También las plataformas sociales oficiales del ICT contribuyeron a la promoción de contenidos de alto interés como las Guías Turístico–Culturales y sirvió como un complemento para invitar a los turistas nacionales potenciales a ampliar información en el web vamosaturistear.com.

Según los registros del cierre del período, se lograron incorporar un total de **8.475** fans nuevos en el perfil de **Facebook** del Instituto Costarricense de Turismo, cerrando el año con una comunidad de **81.203** seguidores. El alcance promedio de las publicaciones fue de **1.229** usuarios mensuales.

En el caso del perfil de **Instagram** (`oficial_ict`) se alcanzaron **3.605** nuevos seguidores, concluyendo el período con un total de **20.037** seguidores en esta plataforma social. En lo concerniente al alcance promedio mensual se registraron **1.614** usuarios al mes.

En el 2024 se generaron un total de **1.489** publicaciones y contenidos en las redes institucionales. Un total de **347** historias en Instagram y Facebook, **784** publicaciones en Facebook y los restantes **705** contenidos se publicaron permanentemente en Instagram, siempre apostando a dirigir contenidos de valor a los públicos de interés, tanto público en general como integrantes del sector turístico costarricense.

Durante este año se produjeron contenidos especiales con **cuatro** influenciadores o generadores de contenidos: Rafael Calderón, Stuard Rojas, José Cañas y Erick Barahona, quienes promovieron campañas nacionales institucionales mediante sus redes sociales. Todos cuentan con una comunidad de seguidores en crecimiento:

Chef Rafael (91.300 seguidores), Stuard Rojas (46.100 seguidores), José Cañas (77.200 seguidores) y Erick Barahona (35.500 seguidores).



ÍNDICE DE PROGRESO SOCIAL (IPS) 2024

¿QUÉ ES EL IPS?

EL ÍNDICE DE PROGRESO SOCIAL NOS PERMITE EVALUAR LA EFICACIA CON LA QUE EL SECTOR ECONÓMICO DE UN PAÍS SE TRADUCE EN BIENESTAR.

¿POR QUÉ LO MEDIMOS?

COMPLETA NUESTRA VISIÓN DE DESARROLLO DEL TURISMO CON INDICADORES DE RESULTADOS SOCIALES Y AMBIENTALES

PIB + IPS = CRECIMIENTO INCLUSIVO

PIB (SE) SE COMPLEMENTA CON MEDICIÓN DE NECESIDADES BÁSICAS, FUNDAMENTOS DE BIENESTAR Y OPORTUNIDADES

¿DÓNDE LO MEDIMOS?

SE MIDE EN LOS 13 CENTROS DE DESARROLLO TURÍSTICO (COT) O DESTINOS TURÍSTICOS DEL PAÍS.

¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS PARA EL 2024?

EL PROGRESO GENERAL EN LOS COT ES DE 74,87 PUNTOS DE IPS EN EL 2024, CON UN AJUSTE DE 6,88 PUNTOS EN COMPARACIÓN CON LA MEDICIÓN REALIZADA ENTRE EL 2017 Y 2019.

EL IPS MIDE DE FORMA INTEGRAL EL BIENESTAR COLECTIVO

ÍNDICE DE PROGRESO SOCIAL		
NECESIDADES BÁSICAS	FUNDAMENTOS DEL BIENESTAR	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Acceso a servicios básicos Seguridad Acceso a servicios de salud Acceso a servicios de educación Acceso a servicios de vivienda Acceso a servicios de transporte Acceso a servicios de energía Acceso a servicios de agua Acceso a servicios de saneamiento Acceso a servicios de telecomunicaciones Acceso a servicios de recreación Acceso a servicios de cultura Acceso a servicios de deporte Acceso a servicios de turismo Acceso a servicios de gastronomía Acceso a servicios de moda Acceso a servicios de belleza Acceso a servicios de salud mental Acceso a servicios de apoyo psicosocial Acceso a servicios de atención a la vejez Acceso a servicios de atención a la discapacidad Acceso a servicios de atención a la infancia Acceso a servicios de atención a la adolescencia Acceso a servicios de atención a la juventud Acceso a servicios de atención a la adultez Acceso a servicios de atención a la vejez Acceso a servicios de atención a la discapacidad Acceso a servicios de atención a la infancia Acceso a servicios de atención a la adolescencia Acceso a servicios de atención a la juventud Acceso a servicios de atención a la adultez 	<ul style="list-style-type: none"> Seguridad Acceso a servicios de salud Acceso a servicios de educación Acceso a servicios de vivienda Acceso a servicios de transporte Acceso a servicios de energía Acceso a servicios de agua Acceso a servicios de saneamiento Acceso a servicios de telecomunicaciones Acceso a servicios de recreación Acceso a servicios de cultura Acceso a servicios de deporte Acceso a servicios de turismo Acceso a servicios de gastronomía Acceso a servicios de moda Acceso a servicios de belleza Acceso a servicios de salud mental Acceso a servicios de apoyo psicosocial Acceso a servicios de atención a la vejez Acceso a servicios de atención a la discapacidad Acceso a servicios de atención a la infancia Acceso a servicios de atención a la adolescencia Acceso a servicios de atención a la juventud Acceso a servicios de atención a la adultez 	<ul style="list-style-type: none"> Acceso a servicios de salud Acceso a servicios de educación Acceso a servicios de vivienda Acceso a servicios de transporte Acceso a servicios de energía Acceso a servicios de agua Acceso a servicios de saneamiento Acceso a servicios de telecomunicaciones Acceso a servicios de recreación Acceso a servicios de cultura Acceso a servicios de deporte Acceso a servicios de turismo Acceso a servicios de gastronomía Acceso a servicios de moda Acceso a servicios de belleza Acceso a servicios de salud mental Acceso a servicios de apoyo psicosocial Acceso a servicios de atención a la vejez Acceso a servicios de atención a la discapacidad Acceso a servicios de atención a la infancia Acceso a servicios de atención a la adolescencia Acceso a servicios de atención a la juventud Acceso a servicios de atención a la adultez

¿CÓMO LO MEDIMOS?

ANÁLISIS DE DATOS DEL PIB

- INDICADORES ECONÓMICOS SOCIALES Y AMBIENTALES
- ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD, MEDIO AMBIENTE
- INDICADORES Y RESULTADOS PARA TODOS LOS NIVELES
- ANÁLISIS

INDICADORES APLICADOS EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS

¿PARA QUÉ NOS SIRVE?

LOS RESULTADOS OBTENIDOS SIRVEN COMO INFORMACIÓN PARA ORIENTAR POLÍTICAS PÚBLICAS.

¡VISITANOS ESTE FIN Y PRINCIPIO DE AÑO TODA LA SEMANA!

LOS MIRADORES DE OROSÍ, UJARRÁS Y LAS RUINAS ESTARÁN ABIERTOS DE LUNES A DOMINGO EN HORARIO DE 8 AM A 4 PM.

ENTRADA GRATUITA.

¡VEN A DISFRUTAR DE NUESTRAS VISTAS Y CONECTA CON LA NATURALEZA!

¡Celebramos 3 años de ARTESANÍAS CON IDENTIDAD!

Este programa ha beneficiado a 250 artesanos costarricenses, quienes, gracias a la capacitación del Instituto Costarricense de Turismo, han logrado plasmar su creatividad en piezas únicas. Sus obras tienen un espacio especial en el Mercado Nacional de Artesanías.

¡GRACIAS POR SER PARTE DE ESTA DÉCADA DE TRADICIÓN Y CULTURA!





3.4 VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN

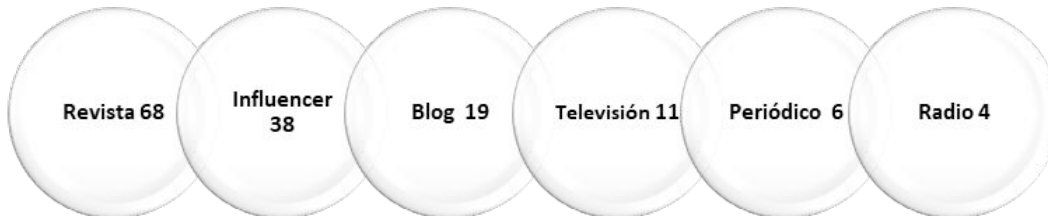
El programa de viajes de familiarización del Departamento de Promoción se dirige a dos públicos principales: agentes de viajes y medios de comunicación internacional. Mediante giras que incluyen recorridos por todo el territorio nacional, este programa logra, generar coberturas periodísticas mediante reportajes que son transmitidos o publicados en los principales mercados generadores de turistas, le presentan a los turistas potenciales información relevante sobre los productos turísticos y atractivos que ofrece el país. Al no ser anuncios pagados si no reportajes publicados por cada medio de comunicación, la información resulta más creíble y tiene mayor relevancia para sus audiencias.

Por otro lado, este programa logra capacitar a los agentes de viajes, brindándoles un amplio y detallado recorrido por las distintas zonas del país, con el fin de que experimenten el producto turístico de Costa Rica mediante los cuales se logra capacitar y actualizar sus conocimientos sobre el destino, los atractivos del país, los proveedores de servicios, la oferta turística en general, todo ello aumenta las posibilidades de comercialización de Costa Rica como destino turístico, por medio de la incorporación de producto costarricense en sus catálogos, a la vez que mejora la interacción de los agentes de ventas con los clientes finales, una vez que hayan vivido la experiencia.

Las campañas generadas por las agencias de Relaciones Públicas Internacionales, donde se realizan concursos en asocio con marcas comerciales o editoriales (que poseen valores afines a la marca Costa Rica), generan divulgación y afinidad con las audiencias seguidoras de esos medios y marcas. También se atiende a los ganadores de estos concursos, los cuales pueden considerarse influenciadores del destino.

A continuación, se muestran los principales logros obtenidos en este año:

Se logró traer al país a **146** medios internacionales, divididos de la siguiente manera:



Tipo de medio	Cantidad
Revista	68
Influencer	38
Blog	19
Televisión	11
Periódico	6
Radio	4
Total	146

Apoyo adicional de **20** expertos en Turismo Social y MICE.

Estos medios provienen de **14** países, como se observa en el siguiente gráfico



El Valor estimado del publicity generado fue de **\$17.406.982** de enero a diciembre.

Se logró traer al país a **308** agentes de diferentes mercados de interés:



Pais	Cantidad
Alemania	68
Estados Unidos	66
Canadá	42
México	33
España	30
Francia	15
UK	13
Brasil	8
Holanda	8
Suiza	6
Chile	5
Suecia	4
Italia	3
Dinamarca	2
Colombia	1
Islandia	1
Noruega	1
Peru	1
Portugal	1
Total	308

Estos medios y agentes visitaron las siguientes áreas:

- **Caribe Norte:** Caño Blanco, Pacuare y Tortuguero.
- **Caribe Sur:** Puerto Viejo y Talamanca.
- **Guanacaste Norte:** Punta Islita, Las Pumas Rescue Center & Sanctuary, y Rincón de la Vieja.
- **Llanuras del Norte:** Fortuna, Río Celeste, Sarapiquí y Caño Negro
- **Pacífico e Islas del Golfo:** Monteverde e islas del Golfo.
- **Pacífico Central:** Santa Juana Lodge, Herradura, Jacó y Quepos.
- **Pacífico Sur:** Pérez Zeledón, Parque Nacional Marino Ballena, Dominical, Osa, Drake, La Palma, Puerto Jiménez, Corcovado, comunidades indígenas Bribri y Cabécar.
- **Valle Central:** Alajuela, Turrialba, San Gerardo de Dota, Tarrazú, San José, Poás, Providencia de Dota, Aquiares, Guayabo, Occidente, Cartago y Orosí.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de publicaciones:





THE STANDARD

RIVERFORD

Tropical rivers, jungle and cloud forests: is this Central American country the ultimate winter adventure?

Another similarity to other Latin American nations is the manifold varieties of rice and beans that make up the traditional diet here. *Arroz con leche* is a popular refrain here, meaning rice with everything. They are not lying. Top of the list to try is the Gallo Pinto, a breakfast dish based around a mound of fried rice and beans, plantain, eggs, tortilla and fresh cheese.

THE GORGON'S BALLO PINTO AS SERVED AT THE MIDWAY BIRD CELESTES

ALBERT PONS - THE STRAITS

Every establishment puts a different twist on this classic. Be sure to ask for *Salsa Lizano*, a green chili sauce, unique to Costa Rica. Think of a mild hot sauce, with a tang of Worcestershire and a mysterious hint of osumari.

Rules and regulations are closely followed here. Costa Ricans are, by and large, a close living bunch. They start at a cocktail hour that close to the equator and locals tend to rise with it. Most bars seem to close rather early.

Those looking for vibrant nightlife can head to areas in downtown San José, such as La California & Barrios Escondidos, or beachside towns such as Tamarindo that it seems a little besides the point. The country's charm and natural beauty make up for the lack of thumping nightclubs in squares.

Heading Northwest

Hemispheres

December 1, 2023

Three Perfect Days

Costa Rica

For those in search of paradise, Costa Rica is a pretty good choice. It's a small country with a lot of natural beauty, and it's a great place to visit if you're looking for a tropical getaway. The country is home to some of the most beautiful beaches in the world, and it's also a great place to visit if you're looking for a cultural experience. Costa Rica is a country that has a lot to offer, and it's a great place to visit if you're looking for a tropical getaway.

Today's report seems to confirm me in the next activity a jungle monkey tour with Daniel Aguilar Villalobos, the operations manager of activities from company Pura Vida Ecoturismo, he puts me up in a comfortable lodge, and we drive into a dry tropical forest called a *terrazza seca*. "There are 30 species of monkeys here," Aguilar tells me, "howler monkeys, and that are some forest jumping". Pumas and jaguars also call this forest home.

With that said, this is a beautiful place.

METRÓPOLES

Costa Rica despona como rota turística sustentável em 2025

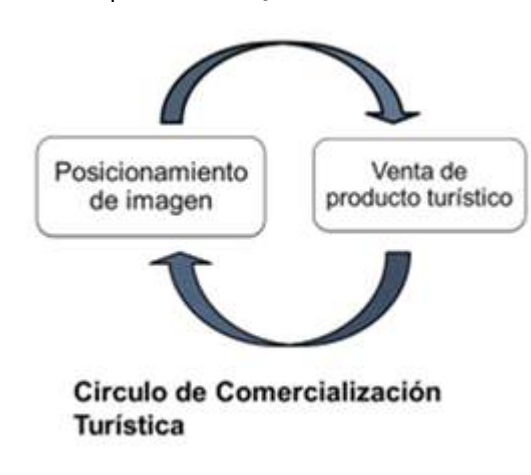
METRÓPOLES

3.5 CAMPAÑAS Y APOYOS COOPERATIVOS

Las campañas integrales y apoyos cooperativos tienen como fin primordial lograr una mayor participación del sector privado nacional e internacional en los esfuerzos promocionales de Costa Rica, que permitan maximizar la utilización de los recursos presupuestarios para la inversión en promoción del país como destino turístico.

Asimismo, este programa incentiva la venta de producto turístico de Costa Rica en los mercados de interés por parte de las empresas, fomenta el ingreso de viajeros de los segmentos de interés para Costa Rica, apoya las acciones estratégicas a favor de la apertura y mantenimiento de las rutas de acceso aéreo a Costa Rica, propicia buenas relaciones comerciales con empresas mayoristas, entre otros. Es a través del esfuerzo de campañas integrales y apoyos cooperativos del ICT con las líneas aéreas y agencias mayoristas, que se logra incrementar la exposición de Costa Rica ante los clientes potenciales, realizando acciones de mercadeo conjuntas con imagen de país y oferta de producto.

Las campañas integrales y apoyos cooperativos, además de las alianzas estratégicas que se generan con la cadena de distribución turística (*trade*) son instrumentos vitales para posicionar a Costa Rica como destino turístico en los mercados de interés, puesto que son uno de los medios con que dispone la Institución que permite invertir fondos públicos con empresas privadas nacionales o internacionales para cerrar el ciclo de comercialización, logrando unir la promoción de destino con una oferta de productos y servicios turísticos:



De esta forma, se estimula la oferta aérea desde y hacia nuestro país, por medio de la creación, mantenimiento y estimulación de rutas aéreas, con la consecuente generación de asientos, los cuales son indispensables para que los turistas puedan visitarnos.

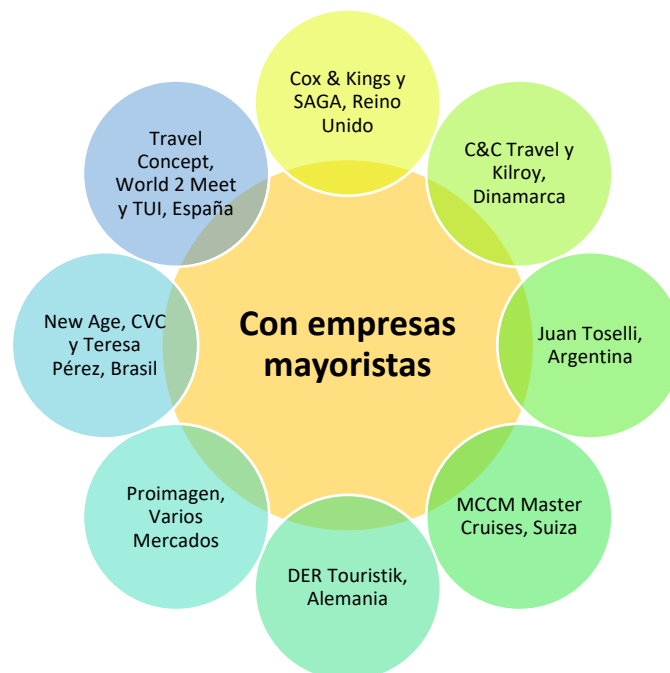
En el 2024 se le dio seguimiento a 23 campañas integrales o apoyos cooperativos. El 39,13% de estas alianzas (9) correspondieron a acuerdos con compañías aéreas o socios que generaron una mayor y mejor conectividad aérea a nuestro país, en tanto que el 60,86% restante (14 campañas) se ejecutaron en conjunto con socios mayoristas en los diferentes mercados de interés para el destino.

Tan solo el año pasado se logró promocionar la disponibilidad de más de 355.000 asientos a través de campañas integrales con aerolíneas.

Además, permiten maximizar el presupuesto institucional disponible al unirlo con la inversión que el socio comercial aporte y el acceso a mejores precios publicitarios que este socio pueda tener, con lo que se incrementa la exposición de destino y la cantidad de opciones de promoción disponible, unida a una marca comercial fuerte en el mercado origen.

Por otro lado, por medio de las campañas con empresas, consorcios y asociaciones turísticas orientadas a los mercados de interés, se refuerza la oferta de producto turístico y principalmente se educa a los asesores de viajes en conocimiento del destino, lo cual es fundamental para poder venderlo de forma apropiada y mantener a Costa Rica en la mente del consumidor final para sus reservaciones de viajes.

Campañas y apoyos cooperativos en el 2024:



Seguidamente se muestran algunos ejemplos de las acciones y ejecuciones de dichos acuerdos:

🇨🇷 Edelweiss: Anuncios en Exteriores (pantallas digitales)



🇨🇷 Grupo Avoris: Anuncios en Exteriores (buses).



🇨🇷 Avoris: Anuncios en Metro



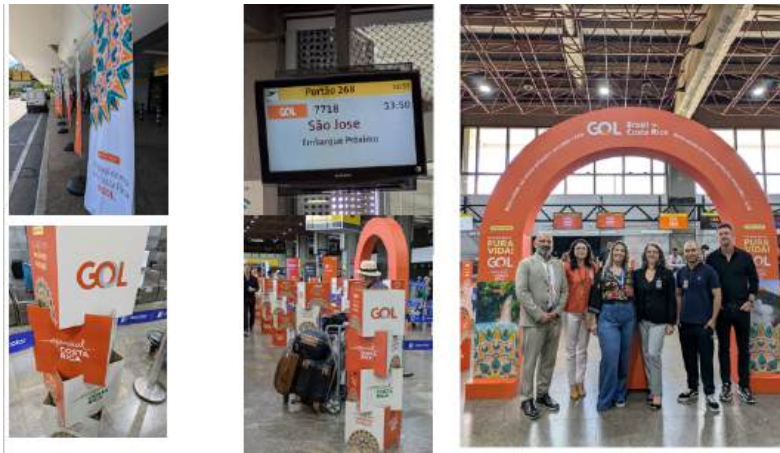
🇨🇷 Air France: Campaña Digital.



✚ KLM: Anuncios en Autobuses



✚ Gol Linhas Aereas: Campaña de promoción del vuelo inaugural São Paulo – San José.



✚ Volaris: Pantallas digitales en centros comerciales y anuncio en prensa.



- ✚ **Travel Concept:** Presentación de destino con clase de cocina a clientes potenciales de Utópica y pantallas digitales en los aeropuertos de Madrid y Barcelona con Logitravel.



- ✚ **W2M:** Road show "viaja con el paladar a Costa Rica" para agentes de viajes y banner en landing page de Azul Marino.



3.6 TRADE NORTEAMÉRICA Y OTROS MERCADOS

Por medio de las alianzas con empresas, consorcios y asociaciones turísticas orientadas a los mercados de interés, se refuerza la oferta de producto turístico y principalmente se educa a los asesores de viajes en conocimiento del destino, lo cual es fundamental para poder venderlo de forma apropiada y mantener a Costa Rica en la mente del consumidor final para sus reservaciones de viajes.

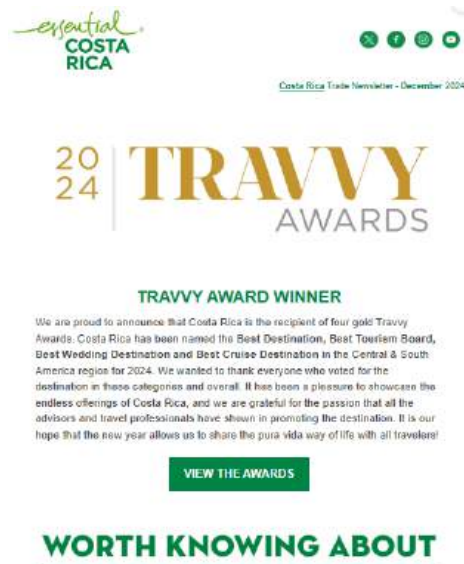
Al igual que con campañas integrales y apoyos cooperativos, con este tipo de alianzas se logró capacitar en conocimiento de destino a cerca de 4.650 agentes de viajes, por medio de webinars, boletines electrónicos, programas de especialistas de destino y ferias especializadas, además de lograr 390 reservaciones vacacionales a Costa Rica y más de 200 agentes que lograron experimentar la oferta de producto costarricense a través de viajes de familiarización apoyados por el ICT en conjunto con la empresa privada.

3.6.1 Newsletters:

Envío de newsletter para agentes de viajes de Estados Unidos y Canadá, en los meses de febrero, abril, junio, agosto, octubre y diciembre 2024.

El objetivo de los newsletters es proporcionar a agentes de viajes y otros públicos relevantes la información más actualizada sobre Costa Rica como destino turístico, en temas como festividades, gastronomía y cultura, conocimiento de regiones turísticas y actividades que se pueden realizar en cada una de ellas, noticias sobre aeropuertos y apertura de rutas, entre otros temas como las actualizaciones en requisitos para ingresar al país.

✚ Newsletter diciembre 2024:



3.6.2 Costa Rica Office Hours:

Doce sesiones de atención de consultas para agentes de viajes conducidas por Myriad durante el año.

El objetivo principal de estas sesiones de trabajo uno a uno es el de mantener un canal de comunicación abierto entre el ICT y los agentes de viajes, con el fin de que puedan aclarar dudas, aprender más de diferentes temas turísticos, requisitos de ingreso, comentar situaciones que se presentaron con sus clientes en destino y otras temáticas. Las sesiones tienen una duración de 15 minutos por agente de viajes y se realizan en conjunto con la agencia de comunicación y mercadeo para Norteamérica.

3.6.3 Apoyo institucional a Fam Trips y Presentaciones de Destino con Proimagen (planificación, coordinación, ejecución y acompañamiento):

Las presentaciones de destino y los viajes de familiarización permitieron un mayor conocimiento de los agentes de viaje sobre el destino y la visita a diversos lugares turísticas del país como por ejemplo Rincón de la Vieja, Isla Tortuga, Sarapiquí, Manuel Antonio, San Gerardo de Dota, Turrialba, Tortuguero, Arenal y la Fortuna, Montezuma, Guanacaste (Sámara, Papagayo, Tamarindo, Nicoya, Liberia, entre otros), Bahía Ballena, Puntarenas, Jacó, Caño Negro, Monteverde, Río Celeste y

Volcán Tenorio, Uvita, Sierpe, Varablanca, Puerto Viejo, Cahuita, Manzanillo, zonas cafetaleras y San José, tan solo por mencionar algunos.

Con la ejecución de 4 fam trips se logró capacitar in situ a un total de **89** agentes de viajes (20 de Europa, 29 de Canadá y 40 de Estados Unidos) y en las presentaciones promocionales de destino se logró impactar a un total de **388** agentes de viajes en las ciudades de San Francisco, Denver, Chicago, Boston, Forth Lauderdale, Naples, Tampa y Orlando en EEUU y Edimburgo, Copenhague y Estocolmo en Europa.

Este apoyo a viajes de familiarización para agentes de viajes responde a un convenio institucional con la Asociación Pro Imagen Costa Rica cuyo objetivo fundamental es unir esfuerzos para realizar acciones conjuntas con el ICT y para promocionar a Costa Rica como destino turístico por medio de viajes de familiarización para agentes de viajes provenientes de Norteamérica, México y Europa de forma anual.

La importancia de este tipo de acciones radica en que para el ICT es trascendental mantener contacto constante con los diferentes actores de la cadena de comercialización turística, entre ellos los agentes de viajes minoristas, a quienes va dirigida esta acción, de esta forma se les mantiene actualizados con los distintos productos que ofrece el destino a través de una experiencia directa de los mismos, esto como factor clave para el éxito de las estrategias de mercadeo en los mercados prioritarios y en respuesta a la necesidad planteada por los agentes en cuanto a realizar viajes de familiarización para conocer el destino de primera mano.

 **PROIMAGEN:** Presentaciones de destino en Europa y fam trip USA.





3.6.4 Renovación del Destination Specialist Program de EEUU y fusión con el de Canadá por un año, a partir de diciembre

Los programas de especialistas de destino, tanto de Estados Unidos como de Canadá, fueron concebidos con el objetivo de contar con una herramienta de capacitación permanente para agentes de viajes de estos mercados, respondiendo a la necesidad del mercado de mantenerse informados con el contenido más actualizado posible en conocimiento de Costa Rica. De esta forma, se brinda a los agentes de viajes el conocimiento necesario para estos puedan vender los productos y servicios turísticos que ofrece el destino a los consumidores finales. Este año, se propuso fusionarlos en una misma plataforma, para que toda la información esté disponible en un solo lugar y para consolidar el número de graduados del Programa. El programa de Estados Unidos inició con 663 agentes registrados en el año y terminó con 1.517 agentes que completaron la capacitación, mientras que en Canadá, se inició con 288 agentes registrados y se finalizó el año con 492 graduados.

3.6.5 Alianzas con mayoristas y trade EEUU, Canadá y México:

Similar a las campañas integrales y apoyos cooperativos, las alianzas realizadas con consorcios y socios mayoristas a través de las agencias de comunicación y mercadeo de Estados Unidos, Canadá y México, significaron una forma complementaria de promocionar el destino a través de marcas comerciales reconocidas por el consumidor final en estos mercados, con el impacto correspondiente en la generación directa de reservaciones hacia el destino.

En el caso de México, el objetivo principal para 2024 era incrementar la movilización de turistas hacia Costa Rica en un 6% respecto de la producción 2023, que fue de 17,072 turistas movilizados con los socios comerciales seleccionados; derivado de las distintas acciones realizadas durante el año, dicha meta se logró superar de una manera exitosa, dando como resultado un **aumento del 25,76%**, alcanzando un total de **21.470 turistas movilizados**.

3.6.5.1 Estados Unidos y Canadá

- + **Virtuoso Travel Week:** Activación de Virtuoso para agentes de viajes canadienses, la cual consistió en una recepción realizada en el spa del hotel Vdara de las Vegas, dentro de la conferencia Virtuoso Travel Week, durante dicho evento, se promocionó Costa Rica como destino wellness, ideal para visitar todo el año.



- + **Virtuoso Travel Week:** Virtuoso Globetrotting. Exposición de Costa Rica como destino líder y pionero en temas de sostenibilidad dentro de la comunidad de Virtuoso llamada Sustainability, por medio de una interacción realizada con los agentes asistentes, los cuales concursaron para ganar premios relacionados con el tema.



- + **Exodus Travels:** Alianza comercial con este importante mayorista, por medio de la cual se realizaron diferentes promociones dirigidas a sus agentes de viajes y público en general.



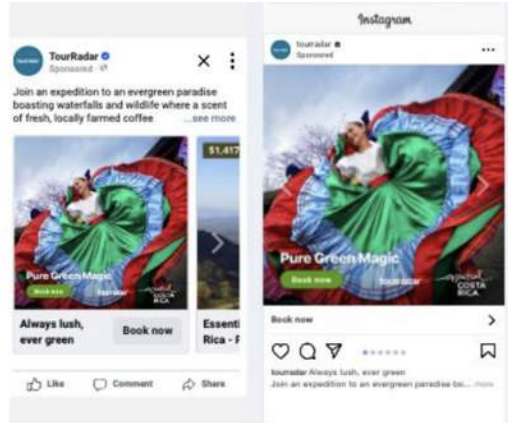
✚ **Exoticca:** Alianza comercial similar a la realizada con Exodus Travels, donde se incluyeron acciones dirigidas a los diferentes actores de la cadena de comercialización turística.



✚ **Ker & Downey:** Alianza comercial con esta mayorista de lujo, donde se realizaron acciones dirigidas específicamente al mercado de turismo de lujo.

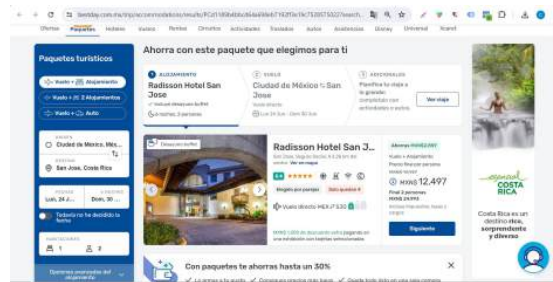


✚ **Tour Radar:** Alianza comercial con este mayorista de Viajes, con promociones dirigidas a promover la visitación turística a Costa Rica durante todo el año.



3.6.5.2 México

Despegar: Campaña de banners digitales en el sitio web de la mayorista.



Julia Tours: Webinar para agentes de viajes.



Mega Travel: Redes Sociales en las plataformas dirigidas al consumidor final.



- ✚ **Petra Operadora:** E-mailing para agentes de viajes con información de paquetes y ofertas hacia el destino.



- ✚ **Vuela y Viaja:** Participación en el Outlet, dirigido al consumidor final.



- ✚ **HotelDo Tour:** Participación en el roadshow para agentes de viajes.



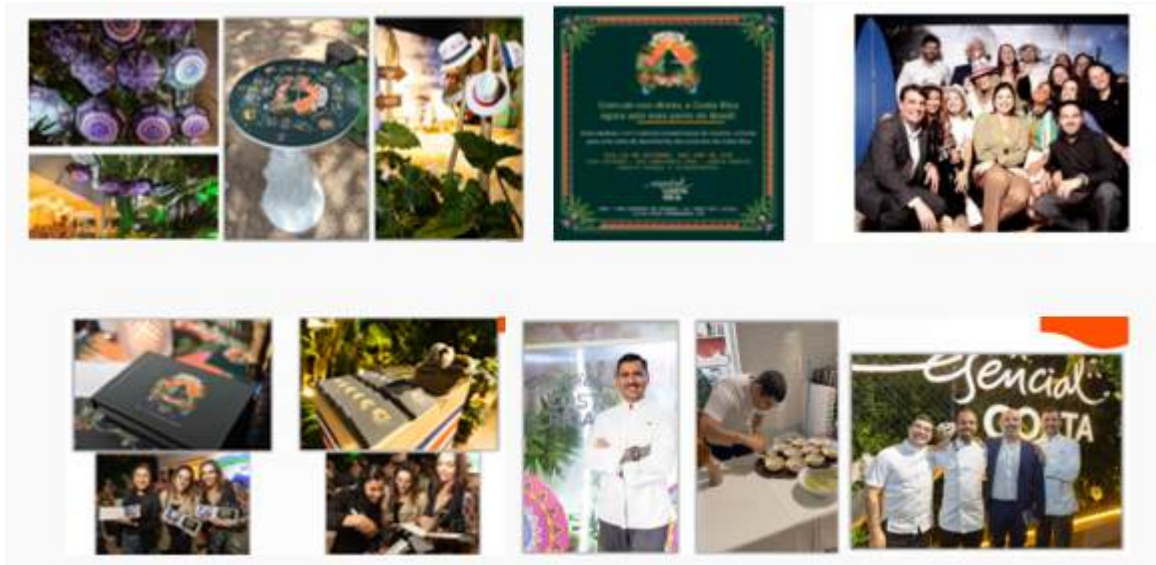
3.6.5.3 Brasil

🚩 Activación de la Estrategia 2024-2025

Con ocasión del vuelo inaugural Sao Paulo – San José – Sao Paulo, a partir del 12 de noviembre del 2024, se realizaron una serie de acciones promocionales en Brasil, las cuales incluyeron, entre otras, las siguientes:

- Evento Noche de Costa Rica en Brasil: donde se promocionaron diferentes atractivos turísticos de Costa Rica entre más de **10** agentes de viajes, más de **cinco** empresas mayoristas de alto perfil, la línea aérea GOL, y más de **15** medios de prensa e influenciadores, en total se atendieron a **75** personas relacionadas con el turismo y se contó con la presencia del Embajador de Costa Rica en Brasil, y el cónsul honorario de Costa Rica en Curitiba, además de miembros de BRAZTOA (Asociación Brasileña de Tour Operadores), entre otros importantes invitados.
- Semana de Costa Rica en Brasil, con visitas y capacitación a más de **seis** agencias de viajes localizadas en Sao Paulo.
- Activación de redes sociales en Brasil, donde a la fecha, se cuenta con más de **cuatro** posteos activos.
- Gira de medios en Sao Paulo, donde se tuvo la oportunidad de conversar con más de **seis** medios de comunicación brasileños, entre ellos, Mercados y Eventos, Panrotas, Brasilturis y revistas especializadas.

Noche de Costa Rica



Semana de Costa Rica



Redes Sociales y ATL





Dirección de Competitividad y Sostenibilidad Turística

Dirección de Competitividad y Sostenibilidad Turística

La Dirección de Competitividad y Sostenibilidad Turística (DCST) tiene como objetivo principal impulsar el desarrollo de un sector turístico más **competitivo, innovador y sostenible** en Costa Rica. Esta Dirección juega un papel clave en la gestión y fortalecimiento del turismo, alineando sus acciones con las políticas nacionales y la Marca País, promoviendo así un modelo de desarrollo turístico que responda a los retos y necesidades actuales.

La **competitividad turística** es un eje clave de la Dirección, enfocada en mejorar la calidad de la experiencia y potenciar las competencias del sector para posicionar a Costa Rica como un destino más competitivo. A través de la innovación y la mejora continua, busca que los actores turísticos se mantengan a la vanguardia, adoptando nuevas tendencias que fortalezcan la oferta nacional.

Simultáneamente, la **sostenibilidad** es un principio transversal en todas sus acciones, promoviendo un turismo responsable que proteja el patrimonio natural y cultural, regenere ecosistemas, conserve la biodiversidad y beneficie a las comunidades locales. La Dirección lidera esfuerzos para asegurar que las actividades turísticas sean sostenibles y estén alineadas con el modelo de desarrollo del país.

La Dirección coordina y supervisa la **Unidad de Infraestructura Pública Turística**, encargada de desarrollar y mejorar la infraestructura del sector, asegurando que Costa Rica ofrezca condiciones óptimas para una experiencia turística de calidad. A continuación, se presentan los logros de la unidad en 2024.

Unidad de Infraestructura Pública Turística (UIP)

En 2024, los proyectos de infraestructura turística pública han sido un pilar fundamental en la agenda institucional, avanzando de manera significativa en su ejecución. A lo largo del año, se ha trabajado de manera constante para superar los



desafíos inherentes a los procesos de aprobación y coordinación con otras instituciones, con el fin de garantizar el éxito de cada iniciativa.

Gracias a los esfuerzos continuos, se han concretado importantes avances en la contratación administrativa y la definición de licitaciones menores, lo que asegura que los proyectos sigan su curso para su ejecución en el período 2025. A continuación, se detallan los logros alcanzados en materia de obra pública turística.

Proyecto nuevo Atracadero en Isla San Lucas

En 2024, se lograron importantes avances en el proyecto de construcción del Embarcadero Turístico en el Parque Nacional Isla San Lucas, Puntarenas. Se obtuvo el código de proyecto por parte de MIDEPLAN y el proyecto fue transferido oficialmente al Instituto Costarricense de Turismo, permitiendo avanzar en las siguientes fases.

Además, se recibió el permiso de trabajo de la Dirección de Patrimonio Cultural, garantizando la continuidad del proyecto sin obstáculos. Se inició el proceso de contratación para la construcción del embarcadero, con la publicación del concurso y la apertura de ofertas, que actualmente están siendo analizadas.

Estos logros representan un paso significativo hacia la concreción de este importante proyecto turístico.

Servicios de Topografía por Demanda

Con el objetivo de fortalecer la infraestructura turística del país y asegurar la correcta ejecución de diversos proyectos, en 2024 se contrató el servicio de ingeniería topográfica bajo modalidad de entrega según demanda. Este servicio, adjudicado al Ing. Topógrafo Kenneth Ovares Sánchez, ha sido esencial para proporcionar los levantamientos y estudios técnicos necesarios para el desarrollo de obras en áreas turísticas clave.

Se generaron seis órdenes de servicio que incluyeron levantamientos topográficos y generación de curvas de nivel en importantes puntos del país, como el Monumento Nacional Guayabo, el Parque Nacional Volcán Tenorio, el Parque Nacional Carara, el Parque Nacional Volcán Irazú y el Parque Nacional Isla San



Lucas. Estos trabajos han facilitado la correcta planificación y ejecución de centros de visitantes, embarcaderos y otras infraestructuras turísticas.

El contrato sigue vigente y tiene la posibilidad de ser ampliado por un año más, lo que permitirá continuar con el desarrollo de proyectos clave en el futuro. Este esfuerzo contribuye al avance de la infraestructura turística, favoreciendo el crecimiento y la sostenibilidad del sector.

Convenio Ministerio de Seguridad Pública-ICT

- **Delegación Policía Turística Santa Teresa:**

El proyecto de construcción de la Delegación de la Policía Turística en Santa Teresa avanza hacia su finalización, prevista para el segundo trimestre de 2025. Este proyecto mejorará la respuesta y presencia policial en una zona de alto impacto turístico. En 2024, se obtuvo el código de proyecto de MIDEPLAN y se formalizó la primera adenda al convenio entre el ICT (Instituto Costarricense de Turismo) y el Ministerio de Seguridad Pública para la ejecución de la obra. Además, se realizaron los trámites para la contratación de la empresa AMERICA INGENIERÍA Y ARQUITECTURA S.A., adjudicada para la construcción. La obra comenzó en noviembre de 2024, con un avance del 6% al cierre del año, asegurando la continuidad y progreso del proyecto dentro del plazo previsto.

- **Delegación Policial Cahuita**

El proyecto de la Delegación Policial en Cahuita se encuentra en su fase final, con una conclusión proyectada para el primer trimestre de 2025. Este proyecto busca mejorar la infraestructura y las condiciones operativas del cuerpo policial en la región, optimizando su capacidad de respuesta y atención a la seguridad de la comunidad. En 2024, se formalizó la primera adenda al convenio de cooperación entre el ICT, la Municipalidad de Cahuita y el Ministerio de Seguridad Pública. Además, se inició el proceso de contratación, adjudicado a la empresa AMERICA INGENIERÍA Y ARQUITECTURA S.A. El proyecto comenzó en agosto, alcanzando un avance del 50% a finales de año, asegurando el cumplimiento de los plazos establecidos.



Convenio MINAE-SINAC-ICT

- **Estudios Hidrológicos y Suelos**

Con el objetivo de evaluar las condiciones para la futura infraestructura turística en los parques nacionales Carara, Volcán Irazú y Guayabo, se llevaron a cabo estudios hidrológicos y de suelos esenciales para garantizar la viabilidad de los proyectos. El proceso de contratación fue adjudicado al Consorcio INGENIEROS ULLOA S.A-DAVID ULLOA S, quienes realizaron los estudios conforme a los plazos establecidos.

En el ámbito hidrológico, se analizaron los caudales de escorrentía superficial y se entregaron recomendaciones para la protección de las obras frente a eventos pluviales. Los informes finales fueron entregados y recibidos satisfactoriamente en octubre y noviembre de 2024.

Los estudios de suelos incluyeron prospecciones geotécnicas que determinaron la capacidad soportante del subsuelo en los tres parques, con resultados que incluyeron ensayos de laboratorio y recomendaciones constructivas. Los informes finales fueron entregados y recibidos en junio de 2024. Ambas líneas de estudios fueron completadas con éxito, cumpliendo con el objetivo de apoyar el diseño y construcción de futuras infraestructuras turísticas en estas áreas protegidas.

- **Parque Nacional Volcán Tenorio**

El proyecto de construcción del módulo de ingreso en el Parque Nacional Volcán Tenorio se encuentra en pleno desarrollo, con el objetivo de mejorar la accesibilidad y los servicios para los visitantes, potenciando así la experiencia turística y la conservación en este importante destino natural. La finalización está prevista para el segundo trimestre de 2025.

Se adjudicó exitosamente el contrato de construcción al Consorcio Constructora Edstrada-RR, quienes iniciaron los trabajos en octubre de 2024, alcanzando un avance del 10% a finales de diciembre de 2024, avanzando según lo planeado.

Por otro lado, el diseño del sendero "Los Misterios del Tenorio" avanza positivamente con la consultora Valdesol S.A. A partir de la orden de inicio en

febrero de 2024, se logró avanzar hasta la etapa de anteproyecto en diciembre del mismo año.

Ambos proyectos continúan su desarrollo de acuerdo a los tiempos establecidos, consolidando al Parque Nacional Volcán Tenorio como un atractivo turístico aún más accesible y enriquecido para los visitantes.

- **Monumento Nacional Guayabo**

Con el objetivo de mejorar el acceso al Monumento Nacional Guayabo y contribuir a la conservación del sitio arqueológico, se está desarrollando el proyecto de construcción de un puente peatonal sobre la calzada precolombina, con la instalación programada para el primer trimestre de 2025.

En cuanto a los estudios arqueológicos, se adjudicó la consultoría a Gustavo Adolfo Gómez Quesada, quien completó los estudios con éxito, recibiendo la aprobación de todas las instancias pertinentes en septiembre de 2024. Esto permitió avanzar en el proceso para el diseño y construcción del centro de visitantes.

Además, la contratación del diseño e inspección del Centro de Visitantes fue adjudicada a la empresa Nagel S.A. en diciembre de 2024, lo que asegura el progreso continuo del proyecto y la mejora de la infraestructura en el Monumento Nacional Guayabo.

- **Muelle Turístico de Puntarenas**

El proyecto del Muelle Turístico de Puntarenas avanza conforme a lo planificado. Se adjudicó la consultoría para el diseño, planos constructivos e inspección de obras a la empresa Valdesol S.A., con el contrato formalizado en abril de 2024. A partir de la orden de inicio en abril, se logró avanzar hasta la presentación de los planos constructivos para revisión, con un progreso notable para el cierre de la administración en diciembre de 2024.

Estos logros reflejan el compromiso institucional con el progreso en áreas clave como la seguridad, la conservación del patrimonio natural y cultural, y el impulso al turismo sostenible.

Contratos Turísticos

La Dirección de Competitividad y Sostenibilidad Turística juega un papel crucial en el impulso del crecimiento económico, la generación de empleo y la atracción de inversiones. Durante el año 2024, se lograron importantes avances que reflejan el



compromiso de la Dirección con la promoción de un turismo sostenible y competitivo. Entre los aspectos más destacados se encuentran los siguientes:

- **Aprobación de Nuevos Contratos Turísticos**

Durante este periodo, se aprobó la incorporación de dos nuevos contratos turísticos que marcarán un hito en el crecimiento y diversificación de la oferta turística en el país. Los proyectos beneficiados fueron el Hotel Habitas Santa Teresa y el ESP Hotel & Spa, los cuales contribuirán significativamente al desarrollo de sus respectivas regiones. Estos nuevos contratos no solo amplían la capacidad de alojamiento y servicios turísticos, sino que también generan empleo y dinamizan las economías locales.

- **Trámites y Solicitudes**

Se gestionaron 50 solicitudes de empresas con contratos turísticos para diversos trámites, lo que incluyó cambios de apoderados, planes de compras y modificaciones en cronogramas de actividades. Además, se procesaron 13 solicitudes de cancelación de contratos turísticos, debido a factores como cambios de propietarios y la renuncia a la Declaratoria Turística, lo que demuestra la continua adaptación del sector a nuevas realidades.

- **Empresas Destacadas en Trámites**

Entre las empresas que destacaron por la realización de trámites relevantes, se encuentran el Hotel Playa Pochote Resort, Hotel Homewood Suites Cariari by Hilton y Hotel Sheraton San José Hotel & Casino, entre otras, contribuyendo al dinamismo y expansión del sector turístico nacional. Estas empresas han demostrado un compromiso con la excelencia y la mejora continua, lo que fortalece la competitividad del destino turístico costarricense.

- **Procedimientos y Propuestas**

Se presentó el Procedimiento de Formalización de Aclaración del Requisito de Planos Constructivos y se modificó el Procedimiento para la Desafectación de Bienes Exentos en Fideicomisos de Garantía, con el objetivo de optimizar los procesos regulatorios y fortalecer la transparencia en la gestión. Además, se propuso un nuevo plazo de ejecución para contratos turísticos enfocado en agencias de viajes receptoras, transporte acuático y arrendamiento de vehículos, facilitando la competitividad y sostenibilidad del sector. Estas iniciativas reflejan el



compromiso de la Dirección con la mejora continua de los marcos regulatorios y la promoción de un entorno favorable para la inversión turística.

- **Charlas y Asesoramiento**

Como parte de nuestras iniciativas de formación y orientación, se ofrecieron diversas charlas sobre la Ley de Incentivos Turísticos a empresarios, emprendedores y estudiantes, brindando herramientas clave para la gestión del sector. Igualmente, se ofreció asesoramiento especializado a empresas interesadas en obtener o mejorar su contrato turístico, impulsando así el fortalecimiento de la industria. Estas actividades de capacitación y asesoramiento son esenciales para fomentar una cultura de calidad y sostenibilidad en el turismo.

- **Finiquitos de Contrato Turístico**

En 2024, el ICT logró finiquitar 88 empresas bajo el marco de la Ley No. 6990, destacando su compromiso con la transparencia y eficiencia en la gestión de incentivos turísticos. Este proceso asegura la correcta finalización y cumplimiento de los proyectos turísticos, garantizando que se han alcanzado los objetivos y beneficios esperados.

El finiquito, en cumplimiento con las disposiciones de la Contraloría General de la República y la Procuraduría General de la República, formaliza la finalización de los beneficios fiscales otorgados. Aunque no implica la disposición de bienes, las empresas deben seguir utilizando correctamente los bienes exonerados. Esta gestión no cancela el contrato turístico, sino que asegura que los beneficios fiscales ya no son válidos, facilitando la liquidación de bienes según la Ley 10286.

Estos logros reflejan el compromiso del ICT con el desarrollo sostenible del turismo en Costa Rica, promoviendo la inversión y reinversión en la industria turística y asegurando el cumplimiento de los objetivos establecidos.

- **Comisión Reguladora de Turismo**

Este año, se inició un nuevo período para los directores de la Comisión Reguladora de Turismo, con la incorporación de representantes clave de instituciones como el Instituto Costarricense de Turismo, el Ministerio de Economía, el Ministerio de Hacienda y la Cámara Nacional de Turismo, con el propósito de reforzar las políticas públicas y continuar con la regulación efectiva del sector. La renovación de la



Comisión asegura una gobernanza sólida y una visión estratégica para el desarrollo turístico del país.

- **Trámites de exoneración de la Ley No. 6990**

En 2024, se lograron importantes avances en la exención de impuestos para empresas turísticas con Contrato Turístico según la Ley No. 6990, "Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico". El ICT participó como entidad recomendadora de estos incentivos, que son cruciales para el crecimiento sostenible del sector turístico y la creación de empleo, fomentando la demanda de productos y servicios locales y mejorando la calidad de vida en las comunidades.

Cinco empresas de hospedaje gestionaron solicitudes de exoneración a través de la plataforma EXONET del Ministerio de Hacienda, enfocándose en compras locales e importaciones. El Ministerio de Hacienda autorizó 1863 solicitudes de exoneración para los siguientes proyectos hoteleros:

- Hotel Playa Pochote Resort - Península Papagayo
- Hotel Waldorf Astoria Cacique Guanacaste
- Hotel Hyatt Centric San José Escazú
- Hotel Hampton by Hilton Guanacaste Airport
- Hotel Homewood Suites Cariari by Hilton

CUADRO N°1	
RESUMEN DE AUTORIZACIONES DE TRÁMITES	
EXONERACIONES DE INCENTIVOS TURÍSTICOS DEL 2024.	
TIPO DE TRÁMITE	CANTIDAD
Autorizaciones de solicitudes exoneraciones de mercancía importada	112
Autorizaciones de solicitudes de exoneración de compra local concreta	1742
Autorizaciones de solicitudes de exoneración de compra local genérica	7
Autorización de solicitudes de liquidación	2
Total	1863
Fuente: Dirección de Gestión Turística, 2024	

En términos monetarios, se otorgaron exoneraciones por un total de ₡2.094.415.511,31 en compras locales y \$793.478.953,19 en impuestos sobre mercancías importadas. Estos montos representan un impulso significativo para los



nuevos proyectos, permitiendo a los beneficiarios reinvertir en infraestructura, calidad del servicio y competitividad.

Durante 2024, el ICT y el Ministerio de Hacienda generaron una guía para que las empresas con contrato turístico pudieran aplicar la exoneración de tipo genérica. Esta opción permite disfrutar del beneficio de exoneración de manera expedita, ya que se otorgan autorizaciones de códigos específicos de bienes antes de la compra, emitiendo facturas sin impuestos.

Se gestionaron dos recomendaciones técnicas para la liquidación de bienes de Enjoy Hotels & Resorts S.A., del Hotel El Mangroove, coordinando con el Ministerio de Hacienda debido a la exoneración basada en un avalúo.

Finalmente, se realizaron catorce actividades de capacitación y asesoría en trámites de exoneración, dirigidas a los encargados de elaborar las solicitudes de las empresas beneficiarias. Estas actividades mejoraron la precisión y eficiencia del proceso de exoneraciones según la Ley No. 6990.



Departamento de Centros Regionales para el apoyo del Turista y el Empresario

En 2024, el Departamento de Centros Regionales (DCRA) continuó cumpliendo su misión de acercar los servicios del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) a los empresarios y comunidades de las distintas regiones del país, facilitando la conexión entre las Oficinas Centrales y las zonas más alejadas del Valle Central. El departamento logró fortalecer el vínculo entre empresarios, turistas y gobiernos locales, mejorando la calidad de los servicios turísticos y brindando apoyo y asesoría a los empresarios para mejorar sus atractivos y servicios. Logros Destacados del Departamento de Centros Regionales en 2024:

Fortalecimiento del Servicio al Empresario y al Turista

Se logró fortalecer el servicio al empresario y al turista mediante un apoyo constante y asesoría personalizada, tanto de manera presencial como a través de teletrabajo. El uso de plataformas como ZOOM y TEAMS permitió ofrecer capacitaciones y charlas especializadas, facilitando el desarrollo turístico en diversas regiones del país y mejorando la calidad del servicio brindado tanto a empresarios como a turistas.

Declaratoria Turística y Certificación en Sostenibilidad

Se alcanzó un importante logro en la promoción de la calidad y sostenibilidad del sector turístico, otorgando nuevas Declaratorias Turísticas (DT) y Certificados de Sostenibilidad Turística (CST), así como renovaciones, a empresas a nivel nacional. Este esfuerzo, realizado en colaboración con el Departamento de Gestión y Registro de Empresas y el Departamento de Sostenibilidad Turística, contribuyó significativamente a fortalecer la competitividad y el compromiso con la sostenibilidad de las empresas del sector.

Licenciamiento de Marca País

Se logró la aprobación y renovación del licenciamiento de Marca País para diversas empresas, lo que contribuyó significativamente a la visibilidad internacional de Costa Rica como un destino turístico de calidad. Este esfuerzo

fortaleció la identidad de marca del país y apoyó a las empresas en su posicionamiento en mercados internacionales.

Participación en Comisiones y Programas Estratégicos

El Departamento destacó por su activa participación en diversas comisiones y programas estratégicos clave para el desarrollo del turismo en Costa Rica. La jefatura del departamento y su equipo contribuyeron de manera significativa en la Comisión de Guiado de Turismo (CONAGUITUR), la Comisión de Mejora Regulatoria, la Comisión Nacional de Emergencias (CNE), el Comité Carbono Neutral, Comisión de Ética, el Comité Local SIPAM-DOTA, la Comisión Nacional del Programa Bandera Azul Ecológica (BAE). Esta participación fortaleció la presencia institucional y promovió la colaboración interinstitucional en temas cruciales para la sostenibilidad y el crecimiento del sector turístico.

Programa Bandera Azul Ecológica

Se lograron avances significativos en el Programa Bandera Azul Ecológica (BAE), destacando la organización del evento anual de entrega de galardones en las regiones de Puntarenas, Guanacaste, Quepos y Limón. Estas acciones promovieron la sostenibilidad en las zonas turísticas, reconociendo los esfuerzos de las



comunidades y empresas comprometidas con prácticas ecológicas responsables y contribuyendo al desarrollo de un turismo más sostenible en el país.

Entrega Galardones. Fuente: Departamento de Centros Regionales para el apoyo del Turista y el Empresario



Reconocimientos y Participación en Eventos de Marca País

Se consolidó el fortalecimiento de la comunidad licenciataria de Marca País a través de la entrega de reconocimientos de Licenciamiento de Marca País en diversas regiones San José, Alajuela, Heredia, Cartago, Puntarenas, Quepos, Río Claro, Limón y Llanuras del Norte.

Además, la participación en el ForumB2B 2024, organizado por PROCOMER, permitió fortalecer la presencia de Costa Rica en el ámbito internacional, promoviendo la visibilidad de las empresas y reforzando el posicionamiento del país como un destino turístico de calidad.

Seguimiento y Acompañamiento Continuo

Se fortaleció la comunicación interna y la gestión efectiva mediante visitas periódicas de las Oficinas Centrales a los centros regionales, con el objetivo de garantizar el éxito de los servicios ofrecidos y asegurar resultados positivos en áreas clave como el registro de empresas, sostenibilidad, Marca País y el programa BAE.

CUADRO N°01						
RESUMEN DE TRÁMITES REALIZADOS, ENERO-DICIEMBRE DEL 2024						
OFICINA REGIONAL	NUEVAS EMPRESAS INSPECCIONADAS	INSPECCIONES DE OFERTA DECLARADA	COMITÉS INSCRITOS PROGRAMA BAE	TALLERES CÓDIGO DE CONDUCTA	NUEVAS EMPRESAS CON LICENCIAMIENTO DE USO DE MARCA PAÍS	
1.	Guanacaste	7	11	29	0	8
2.	Puntarenas	12	52	41	1	3
3.	Llanuras de Norte	15	67	0	6	2
4.	Pacífico Medio	12	35	22	0	3
5.	Pacífico Sur	15	34	20	0	4
6.	Limón	7	14	21	5	1
7.	San José	0	0	0	0	17
	Total general	68	213	133	12	38

Fuente: PAO 2024, Departamento de Centros Regionales para el Apoyo del Turista y el Empresario

Fuente: Departamento de Centros Regionales para el apoyo del Turista y el Empresario, 2024



Estos logros reflejan el compromiso continuo del Departamento de Centros Regionales con el desarrollo del sector turístico, asegurando un acompañamiento cercano a los empresarios y mejorando la experiencia del turista en todo el país.

Departamento de Gestión y Registro de Empresas Turísticas

El Departamento de Gestión y Registro de Empresas Turísticas (DGRE) se dedica a brindar información y asesoría sobre la inclusión de empresas y actividades en el sector turístico, y a gestionar el programa de Declaratoria Turística. En 2024, el DGRE reafirmó su compromiso con el desarrollo y la sostenibilidad del turismo en Costa Rica mediante diversas acciones clave. Se asesoró a empresarios para obtener la Declaratoria Turística, se acreditaron guías de turismo y se emitieron certificados para empresas de Transporte Terrestre Turístico. Además, se realizaron inspecciones para garantizar el cumplimiento de las normativas y se promovió la descarbonización del transporte turístico, alineándose con las políticas nacionales de sostenibilidad.

Acciones en Materia de Oferta con Declaratoria Turística

El año pasado se lograron importantes avances en la Oferta con Declaratoria Turística, alcanzando un total de 2,011 establecimientos reconocidos a nivel nacional, reflejando un compromiso con la calidad en diversas actividades turísticas. Puntarenas lideró con el 28% de participación, seguida por San José con un 21%. En Puntarenas, las actividades predominantes fueron agencias de viajes, hospedajes y gastronomía, mientras que en San José destacó el sector gastronómico con 21 establecimientos distinguidos.

En cuanto a los proyectos, se registraron 11 nuevos establecimientos de hospedaje turístico, sumando 692 habitaciones adicionales a la oferta nacional. Además, la actividad turística temática, que incluye experiencias recreativas y culturales, alcanzó 132 establecimientos con calidad turística, reflejando una diversificación positiva de la oferta.

Las provincias de San José, Puntarenas y Guanacaste concentraron el 69% de los establecimientos con Declaratoria Turística, destacándose en actividades de hospedaje (34%), agencias de viajes (29%), gastronomía (19%) y actividades turísticas temáticas (7%). Estos logros reflejan un esfuerzo continuo por mejorar la competitividad y la calidad de los servicios turísticos en Costa Rica.

GRAFICO N° 1
Establecimientos declarados Turísticos 2024
Por provincia

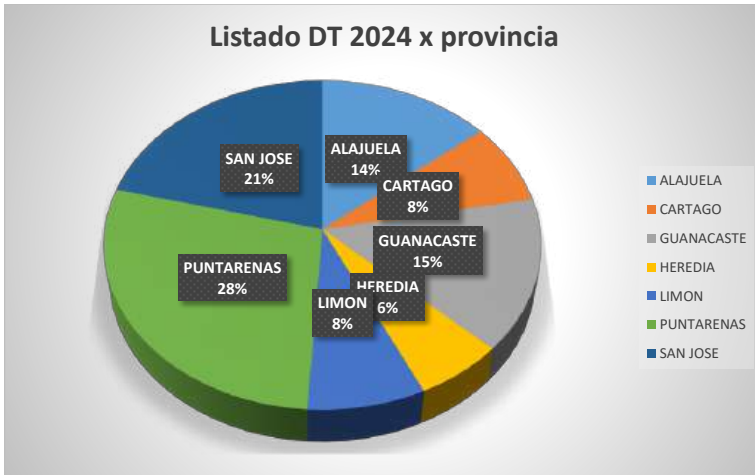


GRAFICO N° 3
Establecimientos declarados Turísticos Total
Por provincia

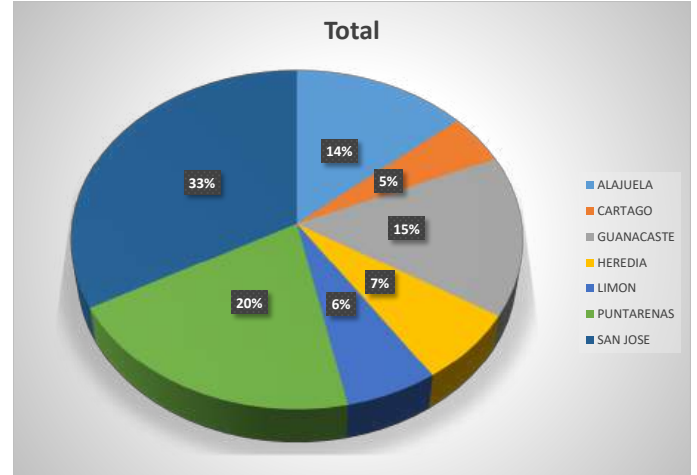
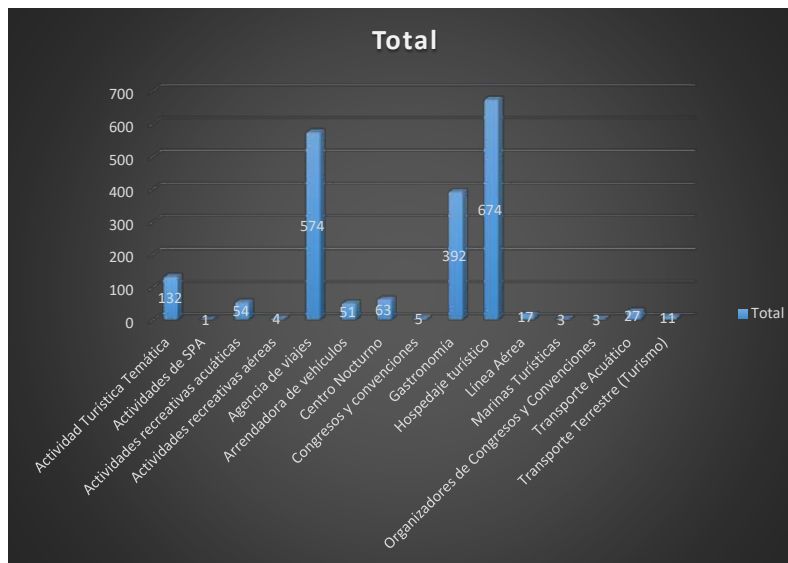


GRAFICO N° 2
Establecimientos declarados Turísticos Total
Por actividad Turística



Fuente Departamento de Gestión y Registro de Empresas Turísticas (DGRE), 2024

Asesoría y acompañamiento de empresarios y emprendedores en materia de calidad turística

El Departamento brindó asesoría y apoyo a empresarios turísticos mediante eventos regionales en colaboración con Municipalidades locales, promoviendo la Declaratoria Turística (DT) y mejorando la calidad del servicio en zonas como Osa, Turrialba, Guácimo y Liberia. Se realizaron capacitaciones sobre Servicio a la Clientela con Enfoque Turístico y la implementación de la DT, además de orientación sobre manuales de evaluación y el Certificado de Transporte Terrestre Turístico. Estos esfuerzos fortalecieron la competitividad del sector y promovieron la mejora continua de la oferta turística a nivel nacional.



Asesorías. Fuente Departamento de Gestión y Registro de Empresas Turísticas (DGRE), 2024

Acreditación de Guías de Turismo

Al cierre del cuarto trimestre de 2024, se tramitaron 724 expedientes de credenciales de guías de turismo, de los cuales 308 fueron solicitudes iniciales y 416 renovaciones, reflejando un compromiso constante con la profesionalización del sector. La Comisión Nacional de Guiado de Turismo (CONAGUITUR) realizó siete sesiones enfocadas en fortalecer y regular la actividad de los guías en el país. Estos logros contribuyen significativamente al desarrollo del sector turístico,



asegurando que los guías cuenten con las credenciales necesarias para ofrecer servicios de calidad.

Certificados para Empresas de Transporte Terrestre Turístico

Se cumplió con la disposición G-1605-2022, que requería la renovación de certificados para todos los prestatarios de Transporte Terrestre Turístico durante la temporada verde. Se brindó asistencia continua a los usuarios, facilitando el proceso con formatos específicos para simplificar los trámites.

Hasta el 15 de diciembre, se tramitaron 2,008 solicitudes, de las cuales 315 fueron nuevas, 281 correspondieron a aumentos de flota y 1,386 a renovaciones. Además, se gestionaron 14 solicitudes por reposición o sustitución de unidades y se archivaron 12 trámites. Este proceso permitió mantener un control adecuado sobre las empresas de transporte, asegurando su cumplimiento con las normativas y contribuyendo a la mejora del servicio en el sector.

Control y Calidad de las Empresas con Declaratoria Turística

Con el objetivo de mejorar la calidad y competitividad del sector turístico, durante 2024 se implementaron acciones de supervisión a empresas en el Valle Central, asegurando que cumplieran con los estándares establecidos para las empresas con Declaratoria Turística (DT), Contrato Turístico y Transporte Terrestre. Se realizaron un total de 214 visitas, de las cuales 82 fueron a establecimientos en proceso de obtener la DT, 88 a empresas con DT vigente y 44 se centraron en brindar asesoría para mejorar la calidad de los servicios. Estas acciones contribuyeron a elevar los estándares en las operaciones de las empresas turísticas.

Esfuerzos de Descarbonización del Transporte Turístico

Se destacó la realización de la charla "Eco-turismo eléctrico: Rutas Sostenibles hacia un futuro verde en Costa Rica", enfocada en promover el eco-turismo eléctrico como una alternativa clave para un turismo más sostenible. Este evento contribuyó al avance del sector turístico hacia un futuro más verde, alineado con los esfuerzos nacionales de descarbonización y subrayó el compromiso del sector con la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.



Hospedaje No Tradicional

Se logró un avance significativo en la diversificación de la oferta de alojamiento en el país, con el registro de empresas de hospedaje no tradicional. Este proceso, que facilitó la inscripción a través de la plataforma electrónica institucional, permitió recibir 400 solicitudes y, actualmente, contar con 1,319 empresas registradas bajo esta modalidad, reflejando el crecimiento y la ampliación de opciones para los turistas.

Departamento de Atención al Turista (DATU)

En 2024, el Departamento de Servicio al Turista avanzó en la mejora de la experiencia turística en Costa Rica, fortaleciendo la seguridad y accesibilidad de los turistas. Se implementaron alianzas estratégicas para mejorar la señalización en carreteras y colocar rótulos preventivos en playas, lo que contribuyó a un entorno más seguro y al crecimiento del turismo. Estas acciones optimizaron la atención a los visitantes y reforzaron la infraestructura, consolidando a Costa Rica como un destino turístico seguro y bien preparado. A continuación las acciones destacadas en 2024:

Asistente Virtual (Chatbot)

En 2024, se implementó el Asistente Virtual (Chatbot) como una herramienta clave para mejorar la atención a los turistas. Esta plataforma permitió responder automáticamente a consultas, redirigiendo a un funcionario cuando fuera necesario, y ofreciendo atención fuera del horario laboral mediante correo electrónico. Integrado con la página Visit Costa Rica, el sistema utilizó algoritmos especializados para brindar respuestas precisas. Como resultado, se atendieron aproximadamente 11,000 consultas, consolidándose como una herramienta fundamental para la comunicación con los visitantes.

Campaña Radiográfica de Prevención y Buen Trato al Turista

El Departamento de Servicio al Turista lanzó la campaña Radiográfica de Prevención y Buen Trato al Turista, con el objetivo de sensibilizar a la población sobre la importancia del turismo y la necesidad de brindar un trato seguro y adecuado a los visitantes. La campaña, iniciada en marzo y replicada en julio y diciembre, reflejó el compromiso con la sostenibilidad y el crecimiento del sector.

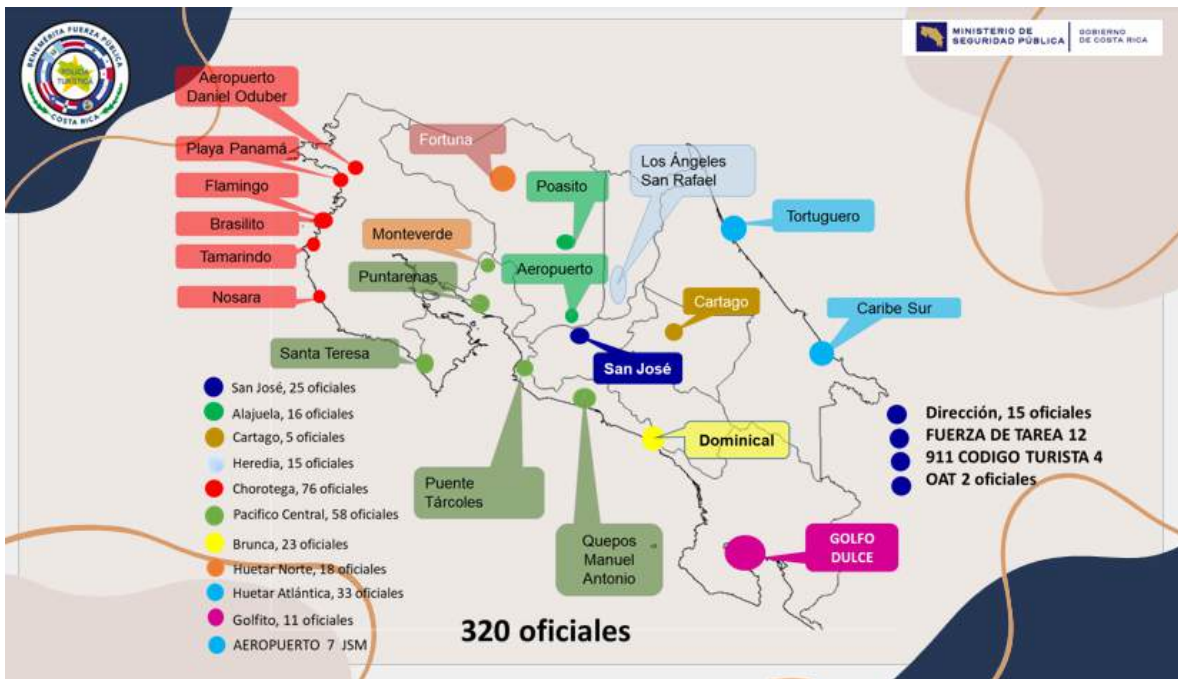
Se desarrollaron tres tipos de mensajes centrados en consejos de seguridad y el fomento de un trato amable. Estos mensajes fueron difundidos a través de emisoras radiales de alto alcance, como la Cadena Radial Costarricense y el Sistema Nacional

de Radio y Televisión, llegando a todas las zonas del país y alcanzando a la población costarricense en su totalidad.

Convenio de Cooperación entre el ICT y el Ministerio de Seguridad Pública para el Fortalecimiento de la Policía Turística

Se fortaleció su colaboración con el Ministerio de Seguridad Pública mediante un convenio de cooperación para mejorar la seguridad turística. Esta alianza permitió contar con 320 efectivos especializados en resguardar la seguridad de los turistas en las principales zonas turísticas del país.

Además, se apoyó la adquisición de 1,730 uniformes para las fuerzas policiales en diversas regiones turísticas, mejorando así las condiciones de los oficiales para realizar su labor de manera eficiente y profesional.



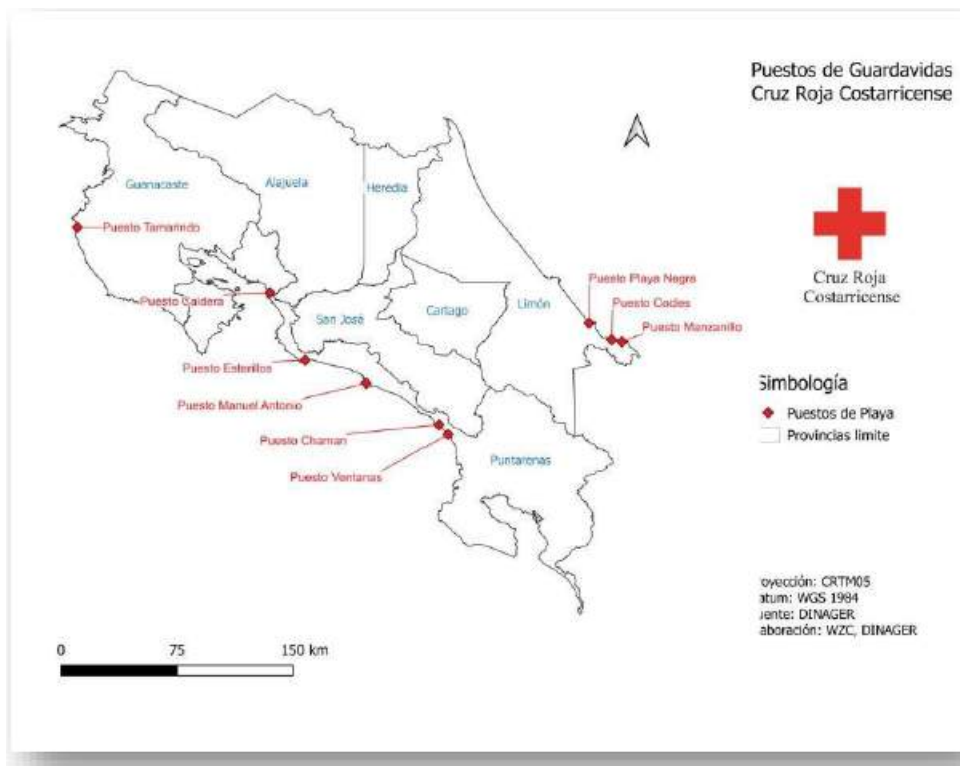
Fuente: Departamento de Atención al Turista, 2024

Convenio de Cooperación entre el ICT y la Cruz Roja Costarricense

Se mantuvo el convenio de cooperación entre el Instituto Costarricense de Turismo y la Cruz Roja Costarricense para garantizar la seguridad en las playas de alta afluencia turística, tanto nacionales como internacionales. Esta colaboración

fortaleció las labores de prevención y rescate, esenciales para la seguridad de los turistas.

Gracias a este acuerdo, se contó con 27 guardavidas, y se adquirió equipo necesario para sus operaciones, como bloqueador solar, hidratantes, uniformes, y equipo de rescate y primeros auxilios. Además, se realizaron dos capacitaciones en el curso Básico de Primeros Auxilios para cinco guardavidas y se llevaron a cabo valoraciones físicas y reclutamientos para nuevos miembros del cuerpo. Como resultado de esta colaboración, se generó un informe anual con las estadísticas de prevención, rescates, primeros auxilios y decesos en las playas más visitadas.



Fuente: Departamento de Atención al Turista, 2024

Convenio de Cooperación entre el ICT y el Ministerio de Obras Públicas y Transportes para el Diseño, Elaboración e Instalación de Señales de Información Vial y Turística

Se avanzó en el convenio de cooperación entre el Instituto Costarricense de Turismo y el Ministerio de Obras Públicas y Transportes, iniciado en agosto de 2023, para mejorar la señalización vial y turística en el país. Este programa conjunto tiene como objetivo facilitar el desplazamiento y ubicación de turistas, tanto nacionales como internacionales, en las principales rutas del país.

Como resultado de este esfuerzo, se instalaron 300 nuevas señales en diversos destinos turísticos, contribuyendo a una mejor orientación y accesibilidad para los visitantes.

Comisión Nacional para la Prevención y Atención de Ahogamientos (CONAPAA)

La Comisión Nacional para la Prevención y Atención de Ahogamientos continuó avanzando en su misión de aumentar la presencia de Guardavidas en las playas y mejorar la seguridad de los visitantes, tal como lo establece la Ley N° 9780. El trabajo de la comisión se centró en la definición de cursos oficiales para Guardavidas, la implementación de programas de certificación y la gestión de recursos a través de las municipalidades.

Asimismo, se impulsó una reforma al artículo 59 de la Ley 6043, con el objetivo de que hasta un 40% del canon obtenido por concesiones en la zona marítimo-terrestre se destine a la contratación de Guardavidas, la compra de equipamiento y la construcción de torres. Estas acciones, que seguirán desarrollándose, buscan fortalecer la seguridad en las playas y fomentar el turismo en el país.

Recepción y Atención de Quejas

El Departamento de Servicio al Turista continuó ofreciendo mecanismos eficaces para la recepción y atención de quejas de los turistas, relacionadas con incumplimiento de servicios, cobros indebidos o mala atención por parte de empresas turísticas. Este servicio se enfocó en asesorar y acompañar a los afectados, asegurando la defensa de sus derechos y mejorando la experiencia turística.

Durante el año, se recibieron un total de 244 quejas, resolviéndose satisfactoriamente el 85% de ellas para los turistas. Además, se tramitaron 89 expedientes ante la Comisión Nacional del Consumidor del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), de los cuales 23 fueron presentados en 2024. Los casos pendientes de años anteriores fueron detallados y atendidos durante el período.

El Departamento también participó en 14 audiencias ante el MEIC, brindando acompañamiento a turistas tanto nacionales como internacionales en las etapas de conciliación y procedimientos administrativos. Además, se atendieron 195 consultas telefónicas, asegurando un seguimiento adecuado a los casos.



Fuente: Departamento de Atención al Turista, 2024

Capacitación

Se logró capacitar a 25 cónsules de representaciones extranjeras en Costa Rica, en colaboración con la Comisión Nacional de Emergencias (CNE), fortaleciendo su capacidad para gestionar situaciones de emergencia turística. Los participantes adquirieron conocimientos clave en gestión de riesgos, amenazas en el país y planes de respuesta ante emergencias, lo que les permitió orientar y actuar de manera más efectiva en apoyo a los turistas. Esta capacitación contribuyó a mejorar la seguridad y asistencia a los visitantes, con el compromiso de los cónsules de colaborar en futuras iniciativas de interés común.



Departamento de Sostenibilidad Turística

El año 2024 representa un periodo de avances y logros significativos para el Departamento de Sostenibilidad Turística (DST), destacándose en un contexto global que valora cada vez más las prácticas sostenibles en el turismo. Se trabajó arduamente para implementar y promover programas e iniciativas que beneficiaron tanto a la institución como al sector turístico, impactando positivamente el entorno ambiental, cultural y socioeconómico del destino. Estos esfuerzos fortalecieron la posición de Costa Rica como líder en turismo responsable y sostenible a nivel mundial.

A lo largo del año, el departamento se enfocó en diversas áreas clave, incluyendo el desarrollo de programas que impulsan la sostenibilidad en el sector empresarial y el liderazgo de comisiones que promueven la sostenibilidad a nivel institucional.

Certificación para la Igualdad de Género en el ámbito laboral

El liderazgo y la coordinación de la Comisión para la Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres han permitido avanzar aproximadamente un 80% del Plan de Acción, encaminándose hacia la obtención de la Certificación para la Igualdad de Género en el ámbito laboral en 2025, conforme a las normas INTEG38.

Gestión Ambiental

La Gestión Ambiental del ICT logró importantes avances y reconocimientos. La institución implementó el Programa de Gestión Ambiental (PGAI) y obtuvo el reconocimiento de Excelencia Ambiental, otorgado solo a instituciones con una nota superior al 92.5%. Además, participó en el programa Bandera Azul Ecológica en la categoría Cambio Climático, logrando 6 estrellas blancas y 1 plateada, y ejecutó con éxito la auditoría para obtener el reconocimiento Carbono Neutral.

La Comisión Ambiental Institucional, liderada por el ICT, llevó a cabo trece sesiones y diversas actividades, incluyendo la divulgación de la política ambiental, coordinación de charlas y limpieza de la Isla San Lucas, donde se recolectaron 74 kg de residuos. También se apoyó la restauración del Monumento Nacional



Guayabo y la limpieza de mar convocada por FAICO (Fundación Amigos Isla del Coco). Se colaboró con ProParques y la Campaña Dona Tapa para crear playas accesibles, entregando 210.83 kg de tapas plásticas.

Se otorgaron 38,902 Ecoins a los funcionarios por el material de reciclaje que trajeron de sus casas, y se realizó con éxito la Feria Ambiental anual del ICT, promoviendo la Economía Circular con el apoyo del Proyecto TEVU (Transición hacia una Economía Verde Urbana). Según la auditoría externa del Sistema de Gases de Efecto Invernadero (GEI), se identificaron áreas de mejora en la recopilación de datos y registro del consumo de combustible. En 2023, se compensaron 1,557.58 toneladas de CO₂e con Fonafifo, destacando que la mayor parte de las emisiones del ICT provienen del transporte.

Estos logros reflejan el compromiso del ICT con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente, fortaleciendo su posición como líder en turismo responsable y sostenible.

Certificación de Sostenibilidad Turística (CST)

Durante el periodo 2024, el Programa de la Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST) logró avances significativos, incluyendo la renovación del Estándar para alinearlos con las tendencias actuales. Este proceso de mejora continua ha hecho que el instrumento sea más relevante para el sector.

El CST se ha posicionado firmemente en la industria turística mediante actividades que reúnen a empresarios para introducirlos al proceso de certificación y facilitar la interpretación de criterios e indicadores del Estándar CST. Durante 2024, se auditaron 81 empresas, de las cuales 75 fueron certificadas: 28 en el nivel Básico y 47 en el nivel Elite, provenientes de todas las provincias del país. Esto representa un aumento del 20.97% en el número de empresas certificadas en comparación con 2023.

A pesar de los retos significativos derivados de la emergencia climática que afectó al país en el último trimestre del año, impactando giras de trabajo y talleres en zonas clave, el programa logró superar las metas establecidas. Esto demuestra la capacidad de adaptación y resiliencia del equipo del CST.



Programa Código de Conducta

El Programa Código de Conducta se consolidó como una herramienta clave para la protección de los derechos de niñas, niños y adolescentes en el turismo. A través de diversas actividades, alianzas estratégicas y la participación de actores clave del sector, el programa reafirmó su compromiso con un turismo responsable, ético y sostenible.

Un logro destacado fue la organización de la XVII Reunión Anual del Grupo de Acción Regional de las Américas (GARA) del 3 al 7 de junio, siendo Costa Rica sede por primera vez. Este importante encuentro regional reunió a representantes de 11 países de América Latina, observadores internacionales y líderes globales, como la Dra. Najat Maala M'jid, Representante Especial de la ONU sobre la Violencia contra la Niñez.

A pesar de los retos para ampliar su alcance, el programa contó con la participación de 145 empresas en los talleres. Sin embargo, se identificó la necesidad de fortalecer el proceso para firmar el compromiso y el llamado a la acción.

La reunión del GARA evidenció la importancia de la cooperación entre países de la región y resaltó la necesidad de generar acuerdos más concretos y mecanismos permanentes de colaboración para asegurar un trabajo continuo en la prevención del delito.

Programa Tu-MoDeLo

El programa Tu-MoDeLo (Turismo Motor de Desarrollo Local) continuó su esfuerzo interinstitucional para aprovechar el potencial del sector turístico como motor para el desarrollo rural mediante la compra local y sostenible de productos agrícolas. Actualmente, el programa cuenta con 47 empresas suscritas, de las cuales 12 se inscribieron en 2024 a través de la firma de compromiso en la página web turismo-sostenible.co.cr.

Se ha mantenido la coordinación interinstitucional para crear una hoja de ruta que impulse aún más el impacto del programa. Entre los retos abordados se encuentran la identificación y refuerzo del trabajo con las empresas tractoras para asegurar la disponibilidad de productos según la demanda y la canalización de información entre las instituciones para mejorar la implementación del programa.



Estos logros evidencian el compromiso del programa Tu-MoDeLo con el desarrollo rural sostenible y la promoción de la compra local, fortaleciendo así la economía y el bienestar de las comunidades rurales.

ONU Turismo

En enero de 2024, Costa Rica ganó la Presidencia del Comité de Turismo y Sostenibilidad de ONU Turismo, destacando su compromiso con la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (CMNUCC) y el Acuerdo de París. Este liderazgo se alinea con la Contribución Nacionalmente Determinada y el Plan Nacional de Descarbonización, y se refuerza con la firma de la Declaración de Glasgow, acelerando la acción climática en el turismo.

En 2024, se estableció un plan de trabajo para cumplir con estos compromisos. La Declaración de Glasgow y el Programa de Plásticos en Turismo, junto con otros programas del Departamento de Sostenibilidad Turística del ICT, fomentaron colaboraciones con organizaciones locales e internacionales como Zero Waste Costa Rica, Ecohéroes, 5 Minute Foundation, Universidad de Costa Rica, GIZ y FONAFIFO.



Departamento de Conectividad y Atracción de Inversiones

El Departamento de Conectividad y Atracción de Inversiones (DCA) promueve el desarrollo sostenible del turismo y el crecimiento de los canales de acceso para turistas, excursionistas y cruceristas en Costa Rica, generando oportunidades económicas y sociales.

El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) tiene una estrategia para atraer líneas aéreas, manteniendo un contacto continuo con los principales tomadores de decisiones de aerolíneas, aeropuertos y destinos, para analizar nuevas oportunidades de mercado y mejorar los servicios existentes, con el objetivo de aumentar el turismo.

El Departamento es responsable de atender a posibles inversionistas en el ámbito turístico, tanto nacionales como extranjeros. Además, gestiona las relaciones con líneas aéreas y empresas operadoras de cruceros, con el objetivo de incrementar el ingreso de turistas y agregar valor al producto turístico ofrecido.

Atracción de Líneas Aéreas

El año pasado, el área de atracción de líneas aéreas del ICT (Instituto Costarricense de Turismo) incentivó el crecimiento del turismo aéreo en Costa Rica mediante una estrategia efectiva. En 2024, Costa Rica recibió 2,661,488 turistas por vía aérea, un aumento del 7.7% respecto a 2023. Se recuperaron casi todas las aerolíneas y rutas operativas antes de la pandemia, y se abrieron nuevas rutas desde Estados Unidos y Brasil. Este éxito se reflejó positivamente en los aeropuertos internacionales Daniel Oduber y Juan Santamaría.

El programa de atracción de líneas aéreas implementó acciones concretas, como reuniones de negociación y asistencia a eventos internacionales, logrando abarcar más destinos en Europa y facilitando la accesibilidad de turistas al país. En 2024, Costa Rica sumó cerca de 5 millones de asientos de avión disponibles, superando los 4.5 millones de 2023.

Se realizaron reuniones con las líneas aéreas que operan en Costa Rica, renegociaciones para el regreso de aerolíneas, aumento de frecuencias y



coordinación con actores involucrados en la operación aérea. Además, se llevaron a cabo reuniones estratégicas con la Presidencia, embajadores, IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo), agencias de relaciones públicas del ICT y ministros de turismo de otros países, junto con ambos aeropuertos internacionales, para promover la apertura de nuevos destinos.

El ICT participó activamente en ferias internacionales como FITUR, Routes Americas, World Routes, Connect Americas y WTM, generando nuevas oportunidades. Gracias a las acciones de promoción y negociación del Departamento de Conectividad y Atracción de Inversiones, a diciembre de 2024 se logró un aumento en las frecuencias de las aerolíneas que ya operan en el país, la apertura de nuevas rutas y la llegada de una nueva línea aérea. Esto incrementó el número de asientos disponibles y mejoró la conectividad de Costa Rica con sus principales mercados emisores.

TIPO DE LOGRO	AEROLÍNEA	DETALLE DEL LOGRO
VUELO NUEVO	GOL	Vuelo de São Paulo a San José.
VUELO NUEVO	VOLARIS	Guadalajara-San José San José-San Salvador
VUELO NUEVO	WINGO	Medellín-San José
VUELO NUEVO	AVIANCA	Buenos Aires-Guayaquil-San José San José-Panamá
VUELO NUEVO	ALASKA	Seattle-Liberia
VUELO NUEVO	ALASKA	San Francisco-Liberia
VUELO NUEVO	SOUTHWEST	Orlando-San José
VUELO NUEVO	DELTA	Boston-Liberia
VUELO NUEVO	SPIRIT	Houston-San José
VUELO NUEVO	AA	Filadelfia-Liberia
VUELO NUEVO	UNITED	San Francisco-San José San Francisco-Liberia
AUMENTO FRECUENCIAS	DE SPIRIT	San José-Fort Lauderdale y Orlando
AUMENTO FRECUENCIAS	DE AIR FRANCE	Vuelo diario Paris-San José
AUMENTO FRECUENCIA	DE IBEROJET	Aumento de frecuencias San José-Madrid
AUMENTO FRECUENCIA	DE AIR TRANSAT	Aumento de frecuencias Montreal-Liberia



AUMENTO FRECUENCIA	DE	AIR CANADA	Aumento de frecuencias Montreal-Liberia Aumento de frecuencias Montreal-San José
AUMENTO FRECUENCIA	DE	UNITED	Aumento de frecuencias Chicago-Liberia. Aumento de frecuencias Houston-Liberia. Aumento de frecuencias San Francisco-Liberia.

Atracción de Inversiones en Infraestructura Turística

El año pasado, el Área de Atracción de Inversiones en Infraestructura Turística del ICT incentivó la inversión en la industria turística de Costa Rica. Se realizaron 67 reuniones con inversionistas, cadenas hoteleras y desarrolladores, y se asesoraron 21 contratos turísticos. Además, se firmó un Convenio de Cooperación con PROCOMER para atraer inversión extranjera directa, generando más de 35 leads con proyectos potenciales.

El ICT participó en ferias internacionales como FITUR, SAHIC Latin America & The Caribbean, Hotel Opportunities Latin America, IHIF, FDI SUMMIT Costa Rica, WTM y CHICOS, coordinando reuniones con cadenas hoteleras y desarrolladores. Se realizó un seguimiento continuo a los proyectos de inversión registrados en Declaratoria Turística y se brindó asesoría en el proceso de inversión. El ICT y PROCOMER enfocaron sus esfuerzos en atender nuevas oportunidades de inversión y dar apoyo sistemático a proyectos en desarrollo y en proceso de confirmación, asegurando su sostenibilidad. Se participó activamente en la comisión de inversión extranjera directa, conformada por PROCOMER, ICT y el Banco Central, proyectando y analizando datos de inversión trimestralmente.

Además, se apoyaron proyectos de la Asamblea Legislativa para la reactivación económica y se trabajó en la elaboración del reglamento a la Ley N°. 10234. Durante el periodo, se visitaron centros de desarrollo turístico como Papagayo, Liberia, Golfito, Puerto Jiménez, Sierpe, Limón y Bijagua, realizando reuniones con gobiernos locales, cámaras de turismo e inversionistas.

Atracción de Líneas de Cruceros

En 2024, el sector de cruceros en Costa Rica tuvo un impacto significativo en la economía local, especialmente en las comunidades costeras. La llegada de cruceristas generó ingresos importantes para el comercio local, la gastronomía, el transporte y los servicios turísticos, además de crear empleo en áreas relacionadas como personal portuario y guías turísticos, promoviendo el desarrollo económico regional.

Durante el año, Costa Rica mantuvo una dinámica constante en todos los puertos autorizados y en destinos alternos visitados principalmente por cruceros de expedición.

Al 31 de diciembre de 2024, el país recibió

un total de 324 embarcaciones de cruceros y 301,163 pasajeros, tanto en cruceros de expedición como en cruceros de escala.

CRUCEROS / CRUCERISTAS 2024		
MES	CRUCEROS	CRUCERISTAS
Enero	84	67 807
Febrero	70	43 476
Marzo	55	38 516
Abril	21	24 269
Mayo	6	7 867
Junio	2	2 208
Julio	0	0
Agosto	0	0
Setiembre	2	2 574
Octubre	11	20 050
Noviembre	21	30 593
Diciembre	52	63 803

Fuente: Departamento de Conectividad y Atracción de Inversiones. 2024



Cruceros por primera vez en Costa Rica 2024

Crucero	Línea	Categoría	Pasajeros	Atraques	Puertos visitados
Le Dumont d'Urville (base)	Ponant	Expedición	1 628	15	Limón, Puntarenas, Quepos, Golfito
Oceania Vista	Oceania Cruises	Expedición	2 342	2	Limón Puntarenas
Oceania Nautica	Oceania Cruises	Expedición	1 104	2	Limón Puntarenas
Aurora	P&O Cruises	Expedición	1 674	1	Limón
Silver Nova	Silversea	Expedición	2 041	3	Limón Puntarenas Golfito
Silver Shadow	Silversea	Expedición	678	2	Puntarenas
Explora I	MSC Explora	Expedición	1 603	3	Limón, Puntarenas, Quepos
Amera	Phoenix Reisen	Expedición	768	1	Limón
SH Diana (base)	Swan Hellenic	Expedición	266	4	Playas del Coco, Puntarenas, Quepos, Golfito
Aida Bella	Aida Cruises	Escala	1 762	1	Limón
Carnival Miracle	Carnival Cruise Line	Escala	5 098	3	Limón, Puntarenas
Carnival Liberty	Carnival Cruise Line	Escala	2 380	1	Limón
Explorer of the Seas	Royal Caribbean	Escala	4 982	2	Limón
13	Totales		26 306	40	

Fuente: Departamento de Conectividad y Atracción de Inversiones. 2024

El año pasado, 13 embarcaciones visitaron Costa Rica por primera vez, de las cuales 9 fueron cruceros de expedición. El 68% de los cruceros que arriban a Costa Rica son de expedición, y el 87% de estos visitan los puertos de la costa Pacífica del país.

El área de Cruceros del Departamento de Conectividad y Atracción de Inversiones del ICT (Instituto Costarricense de Turismo) trabajó en diversas acciones para alcanzar sus objetivos y metas. Se llevaron a cabo 30 reuniones con líneas de cruceros como Azamara,

Carnival, Silversea, Windstar, Disney, Norwegian, MSC, P&O, Cunard, Royal Caribbean, SeaDream, Explora Journey, Four Seasons Yachts, Star Clipper, Viking Cruises, Expeditions Experience, Ponant, Sea Cloud, Abercrombie & Kent, Scenic, Virgin Voyager y Seabourn. Estas reuniones permitieron determinar oportunidades de promoción del destino y brindar apoyo a las operaciones actuales, asegurando la posibilidad de futuras operaciones.

Adicionalmente, se sostuvieron reuniones con actores clave de la industria de yates y súper yates como Burgess, Eastwind Yachts y Deo Juvante Yachts, YATCO, USSA, Geosyntec y Hystream Yachts, fortaleciendo la actividad en el destino. Se realizaron reuniones estratégicas con autoridades portuarias, entidades de gobierno, empresas privadas y asociaciones internacionales de cruceros para analizar y concretar acciones que promuevan la atención y arribo de cruceros de expedición y escala.

El ICT participó en cinco eventos internacionales (Seatrade Cruise Global, FCCA PAMAC, Seatrade Med, FLIBS, Cruise Forward Summit) para generar nuevas



oportunidades en el turismo náutico. Además, se llevaron a cabo un webinar y dos viajes de familiarización con líneas de cruceros para fortalecer las relaciones comerciales y mejorar el conocimiento sobre los productos y destinos ofrecidos.

Se desarrollaron giras de campo a los puertos, especialmente durante la inauguración de la temporada de cruceros y las visitas inaugurales de líneas de cruceros en el país. Estas actividades permitieron observar la operación y asegurar una experiencia de bienvenida adecuada para los buques y sus pasajeros, reforzando las relaciones entre autoridades locales, operadores turísticos y líneas de cruceros.

Se dio seguimiento a la contratación con la empresa Business Research and Economic Advisor (BREA), que presentó el primer resultado del impacto de la industria de cruceros a nivel regional y en Costa Rica. El estudio se dividió en varias áreas clave: generación de ingresos locales (gastos de pasajeros y líneas de cruceros, empleo directo), ingresos por impuestos y tasas, e ingresos indirectos (estímulo al comercio y oferta de empleo).



Departamento de Gestión Estratégica y Sostenible del Centro de Convenciones de Costa Rica

El Departamento de Gestión Estratégica y Sostenible del Centro de Convenciones de Costa Rica (CCCR) desempeña un rol esencial en la supervisión, control y apoyo estratégico del recinto, asegurando que sea un espacio de excelencia para la realización de eventos y congresos. A lo largo de 2024, dicho departamento llevó a cabo actividades clave orientadas a garantizar el cumplimiento de metas operativas, normativas y de sostenibilidad, con el fin de consolidar al CCCR como un referente global en la industria de reuniones y eventos.

La presente memoria recoge los logros, iniciativas y desafíos enfrentados por el Departamento durante este periodo, todos ellos ejecutados en estrecha coordinación con el operador del Centro de Convenciones de Costa Rica.

Gestión Normativa

La gestión normativa desempeña un papel esencial al establecer directrices que garantizan el adecuado manejo de la información, la planificación estratégica y la toma de decisiones dentro del Centro de Convenciones de Costa Rica. En este sentido, durante 2024 se llevaron a cabo importantes avances en dos áreas clave.

En primer lugar, se implementó una política de manejo de información que establece criterios claros para clasificar y proteger la información confidencial, sensible y pública del CCCR. Esta política refuerza la transparencia y la equidad en las operaciones del centro, asegurando un marco legal sólido que protege la información estratégica y promueve una gestión responsable.

En segundo lugar, el Departamento lideró una exhaustiva evaluación técnica para determinar la viabilidad de expandir el recinto. Este proceso incluyó el análisis de indicadores clave como la ocupación anual, el benchmarking de precios y las tendencias de la industria. La evaluación se estructuró en varias fases, desde el diagnóstico del entorno y las proyecciones de demanda hasta la propuesta de diseño y la planificación de la construcción, lo que permitió avanzar hacia la posible expansión del CCCR.



Inversiones en Infraestructura

Las inversiones en infraestructura son esenciales para asegurar que las instalaciones del Centro de Convenciones de Costa Rica (CCCR) sigan siendo un espacio óptimo para el desarrollo de eventos. En 2024, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) destacó varias inversiones clave que refuerzan esta misión.

a) Automatización de los parqueos

Esta inversión tiene como objetivo optimizar el servicio de parqueo, minimizando retrasos y congestiones viales durante los eventos. Además, la automatización del parqueo representa una nueva unidad de negocio para el CCCR, que contribuye a la modernización de sus servicios y mejora la experiencia de los visitantes.

b) Mobiliario por aumento de la capacidad instalada

Debido al crecimiento en la demanda de alimentos y bebidas, la capacidad instalada del CCCR para atender a los visitantes se tornó insuficiente. En respuesta, se realizó una inversión en mobiliario adicional, lo que permitirá ofrecer un servicio de calidad a una mayor cantidad de personas sin comprometer los estándares de atención. Esta mejora se complementa con la reducción de la necesidad de alquilar mesas y sillas, optimizando así las operaciones del centro.

c) Mantenimiento en la alfombra del Salón Talamanca

El Salón Talamanca, que cuenta con 4,000 metros cuadrados de alfombra modular táctil desmontable, es una de las principales áreas del CCCR para reuniones y exposiciones.

Debido al uso intensivo de los últimos años, la alfombra presentaba daños en su apariencia y funcionalidad. Con esta inversión, se llevó a cabo un mantenimiento exhaustivo, resolviendo problemas de desalineación, manchas y desgaste, lo que garantiza un entorno adecuado para los eventos.

d) Sistema integral de manejo de residuos

El CCCR dio un importante paso hacia la implementación de un Sistema Integral de Manejo de Residuos, un enfoque holístico que abarca todas las etapas del ciclo de vida de los desechos. Este sistema no solo mejora la eficiencia operativa en la gestión de residuos, sino que también refuerza los compromisos de sostenibilidad del centro. Al integrar tecnología y procesos de reducción de residuos in situ, el CCCR avanza en su plan de descarbonización, contribuyendo a la neutralización de carbono y consolidándose como un referente mundial en sostenibilidad dentro de la industria de reuniones.



Inversiones en Infraestructura. Fuente: Departamento de Gestión Estratégica y Sostenible del Centro de Convenciones de Costa Rica

Gestión Operativa

El Centro de Convenciones de Costa Rica (CCCR) es un espacio diseñado para albergar una variedad de eventos, como conferencias, exposiciones, ferias comerciales, seminarios, bodas y convenciones. En 2024, se llevaron a cabo varios eventos de gran relevancia, entre los que destacan:

a) Expo Comercial

Este evento fue un punto de encuentro para la negociación y el crecimiento, conectando comercios con marcas nacionales e internacionales. Se enfocó en



ofrecer mejores condiciones tanto a grandes cadenas de supermercados como a pequeños negocios, con el objetivo de beneficiar al consumidor final mediante mejores precios y disponibilidad de productos.

b) Congreso de Veterinarios de León 2024

Este congreso marcó un hito en la educación continua del país y la región, facilitando la creación de relaciones comerciales significativas. En su segunda edición en Costa Rica, el evento atrajo al gremio veterinario, con un enfoque en la medicina de equinos, grandes especies y cirugía de especies no tradicionales.

c) Inicio del Programa de Expansión Sin Límites 2024

Este programa se centró en crear un espacio para el networking entre los principales clientes del CCCR, ofreciendo información sobre temas relevantes de la industria.

d) Internacional Conference on Comparative Biology of Monocotyledions 2024

Conferencistas e investigadores de todo el mundo se reunieron en este evento, que abordó temas de conservación, taxonomía, ecología, genética, polinización y evolución de monocotiledóneas.

e) Baking Technology Summit 2024

Este evento exploró el futuro negocio bancario, enfocándose en las innovaciones que están impulsando los neobancos a nivel global.

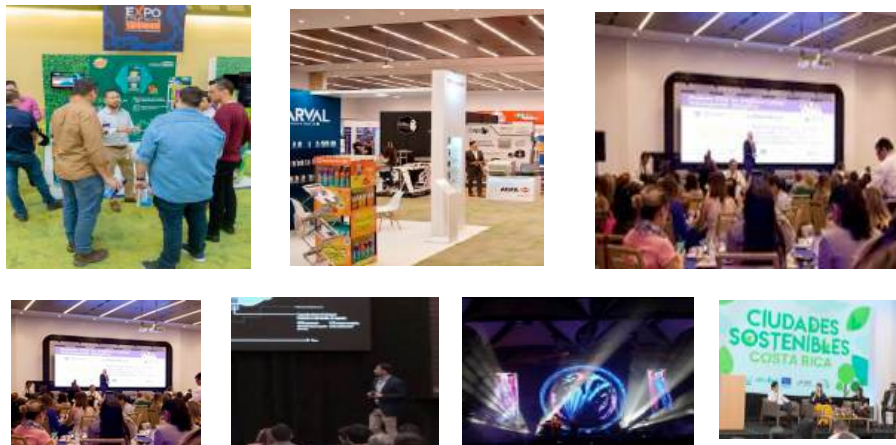
f) Electric Animal Fest

Un festival de música electrónica que incluyó actividades artísticas, gastronómicas y de entretenimiento, con la participación de artistas nacionales.

g) Ciudades Sostenibles Next

Este evento presentó retos y claves estratégicas para avanzar hacia un modelo de desarrollo sostenible, con la participación de organizaciones internacionales y gobiernos locales.

El sistema de gestión de calidad del CCCR garantizó que todos los eventos se desarrollaran conforme a los procedimientos establecidos, lo que resultó en altos niveles de satisfacción tanto para organizadores como para asistentes.



Eventos. Fuente: Departamento de Gestión Estratégica y Sostenible del Centro de Convenciones de Costa Rica

Proyectos, Alianzas Estratégicas y Verificación de Controles del CCCR

En 2024, el Centro de Convenciones de Costa Rica (CCCR) avanzó significativamente en el establecimiento de alianzas estratégicas clave, consolidándose como un referente en sostenibilidad y excelencia operativa. Entre los logros más destacados se encuentran:

a) Alianzas estratégicas

El CCCR firmó su primera alianza global en sostenibilidad con la ICCA (International Congress and Convention Association), posicionándose como líder en sostenibilidad integral dentro de la industria de convenciones. Además, se implementó una calculadora de emisiones de carbono, una herramienta innovadora para medir y reducir la huella de carbono del centro, lo que reafirma su compromiso con el medio ambiente. También se lanzó el proyecto Copa Culinaria Sostenible y

Saludable, un evento internacional enfocado en la gastronomía sostenible, alineado con los objetivos ecológicos del CCCR.

b) Auditorías

En cuanto a la verificación de controles, el CCCR llevó a cabo varias auditorías que destacaron su solidez operativa y financiera. La auditoría externa financiera, realizada por BDO, confirmó la salud financiera del operador del CCCR al cierre de 2023. Además, el centro pasó satisfactoriamente una auditoría interna para la certificación ISO 9001, que será válida hasta 2025, destacándose por su estricto cumplimiento de los estándares de calidad. Finalmente, se realizó una auditoría institucional ICT, titulada "Auditoría del CCCR" (informe AI-Ad-021-2024), que evaluó exhaustivamente la gestión y operatividad del recinto.

La Dirección de Competitividad y Sostenibilidad Turística reafirma su compromiso con el desarrollo de un turismo competitivo, innovador y sostenible en Costa Rica y continuará liderando iniciativas que aseguren un futuro próspero para el sector y para el país.



Dirección de Estrategia Turística

Dirección de Estrategia Turística

Esta dirección tiene como propósito liderar los procesos de planificación del desarrollo turístico del país, la generación de información para la toma de decisiones, la planificación e inspección en la zona marítimo terrestre, el monitoreo de los planes y el desarrollo de iniciativas de competitividad en el sector turístico. Uno de sus principales objetivos consiste en administrar todo el proceso de construcción de los planes de turismo, como instrumentos técnicos consensuados para la gestión pública; por tal razón, desarrolla y ejecuta procedimientos para el diseño de planes, manejo de canales de información y discusión con el sector privado, coordinación con cámaras empresariales, coordinación con otras instituciones del Estado y procesos de discusión y consulta.

Desde la Dirección específicamente durante el 2024 se dio seguimiento a la implementación del Plan Nacional de Turismo 2022-2027 generando un documento de avance (figura 1) que se presentó en la reunión anual programada realizada el 5 de diciembre de 2024.

Figura 1. Detalle de avance en los objetivos generales del plan nacional de turismo



El avance de las metas está dentro de lo programado y no hay ninguna alerta que llame la atención sobre desviaciones respecto de las metas establecidas para el 2027.

Durante el 2024 se definió la metodología para hacer una actualización de la última versión del plan aprobada y publicada para cubrir el nuevo periodo 2026-2031. A estos efectos se preparó la primera propuesta de trabajo que cubre todas las fases y etapas necesarias para lograr la formulación de este plan.

Con base en la información generada un equipo de trabajo del ICT trabajará en desarrollar la propuesta de plan que deberá ser consensuada con el sector privada y finalmente aprobada por la Junta Directiva del ICT.

De forma general, el proceso de construcción del plan supone tomar decisiones en cuatro grandes áreas (**figura 1**): (i) diagnosticar el punto de partida; (ii) proponer los objetivos deseados; (iii) establecer las estrategias para lograr esos objetivos; (iv) plantear la forma de ejecución.

Figura 1. Etapas generales para el diseño del plan de turismo

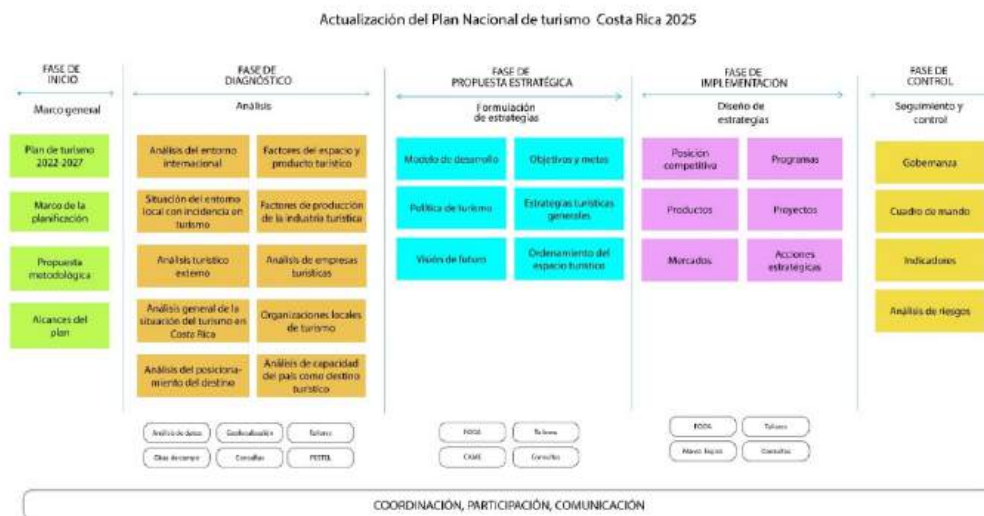


La **etapa 1** es intensiva en conocimiento e información por lo que involucra las acciones necesarias para recopilar y procesar la información suficiente y necesaria que permita realizar un diagnóstico lo más completo y actualizado posible sobre la situación del turismo en el país. La **etapa 2** es intensiva en participación público-privada que utiliza los insumos de la etapa anterior para desarrollar procesos participativos que permitan definir una propuesta inicial de marco estratégico para el turismo. La **etapa 3** requiere la participación de conocimiento informado (público-privado) para generar propuestas de acciones estratégicas, programas y proyectos necesarios para alcanzar los planteamientos del marco estratégico ya definido. La **etapa 4** integra todo el bloque de gobernanza del plan que incluye el conjunto de acciones y procesos de regulación, orientación y control llevados a cabo por diversos actores, tanto públicos como privados para el seguimiento, gestión y control de la ejecución del plan. Añade además una dimensión normativa

y de evaluación de indicadores a efectos de transparentar el avance logrado en la implementación.

La figura 2 muestra la secuencia de fases y contenidos para el desarrollo del trabajo de formulación del plan. En cada una de esas fases se han desglosado los contenidos mínimos que debe incluir cada fase. Estos contenidos se presentan de forma desarrollada en los cuadros que se adjuntan con la figura 2 a efectos de clarificar el alcance mínimo deseado y resultados de cada fase del proceso de construcción del plan.

Figura 2. Secuencia de fases y contenidos (mínimos) para el diseño del plan de turismo.



Se avanzó en una propuesta de contratación para apoyar el levantamiento de información para la elaboración de este plan de turismo. A estos efectos se realizó un estudio mercado para una eventual licitación de la contratación “Servicios profesionales para el levantamiento de información para apoyar el diseño del plan nacional de turismo de Costa Rica 2025-2023”, cuyo objetivo es la identificación promedio del costo estimado para el levantamiento y procesamiento de información en cuatro áreas relevantes: (i) Competitividad turística de Costa Rica; (ii) Factores de producción de la industria turística; (iii) Análisis de la capacidad de las empresas turísticas; (iv) Análisis de capacidad del país como destino



Sobre este tema se avanzó se realizó investigación para identificar las posibles empresas a nivel nacional e internacional con las características para el proceso y se recibieron finalmente tres ofertas formales en tema, tiempo y costo de las empresas: CASTRO TOURISM ADVISORS, DELOITTE, STA CONSULTORES.

En otro orden de cosas la Dirección dio seguimiento a la implementación de dos procesos de planificación turística solicitados según Acuerdos municipales en los cantones de Guácimo y Buenos Aires, en el caso del de Buenos Aire se tiene en planificación finalizar con la entrega de dicho plan por parte del señor ministro al respectivo consejo municipal durante el 2025, momento a partir del cual se iniciaría el proceso de seguimiento a la implementación que continuará por 5 años más.

Departamento de Desarrollo Turístico

El departamento de Desarrollo Turístico de la Dirección de Planeamiento y Desarrollo Turístico, enfoca su labor en el desarrollo de procesos y programas que promueven el desarrollo de capacidades locales de los diferentes actores, involucrados directa o, indirectamente, en la industria turística costarricense, a fin de que gestionen el desarrollo de los destinos, mejoren la competitividad y logren la consolidación del modelo de desarrollo turístico definido para nuestro país en el marco de lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico.

Los programas desarrollados y productos generados durante el 2024 para contribuir con este propósito son:



A continuación, se presenta un resumen de los principales logros y productos trabajados en cada uno de los programas anteriormente indicados:

I. PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

El programa de capacitación, es un programa estratégico, que busca apoyar el mejoramiento de los servicios que ofrecen las empresas, así como las capacidades del sector empresarial, mediante el desarrollo de cursos, charlas, conferencias y

talleres de manera virtual y presencial, donde se transmite información, herramientas o conocimientos en temáticas muy diversas a diferentes actores involucrados en la industria turística (empresarios, cámaras de turismo, organizaciones locales, gobiernos locales, guías turísticos, entre otros), que les permite mejorar la competitividad del destino y la experiencia de los turistas.

Para realizar tal labor, se cuenta con tres modalidades de capacitación; la modalidad virtual y la bimodal, que se imparte desde la plataforma virtual "ICT Capacita", que funciona de manera permanente; y, la modalidad presencial; la cuales, fueron desarrolladas a lo largo del año 2024, en diferentes Unidades de Planeamiento del país, tal y como se detalla a continuación:

- **Eventos de carácter virtual (Plataforma ICTCAPACITA.GO.CR)**

Esta plataforma ha resultado exitosa y útil para las personas, ya que permite llevar la oferta de eventos de capacitación a todo el territorio nacional y a nivel internacional, de manera gratuita, oportuna, accesible y permanente; lo que ha permitido, acortar distancias, eliminar inversión en traslados, alimentación y tiempo, tanto de los participantes como de los expositores, dando acceso de manera permanente las 24 horas al día, los 365 días del año, a quienes deseen capacitarse. Por otro lado, la plataforma, contribuye a estimular la virtualización y a minimizar el impacto ambiental por medio del ahorro energético y eliminación de la huella de carbono.

Durante el año 2024, se desarrollaron 31 acciones (webinar de manera diferida en el canal YouTube del ICT, cursos, charlas y programas modulares de forma virtual, en los que se capacitaron a 12.580 personas durante el año.





N° Capacitaciones virtuales en canal de YouTube ICT CAPACITA	
1	El turismo = Conservación
2	Ecosistemas de Montaña: una oportunidad por explorar
3	Taller de prevención de fraude y riesgos virtuales
4	Ética en turismo al aire libre y su relación con el medio ambiente
5	Estrategia de base de datos, correos electrónicos y comercio digital para mipymes turísticas
6	Observación del cielo, nueva opción para el turismo
7	Primera Jornada de Astroturismo en Costa Rica
8	Sostenibilidad económica, ambiental y social
9	El arte de delegar
10	Consortios empresariales como mecanismo de escalabilidad del sector turístico y productivo
11	El Registro Pymes-emprendedor y sus beneficios
12	Impactos ambientales y sociales al visitar nuestras Áreas Silvestres Protegidas
13	Género y Cambio climático
14	Fotografía aplicada a la industria turística
15	Sistema de crédito rural del Inder
16	Buenas prácticas en la operación de las empresas turísticas
17	Trabajo en equipo
18	Estrategias para trabajar el tema de género en la Ind. turística
19	Estrategias de venta para destinos turísticos
20	La radio como herramienta de comunicación en actividades al aire libre o la montaña
21	Programa modular Servicio a la clientela (22 sesiones)
22	Estrategias de Innovación y Fortalecimiento Turístico (3 sesiones)
23	Arrecifes coralinos y turismo sostenible (3 sesiones)
24	Buenas prácticas de destinos turísticos inteligentes, Buenos Aires (Argentina)
25	Buenas prácticas de destinos turísticos inteligentes, Medellín (Colombia)
26	Buenas prácticas de destinos turísticos inteligentes, Islas Canarias (España)
27	Programa Modular Turismo Accesible e Inclusivo para Todas las personas en Costa Rica (10 sesiones)
28	Introducción a las herramientas para la gestión turística del patrimonio natural y cultural (2 sesiones)
29	Campos de aplicación de la animación turística en Costa Rica (2 sesiones)
30	Conociendo la cultura de los grupos indígenas de Costa Rica (4 sesiones)
31	Centro histórico de San José (2 sesiones)
Total de visualizaciones 12 580	
No se puede distinguir en relación con género por ser virtual a través del canal de YouTube, ICT CAPACITA	

- Capacitaciones presenciales

En el año 2025, se realizaron 46 eventos de capacitación presencial, impartidos en las diferentes Unidades de Planeamiento del país; para un total de 1634 personas capacitadas.



Capacitaciones presenciales				
N°	Capacitación	Hombres	Mujeres	Total participantes
1	Gastronomía sostenible, San José Auditorio ICT	3	3	6
2	Turismo: Importancia y sus beneficios, Territorio indígena Comte Burica	30	10	40
3	I Jornada de Astroturismo en Costa Rica, San José Auditorio ICT	17	30	47
4	Sostenibilidad económica, ambiental y social, San José Auditorio ICT	34	36	70
5	Procesos operativos en la recepción de PYMES Turísticas, Agua Buena, Coto Brus	13	8	21
6	Programa Modular Gestores Municipales (sesión n°1), San José Auditorio del ICT	10	14	24
7	Trabajo en equipo, Pérez Zeledón	2	20	22
8	Relaciones Humanas, Heredia	1	27	28
9	Calidad en el servicio de limpieza de habitaciones y áreas públicas en pymes, Tortuguero	1	27	28
10	Pedagogía y generalidades del Turismo, San Pedro, San José	27	28	55
11	Elementos del turismo, La Cruz, Guanacaste	14	24	38



12	Cursos básicos de francés UCR, San Pedro, San José	9	36	45
13	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Golfito	15	17	32
14	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Puerto Jiménez	20	11	31
15	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, San Marcos, Tarrazú	15	6	21
16	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Turrialba	21	18	39
17	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Bahía Ballena, Uvita	22	16	38
18	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Manuel Antonio, Quepos	26	17	43
19	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, San José Auditorio ICT	22	17	39
20	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, San José Auditorio ICT	24	12	36
21	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, El Roble, Puntarenas	9	31	40
22	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Liberia, Guanacaste	26	12	38
23	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Tortuguero	13	15	28
24	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Tamarindo, Guanacaste	22	15	37
25	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Puerto Limón	12	29	41
26	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Puerto Viejo, Talamanca	21	17	38
27	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Jaco	26	10	36
28	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, San Vito	21	22	43
29	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Sarapiquí	19	19	38
30	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Parque Nacional Volcán Tenorio	37	12	49
31	Primeros Auxilios y Resucitación Cardio Pulmonar, Los Chiles	22	19	41



32	Servicio a la cliente con enfoque turístico, San José Auditorio ICT	42	36	78
33	Servicio a la cliente con enfoque turístico, San José Auditorio ICT	38	46	84
34	Servicio a la cliente con enfoque turístico, San José Auditorio ICT	31	34	65
35	Servicio a la cliente con enfoque turístico, Manuel Antonio, Quepos	15	23	38
36	Servicio a la cliente con enfoque turístico, La Cruz, Guanacaste	8	25	33
37	Programa modular Turismo accesible e inclusivo para todas las personas en Costa Rica, San José Auditorio ICT	4	6	10
38	Programa modular Turismo accesible e inclusivo para todas las personas en Costa Rica, Playa Panamá, Papagayo	10	5	15
39	Programa modular Turismo accesible e inclusivo para todas las personas en Costa Rica, Cafetería Neuro diversa Buenagente, Cartago	7	13	20
40	Habilidades blandas para personal operativo de empresas turísticas, Bijagua	6	13	19
41	Habilidades blandas para personal operativo de empresas turísticas, Uvita, Osa	11	9	20
42	Técnicas de servicios en bebidas y manjares, Agua Buena, Coto Brus	6	24	30
43	Técnicas de servicios en bebidas y manjares, Katira, Upala	9	21	30
44	Técnicas de servicios en bebidas y manjares, Heredia	10	30	40
45	Barismo, San José Auditorio ICT	5	5	10
46	Barismo, La Cruz, Guanacaste	5	5	10
Total general de participantes		761	873	1634

- Programa CR Aventuras

Programa dirigido a la población estudiantil de las escuelas en Costa Rica, pretende que la población escolar conozca acerca de la importancia del turismo en nuestro país.

Se atendieron 2325 estudiantes pertenecientes a 45 escuelas del cantón de Pérez Zeledón y de la provincia de Guanacaste.



Programa CR Aventuras			
N°	Escuela	Localidad	Total estudiantes
1	Escuela La Repunta	Daniel Flores, Pérez Zeledón	89
2	Escuela Laboratorio	Daniel Flores, Pérez Zeledón	26
3	Escuela Quebrada Honda	Daniel Flores, Pérez Zeledón	40
4	Escuela Concepción	Daniel Flores, Pérez Zeledón	22
5	Escuela San Rafael	Platanares, Pérez Zeledón	108
6	Escuela Oratorio	Platanares, Pérez Zeledón	25
7	Escuela Buenos Aires	Platanares, Pérez Zeledón	14
8	Escuela Naranja	Platanares, Pérez Zeledón	10
9	Escuela Aguas Buenas	Platanares, Pérez Zeledón	8
10	Escuela Los Ángeles	Platanares, Pérez Zeledón	20
11	Escuela Las Bonitas	Platanares, Pérez Zeledón	23
12	Escuela Villa Argentina	Platanares, Pérez Zeledón	15
13	Escuela Pavones	San Isidro, Pérez Zeledón	45
14	Escuela Sinaí	San Isidro, Pérez Zeledón	63



15	Escuela Quebradas	San Isidro, Pérez Zeledón	16
16	Escuela Francisco Morazán Quesada	San Isidro, Pérez Zeledón	25
17	Escuela Las Esperanzas	San Isidro, Pérez Zeledón	14
18	Escuela Bajo Las Esperanzas	San Isidro, Pérez Zeledón	22
19	Escuela El Águila	Pejibaye, Pérez Zeledón	30
20	Escuela San Miguel	Pejibaye, Pérez Zeledón	34
21	Escuela San Martín	Pejibaye, Pérez Zeledón	72
22	Escuela Valle de la Cruz	Pejibaye, Pérez Zeledón	15
23	Escuela Las Delicias	Pejibaye, Pérez Zeledón	14
24	Escuela El Progreso	Pejibaye, Pérez Zeledón	10
25	Escuela Zapote	Pejibaye, Pérez Zeledón	24
26	Escuela Fernando Valverde Vega	General, Pérez Zeledón	105
27	Escuela Las Mercedes Arriba	Cajón, Pérez Zeledón	30
28	Escuela Arcoíris	Cajón, Pérez Zeledón	22
29	Escuela Navajuelar	Cajón, Pérez Zeledón	14
30	Escuela San Pedrito	Cajón, Pérez Zeledón	54
31	Escuela Villa Mills	Paramo, Pérez Zeledón	10
32	Escuela Los Jilgueros Macho Mora	Paramo, Pérez Zeledón	2
33	Escuela Calle Mora	Paramo, Pérez Zeledón	13
34	Escuela El Nivel	Paramo, Pérez Zeledón	5
35	Escuela San Jerónimo	San Pedro, Pérez Zeledón	16
36	Escuela Santiago	San Pedro, Pérez Zeledón	58
37	Escuela Zapotal	San Pedro, Pérez Zeledón	15
38	Escuela Gill Tablada Corea	La Cruz, Guanacaste	142
39	Escuela La Victoria	Liberia, Guanacaste	62
40	Escuela de Guardia	Liberia, Guanacaste	102
41	Escuela Josefina López	Santa Cruz, Guanacaste	315
42	Escuela Villa Real de Tamarindo	Santa Cruz, Guanacaste	30
43	Escuela Chircó	Santa Cruz, Guanacaste	30
44	Escuela Cacique Nicoya	Nicoya, Guanacaste	61
45	Escuela San Martín	Nicoya, Guanacaste	455
Total general de estudiantes			2325



II. PROGRAMA ARTESANÍAS CON IDENTIDAD COSTARRICENSE

D.

El programa también propicia asociatividad de los distintos artesanos a través de los colectivos artesanales, impactando positivamente el trabajo conjunto, el fortaleciendo las técnicas de diseño, la innovación, el uso de materiales locales, las técnicas de comercialización y posicionamiento de sus productos, provocando no solo la generación de nuevos o mejores ingresos para el artesano, sino también el mejoramiento de las condiciones de vida de sus familias.

Población Meta:

Hasta el momento el programa ha logrado capacitar más de 350 artesanos de las zonas de San José, Cartago, Turrialba, Limón, Sarapiquí, Guanacaste, Monteverde, Puntarenas, Alajuela, Quepos, Golfito, la Zona de Los Santos, Los Chiles, Guatuso Upala, Llanuras del Norte, Brunca, Heredia y **este año se conformó el Colectivo Artesanal de Quepos y lugares aledaños**, los cuales integran los diferentes colectivos artesanales que se han formado al amparo del programa. A continuación, se presenta un cuadro resumen de los colectivos conformados a la fecha:

Programa Artesanías con Identidad							
No	Nombre del Colectivo Artesanal	Lugar de Impacto	Año	Mujeres	Hombres	Total	
1	Colectivo Artesanal Puerto-Puerto	Puntarenas	2011	3	0	3	
2	Colectivo Artesanal Limón Dulce	Limón	2012	13	2	15	
3	Colectivo Artesanal Arroz con Mango	Alajuela	2012	2	4	6	
4	Colectivo Artesanal La Garúa	Cartago	2013	16	3	19	
5	Colectivo Artesanal La Zona	Golfito	2014	9	5	14	
6	Colectivo Artesanal Cardumen	Quepos	2014	4	1	5	
7	Colectivo Artesanal La Huaca	Liberia, Guanacaste	2014	12	1	13	



8	Colectivo Artesanal Norte-Norte	Los Chiles, Guatuso, Upala	2016	30	1	31
9	Colectivo Artesanal Calzada Dulce	Turrialba	2017	12	1	13
10	Colectivo Artesanal Encontraste	Gran Área Metropolitana	2017	26	3	29
11	Colectivo Artesanal Bosque Mágico	Monteverde	2018	21	4	25
12	Colectivo Artesanal Siempre Verde	Sarapiquí	2018	23	4	27
13	Colectivo Artesanal La Granea	Los Santos	2019	21	5	26
14	Colectivo Artesanal La Chorea	Santa Cruz, Guanacaste	2019	25	5	30
15	Colectivo Artesanal Tierra Mojada	Llanuras del Norte	2022	35	4	31
16	Colectivo Artesanal Brunca	Brunca	2023	22	4	26
17	Colectivo Artesanal Calicanto	Heredia	2023	33	7	40
18	Colectivo En Crecida	Quepos	2024	18	2	20
TOTAL				325	56	381

1. **Capacitación a nuevo Colectivo Artesanal " En Crecida":** En el 2025 , mediante la contratación de expertos, se logró capacitar a 20 artesanos de Quepos, Orotina y Parrita en el Programa de artesanías con Identidad, en diseño de producto artesanal con identidad, costos de producción, manejo de redes sociales, fotografía, establecimiento de marca, mercadeo, Técnicas de ventas, comercialización, trabajo en equipo, resolución de conflictos, empaque y embalaje, conformación de colectivo artesanal, entre otros temas.



Colectivo Artesanal En Crecida, Quepos



2. Creación de Catálogo “En Crecida”: El proceso también permitió crear un catálogo de productos artesanales con identidad logrados a partir del proceso desarrollado; logrando incluir en los mismos elementos definidos como son: diseño, identidad, calidad y buenas prácticas; así como, la historia detrás de cada producto; elementos que posteriormente facilitarían la obtención posteriormente del Sello Costa Rica Artesanal. (para ver catalogo completo ingresar a la siguiente dirección: <https://www.ict.go.cr/es/servicios-institucionales/artesantias-con-identidad.html>).



Colectivo Artesanal En Crecida, Quepos



Colectivo Artesanal En Crecida, Quepos

3. **Conformación del colectivo artesanal:** El proceso también apoya un proceso en la que se conforma la estructura organizativa para el colectivo artesanal y la propuesta de un plan de trabajo a 1 año, como apoyo al proceso de organización de los colectivos para continuar trabajando de manera conjunta en las futuras acciones de capacitación, participación de ferias, entre otras acciones para fortalecer sus negocios y organización.

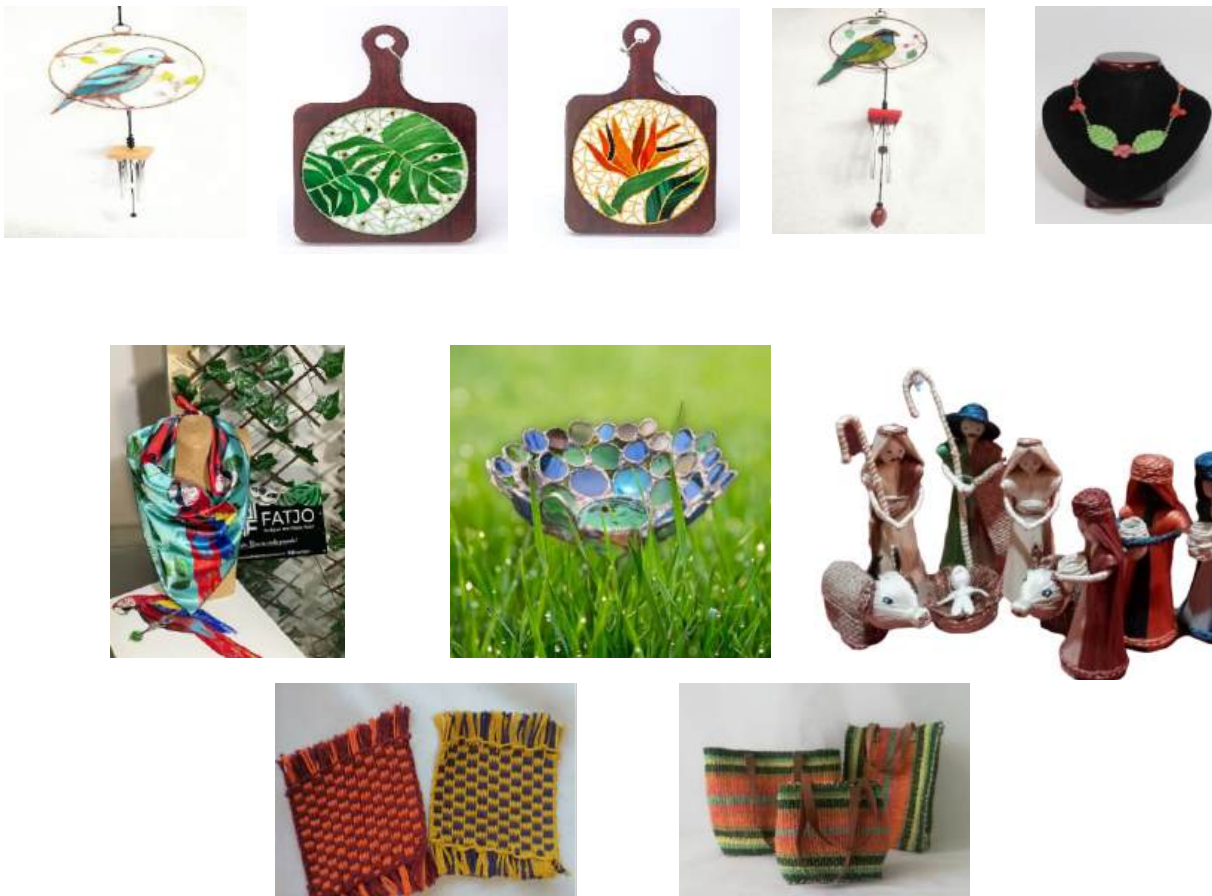
4. **Capacitaciones:** Se desarrolla también un plan de capacitación en el que se capacitaron artesanos de todo el país en temas como:

- Modelo de Negocio (encargadas de la tienda del Mercado de Artesanía
- Capacitación: RRSS (encargadas de las plataformas
- Presentación: Propuesta de Mercadeo Tico Treasures (Socios de la plataforma de comercialización
- Servicio al Cliente, Colectivo Artesanal Calicanto.
- Coordinación capacitación de asistencia técnica con el Instituto Nacional de Aprendizaje con las personas artesanas Colectivo Calicanto, Heredia
- Inglés Básico en el INA
- Inglés Básico presencial ICT -INA (Encargadas de la tienda y otras personas artesanas de los colectivos ICT
- Francés básico presencial, UCR
- Francés básico virtual, UCR
- Herramientas necesarias para optimizar su participación en la tienda, así como para promover sus productos de manera más efectiva
- Ventajas de inscribirse En Hacienda
- Herramientas Tecnológicas de la Inteligencia Artificial aplicada a emprendimientos
- Trabajo en Equipo y Servicio al Cliente impartido al Colectivo, En Crecida y Colectivo Cardumen, Quepos
- Manejo de RRSS y Estrategias de Marca y tendencias 2025 para Mypes



5. Nuevos Productos para el Programa:

Durante este año se realizó una evaluación de propuestas de productos nuevos de los artesanos de los colectivos y se aceptaron más de 160 nuevos productos, de artesanos de todo el país, que se integran a la oferta de productos de los diferentes colectivos y de los productos en la Tienda de Artesanías con Identidad que se abrió en el Mercado de Artesanías en San José, locales 69 y 70. Una muestra de los productos nuevos aprobados es la siguiente:



6. Participación de los colectivos artesanales del programa en diferentes ferias a nivel nacional:

Durante este año, se apoyó y asesoró a los artesanos para la participación en las siguientes ferias: ENCUENTRO DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA, Feria Internacional de comidas típicas y turismo IICA, Festival de Verano TransitarTE, EXPOPYME, Feria UTN en Puntarenas, Feria en el ICA, en Coronado, EXPOTUR, Turno de la Independencia en el ICA, en Coronado, Bicentenario en los Teatros Nacional y Melico Salazar, ISTO, Día del Turismo, Feria Hecho aquí, EXPOTUR Regional , Expopyme regional en: Jacó, Santa Cruz, La Fortuna, San Vito , Pococí. Ferias Ministerio de Cultura: Nicoya, Bulevar Bicentenario, Santa Cruz, Plaza López, Los Mangos, Liberia, Cámara de Ganaderos, Cañas, Plaza Colón.



7. Convenio entre el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), Correos de Costa Rica, y MasterCard para apoyo a mercadeo digital de Mipymes, mediante Plataforma de Comercialización "Tico Treasures"-:

Se integra el Banco de Costa Rica a apoyar la Plataforma de Comercialización denominada Tico Treasures. Esta plataforma se enmarca dentro de la estrategia impulsada en el 2022, se firma el convenio de cooperación denominado: "Programa Centroamericano para la Recuperación Económica de Mipymes de Turismo", que busca beneficiar el trabajo y la comercialización de los productos elaborados por las y los artesanos costarricenses del Programa de Artesanías con Identidad.

El objetivo de este acuerdo, es integrar a un socio más al Banco de Costa Rica para formalizar colaboración entre las entidades (dentro del cual se pueda desarrollar y emprender actividades que promuevan a MasterCard, Correos de CR, BCR e ICT) para la comercialización de productos de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) que operan en esa industria. El programa impulsa el desarrollo de una plataforma para la comercialización "TICO TREASURES" y entrega de productos, herramientas para facilitar los cobros digitales, capacitación, promoción de la oferta de productos de las Mipymes Artesanales como contribución a su fortalecimiento empresarial y a la reactivación de sus negocios, facilitando al mismo tiempo las compras y el pago seguro para los turistas.



Firma del Convenio I.C.T. **Integración BCR** al convenio entre MasterCard, Correos de Costa Rica y Banco de Costa Rica para apoyo a la comercialización de mipymes artesanales

En el marco de esta alianza se incorporación de 200 artesanos en la Plataforma de comercio electrónico Tico Treasures (<https://www.ticotreasures.com/>), apoyo para generación de contenidos y material para la estrategia de comercialización de la plataforma y apoyo para bancarización de las personas artesanas para la apertura de cuentas bancarias y otorgamiento de tarjetas con el Banco de Costa Rica para contar con condiciones para comercio electrónico en la plataforma de comercialización.



8. Nuevos Artesanos Sellados con el "Sello CR Artesanal:

En el marco de la apertura de la feria Hecho Aquí, se realizó la VII entrega del Sello Costa Rica Artesanal, un distintivo que respalda la calidad, identidad, diseño y sostenibilidad de las artesanías costarricenses. En esta VII edición, 26 artesanos fueron reconocidos, alcanzando un total de 229 artesanos acreditados y 2.594 artesanías certificadas en todo el país(<https://www.meic.go.cr/selloartesanal/>). El Sello Costa Rica Artesanal, es un esfuerzo interinstitucional liderado por el MEIC, en conjunto con el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA).



III. PROGRAMA GESTIÓN INTEGRAL DE DESTINOS TURÍSTICOS

El Programa de Gestión Integral de Destinos Turísticos (PGIDT), implementado desde el año 2018, busca fortalecer la competitividad y el desarrollo sostenible de los Centros de Desarrollo Turístico (CDT) en diversas regiones del país. Su enfoque prioriza la generación de capital social y la mejora de las condiciones de vida locales a través del impacto socioeconómico del turismo.

Este Programa apoya la formulación participativa del Plan de Gestión Integral de cada destino, trabajando con gobiernos locales, cámaras de turismo, empresarios, organizaciones comunitarias e instituciones del sector. Esto incluye planes estratégicos, reuniones presenciales y virtuales, y la ejecución de proyectos de corto y mediano plazo.

En el año 2024, el Programa colaboró con municipalidades y cámaras de turismo para iniciar la etapa de implementación con el cronograma de actividades aprobado para cada destino, en línea con los objetivos establecidos.

1. Implementación de Plan de Gestión Integral de Destinos:

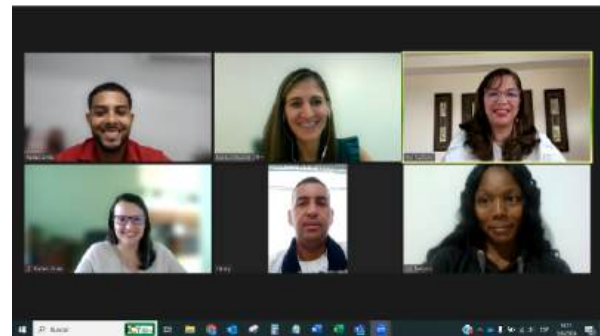
Los CDT que iniciaron su proceso de implementación en el año 2024 fueron: La Fortuna, Tortuguero, Barra de Parismina-Jalova, Dominical-Bahía Ballena, Puerto Limón, Cahuita y Puerto Viejo.

Se llevaron a cabo reuniones mensuales, tanto virtuales como presenciales, en estos CDT, donde se trabajó en diversas comisiones de trabajo y sus respectivos planes de implementación. Estas comisiones estuvieron integradas por representantes de las municipalidades, las Cámaras de Turismo, las Asociaciones de Desarrollo Integral, entidades gubernamentales como el MINAE-SINAC, Ministerio de Cultura, Fuerza Pública, Ministerio de Salud, universidades públicas y privadas y empresarios turísticos.

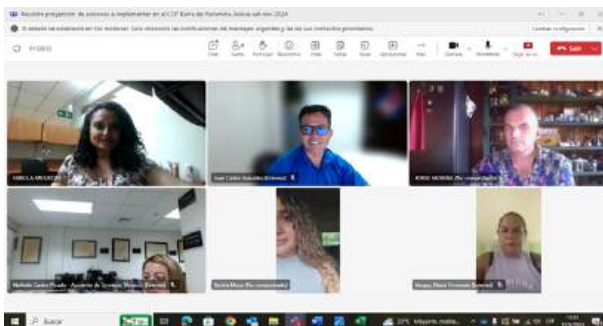
Durante estas sesiones de trabajo se elaboraron y trabajaron los planes de trabajo específicos por comisión, permitieron dar inicio a temas en áreas claves, tales como: planificación turística, mercadeo, capacitación, gestión ambiental y seguridad.



La Fortuna: Reunión comisión mercadeo



Pto Limón: Reunión comisión seguridad

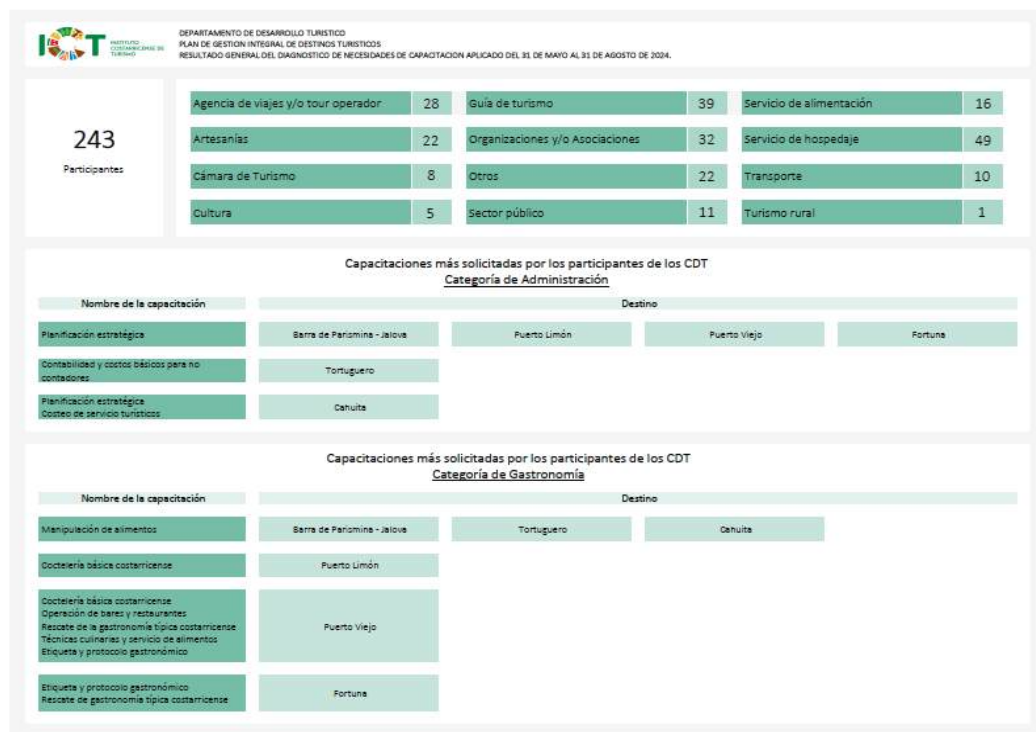


Barra de Parismina-Jalova:
Reunión comisión Planificación



Dominical-Bahía Ballena: reunión comisión
Gestión Ambiental

Asimismo, se llevó a cabo un diagnóstico integral de las necesidades de capacitación identificado por los actores locales presentes en los Centros de Desarrollo Turístico. La información recopilada fue sistematizada, lo que permitió definir los temas de mayor interés para el fortalecimiento de las capacidades en el ámbito turístico. Además, se incluyeron detalles sobre los horarios y días de la semana preferidos por los participantes, facilitando la planificación de futuras actividades formativas. Se elaboró un Plan Modular de capacitación en los principales temas.



Sistematización necesidades de capacitación

A continuación, se mencionan los productos generados en los CDT:

- **La Fortuna:**
 - Se diseñó un plan de trabajo para la propuesta de promoción denominada “Advisors Fortuna 2024-2025”. Se realizó encuesta a más de 100 empresarios locales, agencias de viajes y miembros de la comunidad. El

objetivo de la encuesta fue determinar el nombre más adecuado para promocionar el destino: La Fortuna, Arenal o La Fortuna-Arenal.

- Se organizó un Encuentro Empresarial que incluyó con capacitaciones en temas clave como atención al turista con enfoque en seguridad, el Sistema de Ventanilla Única (VUI) e Inteligencia Artificial aplicada al turismo. El evento contó con la participación de más de 60 empresarios turísticos, junto con representantes de la Fuerza Pública, la Municipalidad de San Carlos, ADIFORT y la Cámara de Turismo.

PROGRAMA ENCUENTRO EMPRESARIAL 2024	
08:00 am - 08:00 am	Inscripción / Registro
08:00 am - 08:30 am	Apertura Presidencia de la Comisión de Turismo y Comercio de la Municipalidad de San Carlos y el Comité Asesor de Turismo de la Municipalidad de San Carlos
08:30 am - 09:00 am	Casos de Éxito Caso de Éxito del Proyecto de desarrollo turístico
09:00 am - 09:30 am	Presentación del Plan y Programa de Desarrollo Turístico 2024-2028 de la Municipalidad de San Carlos
09:30 am - 10:00 am	Logros y desafíos de la experiencia turística en la Municipalidad de San Carlos
10:00 am - 10:30 am	Presentación y experiencia
10:30 am - 11:00 am	Presentación Proyecto San Carlos Experimental María Teresita de la Cruz
11:00 am - 11:30 am	Atención / Presentación de la Bolsa de Turismo
11:30 am - 12:00 pm	Autos de la Comisión de Turismo y Comercio de la Municipalidad de San Carlos 2024-2028
12:00 pm - 12:30 pm	Programa de Desarrollo de Turismo de la Municipalidad de San Carlos 2024-2028
12:30 pm - 13:00 pm	Almuerzo
13:00 pm - 13:30 pm	Uso de herramientas tecnológicas e inteligencia artificial en turismo Turismo y Comercio
13:30 pm - 14:00 pm	Presentación y experiencia
14:00 pm - 14:30 pm	Cierre Dicha Comisión de Turismo y Comercio de la Municipalidad de San Carlos



- **Puerto Limón:**

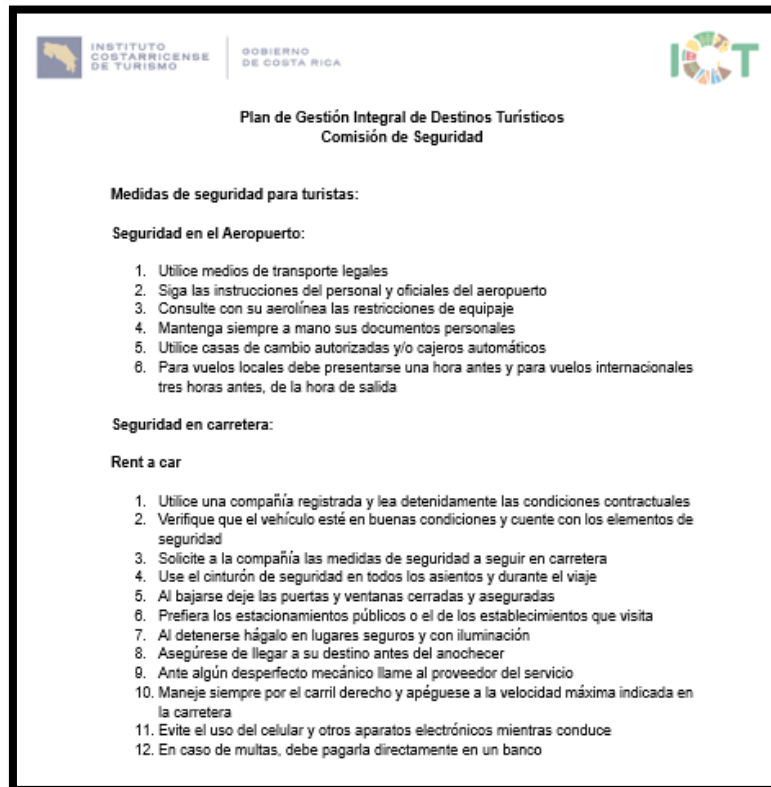
- Se realizó una jornada de capacitación enfocada en la atención al turista con énfasis en seguridad, en la que participaron más de 40 empresarios de la zona.
- Como parte del apoyo al evento anual Grand Gala Parade, se elaboraron y colocaron 12 cédulas turísticas informativas en diferentes puntos del recorrido, destacando temas como música, gastronomía, patrimonio, religión, trajes afro y Jamaica Town, con los siguientes detalles:



- **Barra de Parismina-Jalova y Tortuguero:**

- Se ha elaborado un documento con medidas de seguridad turística diseñadas para que los empresarios del sector y los residentes del Centro de Desarrollo Turístico puedan mantener informados a los visitantes, tanto nacionales como extranjeros. Estas acciones buscan apoyar la seguridad turística.
- Se llevó a cabo una Jornada Educativa sobre Gestión Integral de Residuos Sólidos y Voluntariado (limpieza de playa y siembra de árboles, donde participó actores locales tanto de Barra de Parismina como de Tortuguero.

- En el CDT de Tortuguero, se apoyó con material gráfico para el Festival del Jaguar.



Medidas de seguridad para turistas, Barra de Parismina-Jalova y Tortuguero



Jornada Educativa Gestión Integral de Destinos y Voluntariado (limpieza de playa y siembra de árboles), Barra de Parismina-Jalova y Tortuguero.



Festival del Jaguar 2024, Tortuguero

1. Validación y entrega formal de los Planes de Gestión Integral de Destinos: Caño Negro, Bijagua – Katira y San Vito - Sabalito.

En el año 2024 se validaron y entregaron los Planes de Gestión Integral de Destinos de los Centros de Desarrollo Turístico Caño Negro, Bijagua-Katira y San Vito-Sabalito. Asimismo, se conformaron las comisiones de trabajo para el proceso de implementación de los Planes.



Entrega del PGID CDT Los Chiles



Entrega del PGID CDT Bijagua-Katira



Entrega del PGID CDT San Vito-Sabalito

Guías Turísticas - Culturales:

Durante el año 2024, se continua con la estrategia de apoyar la promoción de la oferta de empresas, productos y servicios turísticos y culturales, mediante las Guías Turísticas y Culturales interactivas, en versión digital, desarrollado por el Instituto Costarricense de Turismo, para diferentes regiones del país. Si el turista nacional e internacional quiere conocer las opciones turísticas-culturales de Costa Rica y no sabe dónde visitar y qué hacer, podrán revisar los múltiples contenidos de estas Guías.

Este proceso se realizó con el apoyo del Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC), Cámaras de Turismo, gobiernos locales, guías turísticos locales, organizaciones no gubernamentales, empresarios turísticos, entre otros, todo con el objetivo de brindar información actualizada y de primera mano a los turistas nacionales y extranjeros y a tan solo un clic.

La Guías Turísticas-Culturales pretenden ayudar como herramienta de difusión del producto turístico y la reactivación económica del sector turismo. Las guías se alinean con las estrategias planteadas en el Plan Nacional de Turismo y con el Programa de Gestión Integral de Destinos en Centros de Desarrollo Turístico del



ICT. En ellas se pueden encontrar temas relacionados con: las “10 cosas que todo turista debe ver y hacer en cada lugar”, la importancia del patrimonio cultural, un mapa turístico, sugerencias de actividades turístico culturales, la oferta gastronómica, artesanías con identidad, un paseo por las edificaciones más emblemáticas, sitios históricos, el aporte inmaterial de la música, turismo rural y rural comunitario, pueblos indígenas, comunidades de pescadores artesanales, posadas de turismo rural, áreas silvestres protegidas, avistamiento de aves, turismo de bienestar, playas imperdibles y mucho más.

Estas guías digitales pueden ser descargados en los sitios oficiales del ICT, dispositivos móviles, computadoras portátiles o de escritorio, en dos formatos: PDF y “Flipbooks”. Además, a lo largo de estas guías aparecen enlaces de apoyo que complementan la información posible. En el año 2024, se realizaron reuniones con diferentes actores, se trabajó en recolección de insumos, elaboración y diseño de la Guía Turística-Cultural de Pacífico Central.

IV. PROGRAMA DE APOYO A MYPIME TURÍSTICAS

En el marco del apoyo a las MiPymes turísticas del país y al turismo rural comunitario, se han implementado diversas acciones clave para fortalecer sus capacidades y promover su desarrollo sostenible. Estas iniciativas incluyen la realización de capacitaciones virtuales a través de la plataforma ICT Capacita.

Adicionalmente, se ha brindado apoyo a comunidades en temas de promoción turística, destacando el desarrollo de Guías Turísticas y Culturales, así como asesorías específicas en calidad y servicio al cliente. Estas acciones se complementan con una amplia variedad de capacitaciones en temas estratégicos, las cuales se detallan a continuación:

Apoyo en capacitaciones de varios temas:

- Se impartió una capacitación dirigida a empresarios de cinco territorios indígenas de Talamanca: Cabécar, Bribri, Keköldi, Bajo Chirrió, Nairi Awari y Tjai. El objetivo fue brindar herramientas y lineamientos para el desarrollo de

productos turísticos en territorios indígenas, considerando un enfoque integral, respetuoso y sustentable. Durante la capacitación, se abordaron temas clave como la importancia de diseñar productos turísticos que respeten y valoren la cultura, las tradiciones y el entorno natural de las comunidades indígenas. En total, 30 empresarios se beneficiaron de esta iniciativa, fortaleciendo sus capacidades para promover un turismo sostenible y en armonía con su identidad cultural.



- Se llevó a cabo una capacitación virtual titulada "Manejo de Redes Sociales: Estrategias de Marca y Tendencias 2025", que alcanzó un impacto significativo con 280 visualizaciones en vivo y más de 400 reproducciones adicionales posteriormente. La sesión estuvo dirigida a empresarios de todos los centros de desarrollo en implementación, quienes participaron activamente para adquirir conocimientos clave sobre cómo fortalecer su presencia digital, implementar estrategias de marca efectivas y adaptarse a las tendencias emergentes en redes sociales. Puedes acceder al video de la capacitación en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=llmj0PTNynQ&t=32s>



- Capacitación a empresarios y emprendedores de las comunidades de Piedras Blancas de Osa y La Gamba de Golfito. La misma estuvo enfocada en recomendaciones para el desarrollo de actividades temáticas, atención a la clientela y el uso de la plataforma ICT Capacita. Durante la misma, se brindaron herramientas prácticas y teóricas para fortalecer sus competencias, fomentar la innovación en sus ofertas turísticas y mejorar su capacidad de atender a los visitantes con estándares de calidad. Además, se puso especial énfasis en la familiarización y aprovechamiento de la plataforma ICT Capacita como recurso clave para su crecimiento profesional y empresarial.

CAPACITACIÓN: INTRODUCCION TURÍSTICA CON EL ICT (INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO)
 FECHA: 11 DE DICIEMBRE DEL 2024
 HORA DE INICIO: 09:00 A.M.
 LUGAR: INSTALACIONES DE AGRICOOP PIEDRAS BLANCAS DE OSA

CONTAREMOS CON SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

La capacitación introductoria tiene como finalidad aportar conocimiento sobre temas relevantes de turismo que ayudaran a los emprendedores de esta área impulsar sus negocios, mejorando las capacidades internas y externas.

¡IMPORTANTE!
 FECHA LIMITE DE CONFIRMACIÓN: 22 DE NOVIEMBRE DEL 2024

PARA MÁS INFORMACIÓN:
 TEL: +506 7202 4799
 CORREO: COMISIONDETURISMOSUBSUR@gmail.com

TE INVITA:



- Se llevó a cabo una capacitación dirigida a 25 gestores turísticos municipales, enfocada en marketing de destinos y estrategias para el desarrollo de productos turísticos. Durante la sesión, se abordaron herramientas clave y mejores prácticas para fortalecer la promoción de sus destinos, impulsar la innovación en la oferta turística y contribuir al crecimiento sostenible de sus comunidades.



Departamento de Estadística Turística

Durante el 2024 se mantuvo en operación los diversos mecanismos de captura, procesamiento y divulgación de datos, de indicadores turísticos para la toma de decisiones.

El indicador de llegadas internacionales, se divulga mensualmente en el sitio web institucional, desagregado por puesto de control migratorio y nacionalidad de los turistas. Este indicador, además del monitoreo mensual, permite la comparación internacional. El cálculo es posible gracias al suministro anonimizado de los flujos migratorios por parte de la Dirección General de Migración y Extranjería y el procesamiento de 10 097 464 registros de entradas y salidas de personas por parte del ICT.

VÍA	DICIEMBRE		% VARIAC
	2023	2024	2023-2024
TODAS LAS VÍAS	307 603	306 113	-0,5
AÉREA*	281 095	278 437	-0,9
JUAN SANTAMARÍA	181 002	176 981	-2,2
DANIEL ODUBER QUIRÓS	100 051	101 334	1,3
TERRESTRE Y FLUVIAL	25 934	27 001	4,1
MARÍTIMA	574	675	17,6

VÍA	ENERO - DICIEMBRE		% VARIAC
	2023	2024	2023-2024
TODAS LAS VÍAS	2 751 134	2 919 483	6,1
AÉREA*	2 471 150	2 661 488	7,7
JUAN SANTAMARÍA	1 700 756	1 779 529	4,6
DANIEL ODUBER QUIRÓS	769 723	881 289	14,5
TERRESTRE Y FLUVIAL	271 961	252 010	-7,3
MARÍTIMA	8 023	5 985	-25,4

PAÍSES Y/O ZONAS	VÍA AÉREA		% VARIAC
	2023	2024	2023-2024
TOTAL	281 095	278 437	-0,9
AMÉRICA DEL NORTE	202 924	203 132	0,1
CANADÁ	36 409	35 661	-2,1
ESTADOS UNIDOS	158 146	159 382	0,8
MÉXICO	8 369	8 089	-3,3
AMÉRICA DEL SUR	11 635	13 051	12,2
ARGENTINA	2 442	3 178	30,1
BRASIL	2 179	2 634	20,9
CHILE	1 426	1 448	1,5
COLOMBIA	2 793	2 871	2,8
PERÚ	1 163	1 339	15,1
URUGUAY	282	324	14,9
EUROPA	47 439	45 139	-4,8
ALEMANIA	7 385	7 232	-2,1
AUSTRIA	875	931	6,4
ESPAÑA	4 553	3 917	-14,0
FRANCIA	7 606	6 784	-10,8
PAÍSES BAJOS	3 067	2 913	-5,0
REINO UNIDO	7 902	6 882	-12,9
SUIZA	3 046	2 960	-2,8
ASIA Y EL PACÍFICO	6 517	6 501	-0,2
CHINA	1 681	1 643	-2,3
JAPÓN	467	568	21,6
REP. DE COREA (SUR)	323	330	2,2

PAÍSES Y/O ZONAS	VÍA AÉREA		% VARIAC
	2023	2024	2023-2024
TOTAL	2 471 150	2 661 488	7,7
AMÉRICA DEL NORTE	1 756 578	1 936 937	10,3
CANADÁ	242 970	257 395	5,9
ESTADOS UNIDOS	1 431 644	1 587 138	10,9
MÉXICO	81 964	92 404	12,7
AMÉRICA DEL SUR	122 726	126 770	3,3
ARGENTINA	23 718	25 009	5,4
BRASIL	19 788	20 102	1,6
CHILE	17 776	17 377	-2,2
COLOMBIA	28 463	30 531	7,3
PERÚ	15 984	14 964	-6,4
URUGUAY	3 747	4 157	10,9
EUROPA	431 980	428 637	-0,8
ALEMANIA	75 461	73 654	-2,4
AUSTRIA	7 785	7 784	0,0
ESPAÑA	53 782	54 145	0,7
FRANCIA	67 469	70 426	4,4
PAÍSES BAJOS	31 502	31 746	0,8
REINO UNIDO	67 962	66 343	-2,4
SUIZA	25 473	23 181	-9,0
ASIA Y EL PACÍFICO	40 056	49 648	23,9
CHINA	8 591	12 185	41,8
JAPÓN	3 324	3 922	18,0
REP. DE COREA (SUR)	2 780	2 996	7,8

*/ En la VÍA AÉREA además de los aeropuertos internacionales SJO y LIR también se incluyen el Tobías Bolaños (SYQ) y Limón (LIO).

Salidas de costarricenses todas las vías por zonas y países de destino. 2015–2024.

Fuente: ICT con datos DGME.

ZONAS / PAÍSES	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL	918 647	1 036 249	1 150 426	1 078 645	1 152 758	324 381	588 088	934 320	1 253 641	1 384 169
AMÉRICA DEL NORTE	307 789	382 063	370 825	375 637	417 976	130 673	332 831	380 166	449 397	467 161
CANADA	4 795	4 832	4 809	3 494	4 102	1 318	751	3 273	6 927	11 010
ESTADOS UNIDOS	229 638	278 666	253 502	250 750	280 341	94 026	245 088	234 050	267 972	309 478
MEXICO	73 356	98 565	112 514	121 393	133 533	35 329	86 992	142 843	174 498	146 673
AMÉRICA CENTRAL	449 046	464 245	587 995	583 080	603 801	167 234	221 648	414 425	575 909	630 592
BELICE	772	1 123	656	112	7	2	3	47	38	1
EL SALVADOR	27 238	31 504	49 765	89 724	86 381	18 495	28 987	37 738	49 425	61 271
GUATEMALA	26 518	35 849	64 574	44 732	50 556	11 416	20 560	48 397	84 178	85 321
HONDURAS	11 569	13 347	11 963	6 477	5 353	1 266	330	242	558	982
NICARAGUA	187 682	189 069	220 054	141 094	151 476	46 908	44 201	101 793	158 710	175 951
PANAMA	195 267	193 353	240 983	300 941	310 028	89 147	127 567	226 208	283 000	307 066
AMÉRICA DEL SUR	75 370	83 527	77 018	68 935	75 155	16 742	13 899	83 604	142 596	180 348
CARIBE	31 497	44 580	26 640	3 290	3 362	744	106	2 556	10 976	13 812
EUROPA	45 169	54 643	57 623	47 685	52 456	8 986	19 587	53 550	74 751	92 241
ALEMANIA	6 458	7 569	6 501	5 486	5 514	1 190	2 800	5 206	5 230	4 675
ESPAÑA	17 807	21 938	23 539	25 334	28 724	5 652	12 300	34 292	50 351	61 520
FRANCIA	4 813	5 129	5 484	5 379	7 200	821	2 038	6 687	10 482	16 506
PAÍSES BAJOS	3 631	4 044	3 854	1 743	1 703	616	1 112	1 355	2 110	2 329
REINO UNIDO	4 175	6 414	6 996	3 968	2 798	191	360	1 554	1 196	1 626
SUIZA	1 534	1 550	4 806	5 750	6 498	489	970	4 443	5 373	5 577
OTRAS EUROPA	6 751	7 999	6 443	25	19	27	7	13	9	8
OTRAS ZONAS*	9 776	7 191	30 325	18	8	2	17	19	12	15

* OTRAS ZONAS incluye las categorías Asia v el Pacífico, África, Oriente Medio v "No indica".

El seguimiento de indicadores de calidad, por medio de Big Data y Analítica, nos permiten conocer la posición competitiva del destino, al cierre del 2024.

Índice de percepción de satisfacción del destino. Enero- Diciembre 2024.



El 2024 modificó esta unidad de trabajo a departamento, con la incorporación de los principales indicadores turísticos generados en mercadeo, relacionados con conectividad y caracterizaciones de mercado.

Asientos totales registrados y programados por mes hacia Costa Rica.



Fuente: Forwardkeys, OAG, Aeris, Mabrian actualización de datos: 1 de enero de 2025.

En la sección de estadísticas del sitio web institucional www.ict.go.cr , se encuentra disponible esta y otra información como divisas, perfiles de viajeros, resultados del Índice de Progreso Social, empleo y otros indicadores turísticos de interés para el sector.

Departamento de Planeamiento Turístico

La planificación del espacio turístico ha venido atendiendo el Eje 1 del Plan Nacional de Turismo que corresponde al *Uso eficiente del espacio turístico* en lo que corresponde a la planificación estratégica del territorio, particularmente centrando esfuerzos en la zona marítimo terrestre; en este sentido, presentamos los alcances obtenidos en el año 2024.

Sobre las metas proyectas, se resume a continuación:

1. Meta 1.1.9.1 Atención a solicitudes de Municipalidades en rectificar y ajustar planes reguladores vigentes:

Se atendieron las siguientes gestiones de rectificación y ajuste de los siguientes planes reguladores:

- Municipalidades de Carrillo con la rectificación y ajuste del plan regulador de Playa Hermosa - El Coco – Bahía Azul, cuyo trámite fue finalizado con la remisión a Junta Directiva de la aprobación definitiva.
- Municipalidad de Garabito, se atendió el trámite de la rectificación y ajuste del Plan Regulador de Playa Hermosa.
- Municipalidad de Parrita: con las gestiones sobre la rectificación y ajuste de los planes reguladores de Isla Palo Seco, Playa Bejuco, Playa Palma, los tres Esterillos: Este, Centro y Oeste.
- Se comunica que, aparte de la revisión de rectificaciones y ajustes, se hizo la revisión de los siguientes planes reguladores que fueron presentados por la Municipalidad de Puntarenas con la Propuesta del Plan regulador de Isla Chira, se atendió la nueva audiencia pública del Plan Regulador costero del distrito de Cahuita, provincia de Talamanca.

Estos procesos dos últimos procesos no han logrado finalizar el trámite de aprobación, la Institución mantendrá el acompañamiento, orientación y apoyo técnico a las municipalidades en lo que resta del proceso, en procura de que logren la aprobación definitiva y la oficialización de cada plan en el Diario Oficial La Gaceta, labor y responsabilidad que le corresponde a las municipalidades.



Trabajo atendido por solicitud de municipalidades en la revisión de Planes Reguladores en el ZMT

2. Meta Institucional 1.1.9.2 sobre los diagnósticos turísticos en Centro de Desarrollo.

Durante el año 2024, basados en el modelo de colección de datos previamente elaborado, se realizaron labores haciendo el levantamiento de información en ellos Centros de Desarrollo de:

Unidad de Planeamiento	Centros de Desarrollo
Guanacaste	El Coco
	Flamingo
	Conchal
	Sámara
	Islita
Pacífico Medio	Jacó
	Manuel Antonio
Puntarenas	Puntarenas
Pacífico Sur	Drake

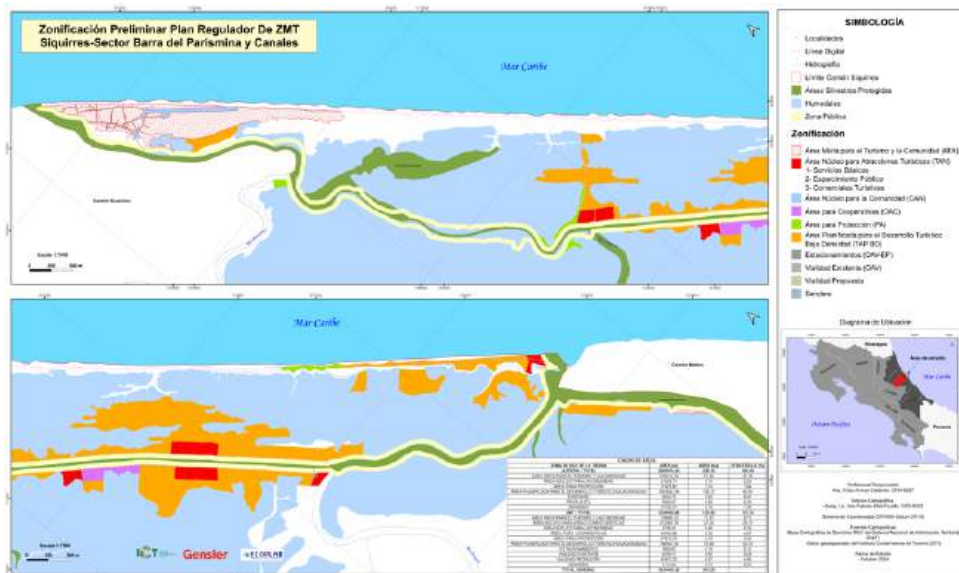
La información procesada sirvió de insumo para la preparación del capítulo de Estructura y funcionamiento para cada Centro de Desarrollo y fue considerada en los documentos del Programa de Gestión Integral de Destinos correspondiente a cada Centro de Desarrollo. No se identificaron riesgos, ya que el trabajo se inició como parte de un proceso de recabar información para su procesamiento de

acuerdo a lo programado con la antelación suficiente, y los productos entregados han sido la base para ser utilizados en el Programa de Gestión Integral de Destinos. que avanzó según lo programado.



3. La Meta Institucional 1.1.9.3 de elaborar una propuesta de plan regulador integral.

Esta meta fue superada ya que se cuenta con cuatro propuestas de planes reguladores en las áreas de zona marítimo terrestre de los sectores de canales en Tortuguero, en el cantón de Pococí, Parismina-Jalova en el cantón de Siquirres y Guácimo, canales de Siquirres, en el cantón de Siquirres y la sección de los canales de Matina en el cantón de Matina, lo que contribuye a mejorar las acciones de las municipalidades en la gestión de la planificación y administración de la zona marítimo terrestre bajo su jurisdicción.



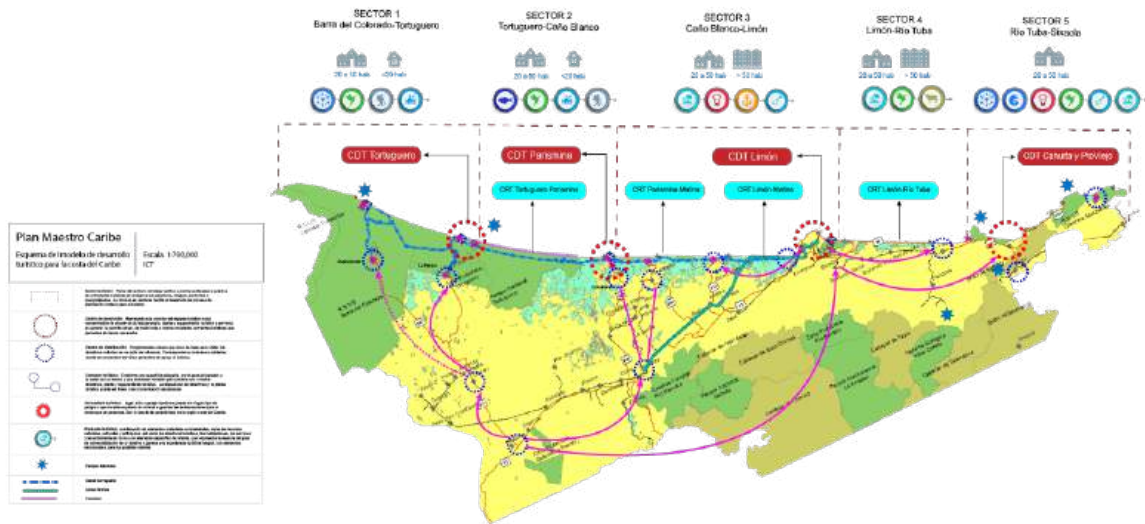
Diseño de propuestas de planes reguladores – Sector Siquirres

4. La Meta Institucional 1.1.9.4 elaboración del Plan Maestro Turístico para el Area costera de Limón

Se finalizó el proyecto de elaboración del Plan Maestro de Desarrollo Turístico costero de Caribe, con la presentación de resultados al señor presidente, por parte un proyecto encomendado a ICT liderado por el señor ministro de turismo. Como parte de los insumos que contiene el Plan de Desarrollo se cuenta con:

- Modelo de desarrollo para el Caribe
- Levantamiento de fotografías aéreas en 18,000 hectáreas

- Propuestas de planes reguladores costeros para la zona marítimo terrestre de los cantones de Pococí, Guácimo, Siquirres y Matina con sus respectivos estudios ambientales – IFAS.
- Proyectos habilitantes para mejorar las facilidades turísticas en la zona
- Un conjunto de herramientas de diseño.



Modelo de desarrollo para el Caribe

Ocho proyectos habilitantes propuestos de acuerdo el siguiente esquema



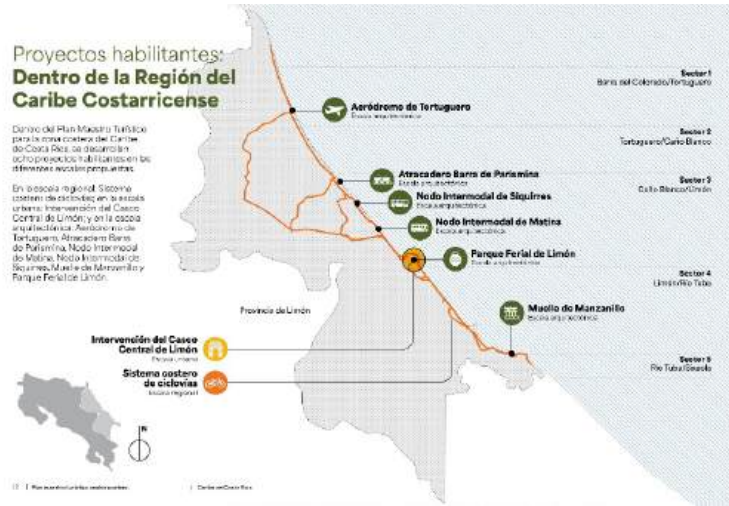
Proyectos habitantes: Dentro de la Región del Caribe Costarricense

Dentro del Plan Maestro Turístico para la zona costera del Caribe de Costa Rica, se desarrollan ocho proyectos habitacionales de diferentes escalas y presupuestos.

En la escala regional, Siseva continúa de extender en la zona urbana, Intervención del Casco Central de Limón y en la zona rural, el proyecto de Asesoría y Asistencia al Desarrollo de Turismo, Atención al Barrio de Palmarina, Nodo Intermodal de Matina, Nodo Intermodal de Siquirres, Muelle de Moravia y Parque Ferial de Limón.

Intervención del Casco Central de Limón
Proyecto urbano

Sistema costero de ciclovías
Escala regional



Herramientas de diseño para unificar la identidad constructiva en proyectos municipales

El Repertorio de Soluciones Integrales es una herramienta versátil que puede ser utilizada por gobiernos locales y profesionales en arquitectura para planificar y desarrollar proyectos habitantes en la costa caribeña de Costa Rica, siguiendo el proceso ilustrado en el diagrama.

La arquitectura es un arte que debe ser funcional y estética. El diseño arquitectónico debe ser integral y sostenible, buscando la armonía entre el entorno natural, la cultura local y las necesidades de los usuarios. El diseño debe ser funcional y sostenible, buscando la armonía entre el entorno natural, la cultura local y las necesidades de los usuarios.

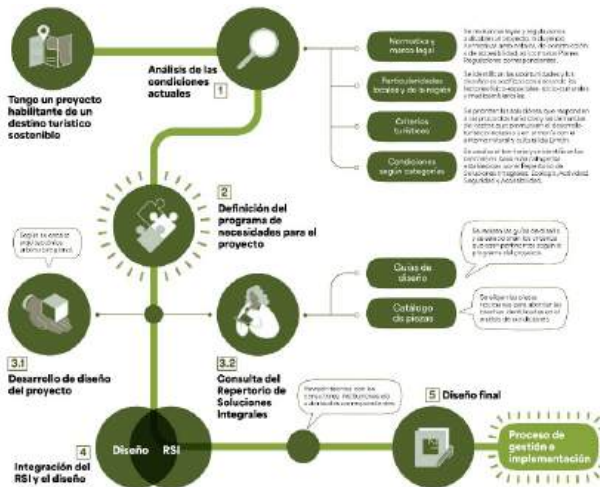


Profesionales en arquitectura

Como gobiernos locales, podemos utilizar el Repertorio de Soluciones Integrales para planificar y desarrollar proyectos habitantes en la zona costera del Caribe de Costa Rica. Este repertorio ofrece alternativas de diseño que consideran el contexto local, la sostenibilidad y la integración con el entorno natural y cultural.



Gobiernos locales



Planta distribución Programa-RSI

- Programa ambiental**
- 1. Furgoneta (espacio 3.00m x 2.00m)
 - 2. Estación de reciclaje de residuos sólidos
 - 3. Cisternas de captación
 - 4. Área de compostaje y reciclaje de residuos
- Programa de servicios**
- 5. Oficina
 - 6. Sala de espera
 - 7. Almacén
 - 8. Plataforma de acceso
 - 9. Plataforma de embarque
 - 10. Bodega de carga
 - 11. Bodega de pasajeros
 - 12. Bodega de mercancías
 - 13. Bodega de almacenamiento
- Programa de infraestructura**
- 14. Plataforma de acceso
 - 15. Estación de agua
 - 16. Oficina
 - 17. Oficina de tránsito
 - 18. Oficina de tránsito
 - 19. Oficina de tránsito
- Equipos auxiliares**
- 20. Jardín ecológico
 - 21. Espacio comunitario
 - 22. Estación de tránsito
 - 23. Estación de tránsito



Ilustración mejoras en el aeropuerto de Tortuguero



Planta distribución Programa-RSI

- Programa principal**
- 1. Oficina y sala de espera
 - 2. Punto de atención al viajero
 - 3. Campesina de agricultura
 - 4. Estación de tránsito y seguridad ciudadana
- Programa de servicios**
- 5. Oficina y área de espera
 - 6. Comercio
 - 7. Servicios sanitarios
 - 8. Caseta de tránsito
 - 9. Oficina general y de tránsito
 - 10. Bodega de mercancías
- Programa de infraestructura**
- 11. Área espacio turístico
 - 12. Área espacio transporte público
 - 13. Plataforma de acceso
 - 14. Plataforma de embarque
 - 15. Oficina de tránsito
 - 16. Oficina de tránsito
 - 17. Oficina de tránsito
 - 18. Oficina de tránsito
 - 19. Oficina de tránsito
- Equipos auxiliares**
- 20. Jardín ecológico
 - 21. Espacio comunitario
 - 22. Estación de tránsito
 - 23. Estación de tránsito



Ilustración atracadero en Barra del Parí



Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos (CIMAT)

La Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos, CIMAT, fue creada por la Ley 7744 “Concesión y Operación de Marinas y Atracaderos Turísticos” y su Reglamento, como el órgano técnico 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, el cual brinda los recursos necesarios para el cumplimiento de sus funciones. Además del ICT, cuenta con la participación de representantes del MOPT, INVU, MINAE y Ministerio de Salud.

La CIMAT se constituye en el principal órgano ejecutor de las disposiciones técnicas y legales que regulan la materia de las marinas y atracaderos turísticos, manteniendo un compromiso claro con el medio ambiente. Toda concesión se otorga resguardando el ambiente y los recursos naturales de la zona, los concesionarios deben cumplir con los compromisos ambientales establecidos por SETENA durante la construcción y operación del proyecto e implementar procesos sostenibles en la prestación de sus servicios.

A través de los servicios que brindan las marinas y atracaderos turísticos de avituallamiento y resguardo a las embarcaciones, así como actividades comerciales dirigidas a sus usuarios y visitantes, se han convertido en una oportunidad para reactivar la economía de las zonas costeras por medio de la generación de empleos directos e indirectos.

Se presenta la memoria de las actividades realizadas por CIMAT para el periodo anual 2024, conforme a las atribuciones y deberes establecidos en la Ley 7744 Concesión y Operaciones de Marinas y Atracaderos Turísticos y su Reglamento.

I. PLAN ANUAL OPERATIVO – PAO CIMAT 2024.

META 1.1.2.1: Resolver a diciembre de 2024 el 100% de las solicitudes de consulta inicial, viabilidad técnica, visado de planos constructivos y cualquier otra sobre marinas y atracaderos Turísticos para que se ajusten a la normativa correspondiente.

Se cita el nombre de los proyectos presentados durante el año 2024 que fueron resueltos en apego a los requisitos establecidos para esta Comisión:

1. Atracadero Existente Playa Cativo, Golfito, solicitud de consulta inicial.
2. Atracadero Existente Tortuga Logde, Pococí, Tortuguero, Limón, solicitud de consulta inicial.
3. Atracadero existente Horizontes del Mar, Puntarenas, solicitud de consulta inicial.
4. Atracadero Existente Sierpe, Osa, solicitud de consulta inicial.
5. Atracadero Existente Isla Chiquita, Paquera, Puntarenas, solicitud de consulta inicial.
6. Marina Turística Jacó, Puntarenas, solicitud de consulta inicial.
7. Marina Turística CR Escape, Bahía Ballena, Osa, solicitud de consulta inicial.
8. Atracadero Turístico Existente Zancudo Logde, Playa Zancudo, Golfito, Puntarenas, solicitud de consulta inicial.
9. Atracadero existente Manatus, Tortuguero, solicitud de viabilidad técnica.
10. Marina Los Sueños, Garabito, Puntarenas, modificación menor edificio en zona comercial.
11. Marina Bahía Cocodrilo, modificación menor de varios aspectos del plan maestro.



12. Marina Bahía Golfito, modificación menor a solicitud de altura para construcción de un piso más en edificio de hotel.
13. Marina Pez Vela, modificación menor del Cronograma de Obras de la III Etapa.
14. Marina Bahía Golfito, visado de planos constructivos de continuación del relleno fase 0.
15. Marina Bahía Golfito, visado de Plano Catastro de marina.
16. Marina Bahía Golfito, visado de planos constructivos de edificios comerciales fase I.
17. Marina Bahía Golfito, visado de planos constructivos de edificios comerciales fase II.
18. Marina Pez Vela, trámite de visado de planos remodelación piscina tercer piso.
19. Marina Pez Vela, trámite de visado de planos edificio Centro de Acopio.
20. Marina Pez Vela, trámite de visado de planos muelles fase III.
21. Ajuste de plazo solicitado por Marina Papagayo
22. Licencia de charteo No.010-2024, embarcación KONTIKI WAYRA
23. Renovación licencia de charteo No.03-2024, embarcación COSTASOL
24. Licencia de charteo No 011-2024, embarcación DARNANELLA
25. Licencia de charteo No.012-2024, embarcación DOUCE FRANCE
26. Licencia de charteo No.013-2024, embarcación LA DEA II
27. Renovación de Licencia de charteo No.007-2023, embarcación CAMY ED
28. Licencia de charteo No.014-2024, embarcación MY NOMAD
29. Licencia de charteo No.015-2024, embarcación TREEHOUSE

CUMPLIMIENTO de la META: De los 29 trámites presentados se resolvieron los 29 para un cumplimiento de la meta del 100%.

META 1.1.2.2: Vigilar, controlar y fiscalizar la actividad de marinas y atracaderos turísticos conforme a la Ley N°7744 y su reglamento para contribuir al desarrollo sostenible de turismo náutico.

Para el periodo en análisis se llevaron a cabo visitas de fiscalización presenciales por parte de los miembros de la Unidad Técnica a todos los proyectos, tanto en construcción como en operación a fin de controlar y vigilar la calidad de los servicios e instalaciones.

Se realizaron 6 visitas constructivas y 9 visitas operativas, además se realizaron 13 visitas de acompañamiento a diferentes proyectos en cooperación con entes del estado.

En la siguiente lista están los proyectos visitados tanto en fiscalización constructiva, operativa, consulta inicial, así como de acompañamiento:

1. Marina Bahía Golfito
2. Marina Papagayo
3. Marina Flamingo
4. Marina Los Sueños
5. Marina Pez Vela
6. Marina Bahía Golfito
7. Marina Bahía Banano
8. Atracadero Fish Hook
9. Atracadero Mar y Luna
10. Atracadero Bahía Cocodrilo
11. Atracadero Turístico Existente Aninga



12. Atracadero existente Manatus
13. Atracadero existente Pachira
14. Atracadero existente Tortuga Lodge
15. Atracadero existente el castillo
16. Atracadero existente Isla Chiquita
17. Atracadero existente Playa Cativo
18. Atracadero existente Horizontes del Mar
19. Atracadero en Limón, vía alterna
20. Visita a Limón reunión con Municipalidad de Pococí y JAPDEVA

Además, se han recibido y revisado los Informes operacionales y constructivos de las siguientes Marinas y Atracaderos:

1. Marina Flamingo
2. Marina Papagayo
3. Marina Los Sueños
4. Marina Pez Vela
5. Marina Bahía golfito
6. Marina Bahía Banano
7. Atracadero Fish Hook

CUMPLIMIENTO META: De 14 proyectos para fiscalizar se realizaron las visitas a los 14 proyectos, para un 100 % del cumplimiento, además se dio seguimiento a varios proyectos en acompañamiento a Mercadeo del ICT sobre facilidades en las marinas, a instituciones como Municipalidades, JAPDEVA, ICT, entre otros.



META 1.1.2.3: Asesorar técnicamente a diciembre 2024 el 100% de los proyectos de Muelles, Atracaderos y Marinas promovidos por las Municipalidades o entes del estado, en cumplimiento del PEI.

Con base en la experiencia y conocimiento adquirido por los colaboradores de CIMAT, como órgano especializado en el desarrollo de las marinas y atracaderos turísticos, se da el acompañamiento y la asesoría técnica a los proyectos promovidos por instituciones del Estado durante este 2024:

1-. Asesoría a la Municipalidad de La Cruz sobre el atracadero en Cuajiniquil, en relación con la consulta realizada por esta Municipalidad a la Procuraduría General de la República y su respuesta mediante el PGR-053-2024.

En este sentido, se han llevado a cabo reuniones con interesados de la zona del Cantón de La Cruz, como el CETUR, dando respuesta a través del CIMAT 216-2024. Asimismo, se han realizado reuniones con la Presidencia del ICT (señor William Rodríguez, ministro), Asesoría Legal y CIMAT. El lunes 17 de junio se llevó a cabo una reunión con el Procurador General de la República, con los tres representantes del ICT anteriormente mencionados.

2-. Asesoría a la Municipalidad de Golfito, en relación con el seguimiento al atracadero municipal de la ciudad de Golfito, así como el acompañamiento con los proyectos náuticos que administran.

En este sentido, se han llevado a cabo reuniones y seguimiento a tramites como las vistas realizadas siendo la última el pasado 6 de setiembre donde se trataron temas varios sobre los proyectos que administran.

3.- Acompañamiento a la Municipalidad de Puerto Jiménez, Golfito, municipalidad recientemente conformada, por lo que requiere capacitación y acompañamiento. En este nuevo cantón se visitó el atracadero municipal de

Puerto Jiménez verificándose su operatividad.

4.- Acompañamiento a la Municipalidad de Pococí con capacitación de funcionarios en temas de la ley 7744 y su reglamento, en especial sobre los trámites para otorgar concesión al atracadero existente Manatus.

5.- Seguimiento al proceso de licitación y adjudicación del muelle La Pavona con la municipalidad de Pococí, división de infraestructura portuaria del MOPT, JAPDEVA y MINAE, donde quedo aprobada por la municipalidad la adjudicación de la construcción por 557 millones.

6.- Acompañamiento a Dirección de Competitividad y Sostenibilidad Turística del ICT, con el fin de realizar un diagnóstico rápido y general de las condiciones biológicas, especialmente en sitio donde se estaría construyendo un muelle flotante por parte del ICT, de manera que se identifique la necesidad de medidas que mitiguen el impacto sobre algún ecosistema frágil, esto en el muelle turístico en barrio el Carmen, Puntarenas.

CUMPLIMIENTO META: De las 6 asesorías técnicas y acompañamientos solicitados se realizaron las 6 para un 100% de cumplimiento de esta meta.

META 1.1.2.4 "RESOLVER A DICIEMBRE DEL 2024 EL 100% DE LAS SOLICITUDES DE LAS VIABILIDADES TÉCNICAS, CONSIDERANDO ACCESIBILIDAD UNIVERSAL SOBRE MARINAS Y ATRACADEROS."

En el transcurso del año 2024 se han asesorado técnicamente a todos los proyectos de marinas y atracaderos turísticos en aspectos de accesibilidad universal en los procesos de fiscalización tanto operativa como constructiva. Este tema es evaluado como parte de las agendas de trabajo de las visitas de fiscalización operativas y de seguimiento constructivo realizadas durante el año, donde se realizaron 6 visitas de fiscalización constructiva, 9 de fiscalización operativa y 13 visitas de acompañamiento a proyectos de entes del estado.



Donde se verifica las facilidades de acceso, como lo son: facilidades en parqueos, aceras, acceso a las áreas comerciales, pasamanos, ascensores, rampas, entre otros.

Además, en los diferentes trámites presentados a la CIMAT entre los que se citan consultas iniciales, viabilidades técnicas, visado de planos constructivos, modificaciones menores y mayores. Las instituciones que conforman la CIMAT valoran lo referente a la accesibilidad universal en los trámites indicados desde los conceptos de iniciales de diseño finalizando con los planos constructivos.

CUMPLIMIENTO META: De todas las solicitudes realizadas para esta meta sobre aspectos de accesibilidad universal se resolvieron todas para un cumplimiento del 100 %.

II. DATOS ESTADISTICOS DEL TURISMO NAÚTICO

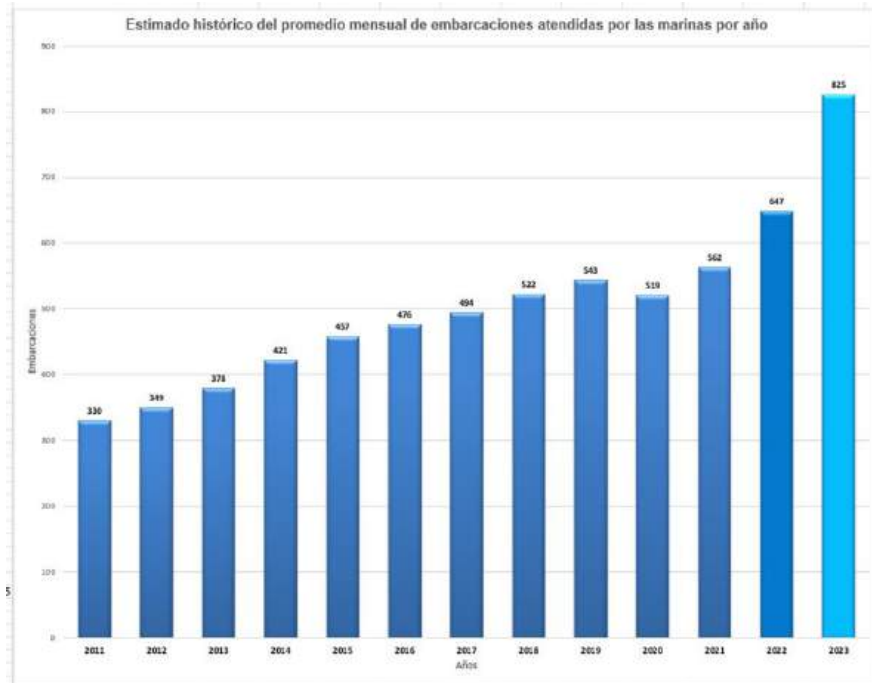
El país cuenta actualmente con seis marinas turísticas operando conforme a la Ley 7744 donde se ofrece alrededor de 1013 puestos de atraque y se atiende un promedio mensual de 825 embarcaciones turísticas y de recreo para un crecimiento de un 15 %.

En este caso, el análisis estadístico corresponde a datos del año 2023, debido a que se terminó de procesar la información en el 2023 y se está a la espera de que las marinas entreguen toda la información del 2024 para realizar su análisis. Por lo tanto, dichos análisis serán entregados con fecha posterior a la finalización del periodo de este informe.

A. Embarcaciones nacionales y extranjeras atendidas por las marinas y puestos de atraque disponibles para el año 2024.



Ocupación de marinas	Puestos de atraque	Nacionales	Extranjeras
Marina Los Sueños	358	91	365
Marina Pez Vela	238	81	104
Marina Papagayo	204	24	55
Marina Flamingo	132	17	33
Marina Banana Bay	21	13	11
Marina Bahía Golfito	60	6	25
TOTAL	1013	232	593



En general el número de embarcaciones que atienden las marinas ha venido aumentando de una forma moderada, con una pequeña baja en el año 2020 por lo de la pandemia. Para el 2021 se retomó la tendencia del crecimiento paulatino, para 2023 el aumento fue mayor a la tendencia, las marinas atendieron un promedio mensual de 825 embarcaciones lográndose un crecimiento del 21.5 % respecto al 2022.

B. Embarcaciones atendidas por tamaño o eslora en pies

De las embarcaciones atendidas por las marinas en el 2023, la mayoría se ubica en el rango de tamaño de menor o igual a 50 pies, específicamente el 85 %, se observa un aumento lento pero sostenido de las embarcaciones de mayor tamaño giga yates que van de los 80 pies en adelante, para este periodo representan un 4.2 %. El cuadro muestra el promedio mensual de embarcaciones atendidas en cada rango.

Eslora (pies)	≤50	>50 ≤ 80	>80 ≤100	>100
Porcentaje (%) mensual	85.7	10.1	1.7	2.5

C. Actividades turísticas de las embarcaciones en las marinas

De las actividades turísticas que realizan las embarcaciones en las marinas más del 50 % realizan pesca deportiva y turística, los mega yates representan un 7.8 mostrando un aumento paulatino respecto a las otras actividades turísticas, esta actividad incluye el segmento de chateo que son los mega yates de bandera extranjera que obtienen licencias de chateo.

Actividades Turísticas	%
Pesca Deportiva y turística	54.6
Recreo	31.6
Tours	4.5
Buceo	1.5
Mega yates	7.8

D. GENERACIÓN DE EMPLEO

El siguiente cuadro muestra la generación aproximada de empleos directos e indirectos:

MARINAS	DIRECTOS	INDIRECTOS
Marina Los Sueños	1212	3000
Marina Pez Vela	154	1333
Marina Papagayo	54	410
Marina Bahía Golfito	100	150
Marina Flamingo	40	120
Marina Banano	18	60
TOTAL	1578	5073

III. ASPECTOS DE IMPORTANCIA PARA EL SECTOR

A. Reglamento de Condominios:

Se logra la continuidad con el sector desarrollador de marinas para integrar los aspectos necesarios técnicos y legales que definen el escenario de la concesión en una administración bajo la figura de condominio, concretando ocho reuniones en las que se participó con instituciones como el CFIA, INVU y MIVAH, de manera que se concluye el documento de reforma al Capítulo IV Bis del Reglamento a la Ley de Condominio, realizándose la consulta pública del documento para la integración de comentarios que sean pertinentes y su posterior promulgación.



B. FLIBS 2024.

Participación de la delegación del ICT, conformada por dos funcionarios de la

Dirección de la Comisión de Marinas y Atracaderos Turísticos (CIMAT) y el director

de la División Marítimo Portuaria del MOPT, una funcionaria de la Dirección de

Mercadeo y una funcionaria del departamento de Atracción de Inversiones de la

Dirección de Estrategia Turística, al evento anual Fort Lauderdale International

Boat Show (FLIBS) en la ciudad de Fort Lauderdale, Florida.

Objetivo principal: promover a Costa Rica como un destino turístico náutico de primer nivel, atraer inversionistas, establecer alianzas estratégicas con países, empresas y actores de la industria náutica y continuar promocionando el destino en este sector, en el marco de lo expuesto en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2023-2027.

Objetivos generales: presentar en la feria, las ventajas ofrecidas por Costa Rica en términos de marinas de lujo y servicios de alta calidad para los inversores y compradores de súper y mega yates, así como nuestra ubicación privilegiada, la infraestructura náutica de primer nivel con la que contamos, los servicios especializados, la belleza natural, la biodiversidad y el compromiso con la sostenibilidad.

Resultados y Conclusiones:

- Excelente oportunidad para Costa Rica de proyección como destino boutique del turismo náutico. Una feria con trayectoria internacional y 65 ediciones dentro del sector marítimo en Norteamérica que esperaba la presencia del país y fue bien recibido con gran aceptación.

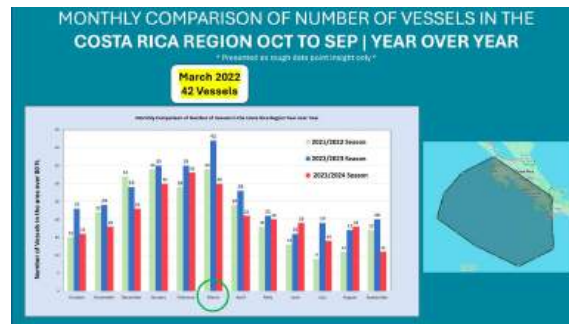


- La participación previa de la Asociación de Marinas de CR en la misma, permite que ya haya un conocimiento previo del país entre los participantes y fue fundamental en la logística de acompañamiento al ICT.
- El stand de Costa Rica ICT, se ubicó en la zona denominada Travel Destinations Pavillion, con un movimiento constante de visitantes, solicitando información del país o bien, buscando referencias de lugares y actividades para planear en su visita ya programada.
- Logramos una exposición importante con el patrocinio y la presentación de Costa Rica en el almuerzo organizado por United States Super Yacht Association (USSA), mostrando datos estadísticos del país en general y sobre todo de las Marinas y su infraestructura de clase mundial. Logramos acercamientos de diferentes países y regiones del mundo, interesados en conocer un poco más de nuestro destino y posibilidades de generar conversaciones y posteriormente, estrategias de visita. Países: Australia, Islas Fiji, Panamá, Colombia, Islas Vírgenes Británicas.
- Reuniones importantes con los gobiernos de Panamá y Colombia, quienes muestran un alto interés en iniciar un proceso de comunicación e intercambio de ideas, con el fin de desarrollar en cada país, Comisiones Interinstitucionales de Marinas, tal y como está conformada la CIMAT en CR e implementar su normativa, la cual es débil o nula en función de visualizarnos como una región y tener mayor posibilidad de captación de yates y superyates.
- Reuniones de atención a medios de comunicación y revistas en el segmento de destinos de lujo para turistas de alto poder adquisitivo, quienes permiten una derrama económica sobre las poblaciones costeras y el país en general, fueron constantes y diversas, buscando una estrategia especializada de exposición a nivel internacional.

- Generar una estrategia institucional que asocie las dependencias de Mercadeo, Competitividad y Sostenibilidad Turística, Atracción de Inversiones, CST, Estrategia Turística, Promoción y Desarrollo de Segmentos Especializados (MICE) y la CIMAT y consolidar un plan estratégico de acción y posicionamiento del producto náutico.



**BERT FOWLES – CHAIRMAN
ANNUAL MEETING 2024**



C. Se reformaron las comisiones de enlace con la Municipalidades.

Se procedió con la solicitud de promulgación de nuevas comisiones de enlace municipal en aquellos municipios que aún no las nombraban, lográndose respuesta positiva en siete de ellos para contar actualmente con 15 comisiones nombradas, dándoseles en el mes de noviembre por parte de CIMAT la charla de motivación y capacitación para fortalecer sus conocimientos en la Ley 7744 de Marinas y Atracaderos Turísticos.

D. Capacitación en temas de las modificaciones realizadas a la ley 7744 y reglamento.

Con los miembros propietarios y suplentes de la Unidad Técnica de CIMAT, se logra desarrollar tres charlas de capacitación, una con relación a los procesos de Viabilidad Técnica con modificaciones menores y mayores, una segunda de Seguimiento Constructivo y Recepción de Obras; de manera que se detallaron los cambios incorporados en los Capítulos del Reglamento de la Ley 7744 que les atañe y una tercera charla sobre los procesos de otorgamiento de las licencias de charteo para embarcaciones de 24 metros en delante de bandera extranjera que les permite chartear en el territorio nacional.

E. Se continua con el otorgamiento de licencias de charteo para el año en análisis:

Se otorgan por el ICT 8 licencias de chateo a las siguientes embarcaciones:

1. Embarcación KONTIKI WAYRA.
2. Embarcación COSTASOL, renovación.
3. Embarcación DARNANELLA.
4. Embarcación DOUCE FRANCE.
5. Embarcación LA DEA II.
6. Embarcación CAMY ED, renovación.



7. Embarcación MY NOMAD.
 8. Embarcación TREEHOUSE.
- F. Por medio del transitorio II de la ley 7744, se continua con la incorporación de proyectos de atracaderos en la zona de Tortuguero, Puntarenas y Golfito.
- G. CIMAT, forma parte del proyecto Marinas Limpias con la Universidad de Costa Rica y socios de España, para mejorar los programas ambientales en las Marinas y Atracaderos. En el año se realiza un taller en la Universidad de Costa Rica para levantar información de los gestores. Se realizan giras a los proyectos para el levantamiento de la información requerida, se genera el primer borrador de la estrategia de marinas limpias.

Dirección Ejecutiva CIMAT

ANEXO FOTOGRÁFICO



Tortuguero, enero 2024



Marina Jaco, noviembre 2024



Marina Los Sueños, mayo 2024



Marina Pez Vela, junio, agosto y setiembre 2024



Marina Flamingo, marzo 2024



Marina Papagayo, marzo 2024





Atracadero Bahía Cocodrilo, setiembre 2024





POLO TURISTICO GOLFO PAPAGAYO - 2024

El Proyecto Turístico Golfo de Papagayo, corresponde a una región geográfica con un área aproximada de 1658 hectáreas, ubicado en el norte del pacífico costarricense, se identifica como zona de riqueza escénica y cultural de alto potencial turístico. El área está inscrita a nombre del Estado Costarricense bajo la administración del ICT, generando hoy día más de 400 concesiones para proyectos de desarrollo turístico con el fin primordial de generar encadenamientos productivos en la zona.

1. Gestión de la Unidad:

Durante el año 2024 la Dirección Ejecutiva tramitó un total de 957 trámites, entre planos constructivos, planos catastro, acreditaciones de nuevos representantes legales, revisiones de anteproyectos constructivos; además de otros como cesiones parciales y autorizaciones de garantías reales sobre concesiones y autorización para el sometimiento a condominio de fincas bajo la ley 6758.

2. Desarrollo de proyectos concesionados.

Durante el año 2024 se finalizaron construcciones de varios proyectos concesionados con fines residenciales turísticos, así como la finalización de algunos proyectos hoteleros dentro de los que destacan:

- **Ampliación de Hotel el Mangroove:** se finaliza la ampliación del hotel con 13 de villas residenciales, para uso hotelero:



- *Finalización de la construcción del Hotel Nekajui Ritz Carlton Reserve en Península Papagayo:* El proyecto tiene un componente hotelero con un total de 107 habitaciones el cual fue recibido y finalizado en diciembre del 2024.

Las obras se iniciaron en abril del 2022 con una inversión aproximada de \$85,000.000:







3. Gestión para el logro del Proyecto de Inversión Pública

Uno de los principales proyectos para gestionar por parte del ICT consiste en la dotación de agua potable de manera constante y segura para el Polo Turístico Golfo de Papagayo y su zona de influencia, por lo cual se durante el año 2022 se iniciaron los esfuerzos conjuntos con el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados y dos empresas privadas con el finde acordar la intervención conjunta para la habilitación de nuevos pozos de producción y distribución con el fin de lograr la dotación en el mediano plazo a el sector.

Durante el 2024 se inició el trámite de donación de los terrenos donde se perforaron los pozos convenios en el documento denominado *“Convenio para la construcción de mejoras al acueducto de papagayo en el sector norte entre el Instituto Costarricense De Acueductos Y Alcantarillados, el Instituto Costarricense De Turismo, Manzanillo Resort Development Limitada y Grupo De Inversiones y Promociones El Almendro Limitada.”*, donación a cargo de la empresa Manzanillo Resort Development Limitada, y de manera aunada se procedió con el inicio de los diseños del acueducto, proceso a cargo de Grupo de Inversiones y Promociones el Almendro Limitada.

Se logra el aval de MIDEPLAN para la inscripción del proyecto denominado *“Sendero Turístico en Playa Panamá y habilitación de entradas accesibles a la Playa”* y se define el anteproyecto constructivo para la ejecución de la obra.

4. Gestión de responsabilidad social de la unidad.

Mediante el esfuerzo conjunto de los funcionarios de los Concesionarios y los funcionarios de la Dirección Ejecutiva del Polo Turístico Golfo de Papagayo se gestionó la atención para las fiestas de fin de año de la

Escuela de Altos del Roble y la Escuela del Cacique.



Durante el 2024 se organizó un comité operativo para la gestión de los trabajadores ambulantes ubicados en Playa Manzanillo, dentro del comité participan Procomer, Ministerio de Salud, Municipalidad de Libera, Ministerio de Seguridad, Catargua, ICT, Hotel Planet Hollywood y los trabajadores ambulantes, con el fin de procurar una mejora del producto que ofertan a los turistas.

