

Informe Final de Gestión

Allan Flores Moya, Ministro de Turismo

Compendio de los logros más
importantes del Ministro de
Turismo en el período 2011-2014



Contenido

Presentación.....	4
Resultados de la Gestión.....	5
Labor Sustantiva.....	5
Líneas aéreas: Más asientos y más destinos al país.....	5
Campaña de publicidad Internacional: EEUU- Canadá.....	9
Obtención de Premios internacionales:	11
Otros esfuerzos relevantes de promoción	11
Campañas cooperativas	13
Presente en las principales ferias del mundo	14
Presencia en Ferias MICE.....	17
Ferias en breve.....	18
Estrategia de cruceros	19
Centro Nacional de Congresos y Convenciones.....	21
Turismo interno	25
Desarrollo Turístico	29
Desarrollo de propuestas de planificación	32
Gestión y Asesoría Turística.....	33
Otros avances relevantes	36
Sostenibilidad Turística.....	36
Principales logros alcanzados, de conformidad con la planificación institucional	54
Gerencia General	54
Polo Turístico Golfo de Papagayo.....	55
Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos (CIMAT)	58
Auditoría Interna	61
Asesoría Legal	62
Unidad de Planificación	70
Macroproceso de Planeamiento y Desarrollo Turístico	73
Macroproceso Administrativo Financiero.....	78
Macroproceso de Gestión Turística.....	87

Proceso de Oficinas Regionales	88
Macroproceso de Mercadeo	89
Estado de autoevaluación del sistema de control interno 2011 - 2014	98
Acciones del sistema de control interno institucional durante el último año	103
Proyectos pendientes de concluir	103
La administración de los recursos financieros asignados durante la gestión 2011-2014.....	103
Estado Actual del cumplimiento de disposiciones o recomendaciones de la Contraloría General de la República	106
Estado actual de cumplimiento de disposiciones o recomendaciones de otros órganos de control externo.....	106
Estado actual de cumplimiento de recomendaciones formuladas por la Auditoría Interna.	106

Informe Final de Gestión

Lic. Allan René Flores Moya
Ministro de Turismo

Presentación

El inicio de mi gestión estuvo marcado por el objetivo principal de recuperar lo antes posible las tasas de crecimiento de llegadas de turistas internacionales y las divisas que generaba la industria turística nacional antes de la crisis económica internacional que afectó Costa Rica en el 2008 y que representó un duro golpe a las finanzas de los empresarios turísticos y al país en general.

Para recuperar los indicadores macroeconómicos de la industria turística creamos un Comité de Atracción de Nuevas Líneas Aéreas con el propósito de atraer por medio de las campañas cooperativas, nuevas líneas aéreas, más asientos y más destinos al país. Gracias a los esfuerzos realizados, el ingreso de turistas del 2011 superó las cifras prevalecientes en el 2008, antes de la crisis económica mundial, y en cuanto a las divisas por turismo, en el 2012 logramos superar los ingresos reportados en el 2008. En este momento, gracias a los positivos indicadores podemos ver con mucho optimismo el futuro de la industria turística y su valiosa contribución al desarrollo nacional.

Si comparamos el ingreso de turistas y la generación de divisas de Costa Rica con otros países latinoamericanos como Cuba, Perú, Chile, Venezuela y Uruguay podemos observar que estos cinco países reciben una cantidad mayor de visitantes que Costa Rica, no obstante la generación de divisas es la misma de Costa Rica, (de acuerdo con datos de la OMT). Esto significa que nuestro destino genera un mayor gasto promedio de los turistas que los otros países indicados, gracias al esfuerzo gubernamental que se realiza orientado a la atracción de un turista con un alto perfil socioeconómico y a una mayor oferta turística.

El turismo en Costa Rica, representa el 4,9 % del PIB. Genera cerca de 100,000 empleos en forma directa y de 250,000 en forma indirecta lo que representa el 12% del empleo total del país.

La distribución del turismo en todo el territorio genera amplias posibilidades de desarrollo local y de empresas locales. En el 2013 operaban 2,509 empresas de hospedaje, de las cuales el 94,7% tienen menos de cincuenta habitaciones (2,375

empresas). Las empresas pequeñas de hospedaje contribuyen decididamente a la creación de nuevos empleos en zonas agrícolas, y el aumento en el ingreso de las familias involucradas. Esa decisión empresarial en estas zonas asigna valor económico indirecto y contribuye a la conservación de los espacios naturales, dadas las expectativas de generación de beneficios que depara el turismo.

Cerca del 58% de los turistas internacionales visitan Parques Nacionales generan cerca de US\$8 millones de ingresos por entradas a dichos parques. Estos ingresos favorecen la conservación de áreas protegidas y también se emplean para la educación ambiental y concientización sobre la conservación en función de una nueva cultura turística

Hemos propiciado dinámicas económicas basadas en encadenamientos productivos en muchos lugares del país, revalorizando la cultura local especialmente la gastronomía, la artesanía, la música, la danza, entre otros, debido a la demanda de bienes y servicios.

Como se podrá ver en el presente informe, se han realizado acciones consistentes y estratégicas para recuperar la senda del crecimiento en las llegadas internacionales de turistas, diversificar la oferta turística, y crear los encadenamientos empresariales que permitan la democratización del dólar turístico.

Resultados de la Gestión

Labor Sustantiva

Líneas aéreas: Más asientos y más destinos al país

Uno de los retos que nos trazamos fue el de atraer nuevas líneas aéreas, más asientos y más destinos al país. Para lograr esta meta, hemos sabido trabajar en equipo. Es así como se formalizó la creación del Comité de Atracción de Nuevas Líneas Aéreas, dirigido por la Presidencia Ejecutiva e integrado por la Gerencia General y la Dirección de Mercadeo del Instituto Costarricense de Turismo, las Direcciones Comerciales de Aeris y Coriport, concesionarios de los aeropuertos internacionales Juan Santamaría y Daniel Oduber Quirós, respectivamente, así como los asesores internacionales IOS Partners.

Este Comité apoya a esta administración en las estrategias para identificar a las aerolíneas con posibilidades de operar hacia Costa Rica, fortalece las aerolíneas que ya han tomado la decisión de operar, identifica las situaciones que pueden

afectar el desempeño de las aerolíneas, recomienda los montos de las campañas cooperativas, en abono a la correcta comercialización del vuelo, hace contribuciones en la simplificación de trámites para obtener la declaratoria y el contrato turístico por parte del ICT, así como el apoyo para la obtención de los permisos provisionales y los certificados definitivos de explotación por parte del Consejo Técnico de Aviación Civil. Esto no es ni más ni menos que una demostración que este enfoque se constituye en una política duradera del Estado costarricense.

Aparejado a esta estrategia, tenemos que sumar ejemplos como la firma del memorandum de entendimiento y el acuerdo comercial aéreo con el Gobierno de la República Popular de China. Asimismo, suscribimos el convenio de cielos abiertos entre Costa Rica y Qatar y un convenio de cielos abiertos entre Costa Rica y Turquía. Finalmente y no menos importante, suscribimos un convenio de similar naturaleza entre Costa Rica y la hermana República de Panamá. También, en el mes de marzo anunciamos la decisión de Costa Rica de eliminar la visa como requisito de entrada para los ciudadanos rusos, esto con el objetivo de la diversificación de mercado.

Los resultados son de sobra conocidos por la opinión pública. Seguidamente exponemos los alcances más relevantes durante estos últimos tres años. Para el año 2011, el total de asientos superó los tres millones, ubicándose en un total de 3,059,195 de asientos. Dividido en los dos principales aeropuertos se explica así: En el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría (AISJ) se generaron ese año 2,710,321 asientos disponibles y en el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber (AIDO) un total de 348,874.

En cuanto a llegadas internacionales se registran por todos los puertos 2,192,059 mientras que se reportan 1,799,401 por vía aérea.

Novedades de 2011

- Jet Blue: New York – Liberia. Se registraron 4 vuelos semanales para un total 31.200 asientos por año. En el 2012 esta aerolínea, aumentó la proporción; es decir, dispuso un total de 33,600 asientos. Esta aerolínea inició operaciones a Liberia el 17 de noviembre del 2011.
- Air Berlin: Cancún – Liberia. Se realizó un vuelo quincenal. Es decir, 3,636 asientos durante 6 meses que operó a este aeropuerto.
- Frontier: Denver–Liberia. Se registraron 3.596 asientos. La empresa inició operaciones en este destino el 30 de enero. **Este servicio se está ofreciendo de forma estacional.**

Novedades de 2012

Este año se generaron 3,151,118 asientos en total, de los cuales 2,740,857 en el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría (AISJ) y 410,261 en el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber (AIDO).

En cuanto a llegadas internacionales se registran por todos los puertos 2,343,213 mientras que se reportan 1,995,792 por vía aérea.

- **IBERIA** incrementó en un 3% su capacidad en la ruta San José–Madrid entre el 2011 y el 2012. La oferta de asientos disponible mensual fue de 20.807 (vuelo completo). De esta manera se registran de Madrid a San José, **115,619 asientos en 2011, - 119,192 asientos en 2012 .**
- **AEROMEXICO**, aumentó de una a dos frecuencias diarias en la ruta San José – México D.F. Ruta operada con un Boeing 737 con capacidad para 124 pasajeros, con lo que generó 65,148 asientos en 2012 en la ruta MEX-SJO de Aeroméxico. Fecha de inicio: 28 de marzo.
- **Copa Airlines** Liberia – Panamá, vuela 2 veces por semana (el primer vuelo “leisure” itinerado hacia ese destino con conexiones a más de 68 destinos de Suramérica y el Caribe). La ruta la operan con aviones Embraer ERJ-190, con capacidad para 94 pasajeros. Equivale a 55 vuelos en esta nueva ruta y 5170 asientos. Fecha de inicio: 24 de junio.
- **AVIANCA** San José – Monterrey, 3 veces por semana, con un equipo Embraer ERJ-190 con capacidad para 96 pasajeros. Esto equivale a 92 vuelos en total y 8,736 asientos para el periodo que abarca del 1 junio al 31 de diciembre de 2012.
- **INTERJET**, San José- México D.F, vuelo diario, con un A320 con capacidad para 150 asientos. Esto generó 29,624 asientos en 2012 en la ruta MEX-SJO de Interjet. Inicio de operaciones. 21 de junio
- **WestJet** en la ruta Toronto- Liberia. La aerolínea vuela de forma itinerada dos veces por semana y utiliza un avión Boeing 737-700 Boeing 737-800, con capacidad para 166 pasajeros (el avión más grande de su flota). Se estima que el crecimiento anual en el número de asientos sería de 34.528 para ambas vías. Fecha de inicio: 29 de octubre. 3,154 asientos en 2012 crecimiento del 269% en 2013, **obteniéndose 11,636 asientos en el 2013.**

Novedades de 2013

De enero a diciembre del 2013 se generaron 3.362.193 asientos disponibles en total. El Aeropuerto Internacional Juan Santamaría recibió 2.678.751 asientos, mientras que el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber 406.413.

En cuanto a llegadas internacionales se registran por todos los puertos 2,427,941 mientras que se reportan 1,901,089 por vía aérea

- **Iberia:** Durante el 2013 hubo una disponibilidad de **238,368 asientos** (ida y vuelta) en la ruta Madrid – San José – Madrid; esto significa una disponibilidad promedio de 4.459 asientos semanales aproximadamente.
- **Jet Blue Airways:** Inauguración de la ruta Fort Lauderdale - San José, a partir del 26 de junio del 2013, con frecuencia diaria en un avión tipo A320 con capacidad de 150 pasajeros (1.050 asientos semanales es la disponibilidad). 28,566 asientos en 2013
- **Delta Airlines**
 1. Inauguración de la ruta Los Ángeles – San José a partir del 2 de julio y con avión tipo 757 – 200 con capacidad para 180 pasajeros. Se dispusieron **30,124 asientos en 2013**
 2. **Los Ángeles-Liberia en Diciembre 2013, operando los sábados 320 asientos en 2013.**
 3. Inauguración de la ruta Minneapolis – San José a partir del 21 de diciembre con un B757 **en una única frecuencia semanal (Del 21 de Diciembre al próximo 29 de Marzo 2014.)** con capacidad para 180 pasajeros **368 asientos en 2013**
 4. Inauguración **New York (JFK) – San José (2,392 asientos en 2013)** y de
 5. **JFK – Liberia en Diciembre 2013 con 230 asientos en 2013**

Este esfuerzo de atracción de más asientos, nuevos destinos y más líneas aéreas denota un fuerte compromiso de la administración Chinchilla, por mejorar la conectividad aérea.

Campaña de publicidad Internacional: EEUU- Canadá

Con el lanzamiento de la campaña “Costa Rica’s Million Dollar Gift of Happiness”, el 6 de octubre de 2011, en el Instituto Costarricense de Turismo apostamos contundentemente por la diferenciación del destino turístico por medio del lanzamiento de la campaña internacional para el mercado de Estados Unidos y Canadá.

Con el fin de buscar un concepto novedoso y diferenciador de las campañas de publicidad que actualmente realizan otros destinos, ICT contrató a la agencia de publicidad de Estados Unidos, *22 Squared*, por medio de la cual se desarrolló la campaña “**Costa Rica’s Million Dollar Gift of Happiness**”, la cual consistió en compartir la felicidad de los costarricenses.

La campaña impulsada por Costa Rica fue más allá de la publicidad tradicional pues buscó romper paradigmas y trascender en el tiempo, marcando una huella en la historia y en la forma de ver la vida.

“**Costa Rica’s Million Dollar Gift of Happiness**” marcó un hito en la historia de la promoción del país en el ámbito internacional, al posicionar de una manera creativa el destino, convirtiendo las experiencias de los turistas en el elemento multiplicador de recomendaciones.

Con esta campaña se abrió una gran oportunidad para enganchar y educar a los turistas potenciales sobre la diversidad y la riqueza de la experiencia que ofrece Costa Rica. El trabajo conjunto con el sector privado y la planificación intensa que conllevó esta campaña, nos permitió, además de estimular el disfrute de los atractivos turísticos, se promovió la conciencia ecológica y ambiental, el aprendizaje sobre las acciones de sostenibilidad, el uso racional de los recursos, la protección del medio ambiente, el respeto a la cultura local y la participación con las comunidades, que es lo que más cautiva al turista, el trato y la forma de ser del costarricense.

“**Costa Rica’s Million Dollar Gift of Happiness**” generó conversaciones sobre Costa Rica, el intercambio de experiencias por medio de redes sociales, la recomendación del destino y la revisita, aprovechando al máximo un presupuesto publicitario que se considera limitado en el mercado meta.

Con esta campaña amplificamos la voz de las personas que recomiendan a Costa Rica como destino turístico, logrando un efecto multiplicador que ha generado

réditos a nuestra industria turística y experiencias inolvidables para quienes nos visitan.

Tan solo en los primeros meses, los fans en Facebook pasaron de 8 mil a casi 80 mil. Es sobresaliente que antes de este esfuerzo internacional el 54% de los fans eran ticos, 32% EE.UU., 7% Canadá, 7% otros países, pero gracias a la campaña, en el 2011 logramos resultados a la inversa; es decir, el 77% correspondían a fans de EE.UU, siendo nuestro principal mercado emisor de turistas, 6% Canadá y un 8% de otros países.

Con esta campaña en su primera etapa, logramos que 100 millones de personas estuvieran expuestas a los mensajes a través de medios impresos. Solo en web se logró presencia en más de mil sitios Web como Trip Advisor, Expedia, Orbitz, Travel Channel, The Weather Channel, NBC, entre otros.

En el 2012, 54 mil personas participaron en la promoción de la campaña “Million Dollar Gift of Happiness”, con el fin de ganar un viaje a Costa Rica. Esto generó un crecimiento en la cantidad de visitas, comentarios y seguidores en redes sociales; por ejemplo, se dieron más de 629 mil interacciones, con un porcentaje de crecimiento de 573% y el número de seguidores de la página de Facebook aumentó un 3380%, pues se pasó de 8 mil fans en el 2011 a 278.403 fans en el 2012. Esto facilitó una plataforma de comunicación para divulgar los mensajes sobre Costa Rica como mínimo ante 55 millones de personas, considerando que cada fan de Facebook tiene alrededor de 200 amigos. Con ello, se generaron 914 millones de impresiones; es decir, nuestro mensaje fue visto más de 914 millones de veces.

Los ganadores de los viajes a Costa Rica viajaron de 38 Estados de los Estados Unidos de América y de provincias canadienses como Ontario y Alberta, convirtiéndose en promotores del destino en sus lugares de origen.

Se creó un “tab” dentro del perfil de Facebook, para que los ganadores de la promoción pudieran narrar sus experiencias vividas en Costa Rica y así recomendar la visita al destino.

Se obtuvieron participaciones adicionales en programas de televisión de gran cobertura como Anderson Cooper y Ellen De Generes, alcanzando una exposición masiva ante más de 7 millones de personas.

En el 2013, se dio un crecimiento en la base de fans, de 8 000 antes del 15 de setiembre 2011, a 500 000 más en este momento, lo que significó un crecimiento

de 6150%. A pesar de que la promoción ya terminó, la base de fans sigue creciendo, esto quiere decir que más allá de la promoción, se está creando una base de fanáticos hacia la marca. En estos primeros cinco meses del año 2014 nos ubicamos en alrededor de 650.000 fans.

Obtención de Premios internacionales:

- Premio Gold WOMMY en la categoría de Medición por la innovadora forma en la que midieron las impresiones boca a boca (pagadas, ganadas y propias) generadas antes, durante y después de la campaña. Fue otorgado por la Asociación de Mercadeo Boca a Boca (WOMMA, por sus siglas en inglés).
- La aplicación Enviromixer ganó un Premio GOLD ADDY® en la categoría de Aplicaciones para Móviles del Atlanta Ad Club. La aplicación avanzó al nivel distrital, donde obtuvo un SILVER ADDY® en la categoría de Aplicaciones para Móviles.
- La aplicación Enviromixer ganó un premio Plata en la categoría Aplicaciones y Entretenimiento y la campaña obtuvo Mención Honorífica en la categoría de Campaña Integrada de los Premios de los Medios de Comunicación, en la 42da Entrega Anual de los Premios Internacionales de Creatividad (Competencia de Creatividad y Medios de Comunicación Interactivos).
- La aplicación Enviromixer recibió un reconocimiento en los Premios de Diseño Interactivo HOW.
- Premio Effie Oro en categoría viajes.

Otros esfuerzos relevantes de promoción

Durante el 2012 se realizaron seminarios en Suramérica, Europa y Estados Unidos logrando una capacitación total 4810 agentes. Además, se efectuaron programas de capacitación en línea en Alemania y Estados Unidos. En esfuerzos por alcanzar publicaciones positivas del destino Costa Rica, se trabajó en el posicionamiento en diferentes medios de comunicación de nuestros principales mercados emisores de turistas como The New York Times, Travel + Leisure, FOX News, Travel Weekly, Destination Weddings and Honeymoons, entre otros. Asimismo, se realizaron varios viajes de familiarización, para que los periodistas internacionales conocieran los diferentes productos turísticos que ofrece el país, como el Fam trip de surf, el de EXPOTUR, el de sostenibilidad, contando con periodistas de National Geographic Traveler, Forbes.com, Discovery Channel Planet Green, entre otros.

De igual forma, se gestionó la visita de periodistas que publican sus reportajes en 101 medios de comunicación como CNN, Canal Cuatro España, NTV de Rusia, El Universal, TV Chile, Diario El Clarín, revista Travel & Style, entre otros; de países como Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Suiza y Suramérica.

Se efectuaron fam trips para agentes de viajes de Brasil, Panamá, Paraguay, México, Alemania, Rusia, Holanda, Canadá y Estados Unidos.

Se trabajó en la Campaña interregional Centroamericana "A tan sólo minutos", un esfuerzo de los seis países de Centroamérica en conjunto con la aerolínea Avianca- Taca, con el que se pretendía dar a conocer las cualidades de la región y de cada país, con el fin de atraer turistas. Con esto se logró que San José sea considerada la ciudad top de Centroamérica. Además, se movilizaron unos 4958 pasajeros gracias a este esfuerzo.

En el 2013, se realizaron comunicados de prensa relativos a diferentes acciones y situaciones que han pasado en el país (seguridad, dengue, actividades P3 y Adventure Race). Se actualizó el Press Kit y se elaboró un nuevo material para el mismo. Se cuenta con una propuesta del Manual de crisis de opinión pública y se ha realizado investigación sobre el "ShutDown" y situación económica en los Estados Unidos. Se realizaron tres viajes de Familiarización con la Agencia a las zonas de: Pacífico Sur, Zona Norte y Pacífico Medio y Guanacaste Norte.

De igual forma, se gestionó la visita de periodistas que publican sus reportajes en 85 medios de comunicación como CNN, Once TV México, 2 TV R Planet de Rusia, Clarin y Nación de Argentina, TV Chile, CCVT 6 de China, Kawasemi TV de Japón, Diario Corre Brazilese de Brasil, Revista abordo Avianca, American Way de AA, Miami Herald de USA y Huffington Post de USA, Univisión de USA entre otros.

Se efectuaron fam trips para los siguientes agentes de viajes G Adventure, Royal Caribbean Cruises LTD, Uncorned Market Cheryl Andrews Marketing and Communications, Perillo Tours de Estados Unidos y Pionner Expeditions delInglaterra, Mercatur de Brasil, Cox and Kings de Inglaterra, Agentes de China, Southern Sky Tours de Alemania, y Solway Copa Vacation de Chile

Campañas cooperativas

Nuestro trabajo también se orientó al fortalecimiento de las campañas cooperativas, las cuales constituyen un esfuerzo de cooperación integral del ICT con líneas aéreas, agencias mayoristas, asociaciones, cámaras y otras entidades públicas o privadas relacionadas con el sector turístico, para colocar publicidad conjunta con promoción del destino y producto con el fin de alcanzar al mejor cliente potencial.

Es así como en el 2011 logramos la promoción de nuevas rutas desde Estados Unidos (Apple Vacations, Jet Blue y Delta), Canadá (Sunwing Vacations), Argentina (TACA), Reino Unido (First Choice) y Alemania (Air Berlín).

Asimismo, realizamos una intensa capacitación de agentes de viajes desde países como Canadá, Estados Unidos, Alemania, España, Brasil, Reino Unido y Suiza y copatrocinamos la participación en ferias y eventos de Canadá, Brasil, Estados Unidos, Italia y Suiza; con ello, logramos aumentar la exposición internacional de Costa Rica. Asimismo, vinculamos a las agencias en línea más importantes del mundo (Travelocity, Orbitz y Expedia) con programas de mercadeo institucional, de tal manera que aumentamos de forma exponencial la presencia del destino en los mercados emisores más importantes. Finalmente, negociamos tiquetes aéreos para la atención de prensa y agentes desde Suramérica (TACA y COPA) y Estados Unidos (Jet Blue).

En el año 2012, en el ICT realizamos 49 campañas cooperativas. Se resume así: 12 con mayoristas de Norteamérica (Air Canadá Vacations, Expedia, Orbitz, Travelocity, entre otros), 14 con mayoristas de Europa (Viajes El Corte Inglés, Cox&Kings UK, CATAI Tours, FTI de Alemania, por ejemplo) y ocho con mayoristas de Latinoamérica (New Age de Brasil, Nivana Turismo, Vacaciones Barceló de Argentina, entre otros), así como nueve campañas con empresas charteras y seis con aerolíneas como Iberia e Interjet.

En el año 2013, ejecutamos 46 campañas cooperativas: 15 con mayoristas de Norteamérica (Uniktours, Voyages Traditur, Air Canada Vacations, Jet Set Vacations, Classic Vacations, Priceline, entre otros), 10 con mayoristas de Europa (Hayes & Jarvis de Inglaterra, ITG Pagona de Holanda, Salinatours de Suiza, por ejemplo) y 11 con mayoristas de Latinoamérica (Mega Travel de México, Pool TACA Vacaciones de Argentina, Nivana Turismo de Brasil, entre otros), así como cuatro campañas con empresas charteras y seis con aerolíneas como Jet Blue Airways y Delta Airlines.

Nos sentimos satisfechos de que en este periodo ejecutamos acciones de promoción que permitieron multiplicar la exposición del país en los destinos de interés, con el apoyo de socios comerciales y apoyamos el desarrollo de rutas aéreas que generaron un aumento de disponibilidad de asientos. Asimismo, diversificamos socios comerciales, concretamos acuerdos cooperativos con empresas especializadas en nichos altamente rentables y ejecutamos acciones de marketing innovadoras que generaron una diferenciación de destino.

Presente en las principales ferias del mundo

El Instituto Costarricense de Turismo hemos trabajado intensamente con empresas del sector turístico costarricense, cámaras y asociaciones turísticas, para participar por año -en un promedio de 30 ferias de turismo a nivel mundial-, promocionando a Costa Rica en nuestros principales mercados como Estados Unidos, Canadá, España, Alemania, Francia, Holanda, Reino Unido, Brasil, Argentina, México y mercados emergentes como China, Rusia y Brasil.

La plataforma de las ferias internacionales, es una importante oportunidad para dar a conocer, comercializar y ofrecer las fortalezas y capacidades turísticas que tiene nuestro destino, abarcando distintos públicos, entre ellos, profesionales y público en general, abarcando temas como incentivos y congresos, líneas aéreas, cruceros y turismo de aventura.

Estamos conscientes de que el éxito de una buena participación internacional radica en la unión del sector privado con el público, ya que el ICT provee una vitrina para que las empresas turísticas costarricenses expongan la variedad y calidad de los servicios que ofrecen.

Durante estos tres años, nuestra presencia ha sido constante en la Feria Internacional de Turismo (FITUR), la segunda más grande del mundo, que se realiza en España, uno de los principales mercados de nuestro destino en Europa.

FITUR es sin duda uno de los eventos más importantes para la industria turística mundial, en el que los profesionales y asistentes en general, establecen las pautas que marcan tendencias en las estrategias de turismo, así como negocios de gran trascendencia para el desarrollo de un destino turístico.

En Francia estuvimos en Top Resa, considerado el evento de negociación turística más importante de ese país, que nos permitió promocionar a profesionales de todos los sectores turísticos tales como agencias de viajes, hoteles, rentadores de

vehículos, operadores turísticos, líneas aéreas, entre otros, que aprovecharán este importante escenario para la promoción exitosa y la consolidación efectiva del destino.

Top Resa reúne en promedio a más 30 mil personas, entre expositores, profesionales y periodistas.

En otra que nos promocionamos es en la tercera feria turística más importante en turismo en el mercado inglés, *World Travel Market (WTM) Londres*.

El participar en la feria más importante del mercado inglés y una de las de mayor renombre del orbe, representa el mecanismo idóneo para evidenciar las fortalezas competitivas con las que cuenta el destino costarricense, mediante citas con mayoristas profesionales de diferentes lugares del mundo, apoyo a las empresas nacionales, medición de las tendencias turísticas de este mercado, atención de prensa internacional y negociación de campañas cooperativas que figuran como canales de promoción y atracción de turistas.

Otra de nuestras metas fue el lanzamiento de la marca país “Esencial Costa Rica” en los principales mercados turísticos de nuestro país y en eventos de gran reconocimiento. En Norteamérica fue en la feria turística más importante de Estados Unidos; *The New York Times Travel Show 2014* organizada por *The New York Times*, uno de los medios de comunicación más prestigiosos del último siglo, tanto a nivel estadounidense como mundial.

La incursión oficial de la nueva marca país dentro del sector turismo es una acción más que fortalece la estrategia país en cuanto a atracción de turistas y posicionamiento del destino; con la intención de provocar en el visitante el deseo por visitar Costa Rica.

En el mercado europeo nos ocupamos de presentarla en la ITB en Alemania, considerada la más grande del sector turismo a nivel mundial. Se constituyó en un logro más a este proceso de fortalecimiento, innovación y posicionamiento de nuestro país.

Para el 2013, la organización de la feria registró una participación de más de 10 mil expositores de 188 países, y su visitación estuvo por encima de las 170 mil personas.

El potencial de esta feria permitió mostrar la esencia de Costa Rica y las características únicas del destino, objetivo principal de la participación.

ITB es reconocida por ser el evento más grande en el sector a nivel internacional, y es por ello que esta plataforma estratégica es la vitrina ideal para mostrarle al mundo nuestra esencia, nuestras maravillas y el potencial diversificado de destinos que ofrece Costa Rica, que además es reconocida internacionalmente por su desarrollo sostenible.

También, por primera vez participamos en la feria internacional del turismo COTTM Beijing 2013 (China Outbound Travel & Tourism Market). Este fue un paso más en la consolidación de Costa Rica como un destino turístico por excelencia a nivel mundial, atrayendo a turistas de todos los mercados, incluyendo a China, en el cual estamos en etapa de exploración.

Nos propusimos como objetivos de participación en esta feria concertar citas con agentes del mercado chino, atender sus consultas, medir las tendencias de este mercado y brindar la información sobre el destino que se presenta en cuanto a accesibilidad, rutas, entre otros.

El COTTM es la feria de turismo más importante de China. Entre los participantes estuvieron tour-operadores, funcionarios gubernamentales, aerolíneas, cadenas hoteleras, cruceros, empresas de turismo de aventura, propiedades vacacionales, entre otros.

Un día antes de la Feria, se realizó una presentación de destino a los agentes de China, para fortalecer la información de Costa Rica a este grupo de profesionales.

En esta decidida acción estratégica, en el 2014 retornamos a la Feria internacional del turismo COTTM Beijing (China Outbound Travel & Tourism Market).

La participación en esta segunda feria es un paso más para la consolidación de Costa Rica como destino, y es consecuente con la estrategia de atracción de nuevos turistas tomando como recurso estas incursiones exploratorias que sirven para analizar necesidades y preferencias, como es el caso de China.

Como parte de la estrategia de promoción del destino participamos en importantes ferias internacionales de América del Sur, un mercado que ha presentado un auge económico y se postula como un nicho de gran relevancia para atraer más turistas a nuestro país.

El auge económico que están experimentando ciertos países del cono sur, se traduce en una óptima oportunidad para continuar con el posicionamiento de nuestro destino en estos mercados.

La primera incursión la dimos en Brasil cuando participamos en la primera edición de la feria internacional de turismo World Travel Market (WTM) Latín América, en São Paulo, Brasil.

El objetivo principal fue concertar citas con mayoristas del mercado brasileño para la negociación de campañas cooperativas, atender consultas de visitantes y prensa especializada del sector de turismo y viajes. También, medir las tendencias que se dan en este mercado y dar apoyo a las empresas privadas que estarán negociando en el evento.

La Feria Internacional FIT, en Argentina, es una de las más importantes de Suramérica, en la cual se realizan rondas de negocios, presentaciones especiales, seminarios y conferencias en las que se abarcan las nuevas tendencias del turismo, entre otras actividades con mayoristas de Brasil, Uruguay, Chile y por supuesto; Argentina.

El otro esfuerzo fue en la Feria Internacional *Travel Mark Latin América 2013* en Quito, Ecuador. Este evento es una plataforma ideal para concretar citas entre proveedores de Centro y Suramérica con compradores de todo el mundo para negociar posibles campañas cooperativas.

Desde hace 35 años, la Feria Internacional *Travel Mark Latin América* ha proporcionado una oportunidad para que agencias de viajes, tour operadores, empresas mayoristas y organizaciones, establezcan negociaciones con los principales mercados mundiales como Estados Unidos y Europa. El ICT buscó posicionar nuestro destino mediante la promoción y acuerdos de campañas cooperativas con posibles clientes.

Presencia en Ferias MICE

Costa Rica ha trabajado fuertemente en el desarrollo de estrategias de promoción y mercadeo que garanticen el posicionamiento del país en este importante nicho, ante la consolidación del proyecto del Centro Nacional de Congresos y Convenciones, ya que la programación de este tipo de eventos y la promoción de dicha obra turística se trabaja con mucho tiempo de anticipación.

Por esto, hace ingentes esfuerzos en el producto turístico de *Reuniones, Incentivos, Congresos y Exhibiciones* (MICE, por sus siglas en inglés) que ofrece nuestro país, mediante una fuerte estrategia de promoción que abarcó la participación en cinco de las ferias turísticas internacionales más importantes de todo el mundo, especializadas en este segmento.

Por esta razón, hemos participado de manera consistente en cinco ferias del mercado MICE importantes para Costa Rica; tales como IMEX Frankfurt, AIBTM Chicago en Estados Unidos, IMEX Las Vegas 2013, la mayor feria del mercado MICE de Estados Unidos y en ICOMEX México y la feria EIBTM en Barcelona.

En Costa Rica, una gran cantidad de empresas turísticas han vuelto sus ojos al potencial que tiene el mercado MICE, como las Compañías Administradores de Destino (DMC, por sus siglas en inglés), empresas de hospedaje, transportes privados, entre otras, razón por la cual la unión con el sector turístico costarricense ha sido vital en la promoción y posicionamiento de este nicho en los mercados prioritarios para nuestro país.

Durante estos eventos efectuamos citas preestablecidas con importantes casas de incentivos y compañías corporativas, las cuales representan canales de comercialización de gran relevancia para promocionar nuestro destino turístico. En esta actividad, las empresas que participaron en la exhibición, dieron a conocer sus servicios y productos enfocados en este mercado, razón por la cual, atenderán a *meeting planners*, medios de comunicación, casas de incentivos, entre otros.

Ferias en breve

2011

- Durante este periodo, se participó en 27 ferias internacionales. 254 empresas asistieron, lo que representa un aumento en la participación del 26,8% con respecto al periodo 2009-2010, principalmente en las ferias en Estados Unidos.
- Para el periodo 2011-2012 se inscribieron 82 empresas, de las cuales un 58% cuentan con la Certificación para la Sostenibilidad Turística. Además, aproximadamente el 65% de las campañas cooperativas en ejecución, fueron negociadas en las ferias internacionales (2010-2011).

2012

- Durante este periodo, el cual va de setiembre del 2011 a junio del 2012, se participó en un total de 27 eventos, 8 se realizaron en Europa, seis en Latinoamérica, 11 en Norteamérica, además de dos eventos especializados en el segmento de líneas aéreas. A lo largo del 2011-2012, se tuvo una inscripción de 90 empresas del sector privado y se participó en ferias especializadas de incentivos, congresos y convenciones como IMEX Vegas, Icomex y EIBTM.
- Aproximadamente, un 70% de las campañas cooperativas que actualmente están en ejecución fueron negociadas durante las ferias internacionales del periodo descrito.
- Es importante destacar que Costa Rica obtuvo importantes reconocimientos como el mejor stand de América y el Caribe, en la feria ITB en Berlín, considerada la feria turística más grande del mundo y el reconocimiento por el mejor stand en la categoría internacional en la Feria Internacional de Turismo de Madrid, España, (FITUR)- una de las más reconocidas de Europa.

2013

- Durante este periodo, el cual va de setiembre del 2012 a junio del 2013 se participó en un total de 24 eventos, 10 se realizaron en Europa, cuatro en Latinoamérica, 10 en Norteamérica, además de dos eventos especializados en el segmento de líneas aéreas. A lo largo del 2012-2013, se tuvo una inscripción de 90 empresas del sector privado y se participó en ferias especializadas de incentivos, congresos y convenciones como IMEX Vegas, Icomex y EIBTM.
- Aproximadamente, un 70% de las campañas cooperativas que actualmente están en ejecución fueron negociadas durante las ferias internacionales del periodo descrito.

Estrategia de cruceros

La actividad de cruceros es parte del desarrollo y diferenciación de atractivos del país que está dentro Plan Nacional de Turismo Sostenible para el desarrollo de este sector, con un énfasis importante para el crecimiento de pequeñas y medianas empresas, que a través de encadenamientos comerciales dinamizan la

economía; tour operadores, artesanos, comerciantes, empresas de servicios de mantenimiento, entre otras.

Según datos de las encuestas realizadas por el ICT, los cruceristas contribuyen de manera positiva con la derrama del dólar; en promedio cada crucerista gasta \$78,8 en nuestro país.

Es por ello, que durante los últimos años hemos trabajado en varias direcciones para impactar positivamente en esta industria. Podemos mencionar el mejoramiento de los puertos, la calidad de los servicios y el trabajo conjunto entre los involucrados de la actividad de cruceros.

Mediante importantes convenios y alianzas estratégicas ha promovido el desarrollo de este nicho de mercado. Este esfuerzo ha llevado a que seamos invitados a eventos donde participan las líneas de cruceros, con el fin de establecer relaciones de negocios y promover la atracción de nuevas líneas a nuestro destino.

Otro de los logros fue la Ruta Mesoamericana que se inauguró en enero de 2014. Un hecho inédito e histórico en nuestro país, al lograr que por primera vez en la historia saliera un crucero desde Costa Rica. La nueva ruta inicia en Puerto Caldera, transitando sitios costarricenses como Puntarenas y Golfo de Papagayo; atraca en los puertos de San Juan del Sur en Nicaragua, Acajutla en El Salvador, Puerto Quetzal en Guatemala y los puertos mexicanos de Chiapas, Huatulco y Cabo Blanco, y finaliza su trayecto en Los Ángeles, CA, Estados Unidos.

Esta nueva ruta abre la oportunidad para que grandes líneas de cruceros tomen en cuenta a nuestro país como home port, con ello ampliamos la oferta del destino y el impacto de encadenamiento al sector turismo.

También, el año anterior se logró formalizar un acuerdo cooperativo con Royal Caribbean Line Cruices, una de las líneas de cruceros más consolidada y reconocida del mundo, con el fin de promocionar a Costa Rica como destino de cruceros. Las ciudades de Los Ángeles, San Francisco, Boston y Nueva York promocionaron paquetes turísticos para viajar a nuestro país con el importante alcance de incluir una estadía de tres días y dos noches en Costa Rica, además de tours guiados.

Además, durante el 2013, participamos en la feria internacional Cruise Shipping Miami, en la cual además de promocionar al país, se establecieron relaciones

comerciales con las líneas de cruceros y las entidades internacionales involucradas en el tema, con el objetivo de promover el destino Costa Rica.

En esta misma línea, hemos fortalecido la relación con las asociaciones internacionales como es el caso de la Asociación de Cruceros de la Florida y el Caribe, procurando una creciente vinculación con los ejecutivos de las líneas de cruceros, alcanzando la colaboración con respecto a la capacitación para los empresarios nacionales.

En cuanto a infraestructura; se suscribió el Convenio ICT-Japdeva y se realizan las obras para el mejoramiento de las salas de abordaje y áreas exteriores del muelle de cruceros en la terminal portuaria Hernán Garrón Salazar ubicada en la provincia de Limón.

Se trabaja fuertemente en la coordinación de cursos de capacitación en conjunto con el Instituto Costarricense de Puertos del Pacífico (INCOP), la Junta de Administración Portuaria y Desarrollo Económico de la Vertiente Atlántica (JAPDEVA), la Sociedad Portuaria Caldera y las municipales locales, con el fin de brindar las herramientas necesarias para que los distintos empresarios, tales como: tour operadores, transportistas, artesanos, entre otros, puedan brindar un mejor servicio a los cruceristas.

Los proyectos desarrollados con el apoyo de las municipalidades, cámaras de turismo y diferentes actores locales, son los productos artesanales con identidad, el programa de gastronomía y coctelería tradicional, así como el rescate de la música, moda y danza de las zonas costeras.

Centro Nacional de Congresos y Convenciones

Cumpliendo con la tarea que nos encomendó, de llevar a buen puerto el proyecto del Centro Nacional de Congresos y Convenciones, hemos continuado con firmeza en el proceso que nos lleva a la edificación de esta gran obra.

Construir obra pública en este país no es tarea fácil. Nos hemos encontrado con obstáculos, pero la determinación es tal, que los hemos ido sorteando uno a uno.

El edificio principal del Centro Nacional de Congresos y Convenciones de Costa Rica tendrá un tamaño de casi 15 mil metros cuadrados, que incluyen 4 mil metros de área de exhibición techada y acondicionada y 1 603 metros de áreas para conferencias.

Contará con área para exposiciones, salones de convenciones, sala de reuniones VIP, sala de prensa, oficina de inscripciones, área para vestíbulos, áreas para servicios: cocinas, pasillos, baños y restaurante.

La versatilidad de la obra permitirá realizar eventos con capacidad desde 10 y hasta 3 038 personas en disposición tipo plenario, con una capacidad total del edificio de 4 595 personas, cómodamente sentadas.

En el Área Externa, se ubicarán los accesos desde la autopista general cañas, las áreas para circulaciones vehiculares y peatonales, zonas de estacionamientos, área para exposiciones al aire libre y para avituallamiento.

El Centro Nacional de Congresos y Convenciones de Costa Rica se caracterizará por su arquitectura bioclimática y la sostenibilidad ambiental, contemplando por ejemplo, el uso de parasoles que mitiguen el calentamiento solar, para que los equipos de climatización trabajen al menor grado posible; la reutilización de aguas pluviales en riego y para usos dentro del edificio en que sea permitido utilizarla; grifería con cierre automático, por medios mecánicos o por sensores de movimiento, para máximo aprovechamiento del recurso hídrico y el calentamiento de agua a través de sistemas que utilicen la energía solar.

Además, al estar diseñado en una sola planta, permitirá la flexibilidad en la integración de todos sus espacios tanto de exposiciones, convenciones, vestíbulos y pasillos, los cuales se pueden unir en una sola área o subdividir en espacios menores, optimizando el uso de energía en los lugares ocupados. En toda el área que abarcará el inmueble se desarrollará un Plan de Manejo, para la reforestación del sitio con especies nativas, como por ejemplo roble sabana y corteza amarilla.

Con este moderno Centro de Convenciones daremos más trabajo en áreas de servicios como restaurantes, servicios de taxis, buses, tour operadores, centros comerciales, empresas arrendadoras de inmobiliario diverso, empresas de "catering", proveedores de flores, de servicios de audio y video, empresas organizadoras de eventos, construcción de stands, entre muchas más.

Es un hecho que esta obra, impactará durante todo el año, pero será una gran oportunidad para aumentar la entrada de turistas en la temporada verde, lo cual ayudará a distintos sectores de esta industria e inyectará mucho dinero a la economía.

Las estimaciones que tenemos las basamos en el estudio de la reconocida empresa con sede en Florida, Estados Unidos *The Innovation Group* que concluyó

que con el Centro de Convenciones se generarán 35 mil turistas más por año, que le inyectará a la economía más de 80 millones de dólares.

Esto equivale a que se ocuparán cerca de 175 mil noches adicionales de ocupación hotelera del gran área metropolitana y directamente a este sector le generará ingresos mínimos por \$7 millones de dólares por año.

Costa Rica tiene una marca muy bien posicionada en materia de turismo sostenible. Para nadie es un secreto que muchas empresas quieren venir al país a organizar sus reuniones y vivir la experiencia de mezclar su visita con el encanto que ofrecen otros de nuestros atractivos, pero no acuden en el número de eventos que deseáramos atender, porque no contamos con la infraestructura que ofrece un Centro de Convenciones y Congresos de primer mundo.

El trabajo conjunto, la innovación y la perseverancia permitirán que la industria turística sea cada vez más competitiva, siempre bajo la premisa fundamental de garantizar la gestión óptima de los recursos, en el marco de la sostenibilidad como elemento diferenciador de la actividad turística.

Resumen de lo actuado en el proyecto. 2011-Abril 2014. Centro Nacional de Congresos y Convenciones		
AÑO	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
2011	<ul style="list-style-type: none"> - Localización de terreno estatal con área mínima de 10 ha para desarrollo del proyecto. - Estudio para el establecimiento y operación de un centro internacional de convenciones, conferencias y ferial en Costa Rica. - Elaboración de anteproyecto. - Búsqueda de fuentes y formas de financiamiento estatal. - Estructuración de la Unidad Coordinadora del proyecto. - Realización de estudios según el ordenamiento jurídico. - Estudios básicos (topografía, geotecnia, evaluación ambiental preliminar del proyecto) - Trámite de contratación de servicios profesionales para el diseño y supervisión del proyecto. 	Año 2011

Resumen de lo actuado en el proyecto. 2011-Abril 2014. Centro Nacional de Congresos y Convenciones		
AÑO	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
2012	<ul style="list-style-type: none"> - Trámite ante las empresas de servicios públicos para obtener la disponibilidad de servicio de agua potable, energía eléctrica, telecomunicaciones, tratamiento de aguas negras y residuales, etc. - Trámite de Viabilidad Ambiental del proyecto. - Trámite de adjudicación y ejecución del contrato de servicios profesionales para el diseño y supervisión del proyecto. - Elaboración de términos del cartel para licitar la Regencia Ambiental del proyecto. - Estudios preliminares para determinar la forma de contratación de la etapa constructiva del proyecto. - Estudios preliminares para determinar el tipo de administración del proyecto. 	Año 2012
2013	<ul style="list-style-type: none"> - Seguimiento al cumplimiento de formalidades para el endeudamiento público (Ministerio de planificación, Banco Central, Ministerio de Hacienda). - Recepción de los entregables del contrato de servicios profesionales para el diseño y supervisión del proyecto. Etapa I. Elaboración del proyecto final. - Tramite de autorización de acceso restringido al proyecto desde la Ruta Nacional N°1. - Se define utilizar la figura establecida en el Reglamento de la Contratación Administrativa como Licitación Pública con Precalificación para el trámite de contratación de la etapa constructiva del proyecto. - Elaboración del cartel y se da trámite a la Fase I Precalificación. - Recepción de 10 ofertas a la Fase I Precalificación, evaluación desde el punto de vista legal, financiero; y emisión del acto de precalificación. - Elaboración del cartel para la Fase II de la Licitación Pública con Precalificación, contratación de la etapa constructiva del proyecto. - Consulta a la Procuraduría General de la República sobre exoneraciones aplicables al proyecto. 	Año 2013

Resumen de lo actuado en el proyecto. 2011-Abril 2014. Centro Nacional de Congresos y Convenciones		
AÑO	ACCIÓN	PLAZO EJECUCIÓN
2014	<ul style="list-style-type: none"> - Tramite de contratación de la Fase II de la Licitación Pública con Precalificación, contratación de la etapa constructiva del proyecto. - Trámite de contratación de servicios profesionales para la Regencia Ambiental del proyecto (invitación a concursar, presentación y evaluación de ofertas, acto de adjudicación, elaboración de contrato). - Trámite de contratación de la administración del proyecto. - Promoción inicial del Centro Nacional de Congresos y Convenciones. 	Año 2014

Turismo interno

Lo hemos dicho en muchas oportunidades; la industria turística no es capaz de mantenerse y desarrollarse solo con el turista que viene afuera de nuestras fronteras. Necesitamos un turismo vigoroso y para eso hemos diseñado y llevado a la práctica una estrategia de turismo interno.

Es así como en el 2012 empezamos con una estrategia de promoción de turismo nacional “Vamos a Turistear” que busca que los costarricenses se apropien de su país, se atrevan a conocer nuevos destinos en todo el territorio y aprendan sobre los diversos atractivos turísticos que tiene Costa Rica; en este sentido hemos incorporado una perspectiva de educación.

En esta experiencia se realizó una mezcla de medios que consideró los tradicionales, con un componente novedoso de alianzas y los no tradicionales que consideraron las redes sociales y, en general, las nuevas tecnologías de la comunicación.

Los resultados fueron muy alagadores, pues al final de la primera etapa, apenas dando los primeros pasos, se registraron un total de 901 llamadas para solicitar información y 75 publicaciones durante la cobertura de prensa, 52 reportajes, más de 600 reservas efectuadas gracias a los descuentos de la campaña.

Uno de los aspectos destacables es la alianza que logramos consolidar con la Cámara Costarricense de Hoteles (CCH), Asociación Costarricense de

Operadores de Turismo (ACOT) y la Cámara Nacional de Turismo Comunitario (CANTURURAL) por medio de la cual pudimos llegar exitosamente a sus asociados, los cuales se integraron de manera activa y prepararon atractivas ofertas a los costarricenses.

Además, es destacable que se recibieron 81.527 visitas al sitio Web vamosaturistear.com, y se registraron 27.475 seguidores en Facebook, que representa un alcance de 2.536.197. Además, para complementar la campaña se brindó un Taller de Servicio al cliente para miembros de diversas entidades, como CCH, ACOT, CANTURURAL.

En el 2013, logramos que continuara el compromiso del sector privado que aportó descuentos especiales en hospedajes en hoteles y paquetes turísticos. Gracias a la exitosa experiencia, también se unieron a la iniciativa La Asociación Costarricense de Auto rentistas y la Cámara Nacional de Turismo. Dichos descuentos se mostraron a los públicos interesados en el sitio web www.vamosaturistear.com.

Sobresale que el sitio web registró en el 2013 más de 98 433 mil visitas únicas y un total acumulado de visitas de 129 756 mil ingresos, una comunidad conformada en su mayoría por jóvenes independientes y adultos con familias. En el perfil de Facebook se registraron más de 141 315 fans (al 3 de diciembre) con una interacción de alcance de más de 53 725 impresiones, relacionadas con cómo la comunidad generó conversaciones en esta red sobre la campaña.

Parte de la interacción ha provocado más de 32 mil participaciones en concursos que complementaron la presencia en los programas de televisión a partir de las alianzas, específicamente en los espacios Buen Día, Telenoticias y 7 Estrellas (todos de canal 7), así como algunos concursos propios de la comunidad de Facebook. En las redes sociales a lo largo del 2013, también se realizaron interacciones especiales para fechas especiales como el Día de la Madre, Día del Padre, el Día Mundial del Turismo con el Turis-tren, las caminatas en San José para cierre de vacaciones e Inauguración del Centro Histórico, la Feria de Turismo Nacional que se organizó para beneficiar a los empresarios afiliados a la campaña “Vamos a Turistear”.

Además, se cumplieron todos los objetivos y las alianzas con los medios fueron completadas satisfactoriamente, mostrando más de 60 destinos de las 7 regiones

turísticas. Sobresale el lanzamiento de Centro Histórico de San José y la Feria de Turismo Nacional en el Mes de Noviembre.

Entre los alcances mencionamos que se realizó el rediseño de la página web y de la aplicación móvil ¡Vamos a Turistear! en plataforma Android. La versión iOS se encuentra en su etapa de publicación en la tienda App Store.

Asimismo, para impulsar las distintas regiones turísticas, se realizaron giras de prensa cada dos meses, a distintas zonas del país, por medio de las cuales se apoyaron los esfuerzos que están haciendo las cámaras regionales, y se les dio un respaldo a las pequeñas y medianas empresas turísticas. Cabe mencionar, que estimulamos el conocimiento y el interés de los costarricenses por conocer nuevos destinos turísticos.

Entre los destinos que visitamos están: Poás, Poasito, Varablanca, San Gerardo de Dota, Tortuguero, Sarapiquí, Caño Negro, Río Celeste (Parque Nacional Tenorio), Guanacaste: San Vicente de Guaitil, Playa Penca, Liberia, Curubandé, Península de Nicoya: islas del Golfo, Reserva Curú, Tambor, Montezuma, Mal País, Santa Teresa, Península de Osa: Parque Marino Ballena, Sierpe, Finca 6 (Parque de las Esferas), Parque Nacional del Agua, Puntarenas: Isla San Lucas, Playas de Doña Ana, Golfo de Nicoya, Golfito, Golfo Dulce, Cartago: centro y Valle de Orosí, Parque Nacional Tapantí, Turrialba.

En esa misma línea de fortalecer el turismo interno y a la vez estimular nuestra gastronomía y el emprendedurismo, hemos apoyado en estos últimos tres años más de 25 ferias turísticas por medio del programa de Expoferias turísticas, como la Gallina Criolla, la Feria Nacional del Chayote, la Feria del Chicharrón, entre otras, cuatro giras de prensa para incentivar el turismo nacional a las zonas de Poás, Llanuras del Norte, Puntarenas y al Golfo de Nicoya, el impulso del Turismo Rural Comunitario y la promoción del mercadeo electrónico para generar conocimiento del destino y visita al sitio web.

Durante estos años, se logró apoyar a diferentes socios comerciales, cámaras, asociaciones y/o empresas privadas en eventos relacionados con la promoción turística de diferentes productos y zonas turísticas, esto en en busca de mejores oportunidades de mercadear los diferentes atractivos. Estas alianzas estratégicas se realizan con el fin de desarrollar o alcanzar objetivos que por sí solas hubiesen requerido una mayor dotación de recursos al hacerlo de forma independiente.

Se pueden mencionar algunos eventos de relevancia como: Mundial de Rafting, Congreso Nacional de Hotelería, Maestro Culinario, Jornada Nacional de

Limpieza, Conferencia Planeta, Personas y Paz, Expotur, Congreso de Turismo Médico, Transat, Wa'apin Fest, lanzamiento Código de Conducta, Feria de la Hospitalidad de Pequeños Hoteles, el Congreso Nacional de Turismo, el Congreso de Restaurantes, Expo Osa, Expo Turrialba, Feria del Bosque Tropical de Sarapiquí, el Festival de las Artes, 40 Aniversario del Parque Nacional Manuel Antonio, Festival de Ballenas y Delfines, Quepos Billfish Cup 2012, la carrera Revolution 3, Costa Rica Adventure Race 2012, Juegos Deportivos Centroamericanos San José 2013, Mundial de Aventura, Mundial de Pesca, Rutas de Gigantes, entre otros.

Diay Jacinto

La campaña ¡¿Diay Jacinto?! resurgió en el 2012 con el objetivo principal de generar conciencia social y ambiental respecto al manejo integral de los residuos, de manera que esta conciencia impacte positivamente en el producto turístico del país.

A partir de este año, la campaña ha trabajado de manera permanente una estrategia de presentaciones del personaje Jacinto Basurilla en centros educativos para incidir en la actitud de los niños, niñas y jóvenes, y fomentar que sean ellos propulsores de nuestro mensaje en sus hogares y comunidades

Durante el periodo 2011 de la campaña, se realizaron 42 giras de presentación del personaje, las cuales abarcaron las provincias de San José, Heredia, Alajuela, Puntarenas, Cartago y Limón.

En agosto de ese año el perfil ¡¿Diay Jacinto?! de Facebook llegó a sus 100 mil fans, colocándolo en el Top 10 de perfiles nacionales con mayor cantidad de seguidores.

Como parte de la campaña, en coordinación con Grupo Nación, se publicaron cuatro fascículos coleccionables sobre manejo de residuos, con el objetivo de educar a la población sobre la importancia de ser consumidores responsables y brindar un manejo adecuado a los residuos.

Otro esfuerzo importante fue la creación de la Guía de Manejo de Residuos ¡¿Diay Jacinto?! Se distribuyeron 25 700 guías en total. El Proyecto Guía Nacional de Residuos ¡¿Diay Jacinto?! ganó el premio Alberto Martén Chavarría 2012, por Responsabilidad Social en la categoría de Periodismo, concedido por la Cámara Costarricense Norteamericana de Comercio (AmCham).

En el 2013 se realizaron presentaciones en centros educativos y ferias afines a más de 18 mil niños y público en general, en dichas presentaciones se cubrieron 6 de las 8 regionales del ICT. Además se contó con la publicación de la Guía Nacional de Manejo de Residuos, en su segunda edición.

Desarrollo Turístico

Con el propósito de contribuir a mejorar la competitividad y el agregar valor al destino turístico, el Instituto Costarricense de Turismo, ha desarrollado una serie de programas orientados a generar capacidades locales, generar espacios de participación de las comunidades, pobladores en la industria turística y generar desarrollo local.

Las acciones desarrolladas pretenden propiciar un uso eficiente del acervo natural y cultural, y una distribución equitativa de los beneficios, la transferencia de herramientas para mejorar la gestión, la competitividad y generar riqueza que se traduzca en una mejor calidad de vida para toda la sociedad costarricense.

Las acciones, proyectos y programas desarrollados están orientados a lograr que diferentes actores (municipalidad, cámaras regionales de turismo, asociaciones, empresarios, MYPIMES, y comunidades, entre otras) se empoderen para liderar en las diferentes zonas del país el desarrollo de los planes de desarrollo turístico, iniciativas y proyectos turístico para el desarrollo de productos en las diferentes zonas del país.

Durante el 2011 se trabajó intensamente en distintas áreas. En turismo cultural se desarrolló un Plan Piloto de Artesanía con Identidad en Puntarenas y Limón que ha incluido 24 talleres (evaluación y estructuración de producto) y 50 artesanos involucrados y con productos mejorados. Igualmente se desarrolló un Plan Piloto de Centros de Cultura y Turismo que incluyó nueve talleres de preselección y estructuración de producto y 200 personas beneficiadas

Nuestro énfasis también se orientó a turismo rural mediante el apoyo al desarrollo del producto de Turismo Rural Comunitario, de manera sostenible, resaltando la diversidad y la riqueza cultural de las comunidades rurales con el fin de mejorar el nivel de vida de sus pobladores. En este sentido, se desarrollaron esfuerzos en capacitación y asesoría, leyes, categorización y calidad, mercadeo y ferias.

También, se organizaron 184 eventos de capacitación que beneficiaron a cerca de 10 mil personas en diferentes áreas de interés turístico: manipulación de

alimentos, barismo, talleres de comida tradicional, de gestión eficiente de juntas directivas de cámaras de turismo, talleres de turismo rural y comunitario, programa de cultura turística escolar “CR Aventuras”.

Asimismo, nos enfocamos con más de 45 cámaras de turismo, brindando asesoría y capacitación para el diseño de planes estratégicos, planes operativos y desarrollo de proyectos específicos. Además, se está trabajando con 33 municipalidades en la implementación del convenio de municipios turísticos mejorando las capacidades locales en temas como: atractivos turísticos, actividades temáticas, clasificación hotelera, categorización empresas gastronómicas, evaluación turismo aventura, turismo rural, Certificación para la Sostenibilidad Turística, Declaratoria Turística, entre otros.

Para el 2011 tuvimos la oportunidad de ejecutar la Estrategia de Diferenciación de Producto/Destino con tres proyectos pilotos: Gastronomía Tradicional Costarricense, Artesanías con Identidad y Centros de Cultura y Turismo. En este ámbito, el programa de artesanía con identidad en Occidente-Santa Ana-Orotina, permitió el desarrollo integral de productos artesanales para expresar la identidad local, mejorando la calidad y participando en ferias. El plan piloto de Centros de Cultura y Turismo, facilitó la estructuración de un producto turístico cultural de alta calidad en Puntarenas y Limón, que diversifica la oferta y estimula una mayor participación de la población en la industria turística, destacando los grupos musicales, de danza y los tours de ciudad, manglares e islas.

Durante este año, 2732 personas, se capacitaron en cocina tradicional, coctelería, servicio al cliente, secuencia del servicio, turismo y salud, diseño de artesanías con identidad y cultura turística escolar; todos ellos, de la mano con la generación de materiales didácticos. Se efectuaron en total 261 eventos.

También, se continuó con el trabajo y atención integral interdepartamental del Programa de Turismo Rural y Turismo Rural Comunitario: asesoría, capacitación, incidencia política, categorización y promoción de producto. Además se consolidaron circuitos de nueva oferta turística en Occidente, Monteverde y Bijagua.

El proyecto “CR Aventuras” siguió su marcha siempre con la finalidad educar y acercar a miles de niños y niñas al conocimiento de la industria turística. Este año participaron cerca de 200 escuelas en todo el país.

En el 2013 se continuó ejecutando la Estrategia de Diferenciación de Producto/Destino, para lo cual se desarrollan mediante la ejecución de los proyectos de:

- Artesanías con Identidad, el cual se ha desarrollado en Puntarenas, Limón, Alajuela-San José (Sarchí, Póas, Alajuela, Orotina y Santa Ana) y Cartago en donde se han capacitado aproximadamente a 65 artesanas y artesanos que hoy cuentan con productos que reflejan la identidad local, competitivos en el mercado y con calidad, lo que les permite insertarse a la economía local y beneficiarse del turismo. Se está trabajando en este momento procesos de capacitación y asesoría para la zona Sur (Golfito, Pavones, Jiménez), Manuel Antonio, Caribe Sur y Liberia, proceso que concluirá en el 2014 y en el que se espera integrar al menos a 80 artesanos más a este programa.

- Capacitación y Asesoría: Este programa es continuo y ha logrado capacitar a 3225 empresarios o trabajadores vinculados directa o indirectamente a la industria turística, a cámaras de turismo y municipalidades en temas de: Gastronomía y Coctelería Tradicional Costarricense, Barismo, Manipulación de Alimentos, Somelier, Etiqueta y protocolo, Relaciones Humanas, Desarrollo e innovación de producto, turismo, planificación y Zona Marítimo Terrestre. También se desarrolla el programa de CR Aventuras en 200 escuelas de diferentes regiones del país, programa dirigido a escuelas con el propósito de generar una cultura turística en estudiantes de primaria de diferentes regiones del país, para el cual se cuenta con material impreso de primero a sexto grado y un CD con un juego interactivo.

- Centros de Cultura y Turismo: Este programa trabaja de la mano con organizaciones y actores locales para estructuración de un producto turístico cultural de alta calidad, en donde se ofrezca tanto al turista nacional como internacional oferta de grupos musicales, danza y los tours de ciudad, manglares e islas, entre otros, que refleje la cultura local. Los centros son espacios en los que los turistas puedan disfrutar de la gastronomía, música, danza, oferta turística, artesanías en un espacio concentrado, estos procesos se están desarrollando en Puntarenas, Limón y Cartago. Se tienen programados desarrollar los mismos en diferentes centros de desarrollo turístico del país.

- Turismo Rural: Se continúa con el trabajo y atención integral interdepartamental a los empresarios de Turismo Rural y Turismo Rural Comunitario, mediante un programa de asesoría, capacitación, incidencia política, categorización y promoción de producto. Se desarrollan catálogos sobre la oferta formalizada de emprendimientos de hospedaje (posadas), gastronómicos (fondas), fincas productivas (actividad temática), Tour operadoras (agencias locales), así como ferias nacionales, en las que se da a conocer la oferta existente en todo el país y se comercializan los servicios de todas las empresas.

Desarrollo de propuestas de planificación

Con el fin de que hagamos realidad de que los procesos en turismo son dinámicos, en el 2011 se realizó la actualización del Plan Nacional de Turismo Sostenible 2010- 2016, que es la hoja de ruta que tanto sector público y privado han desarrollado para garantizar que Costa Rica mantenga el liderazgo internacional como destino turístico y ofrezca un producto auténtico, de experiencias únicas, para los miles de turistas que visitan el país.

Asimismo, se avanzó en 75% el diseño del Plan General de Uso del Suelo de la Zona Marítimo Terrestre y se desarrolló un plan de turismo para el cantón de Parrita, bajo la modalidad de Plan de Actuación Municipal, con el cual se fortalece la gestión turística de la Municipalidad y se convierte en un plan piloto para otros cantones en el país.

Además, se completó el diseño de un protocolo para establecer el valor turístico del mar, documento bajo responsabilidad del ICT como un aporte al Plan Nacional de Desarrollo en el sector de Ordenamiento Territorial.

También, se atendió el 100% de los expedientes de concesión tramitados por las municipalidades durante el 2011. Además se realizaron dos eventos de capacitación dirigidos a todas las municipalidades con frente costero para mejorar la gestión sobre la Zona Marítimo Terrestre.

Para el 2012, se elaboró el Plan de Producto Turístico que incorpora las definiciones y conceptos de los nuevos productos contemplados en el Plan Nacional de Turismo Sostenible 2010- 2016 (rural, náutico, bienestar, congresos y convenciones y social).

Además, se creó un Plan General de Uso del Suelo de la Zona Marítimo Terrestre (ZMT), con directrices y lineamientos para la gestión, el uso y manejo de este frente costero y se brindó apoyo en materia de planificación costera a las municipalidades de Santa Cruz, Carrillo, Parrita y el Concejo Municipal del Distrito de Cóbano, con Planes Reguladores Integrales elaborados bajo los lineamientos del Manual de Elaboración de Planes Reguladores Costeros.

Continuando con la mejora en el conocimiento, se efectuaron cuatro talleres de capacitación a 25 municipalidades con injerencia directa en la Zona Marítimo Terrestre, incluyendo temas de trascendencia como avalúos de terrenos, situación de los ocupantes y pobladores de la ZMT, problemática de la ocupación ilegal en Patrimonio Natural del Estado, Visado Digital de Planos Constructivos, reducción de tiempos, Nuevo Manual de Elaboración de Planes Reguladores Costeros y las Zonas de Cooperativas en los Planes Reguladores y Turismo Rural. Se continuó con el apoyo a la Gestión Municipal de ZMT al realizar el Estudio de Levantamiento y Valoración de las construcciones del Sector Costero Sámara-Carrillo. Este estudio, se suma a los elaborados el año anterior, correspondiente a los sectores de Playa Hermosa- El Coco - Playa Azul; Esterillos-Palo Seco; Avellanas –Junquillal y Cabuya-Montezuma.

En el 2013, se efectuaron dos talleres de capacitación para las municipalidades con injerencia directa en la Zona Marítimo Terrestre, incluyendo temas de trascendencia como los Mapas de Vulnerabilidad Hídrica, Elaboración de Índices de Fragilidad Ambiental en Planes Reguladores Costeros, considerando los Mapas de Vulnerabilidad Hídrica, Razonamiento Técnico para determinar el porcentaje de canon a cobrar en la Zona Marítimo Terrestre.

En este enfoque municipal, se brindó apoyo técnico a la municipalidad de Carrillo realizando los ajustes finales del Plan Regulador Integral de Playa Hermosa, El Coco, Bahía Azul para facilitar el proceso de audiencia pública, de igual manera a la municipalidad de Parrita con respecto al Plan Regulador Integral de Esterillos – Palo Seco.

Gestión y Asesoría Turística

Como parte de nuestro interés por brindar el mejor servicio al turista con información ágil y oportuna, en el año 2011 se destacó la apertura de la Oficina de Información Turística en el centro de San José, la oficina de información turística en la terminal aérea del aeropuerto Daniel Oduber Quirós y la reapertura del centro de información turística de Paso Canoas.

En otros logros, se realizó el diseño y creación de la norma de parques temáticos con un componente de investigación 100 % interno del proceso de sostenibilidad. En este año se inició la creación de la norma para empresas gastronómicas.

Durante este periodo se continuó con la labor de monitoreo de la calidad y servicio de las empresas turísticas, lo cual implicó un trabajo constante de inspecciones de categorización, principalmente en empresas de hospedaje, gastronómicas y centros de diversión.

El ICT agregó la modalidad de hoteles boutique a las siete ya existentes en el Reglamento de Regulación de Empresas de Hospedaje Turístico.

Durante este año, se realizaron talleres y visitas a proyectos con empresarios que no ostentan la Declaratoria Turística, en las provincias de Limón, Guanacaste, Puntarenas, Alajuela (San Carlos), para fomentar la inversión y proyectar la imagen del ICT, con las comunidades.

En resultados concretos, durante este año fueron aprobados 127 reconocimientos de declaratoria turística, los cuales generaron 2951 empleos directos y significaron en inversión c79.177.851.103,81 lo cual representó un 15,3%, con respecto al año anterior. En este sentido, la actividad de hospedaje aportó el 80.78% de la inversión total aprobada.

En el año 2012, se llevó a cabo el reconocimiento a 130 empresas gastronómicas por sus altos estándares de calidad y buen servicio. Desagregado, 103 restaurantes obtuvieron 3 tenedores, 17 empresas fueron galardonadas con 4 y 10 obtuvieron la máxima categoría correspondiente a 5 tenedores. Asimismo, 317 compañías de transporte terrestre de turistas obtuvieron la certificación otorgada por el ICT para garantizar la calidad en el servicio.

También, se brindaron capacitaciones a 400 empresarios de transporte de turismo y a 150 de compañías gastronómicas y de hospedaje, para la obtención de la Declaratoria Turística.

Durante este año se logró la certificación de 2556 guías turísticos en diferentes especialidades, en aras de asegurar un servicio de alta calidad para el turista nacional y extranjero.

Además, el trabajo de las Oficinas Regionales del ICT ha permitido no solo la inscripciones de playas al programa BAE- como el exitoso caso de Talamanca, en el que el 90% de las playas están inscritas en el programa), inspecciones y

verificaciones de la CST, sino también se han logrado importantes alianzas con otras entidades y ministerios, enfocadas al fortalecimiento de la empresarialidad local, capacitaciones para el sector turístico, desarrollo del Turismo Rural Comunitario, ferias turísticas locales y el apoyo a proyectos turísticos de gran relevancia como el Centro de Visitantes El Jilguero (Parque del Agua Juan Castro Blanco, San Carlos), el proyecto del Kiosko y el Parque Central de la comunidad de Caño Negro, entre otros.

La inversión declarada turística hasta el mes de diciembre del 2012 es de 189.913.469.623,12 de colones, de los cuales el 84.07% corresponde a las empresas de hospedaje y en lo que respecta a las provincias, el mayor porcentaje (55,89% de las habitaciones) se localiza en Guanacaste.

Para el 2013, se llevó a cabo el reconocimiento a 67 empresas gastronómicas por sus altos estándares de calidad, destacando empresas de 3, 4 y 5 tenedores.

Asimismo, 167 compañías de transporte terrestre de turistas obtuvieron la certificación otorgada por el ICT para garantizar la calidad en el servicio. Se renovaron 885 certificado de empresas de transporte y se autorizaron 79 aumentos de flotilla.

Se realizaron 450 inspecciones a las empresas de transporte de turismo para verificar la calidad del servicio.

Durante este año se logró la certificación de 345 guías turísticos en diferentes especialidades, en aras de asegurar un servicio de alta calidad para el turista nacional y extranjero. Al día de hoy se tiene un total de 1494 guías con su credencial al día.

También. se han logrado importantes alianzas con otras entidades y ministerios, enfocadas al fortalecimiento de la empresarialidad local, capacitaciones para el sector turístico, desarrollo del Turismo Rural Comunitario, ferias turísticas locales y el apoyo a proyectos turísticos de gran relevancia como en el Parque Arqueológico Finca 6 en el Cantón de Osa, la construcción del Kiosko en el Parque Recaredo Briceño en Nicoya, y la confección de los planos constructivos para la creación del Centro para Actividades Turísticas y Artesanales en Valverde Vega.

La inversión declarada turística hasta el mes de setiembre de 2013, es de 115.472.798.715.96, de los cuales el 79.87% corresponde a las empresas de

hospedaje y en lo que respecta a las provincias, el porcentaje (31.69% de las habitaciones) se localiza en Guanacaste.

Otros avances relevantes

De igual manera, destacamos la inversión en materiales, asesoría técnica en la construcción y diseño final de la obra del Centro de Visitantes en el Parque Nacional del Agua Juan Castro Blanco; el apoyo técnico y logístico a más de diez proyectos desarrollados en Puntarenas, trabajando de la mano con el Instituto Costarricense de Puertos del Pacífico (INCOP), entre los que destacan el nuevo Balneario de Puntarenas; el convenio para la ejecución del Programa de Conservación de Bosques, que sustenta la donación de 9 millones de dólares por parte del Gobierno de Japón, para la protección de los Parques Nacionales y las Áreas Silvestres Protegidas, resaltando el mejoramiento de los servicios y senderos del Parque Nacional Manuel Antonio, la construcción del Centro de Educación para la Conservación de dicho parque y las inversiones en infraestructura, el mejoramiento de los accesos, entre otras obras, del Refugio de Vida Silvestre Isla San Lucas.

Sostenibilidad Turística

Costa Rica cuenta con un posicionamiento a nivel internacional como el primer destino líder en ecoturismo y tiene una larga trayectoria en turismo sostenible, un concepto que logra un equilibrio entre su desarrollo económico, respetando el patrimonio e incluyendo a las comunidades como parte de ese crecimiento, lo que produce que cientos de turistas valoren a nuestro país como un destino por excelencia y responsable.

El éxito del turismo en Costa Rica, radica en la unión de diferentes organismos privados y públicos, encabezado por el ICT que regula y protege esta industria con el compromiso de velar por su preservación en el tiempo y la constante mejora para diferenciar nuestro destino de los demás, ofreciendo productos sostenibles de alta calidad.

Este trabajo conjunto se ve plasmado en el Certificado para la Sostenibilidad Turística (CST). Es así como las empresas turísticas costarricenses que voluntariamente han decidido concretar su responsabilidad con el medio ambiente, garantizan una experiencia para el turista que aparte de ser sostenible con los recursos naturales; ofrece la mayor calidad en sus servicios y gran compromiso por medio de sus programas de responsabilidad social.

Gracias a este logro, casi 3,5 de cada 10 empresas declaradas turísticas en el país, cuentan con la certificación CST, lo que es un orgullo para el país al tratarse de una norma que es totalmente voluntaria y que apela más a la motivación, al convencimiento y la convicción del empresario turístico.

En ese año, como Institución decidimos analizar el impacto que ha generado el CST en la empresas tour operadoras y de hospedaje después de su certificación, el Departamento de Sostenibilidad Turística del ICT, desarrolló una investigación que demuestra múltiples beneficios y un impacto muy positivo percibido por estas compañías. El estudio evaluó a 65 hoteles y 29 tour operadores certificados, en áreas como servicios básicos, productos, producción y empresa. Más del 50% de las empresas presentaron una disminución en el consumo de agua y energía, además aumentaron su consumo de productos amigables con el ambiente y locales, la reforestación de especies nativas, esto junto con esfuerzos que se realizan para tener un mejor manejo de los desechos y la utilización de energías limpias, lo que permite un mayor reconocimiento internacional y la satisfacción del cliente.

Durante el 2011 se alcanzó un aumento en el número de empresas certificadas, 101 (59 nuevas, 42 reevaluadas); asimismo se registraron 103 empresas evaluadas; 37 empresas con inducción, al menos 20 capacitaciones de Código de Conducta y más de 600 personas capacitadas en temas de sostenibilidad, CST, BAE.

En el año 2012, un total 93 empresas obtuvieron el CST (74 empresas de hospedaje, 15 tour operadores, 1 empresa rentadora de vehículos y tres parques temáticos sostenibles), de las cuales 45 alcanzaron este reconocimiento por primera vez y 48 son producto de una revaluación y por ende una re certificación. Es así que para el 2012, se contabilizaron un total de 286 empresas turísticas con CST, entre establecimientos de hospedaje, tour operadores, arrendadoras de vehículos y parques temáticos.

Con respecto al Programa Bandera Azul Ecológica, 120 comités se registraron para el 2012, realizando cuatro visitas a cada comité en coordinación con Oficinas Regionales del ICT.

En cuanto al Código de Conducta contra la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes, en este año se efectuaron 13 actividades de sensibilización por todo el país, logrando la cobertura de casi 120 empresas

turísticas y 200 colaboradores. A la fecha se contabiliza un total de 378 empresas turísticas adheridas al Código de Conducta.

En el año 2013, 62 empresas obtuvieron la CST, de las cuales 19 alcanzaron este reconocimiento por primera vez y 43 son producto de una revaluación y por ende una re certificación. Al cierre del año se contabilizaron un total de 304 empresas turísticas con CST, entre establecimientos de hospedaje, tour operadores, arrendadoras de vehículos y parques temáticos.

Actualmente, en el ICT estamos trabajando en el diseño de las normas para empresas gastronómicas y para tour operación marino costera. Se ha avanzado en las etapas de validación de ambas normas y se prevé que entren en vigencia durante los primeros 4 meses de 2014.

Con respecto al Programa Bandera Azul Ecológica, 122 comités se inscribieron. A cada uno de ellos se le hizo cuatro visitas en coordinación con Oficinas Regionales del ICT. La institución ha logrado mantener BAE.

En cuanto al Código de Conducta contra la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes, en este año se efectuaron 17 actividades de sensibilización por todo el país, logrando la cobertura de casi 115 empresas turísticas y 305 colaboradores.

Seguridad Turística

Convencidos de que la seguridad es una prioridad para mantener la imagen de Costa Rica como destino turístico, durante estos años nos hemos propuesto incrementar la cantidad de policías en las zonas de interés turístico del país, así como facilitarles los implementos necesarios para el ejercicio de sus labores y reforzar la capacitación en seguridad turística.

Por ello, en junio de 2011 y en un ejemplo de coordinación, firmamos un convenio con el Ministerio de Seguridad Pública con el fin de tener un país más seguro, lo que a la postre no sólo beneficia a turistas nacionales y extranjeros, sino también a todas las empresas que dependen del turismo y a todos los ciudadanos en general. A este se suma, el convenio de cooperación suscrito a finales del 2006, que dió origen a la creación de la Policía Turística, como un ente especializado en la prevención y atención del turista.

Este convenio consistió en destinar a la Policía Turística más de 300 millones de colones, distribuidos a lo largo de cuatro años, para el equipamiento y

capacitación de Policías Turísticos que hoy en día, resguardan los sitios de mayor interés turístico del país, con la posibilidad que este número de efectivos se incremente en los próximos años con la finalidad generar mayor capacidad de respuesta operativa y preventiva ante la incidencia delictiva.

Este esquema de cooperación consiste en el suministro por parte del ICT, de insumos como vehículos, motocicletas, bicicletas, uniformes y sus implementos (por ejemplo, gorras, chalecos, esposas, cinturones) y radios portátiles.

También, entre ambas instituciones desarrollamos iniciativas de capacitación para los oficiales de la Policía Turística en temas como atención al turista, geografía de Costa Rica, identificación de moneda y documento de identidad falso o alterado, cursos de inglés a través de la Embajada Británica, cursos sobre la Ley de Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes, trata de personas, y prevención en desastres naturales, entre otros.

De manera concreta, gracias al convenio, en el 2011 se adquirieron 19 motocicletas montaÑeras, 12 radios de comunicación base y troncalizados y 650 uniformes.

Al finalizar el año 2011 ya contábamos con 308 oficiales de la Policía Turística distribuidos en las principales zonas turísticas del país como La Fortuna, Guanacaste, Limón, Puntarenas, entre otros lugares.

Para el 2012, se realizó la donación de 790 uniformes, dos vehículos de doble tracción, un cuadraciclo, 30 radios walkie-talkie, así como 50 baterías para radios.

En el año 2013, realizamos la entrega de 730 uniformes, dos vehículos nuevos de doble tracción, esto para ser destinados a la provincia de Limón con el fin de reforzar la vigilancia en la zona.

En el 2013 se entregó el equipo para el fortalecimiento de la Policía Turística por un monto de 74 millones de colones destacando dos vehículos doble tracción, cuatro motocicletas montaÑeras, un cuadraciclo, 30 radios tipo Walkie-Talkie, 790 uniformes y 10 programas de capacitación.

Asimismo, como parte del avituallamiento, se donaron uniformes y sus implementos (cinturones, zapatos especiales, cascos protectores, chalecos retro-reflectivos, mangas protectoras), radios portátiles y de base de comunicación.

Pero no nos podíamos quedar allí. Por eso, en el 2013, suscribimos un addendum para aumentar los recursos que se destinarán al Ministerio de Seguridad para el fortalecimiento de la Policía Turística por un monto de 350 millones de colones que se extiende hasta el año 2017.

Esta alianza estratégica ha sido de vital importancia para el país, ya que como parte de estos convenios, el Ministerio de Seguridad Pública ha ido aumentando la cantidad de efectivos de la Policía Turística para asegurar que estos se encuentren distribuidos en las zonas turísticas más importantes del territorio nacional, garantizando además de un ambiente seguro, una atención especializada para los turistas nacionales y extranjeros.

En capacitación gracias a este interés constante por preparar al sector y a los involucrados en el tema de seguridad, en el 2013, desarrollamos capacitación con cursos especializados de seguridad turística para empresarios turísticos y para la Policía Turística, a través de la Oficina Federal de Investigaciones de los Estados Unidos (FBI), de la Embajada de los Estados Unidos y de especialistas costarricenses en temas como manejo de crisis, protocolos, dispositivos de seguridad y sistemas de comunicación.

Se desarrolló un curso de capacitación para empresarios turísticos con especialistas de la Universidad Nacional sobre el comportamiento del mar y la influencia de las corrientes peligrosas, como un riesgo eminente para los bañistas. También celebramos un curso sobre Explotación Sexual Comercial contra Niños, Niñas y Adolescentes para oficiales de la Policía Municipal de San José, en coordinación con el Patronato Nacional de la Infancia, el Ministerio de Salud y la Dirección General de Migración y Extranjería.

Actualmente se ha presentado a conocimiento de la Cruz Roja Costarricense, una propuesta de convenio de cooperación, que permitiría aumentar la capacidad de respuesta de esta institución en zonas costeras, a través del suministro de equipo de rescate básico y facilidades para el desarrollo de programas de capacitación por parte del ICT.

Adicionalmente, se realizó la propuesta de Decreto Ejecutivo, para la creación de la Comisión Nacional de Seguridad Turística, compuesta por el Jefe del Departamento de Servicio al Turista, la Directora de la Policía Turística, el Jefe de Robos y Hurtos del OIJ, el Delegado de la Cámara Nacional de Turismo y la Fiscalía General de la República. Con este grupo de trabajo se mantiene una comunicación permanente.

Asimismo, creamos la Comisión Interna de Seguridad Turística, compuesta por el Jefe del Departamento de Servicio al Turista, la Gerencia General, el Proceso de Mercadeo, el Proceso de Administrativo. Así también continuamos con el diseño e impresión de material de seguridad preventivo, en cuenta el Pasaporte de Seguridad, Consejos de seguridad para una vista agradable y el video sobre consejos de seguridad.

Señalización y otros

En relación con la señalización de sectores costeros de riesgo por presencia de corrientes de arrastre, en el año 2011 se instalaron 50 señales en las playas de mayor peligrosidad tales como: Playa Cangrejal, Playa Guiones y Playa Ostional, entre otras. Asimismo, durante el 2011, se generaron más de 40 folletos información y cinco de prevención. Este material es distribuido en los distintos centros de información turística, por la Policía Turística o en empresas de turismo.

En el 2012 en cuanto a la señalización vial y turística, se instalaron 1.112 señales en las principales rutas turísticas del país como la ruta 32 (desde Río Frío hasta Liverpool), la ruta 34 (desde la intersección de la ruta 27 hasta Esterillos Oeste), la 702 (desde San Ramón a La Fortuna), la 35 (desde Florencia hasta Los Chiles), entre otras, así como las rutas de acceso a Monteverde, a los principales aeropuertos internacionales, los tramos en la ruta Caribe Sur y Parques Nacionales de Guanacaste. Con respecto a la señalización de sectores costeros de riesgo por presencia de corrientes de arrastre, se instalaron 50 señales en 21 playas como Gandoca, Punta Uva, Tivives, Montezuma, Pavones, entre otras.

Asimismo, se generaron materiales de información y de prevención, los cuales son distribuidos en los distintos centros de información turística, por la Policía Turística o en empresas de turismo. Se cuenta con la venia de la Junta Directiva del ICT para continuar con este modelo de cooperación interinstitucional, para ampliar la cobertura de señalización vial y turística del país, hacía otras rutas y destinos de interés turístico del país.

Labor realizada dentro del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT)

En el período comprendido del 2011 a marzo de 2014, el ICT, en representación de Costa Rica participó como miembro activo del Consejo Centroamericano de Turismo CCT-. Adicionalmente, del 1 de enero al 30 de junio de 2013, ocupamos la Presidencia Pro Tempore del Consejo Centroamericano de Turismo y del Consejo Directivo de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA).

A continuación se detallan los principales resultados de la gestión del Consejo Centroamericano de Turismo a través de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), durante este período, proceso en el cual se contó con la intervención del Instituto Costarricense de Turismo, ya sea a través del Ministro de Turismo o del personal técnico delegado en el Comité Ejecutivo del CCT, Comité de Mercadeo Centroamericano de Turismo (COMECATUR) y otros grupos técnicos regionales.

En este periodo, el ICT fue uno de los miembros más activos del CCT. En el transcurso del 2011 al 2014, Costa Rica participó casi en la totalidad de las reuniones del Consejo Centroamericano de Turismo, en todos los niveles, desde las reuniones ministeriales hasta las reuniones técnicas, lo que demuestra el interés y compromiso con la integración turística Centroamericana.

Ejecución en 2011

En la ejecución del Plan de Acción 2011, congruente con las áreas del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (PEDTS) 2009-2013, se apoyaron programas, proyectos y actividades, cuyos principales resultados se describen a continuación:

En Planificación, investigación y desarrollo sectorial, y en cuanto al diseño de la política regional de sostenibilidad turística, se elaboró propuesta de lineamientos para lo cual se realizaron consultas del documento a nivel técnico.

Dentro de ésta área se apoyó la Estrategia Regional de Cambio Climático, se elaboraron los términos para contratación de un experto para elaborar plan de acción y perfiles de proyectos que vinculen turismo y cambio climático. Asimismo, se gestionó y se logró el respaldo de los Jefes de Estado y de Gobierno de los países del SICA para designar el 2012 el Año del Turismo Sostenible Centroamericano.

En turismo rural, se aprobó el Programa de Acceso a Mercados de la PYME de Turismo Rural de Centroamérica, con fondos STEP/OMT, por medio del cual se benefició a la región en capacitación y asistencia técnica en comercio electrónico, así como herramientas de comercialización. Adicionalmente, se apoyó la celebración del II Foro Centroamericano de Turismo Rural con la presencia de 50 MIPYMES.

Además, se continuó con el proyecto de instalación de sistemas de manejo de desechos orgánicos y se apoyó la red de comunicación RED RURAL con participación de 112 miembros de la Red de Posadas Rurales de Centroamérica.

En materia de instrumentos estandarizados para planificación turística, se contrató a una empresa para el desarrollo y concreción del primer Sistema de Investigación y Desarrollo de Centroamérica.

Adicionalmente, se completó diseño y publicación de mapas web interactivos con información turística de la región, a través del uso de la plataforma del Sistema Regional de Visualización y Monitoreo (SERVIR).

En el área de calidad y competitividad, se elaboró y validó el plan de acción para la puesta en marcha del Modelo Regional de Calidad y Competitividad Turística hacia la Certificación. Este sentido se definieron los roles y apoyos institucionales de los sectores público y privado turístico regional.

En cuanto al apoyo y asistencia técnica y financiera a MIPYMES, se puso en marcha un acuerdo la Secretaría de Turismo de México, para compartir su experiencia al programa de Centroamérica. En el marco del Programa Mesoamericano de Cooperación México-Centroamérica, se capacitó a 9 personas en el tema de formulación y evaluación de proyectos turísticos que incidieron para contribuir en el acceso de financiamiento, mediante mejora en la formulación, calificación y evaluación de proyectos turísticos.

En el marco del programa de cultura turística, se preparó a 40 formadores que permitió incidir en 3,210 MIPYMES y actores. En el mismo tema, se validó y difundió Manual de Salud y Turismo para Centroamérica y República Dominicana. En materia de prevención de la explotación sexual comercial, se formuló un programa enfocado en ética y responsabilidad empresarial en turismo para lo cual se contrataron 4 expertos quienes realizaron talleres nacionales y regionales.

En materia de formación de recursos humanos, se realizaron 124 cursos y talleres regionales y se formaron 3,646 personas del sector privado y público turístico regional en temas de cultura turística, seguridad, mercadeo, fortalecimiento de MIPYMES y turismo rural.

En el área de mercadeo se ejecutó la estrategia regional de promoción y mercadeo turístico en Europa a través de CATA. Es así como se formaron 200 operadores sobre la forma de vender Centroamérica; se desarrolló una campaña de promoción en el mercado inglés a través de imágenes en 124 taxis que circularon Londres por 6 meses; se organizaron Fam Trip a más de 200 mayoristas y 95 medios de prensa a Centroamérica; monitoreo de prensa y

acciones de relaciones públicas; y apoyo en acciones de promoción. Se apoyó la realización de la VIII edición de la Feria Centroamérica TravelMarket, realizada del 19 al 21 de octubre en Ciudad de Panamá, donde participaron 126 compradores de 24 nacionalidades, así como 206 empresas expositoras centroamericanas, y se realizaron 2,700 citas de negocios.

Durante la feria se organizó un seminario de sensibilización a cargo de la OMT, sobre la actividad turística a 46 medios de prensa regionales e internacionales. Se publicó y tradujo al inglés folleto “Viajes Extraordinarios” con imágenes e información sobre la región, para su distribución en Europa. Se continuó con la puesta en marcha en CATA del Sistema de Investigación de Mercados.

En materia de turismo intrarregional, se definieron lineamientos del programa regional y de campaña cooperativa entre ministerios de turismo y Taca, con apoyo del sector privado regional, para ofrecer paquetes atractivos al turista centroamericano. Además, inició el diseño de campaña de promoción, la cual se coordina con FEDECATUR y se firmó convenio con South-South News, para la difusión de noticias positivas de la región en plataforma mediática digital.

En el área de seguridad turística, se revisó y actualizó el plan regional, realizándose intercambio de experiencias y presentación de manuales de buenas prácticas de Costa Rica y El Salvador; se diseñó sistema de tramitación, monitoreo y seguimiento de quejas y denuncias; se homologó pensum de estudios en materia de seguridad turística; se sensibilizó en el tema de turismo responsable y prevención de la explotación sexual comercial; se capacitó a 26 formadores en materia de seguridad turística y se diseñó el Manual Regional de Buenas Prácticas en el tema.

En materia de facilitación turística, se incluyó un acuerdo para impulsar la puesta en marcha de mandatos presidenciales en el tema, en Declaración del 2012: Año del Turismo Sostenible Centroamericano, suscrita por los miembros del CCT.

En relación con el fortalecimiento institucional, se inició el plan para generarles capacidades a la institucionalidad de la integración turística regional, por medio de la sostenibilidad técnica y financiera y a la optimización de resultados de SITCA y CATA. Asimismo, se empezó la segunda fase del proyecto Red Regional Gobierno – Sector Privado GPN, por medio del rediseño de las redes de comunicación con el propósito de realizar mejoras funcionales y tecnológicas, atendiendo a las nuevas tendencias sobre redes sociales.

En gestión de cooperación, se realizó una misión a Washington y Nueva York, y se realizaron 19 reuniones con potenciales organismos de apoyo. Con ello se logró la aprobación de la OEA para formular proyecto regional, orientado al tema de sostenibilidad turística, así como aprobación de UNICEF de proyecto regional. Adicionalmente, se realizó el I Foro de Cooperación para el Desarrollo Turístico Sostenible Centroamericano, con la participación de más de 60 representantes de organismos de cooperación y presentación por SITCA de 11 proyectos prioritarios. En el año se trabajó con 9 cooperantes internacionales y se recibió cooperación técnica de 5 entidades.

En cuanto a la labor de CATA durante el 2011 se realizaron apoyos en las ferias Fitur e ITB para lograr menores costos de participación y se realizaron estudios del perfil del turista alemán, y se trabajó en el sistema de mercados. Asimismo, se realizaron 25 fam trips con tour operadores y se organizaron 7 seminarios de capacitación para tour operadores. En este mismo sentido de promoción también se propició la traída de 6 medios de prensa internacionales.

Congruentes con el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible (PEDTS) 2009-2013, se ejecutaron actividades definidas en el Plan de Acción 2012, cuyos principales resultados se describen a continuación:

En planificación, investigación y desarrollo sectorial, se diseñó el “Programa para impulsar el plan de acción turismo y cambio climático”, para impulsar el desarrollo de este componente dentro de la Estrategia Regional de Cambio Climático, con apoyo de la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD).

En el respaldo a turismo rural se contrató asistencia técnica para desarrollar herramientas de comercialización electrónica, en apoyo a PYMES turísticas por medio de convenio firmado con la Federación de Cámaras Turísticas de Centroamérica (FEDECATUR). En salud y turismo se logró la suscripción de memorándum de entendimiento entre la OPS, CCT y SITCA en apoyo al proceso para la implementación de un foro regional permanente; Además la implementación del manual regional de salud y turismo por medio de talleres nacionales.

También, se apoyó la realización de la cuarta edición del Encuentro Centroamericano de Tour Operadores y se avanzó en la consolidación del Sistema de Investigación y Desarrollo (SID), el cual busca ser un centro de información y pensamiento, mediante la contratación de asistencia técnica en SITCA y la realización de 9 informes e investigaciones vinculados a temas estratégicos del turismo centroamericano.

En el área de calidad y competitividad, se logró la definición de 5 normas de aplicación del modelo regional de calidad y sostenibilidad hacia la certificación, que se implementaron en diciembre, con la contratación de firma una consultora contratada para apoyar el proceso. Se definió plan de acción en coordinación con FONATUR del Programa de Calificación y Evaluación de Proyectos, bajo convenio de cooperación firmado entre SECTUR México y el CCT. También, se finalizó el proyecto de instalación de sistemas de desechos orgánicos en posadas rurales en 4 países de la región y se concretó el Programa de Prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes, con un enfoque de Ética y Responsabilidad Social Empresarial en Turismo, mediante la sensibilización de actores claves en el ámbito turístico de 4 países de la región. Asimismo, se impartieron 157 capacitaciones a representantes del sector público y 235 al sector privado turístico regional en 16 cursos en temas de mercadeo, salud y turismo, seguridad y apoyo a la MIPYME.

En el área de mercadeo, se ejecutó la estrategia regional de promoción y mercadeo turístico en Europa, a través de la Agencia de promoción Turística de Centroamérica (CATA). En este sentido, se elaboraron 6 estudios de los mercados meta en Europa y se participó con un stand regional en 4 ferias internacionales, a partir de las cuales se coordinó y se dio seguimiento a 18 viajes de mayoristas y 7 medios de comunicación. Además, se realizaron 11 seminarios de formación a agencias de viaje, diseño y distribución de 6 boletines a medios y operadores en Europa, y finalización de la nueva web de Centroamérica.

Como parte del trabajo se apoyó la realización de la décima edición de la Feria Centroamérica Travel Market, en la que se realizaron 3,758 citas de negocios con 56% de concreción de negocios, entre mayoristas extranjeros y operadores centroamericanos. Acudieron al evento 135 mayoristas, 44 medios internacionales; 338 expositores y 9 empresas regionales.

A través del Sistema de Investigación de Mercados (SIM) en CATA, se realizaron 3 análisis de la tour operación europea: Análisis de los viajeros europeos a Centroamérica; y recomendaciones para la comercialización del multidestino.

También, se diseñó imagen visual para promover el turismo intrarregional, para lo cual se utilizó la campaña cooperativa realizada entre ANT, FEDECATUR y AVIANCA TACA; con ello, se logró que viajaran dentro de Centroamérica un total de 16,553 pasajeros, gracias a la campaña.

En el área de Seguridad, se contrató a firma consultora para la implementación del sistema de tramitación, monitoreo y seguimiento de quejas y denuncias y se formó

a 100 policías de turismo desde un nuevo enfoque de desarrollo de competencias mediante pensum homologado regional en materia de seguridad turística. Se editaron 4,000 ejemplares del Manual de Buenas Prácticas en Seguridad Turística y se distribuyeron en los países de la región. Se gestionaron fondos de cooperación con el Plan de Apoyo SICA- BCIE- ITALIA y el Programa Regional de Seguridad Fronteriza en América Central. Adicionalmente, se realizaron gestiones con la Organización Mundial de Turismo (OMT), para organizar seminarios de sensibilización dirigidos a medios de comunicación y sobre la importancia del turismo como motor de desarrollo sostenible y el manejo de crisis y percepción sobre la seguridad de destinos turísticos de la región.

En el área de fortalecimiento institucional, se logró la incorporación del Ministerio de Turismo de República Dominicana en el CCT, como Estado Asociado del SICA. Se evaluó la ejecución del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2009-2013, con miras a definir alcances de la próxima etapa de dicho Plan. Se realizó el rediseño de la Red Centroamericana de Comunicación Turística Gobierno-Sector Privado (GPN), Red de Empresas Turísticas de Centroamérica (RETCA) y 10 subredes de comunicación. A su vez, se gestionó la aprobación de las siguientes actividades en beneficio del sector privado turístico, con fondos de la Cooperación Suiza: Desarrollo de herramientas de comercialización electrónica, asistencia técnica para FEDECATUR, implementación regional de ServiceBest, segunda edición del curso “Experto en Calidad y Sostenibilidad Turística-PROCAPCA”, y desarrollo de un inventario de la oferta turística en Centroamérica.

Adicionalmente, se realizó diversas gestiones de cooperación, incluyendo una misión oficial a Washington D.C. con el propósito de gestionar fondos de cooperación internacional y propiciar la firma de un memorando de entendimiento con la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y una carta compromiso con la Organización de Estados Americanos (OEA). En materia de coordinación interinstitucional, SITCA mantuvo una constante comunicación del Secretarios del SICA y Órganos como el Parlamento Centroamericano (Comisión de Turismo); así también con SIECA, con la que co-ejecuta un programa de apoyo al acceso de la MIPYME al mercado regional, en coordinación con CENPROMYPE, además con FEDECATUR con los que se manejan varios proyectos y, finalmente, con CATA para apoyo a reuniones de Consejo Directivo y desarrollo de estrategia regional.

Ejecución de 2012

Dentro de las principales actividades de CATA en el 2012, se realizó la recopilación de la información, análisis, elaboración y distribución del estudio de mercado de Italia, estudio de mercado del perfil de turista británico (Reino Unido) y

la recopilación de la información para el estudio del perfil de turista español para ser distribuido en enero.

En la Feria CATM_Prensa se gestionaron 15 viajes de periodistas europeos para asistir a CATM. Se pueden citar:

- Alemania (3): Diario Scheleswing Holstein am Sosttag, Berliner Regionalfernsehen, Sonntag Aktuell
- España (4): Excelencias del Caribe, Diario el Mundo, Blog Drymartinez.es, La Razón y Revista Paraísos
- Francia (3): Voyager Luxe, Ouest France, Travel Style&Life
- Reino Unido (2): The Travel Editor, Selling Long Haul
- Italia (2): L'Ágenzia di Viaggi, Viaggiando el mondo nellemani
- Austria (1): Ö1 Ambiente ORF

En la Feria CATM_TTOO se organizaron 68 viajes de Tour operadores europeos para asistir a CATM. Asimismo, se participó activamente en la feria y mantuvieron un total de 32 reuniones con los tour operadores europeos.

En la Feria WTM se convocaron los miembros, se mantuvieron citas con tour operadores europeos y se trabajó para que los países hicieran lanzamientos específicos:

- GUATEMALA: Lanzamiento de la ruta de los Baktunes
- EL SALVADOR: Lanzamiento de la ruta de Monseñor Romero
- HONDURAS: Evento Mundo Maya en el CanningHouse

En relación con los FamTrips, se concretaron un total de 10 Tour operadores de los cuales uno de ellos fue con 10 agentes de viaje y en todos los recorridos se visitaron al menos 2 países de la región. A continuación se detalla:

Reino Unido: Explore (Nicaragua y Guatemala), Cox&Kings (Panamá, Nicaragua, Honduras y El Salvador), MercatorTravel (Belice y Costa Rica)

Bélgica: Thomas Cook (10 agentes de viaje) (Nicaragua y El Salvador)

Alemania: Ikarus (Costa Rica y Nicaragua), Meiers (Costa Rica y Nicaragua), Djoser (Nic. y Guatemala), Gebeco (Guatemala y Honduras).

Francia: ContinentsInsolites (Belice y Guatemala), Kuoni (Nicaragua y Panamá)

Reino Unido: Explore (Nicaragua y Guatemala), Cox&Kings (Panamá, Nicaragua, Honduras y El Salvador), MercatorTravel (Belice y Costa Rica)

Bélgica: Thomas Cook (10 agentes de viaje) (Nicaragua y El Salvador)

Alemania: Ikarus (Costa Rica y Nicaragua), Meiers (Costa Rica y Nicaragua), Djoser (Nicaragua y Guatemala), Gebeco (Guatemala y Honduras).

Francia: ContinentsInsolites (Belice y Guatemala).

En relación con los medios se coordinaron las visitas de Revista DIVE (Reino Unido) y 8 medios más:

Alemania: Wel am Sonntag (Costa Rica y Panamá, KölnerStadtanzeiger (Costa Rica y Nicaragua), FrankfurterRundschau (Guatemala y Panamá).

• **España:** Altair (El Salvador y Honduras), Vogue online (Pendiente)

• **Francia:** Le Monde (Guatemala y Belice), Univers des Voyages (Costa Rica y Nic.)

Asimismo, se realizaron 11 seminarios y un show cooking en Francia (Nantes). **A continuación, el detalle:**

ITALIA:

• Konrad: 10OCT (Roma), 11OCT (Perugia).

• Brasil World (Quality Group): 3OCT (Lugano), 23OCT (Florencia), 30 OCT (La Spezia).

TOUR 2000: 6NOV (Treviso), 7NOV (Vicenza y Bergamo), 8NOV (Como y Moza)

FRANCIA:

• 23NOV: Show cooking en Nantes

• VacancesTransat: 13DIC (Paris)

• ATALANTE: 14DIC (Paris)

• KUONI: Abril 2013

Reino Unido:Sunvil: OCT (Londres)

Ejecución de 2013

Como parte de su labor, en 2013, Costa Rica continuó con la presidencia en el primer semestre y en el segundo asumió Panamá esta posición.

En planificación, investigación y desarrollo sectorial, se sensibilizó al sector en el tema de salud y turismo, mediante talleres apoyados por la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y se desarrollaron herramientas de comercialización electrónica, como es el diseño y actualización de las páginas web de la Federación de Asociaciones Centroamericanas de Operadores Turísticos (FACOT) y de la Red de Posadas Rurales de Centroamérica. Además, se consolidó el Sistema de Investigación y Desarrollo (SID), como un centro de información y pensamiento con alta credibilidad, el cual cuenta con un portal web para difundir los estudios y análisis que a través de él se realicen. Se inició el levantamiento de datos de empresas turísticas en destinos específicos, como insumo para apoyar la planificación y comercialización de la oferta turística, con miras a su actualización en forma periódica.

En calidad y competitividad, se diseñó el Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad Turística (SICCS). En esta terea se formaron 83 técnicos, quienes implementarán el sistema en su fase inicial, a partir de 2014; además, se inició con la transferencia de conocimientos en el Sello de Certificación Especializado en la Excelencia del Servicio Turístico para Centroamérica “ServiceBest”, a través de las cámaras de turismo miembros de FEDECATUR y se desarrolló el curso en línea del Experto en Gestión de la Calidad en MIPYME Turística “PROCAPCA” con participación de 42 profesionales que serán capaces de desarrollar e implementar sistemas de calidad en MIPYME turísticas deficientes.

Además, se apoyó la realización en la Ceiba, Honduras, del Foro de Turismo y Cambio Climático en Centroamérica, con el fin de analizar el impacto climático en el turismo, y, a la vez, fortalecer la capacidad del sector para conocer las amenazas, desafíos y oportunidades de dicho cambio. Se capacitó, a través de 27 cursos y talleres regionales, a 1,346 participantes del sector público y privado regional.

En temas de mercadeo, en coordinación con FEDECATUR, se desarrolló una aplicación para teléfonos inteligentes para facilitar el acceso de la MIPYME turística a mercados; se llevó a cabo por segundo año consecutivo, la campaña “Descubre Centroamérica” para promover el turismo intracentroamericano, mediante asocio público privado entre la aerolínea AVIANCA, las ANT y FEDECATUR. Como resultado 10,556 pasajeros más se sumaron en el período de temporada baja.

Por medio del Sistema de Investigación de Mercados en CATA, se elaboraron informes para apoyar la planificación y ajuste de estrategias de promoción en mercados meta europeos; en asocio con FEDECATUR se realizaron acciones en apoyo al fomento del turismo intrarregional, como es el caso de viajes de operadores y medios de comunicación dentro de la región y elaboración de un video promocional centroamericano; se impartieron capacitaciones a 500 empresarios sobre cómo diseñar y poner en práctica planes de negocio; se culminó con la traducción del portal visitcentroamerica.com al inglés y se inició el diseño de una estrategia en Europa por medio de redes sociales en internet.

En el área de seguridad turística, se completó el diseño del Sistema de Tramitación, Monitoreo y Seguimiento a la Presentación de Quejas y Denuncias de Turistas (SISTRADe). Para ello, se realizaron reuniones de sensibilización y coordinación con entidades nacionales, a la espera que el Sistema sea implementado por cada país según sus posibilidades y legislación. Asimismo, hoy

se cuenta con más de 400 policías de turismo formados en temas de seguridad turística. También, se editaron 2,400 ejemplares de la segunda versión del Manual de Buenas Prácticas en Seguridad Turística. Asimismo, se apoyó en la organización y participación de eventos con medios de comunicación en materia de seguridad turística y se dio inicio al Programa Regional de Seguridad Fronteriza en América Central, mediante el cual se realizará diagnóstico en fronteras terrestres, así como formación a funcionarios y señalización.

En temas de fortalecimiento institucional, se seleccionó a la nueva Secretaria de Integración Turística Centroamericana, la nicaragüense Anasha Campbell, a partir de diciembre y se aprobó la etapa 2014-2018 del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible, diseñado en talleres regionales público-privado. A su vez, se modificó el Reglamento Interno del CCT, de cara al proceso de modernización y fortalecimiento de la institucionalidad regional. Se dio la bienvenida a República Dominicana como miembro del Consejo Centroamericano de Turismo y se apoyó al fortalecimiento de FEDECATUR, mediante la actualización y reorientación de su Plan Estratégico e instrumentos operativos. Se continuó con el rediseño tecnológico de las plataformas de comunicación GPN-RETCA, para mejorar la vinculación al sector público y privado turístico de Centroamérica. Asimismo, se dio seguimiento a gestiones con Misión de acercamiento con cooperantes internacionales tanto en Norteamérica como en Europa.

Resumen de logros

- Evaluación del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2009-2013 y lineamientos para la etapa 2014-2018.
- Análisis de la estructura de CATA en mercados prioritarios.
- Ejecución de iniciativas de calidad y sostenibilidad: modelo regional, ServiceBest y PROCAPCA (2ª etapa).
- Apoyo a la MIPYME turística a través del fortalecimiento a FEDECATUR que derivará en nuevos proyectos para la sostenibilidad del ente regional.
- Mejora en los canales de comunicación entre el sector público y privado turístico regional a través del re-lanzamiento de una nueva plataforma tecnológica para las redes GPN-RETCA.
- Ejecución del Programa Regional de Seguridad turística: talleres de formación, sistema de denuncias, manual de buenas prácticas, seminarios de sensibilización a medios de comunicación y seminario sobre manejo de crisis y percepción.
- Se hizo efectivo la incorporación de la República Dominicana en el Consejo Centroamericano de Turismo, recibiendo su aporte anual. Asimismo se recibieron aportes anuales a SITCA de 6 de los 8 países miembros.

- En cumplimiento al Reglamento de Selección de Titulares de las Secretarías de SITCA, se definió orden de los países, correspondiendo el próximo período a Costa Rica. Posteriormente los Mandatarios de C.A. definieron en Cumbre Presidencial que la rotación para la designación partiría con Nicaragua y que la sede de SITCA debía reinstalarse en dicho país.

En relación con CATA, en el 2013 se presentó un análisis de la tour operación europea y un análisis de viajeros europeos a Centroamérica. Asimismo, se prepararon los perfiles turísticos de los suramericanos, de los norteamericanos y los informes sobre la pérdida de divisas en turismo, debido a la falta de acuerdo de cielos abiertos y las proyecciones estadísticas de 2013.

También, se revisaron 5 Manuales de normas de calidad: Alojamiento, restaurantes, transporte turístico, Tour Operadores y Actividades temáticas. Además, se estampó la firma de carta de entendimiento entre CCT y FEDECATUR para ejecución del proyecto y definir términos de referencia y ofertas para implementación del programa a nivel regional y se firmó el convenio específico entre la SG-SICA y la Universidad Carlos III de Madrid para ejecución del Postgrado “Experto en Gestión de la Calidad en MIPYME Turística”.

Además, se dio seguimiento a la realización de talleres de formación de formadores del Manual en Salud y Turismo en países pendientes: Belice, Guatemala, Nicaragua y Panamá. Plan regional de salud y turismo en proceso de validación por las ANT.

Se apoyó la realización del Foro, con el fin de analizar el impacto climático en el turismo, fortalecer la capacidad del sector para hacer frente a ese desafío y dar a conocer las oportunidades y técnicas de adaptación y mitigación. Además, se gestionó con la Secretaría de Turismo de México la renovación de convenio con CCT y continuidad del plan de acción de apoyo de FONATUR. Al no recibirse respuesta positiva, el CCT definió reasignar fondos al Modelo Regional de Calidad y Sostenibilidad hacia la Certificación.

También, se realizó la II Campaña de Fomento del Turismo Intrarregional, con participación de ANT (Costa Rica, El Salvador, Guatemala y Nicaragua), cámaras y Avianca.

Tareas en mercado europeo

- Análisis, elaboración y distribución de 2 estudios de mercados de España y Alemania.
- 2 informes del SIM: Análisis de los viajeros europeos; Análisis de la tour operación europea 2012.
- Actualización de dossier de prensa para distribución en FITUR y traducción al idioma alemán
- Gestión de 52 entrevistas con medios de comunicación con ministros en España y Alemania.
- Recopilación de noticias, valoración económica y difusión en la red GPN por país de 5 mercados en Europa. también se incluyen sin valoración malas noticias publicadas para conocimiento de los países.
- Se han mantenido reuniones con 5 empresas de comunicación expertas online, para evaluar y trabajar propuesta.
- Lanzamiento de la Website de C.A. en español e inglés.
- Coordinación y realización de 15 famtrips desde Reino Unido, Francia y Alemania.
- A solicitud de Nicaragua, se coordinó un famtrip de 4 TTOO franceses.
- Coordinación y realización de 9 viajes de prensa desde Reino Unido, España e Italia.
- Elaboración y distribución de 12 notas de prensa con las novedades de C.A. en 5 idiomas para su difusión entre medios de comunicación.
- Realización de la auditoría de cuentas anuales de CATA tras el cierre contable del ejercicio 2012.
- Coordinación, gestión de reuniones y entrevistas con medios de comunicación así como la asistencia a dos ferias internacionales en Europa: ITB en Alemania y FITUR en España
- Convocatoria a medios de comunicación y tour operadores así como el seguimiento para presentación país, a solicitud de Honduras.
- Renegociación y firma del convenio IBERIA 2013 (iguales condiciones desde hace 6 años)
- Reuniones con AviancaTaca en Europa para realizar acuerdo de actividades bajo convenio.
- Inicio licitación construcción de zonas comunes stand regional.

En otros esfuerzos se aprobó reestructurar CATA, y se definió la contratación de una Coordinación en Centroamérica y una reducción de la agencia en España y se aprobó modificación de Estatutos de CATA en congruencias con cambios estructurales definidos.

Se menciona también, la realización de Seminario internacional sobre comunicaciones y manejo de crisis, con participación de medios de comunicación regionales e internacionales y representantes de las ANT y la organización de la II Conferencia de Seguridad Turística de las Américas, realizada en Panamá.

En el tema de seguridad, se realizaron cursos de formación de policías turísticos, a personal de fronteras y se aprobó un proyecto de seguridad transfronteriza que contempla aspectos como seguridad, información y facilitación.

Principales logros alcanzados, de conformidad con la planificación institucional

Gerencia General

De conformidad con el Artículo 32 de la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo Ley No.1917, le corresponde a la Gerencia General ser el responsable ante la Junta Directiva, del eficiente y correcto funcionamiento administrativo de la Institución.

Para tal efecto, asegura el correcto desarrollo de las políticas establecidas tanto por el Gobierno de la República y la Junta Directiva del Instituto Costarricense de Turismo, mediante la ejecución de los planes de trabajo establecidos para cada área sustantiva institucional (Macroproceso de Mercadeo; Macroproceso de Planeamiento y Desarrollo y el Macroproceso de Gestión y Asesoría Turística). Además, coordina y ejecuta las funciones relacionadas con el Macroproceso Administrativo Financiero, así como con otras unidades asesoras (Unidad de Planificación, Asesoría Legal y el Proceso de Tecnologías de Información), todas aquellas actividades que son necesarias para apoyar las gestiones tanto a nivel interno como externo.

Por otra parte, facilita a cada unidad institucional los recursos necesarios para su mayor eficiencia y eficacia en la operación de sus actividades, tal es el caso que en coordinación con el Macroproceso Administrativo Financiero, se encarga de establecer el presupuesto institucional, que se encuentra ligado con los objetivos y políticas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo y el Plan de Desarrollo Turístico Estratégico Institucional.

En conjunto con la Presidencia Ejecutiva, se encarga de establecer, ejecutar y apoyar las acciones necesarias para incrementar el ingreso de turistas al país y el

turismo interno, mediante la promoción (Atracción de Líneas Áreas, Campañas Cooperativas, Campañas Nacionales, entre otros), de igual forma, promueve la construcción y mantenimiento de lugares de habitación y recreo para uso de los turistas; así como la inversión en el mejoramiento del producto turístico (Centro Nacional de Congresos y Convenciones, Miradores, Paraderos y Atractivos Turísticos, Parques Nacionales, Zona Marítimo Terrestre, entre otros) misma que se realiza con el apoyo de las áreas sustantivas.

Es importante destacar que una de las principales acciones a ejecutar que se ha propuesto la Administración, es la construcción del Centro Nacional de Congresos y Convenciones (CNCC), con un costo estimado de 31 millones de dólares, el cual dará al país el impulso requerido para catapultar el crecimiento turístico nacional y competir por una cuota del rentable nicho de congresos, convenciones del mundo.

Los beneficios de esta obra serán innumerables en la generación de empleos directos e indirectos, noches adicionales de hotel, aumento en el ingreso de divisas, revisita de quienes participan en el congreso y o la convención, ingreso de visitantes en la temporada verde, entre muchas otras ventajas.

Cabe mencionar que le corresponde establecer las normas y políticas de ambiente laboral institucional, en conjunto con el Proceso de Recursos Humanos, en busca de la armonía y comunicación adecuada entre las diferentes áreas.

De igual forma, ejerce coordinación con el desarrollo de los proyectos relacionados con la Ley No. 6758, que regula el desarrollo y ejecución del proyecto turístico de Papagayo, en Bahía Culebra, provincia de Guanacaste, así como los proyectos relacionados con la Ley No. 7744, Ley de Concesión y Operación de Marinas Turísticas.

Es competencia también de la Gerencia General el coordinar en conjunto con las diferentes áreas de la institución, las actividades de carácter operativas necesarias para la adecuada gestión en función con las políticas institucionales y la normativa vigente.

Polo Turístico Golfo de Papagayo

El Polo Turístico Golfo de Papagayo, unidad adscrita al Instituto Costarricense de Turismo; se ubica en el Golfo de Papagayo (Bahía Culebra), provincia de Guanacaste y su extensión abarca desde Punta Cabuyal hasta Bahía Playa Hermosa. Comprende el distrito de Nacascolo del cantón de Liberia al norte y el

distrito de Sardinal Sur. Es el principal Polo Turístico del país su área total es de 1.513 hectáreas, aproximadamente.

Las leyes que regulan la operación del Proyecto son:

- LEY 6370, del 20 de agosto de 1979, Ley que declara de Utilidad Pública el Proyecto Golfo de Papagayo.
- Ley 6758, del 6 de mayo de 1982, Ley Reguladora del Desarrollo y Ejecución del Proyecto Turístico Golfo de Papagayo.
- Reglamento de la Ley 6758, Decreto Ejecutivo N° 25439-MP-TUR de 27 de agosto de 1996, y sus modificaciones publicadas en el Decreto N° 35962-MP-TUR del 28 de mayo del 2010.
- Registro general de concesiones del Polo turístico Golfo de Papagayo, Decreto Ejecutivo No.22489-MP-J-TUR, del 2 de septiembre de 1993.
- Reglamento de FONDETUR (Fondo de Desarrollo Turístico)*, Decreto Ejecutivo No. 21828 MT-MEIC del 17 de diciembre de 1992
- Reglamento de Viabilidad para el Proyecto Península de Papagayo, Decreto Ejecutivo N°:30175-MP-TUR, del 1 de marzo d el 2002.

Funciones

Por medio de la Ley Reguladora del Desarrollo y Ejecución del Proyecto Turístico Golfo de Papagayo, Ley N° 6758 se establece la Oficina Ejecutora a cargo del ICT con la facultada de; dirigir, coordinar, administrar y controlar el desarrollo del Proyecto Turístico Golfo de Papagayo. La Oficina Ejecutora está conformada por una Dirección Ejecutiva y un Consejo Director, el cual reporta a la Junta Directiva del ICT, órgano superior jerárquico.

Dentro de las actividades que realiza la Dirección Ejecutiva se cuenta con: La ejecución de todos los acuerdos que el Consejo Director y la Junta Directiva le encomiende; ejercer la administración y fiscalización constante sobre el Proyecto con el fin de asegurar que el mismo se ejecute de conformidad a la normativa y del Plan Maestro de Desarrollo; emitir criterios técnicos para otorgamiento, prórrogas, cesión, gravamen, traspaso en fideicomiso, cancelación, extinción, rescate y cualquier otro movimiento sobre las concesiones; revisión de leyes, reglamentos y procedimientos relativos al Polo Turístico; recomendar la realización de concursos públicos para la adjudicación de lotes libres; coordinar con otras instituciones la ejecución de proyectos de inversión pública para el desarrollo del Polo Turístico; diseñar y fiscalizar el Plan Anual Operativo y el Presupuesto anual la unidad sobre la inversión de FONDETUR; coordinar con las Municipalidades las actividades referentes al Proyecto y su área de influencia, entre otros.

Desarrollo de Infraestructura

A partir de la década de los 80 se inicia con inversión en infraestructura de desarrollo como lo son la electrificación pública de la zona, la construcción de infraestructura para el abastecimiento del recurso hídrico en la zona considerando acueductos, tanques de almacenamiento, pozos de extracción, tubería de conducción, estudios de investigación; la construcción de las carreteras de acceso actuales a la zona, coordinación con el ICE para el servicio telefónico de la zona, inversión en señalización vial, entre otros.

Se proyecta en el corto plazo la inversión en la construcción del Acueducto Las Trancas – Papagayo Bahía; con un costo aproximado de \$ 6.000.000

Desarrollo de Hotelero

Concesiones-Hoteles, cantidad de habitaciones actuales y pendientes.

N°	CONCESIONARIA	HOTEL	N° DE HABITACIONES	HAB. PENDIENTES
1	GRUPO ISTMO DE PAPAGAYO S A.	HOTEL FOUR SEASONS	498	0
2	HOTEL PLAYA SOMBRERO	HOTEL HYATT ANDAZ PAPAGAYO	153	0
3	HOTEL OCCIDENTAL PLAYA NACASCOLO S.A.	HOTEL ALLEGRO PAPAGAYO	300	198
4	OCCIDENTAL SMERALDA	HOTEL GRAND PAPAGAYO	169	30
5	RICHLAND INVESTMENTS S.A.	HOTEL MELIA PARADISUS	0	139
6	ALTOS DEL RISCO S.A.	HOTEL MELIA PARADISUS	0	244
7	HOTELERA CH PAPAGAYO S.A.	HOTEL MARRIOT PAPAGAYO	0	340
8	HOTEL FIESTA DE PLAYA S.R.L.	HOTEL HILTON PAPAGAYO	202	0
9	EL SOL CHOROTEGA S.C. S.A.	HOTEL CASA CONDE DEL MAR	50	117
10	A.S.E.C.C.S.S.	VILLAS DEL PAPAGAYO	11	0
11	ENJOY HOTELS & RESORTS S.A. (LOTE 2)	HOTEL MANGROOVE	85	0
12	HOTELERA SAN FRANCISCO DE ASÍS S.A.	HOTEL SOL PAPAGAYO	80	0
13	ENJOY HOTELS & RESORTS S.A.	DIVERSOS HOTELES	0	1147
14	LOMA LINDA	HOTEL YU PAPAGAYO	0	151
15	PUNTA VISTA BAHÍA S.A.	HOTEL MONARCH	34	110
TOTAL:			1582	2476

* FONDETUR tiene por finalidad el financiamiento del Proyecto Turístico Golfo Papagayo por medio del cobro del canon por derecho de concesión.

Al 30 febrero del 2014 FONDETUR cuenta con un Superávit Acumulado de **¢7.047.399.839,18.**

Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos (CIMAT)

La Ley N° 7744, Concesión y Operación de Marinas y Atracaderos Turísticos, crea la Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos (CIMAT), como órgano de desconcentración en grado máximo encargado de la vigilancia, control y fiscalización permanente de las actividades relacionadas con la concesión, construcción y operación de los proyectos.

La CIMAT tiene su sede en el ICT, el cual pone a su disposición los medios económicos, materiales, técnicos y humanos necesarios para el adecuado cumplimiento de sus funciones.

Dentro del marco normativo se regula tanto el procedimiento de otorgamiento de las concesiones, como los requisitos necesarios para la construcción, administración y operación de las Marinas y Atracaderos Turísticos.

La CIMAT está organizada por un Consejo Director al cual se encuentra subordinada una Dirección Ejecutiva que tendrá a cargo una Unidad Técnica, una Asesoría Legal y una Unidad Administrativa.

El Consejo Director estará compuesto por el jerarca o representante de cada una de las siguientes Instituciones y Ministerios:

- a) Instituto Costarricense de Turismo (ICT), cuyo representante presidirá la Comisión.
- b) Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE).
- c) Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT).
- d) Ministerio de Salud (MINSAL).
- e) Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo (INVU).

Actualmente el Consejo se encuentra representado por los siguientes funcionarios:

Licda. Susana Orozco Blanco, ICT
Ing. Jorge Mora Gutiérrez, MOPT
Lic. Jorge Gamboa Elizondo, MINAE
Ing. Juan Carlos Oreamuno Hernández, Min. Salud
Arq. Mauricio Mussio Vargas, INVU

Cabe indicar que tanto la Ley de Marinas y Atracaderos como su Reglamento fueron reformados recientemente, la Ley en agosto del 2011 y el Reglamento en febrero del 2014. Los cambios incorporaron diferentes temas; aspectos de índole ambiental, de aclaración en el trámite, la diferenciación entre atracadero y marina, así como de ampliar el plazo de concesión y otorgamiento de licencias de operación o patentes municipales.

Actualmente existen tres marinas operando al amparo de la Ley 7744 (Los Sueños en Playa Herradura, Papagayo, Pez Vela en Quepos), cinco que se encuentran en trámites de permisos, que podrían estar operando a un mediano plazo (3-5 años). En atracaderos se tienen solamente dos operando (Bahía Cocodrilo y Fish Hook, ambos en Golfito) al día de hoy al amparo de la Ley.

Mediante levantamiento y mapeo de las instalaciones portuarias existentes realizado por CIMAT, se estima que existe un segmento dedicado al turismo náutico, de aproximadamente 75 puntos o sitios a lo largo de las costas del país. Instalaciones que se encuentran brindando servicios sin la calidad y seguridad que se requiere, y sin los permisos, autorizaciones y controles por parte del Estado. Desde el punto de vista técnico, las instalaciones existentes a la fecha pueden ser consideradas como potenciales atracaderos turísticos.

Marinas y Atracaderos aprobados por CIMAT.

PROYECTO, UBICACIÓN	ESTADO	EMPRESA DESARROLLADORA - CONTACTO
MARINA LOS SUEÑOS EN PLAYA HERRADURA DE GARABITO	OPERANDO	GUAPIZUL LTDA., OLGA CORDOBA 2630-4406, WILLIAM KIRBY 2630-4000
MARINA PAPAGAYO, PLAYA MANZANILLO, PAPAGAYO	OPERANDO PRIMERA ETAPA 180 CAMPOS BARCO	MARINA PAPAGAYO S. A. MANUEL ARDON FAX 22013100 TEL 22013000
MARINA PEZ VELA, QUEPOS DE AGUIRRE	OPERANDO PRIMERA ETAPA 100 CAMPOS	MARINA PEZ VELA QUEPOS S. A. MIGUEL RAMIREZ 8310-7602-27749000
PROPUESTA MARINA GOLFITO O MARINA BAHIA ESCONDIDA EN GOLFITO CENTRO	SUSPENDIO FASE CONSTRUCTIVA POR PROBLEMAS DE FINANCIAMIENTO	HACIENDA EL DORADO S. A EMILETH BARRANTES TEL 8823-9699
MARINA BAHIA BANANO, GOLFITO CENTRO	INSCRIPCION CONTRATO CONCESION EN EL REGISTRO PROPIEDAD	BAHIA BANANO S. A. JAVIER CAMPOS 22916102 JORGE VALVERDE 27750003
PROPUESTA MARINA EL COCO, PUNTA CENTINELA, PLAYA EL COCO DE CARRILLO	SOLICITUD DE CONCESION ANTE MUNICIPALIDAD CARRILLO	ASOCIACION PARA EL DESARROLLO DE LA MARINA DE PLAYAS DEL COCO, ASODEMAC EDWIN SOLANO RIVAS 60578581
PROPUESTA MARINA BAHIA COCODRILO, PUERTO JIMENEZ	YA OBTUVO CONCESIÓN ESTA ELABORANDO PLANOS CONSTRUCTIVOS	BAHIA COCODRILO S. A. CORY WILLIAMS 8831-2125 ARISTIDES ROMERO 8994 4640
PROPUESTA MARINA GAVIOTAS, GOLFITO CENTRO, HOTEL GAVIOTAS	TRAMITE DE CONCESION E INSCRIPCION	BRIAN GIBBS 8311-4422 -8867-4100
ATRACADERO BAHIA COCODRILO, PUERTO JIMENEZ GOLFITO	OPERANDO DEDICADO A LA PESCA DEPORTIVA	BAHIA COCODRILO S. A. CORY WILLIAMS 8831-2125 ARISTIDES ROMERO 8994 4640
ATRACADERO FISH HOOK, GOLFITO CENTRO	OPERANDO DA SERVICIOS DE ESTADIA A EMBARCACIONES NACIONALES Y EXTRANJERAS	WACKA CORRECTO INC. S. A. EMILETH BARRANTES TEL 8823-9699
ATARCADERO AGUILA DE OSA, DRAKE	SOLICITUD DE CONCESION ANTE MUNICIPALIDAD OSA	ISLA FANTASMA S. A. LIGIA FLORES 2256 7421

Acciones Prioritarias.

Entre las labores de mayor relevancia de la CIMAT en estos próximos años, está la legalización y mejora de los servicios que brindan atracaderos que actualmente existen sin permisos.

Continuar con los esfuerzos de coordinación con los demás Entes del Estado, con competencia en la operación de las marinas turísticas, Migración, Aduanas, Salud, Capitanías de Puerto, INCOPECA, entre otras, con el propósito que generen normativa especial en complemento a la Ley 7744, que permita a los funcionarios un control más efectivo así como una estadía satisfactoria de este segmento de turista.

Lograr que las marinas y atracaderos se puedan certificar en programas de sostenibilidad turística.

El nombramiento del Presidente y representante del ICT ante el Consejo Director de la CIMAT.

Auditoría Interna

I. Áreas de competencia:

Depende jerárquicamente de la Junta Directiva, es un órgano asesor y de aseguramiento. La Junta Directiva le establece las regulaciones de tipo administrativo, que no deberán afectar negativamente su independencia funcional y de criterio, en caso de duda la Contraloría General de la República resolverá la situación.

Los informes de auditoría (hallazgos-conclusiones-recomendaciones) versan sobre aspectos de **control interno, riesgo y procesos de dirección**, así como **informes sobre responsabilidades** de funcionarios, ex funcionarios y terceros.

Dentro del marco de las competencias legales establecidas por la normativa, la Auditoría Interna ejecuta sus labores de conformidad con el Plan Anual de Trabajo, el cual está basado en la planificación estratégica congruente con el universo auditable actualizado (57 subprocesos) y abarca todas las actividades por realizar durante ese período. El ciclo de auditoría para auditar todos los procesos comprende un periodo de cinco años, cumpliéndose con el estándar establecido.

II. Trámite de los informes:

Informes dirigidos al Gerente: El Gerente tiene 10 días hábiles para ordenar la implantación de las recomendaciones, sino está de acuerdo, elevará a la Junta Directiva sus razones y propondrá soluciones alternas para los hallazgos detectados. La Junta Directiva deberá ordenar la implantación de las recomendaciones, las soluciones alternas propuestas por la Gerencia o las de su propia iniciativa.

Informes dirigidos a la Junta Directiva: La Junta tiene 30 días hábiles para ordenar la implantación de las recomendaciones, si discrepa deberá ordenar las soluciones alternas debidamente motivadas y lo comunica al Auditor y al Gerente. Si el Auditor no está de acuerdo presentará su inconformidad y le indicará a la Junta que el asunto debe remitirse a la Contraloría General, salvo que la Junta se allane a las razones de inconformidad indicadas.

III. Aseguramiento de la calidad de la Auditoría Interna:

En cumplimiento a la normativa de la Contraloría General, la Auditoría Interna debe realizar evaluaciones internas y externas de la calidad que incluyen, entre otros aspectos: evaluación de riesgos, cumplimiento plan de trabajo, políticas y procedimientos, cumplimiento de indicadores de desempeño. Los puntos de mejora detectados en las cinco evaluaciones realizadas a la fecha han sido subsanados. Por su parte, la Contraloría General le realizó una evaluación a la Auditoría Interna, no determinando ninguna situación que recomendar.

IV. Verificación del cumplimiento de recomendaciones:

La normativa establece que las Auditorías deben establecer un Proceso de Seguimiento de las recomendaciones, observaciones y demás resultados derivados de los Servicios de Auditoría y Preventivos.

Asesoría Legal

1.- Funciones de Asesoría Jurídica.

Además de asesorar al resto de dependencias de la Institución, se brinda la asesoría a los siguientes órganos colegiados: Junta Directiva de la Institución, Consejo Director del Polo Turístico Golfo Papagayo, Comisión Reguladora de Turismo, Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos (CIMAT), Comisión Nacional de Acreditación del Certificado de Sostenibilidad Turística

(CST), Comisión Institucional de Tránsito, Comisión de Salud Ocupacional, Comisión de Zonificación Portuaria Moín, y Comisión de Archivo del ICT. Comisión de Evaluación del Plan Nacional de Desarrollo Turístico (Sub comisión Producto), Comisión de Tenencia de Tierras, convocada por Casa Presidencial. 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.

La Asesoría Legal como parte de su función asesora, atiende consultas formales (por escrito), tanto de clientes internos como externos. 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, corresponde a la Asesoría Legal el asesoramiento general en esta materia de todas las unidades de la Institución, así como a la elaboración y tramitación de contratos y convenios, velando por el estricto apego a los procedimientos establecidos en el Ordenamiento Jurídico y las diferentes disposiciones emitidas principalmente por la Contraloría General de la República.

4.- Actualización de Normas.

En atención a las recomendaciones emitidas por la Auditoría General y considerando lo indicado por la Gerencia General, desde el año 2010 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.

5.- Juicios.

La Asesoría Legal tiene a su cargo la tramitación de todos los procesos monitorios de cobro judicial, juicios ordinarios, procesos en materia civil, de tránsito, laboral, agraria, administrativa, penal, así como Acciones de Inconstitucionalidad y Recursos de Amparo ante la Sala Constitucional, en los cuales el Instituto o sus funcionarios figuran como demandados o actores.

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

En aplicación de la Ley N°6990, denominada Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico, del Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas y el Reglamento a la Ley Reguladora de Agencias de Viajes que respaldan la Declaratoria y Contrato Turístico que se otorgan a las empresas turísticas previstas en dichas regulaciones, la 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; así como para la acreditación de cambios de propietario, apoderados, razón social, nombre comercial, domicilio, renuncia de la declaratoria.

7.- Consultas y revisión de requisitos legales en gestiones relativas a Zona Marítimo Terrestre.

En aplicación de la Ley N° 6043, Ley sobre la Zona Marítimo Terrestre y su Reglamento, se revisan expedientes de concesiones, cesiones y prórrogas, así como solicitudes para autorización para dar en garantía derechos de concesión. De igual forma, se atienden consultas de municipalidades con jurisdicción en Zona Marítimo Terrestre y de particulares.

8.- Recaudación de tributos.

Con el fin de resguardar el patrimonio de la Institución, la Asesoría Legal 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.

9.- Asamblea Legislativa.

Se preparan criterios legales y sus documentos de respuestas a fin de manifestar la posición institucional frente a consultas de la Asamblea Legislativa sobre proyectos de ley.

10. - Procedimientos Administrativos.

Corresponde a la Asesoría Legal, por designación de la Gerencia General o de la Junta Directiva, fungir como órgano director en 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.

11.- Contraloría General de la República y Procuraduría General de la República.

La Asesoría Legal, por encargo de los órganos superiores del Instituto, redacta las consultas correspondientes a la Contraloría General de la República y a la Procuraduría General de la República, respecto a la interpretación de diferentes aspectos de la normativa vigente en puntos específicos que interesan a ésta, lo que exige la redacción de detallados criterios legales que sustenten tales consultas.

12.- Redacción de Reglamentos.

Como parte de la actividad de la Asesoría Legal se redactan reglamentos, así como las modificaciones a la reglamentación interna y externa relacionada con la materia turística.

13.- Polo Turístico de Papagayo.

La Asesoría Legal brinda asesoría que en campo jurídico requiere 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.

14.- Elaboración de Nuevos Manuales de Procedimientos:

La Asesoría Legal, en observancia de la Norma 2.5.1 del Manual de Normas de Control Interno para el Sector Público, participa en la elaboración de nuevos manuales de procedimientos.

Recomendación de Seguimiento a Proyectos Relacionados con el Área Jurídica por Tema.

1.- Asesoría a Órganos Colegiados.

Sobre el funcionamiento de los órganos colegiados que son asesorados por parte de la Asesoría Legal, no hay recomendaciones de importancia.

2.- Consultas.

Sobre la atención de consultas formales (escritas), vías correo electrónico o vía telefónica, no hay recomendaciones de importancia, no obstante, es importante que la atención de las mismas sea llevada a cabo siguiendo el procedimiento y requisitos establecidos en su oportunidad por la Gerencia General mediante directriz emitida al respecto, ya que esto garantiza una mejor precisión jurídica de los criterios que se emiten.

3.- Contratación Administrativa y Convenios de Cooperación.

- 1. Reglamento Interno de Contratación Administrativa:** Siendo que el ICT forma parte de la Plataforma Tecnológica Mer-Link, se considera necesario realizar una adecuación de dicha normativa interna, a efecto de ajustarla a la realidad institucional en materia de compras públicas.
- 2. Proyecto terrenos de Moín:** Vista la realidad actual de los terrenos de Moín propiedad del ICT, además, al encontrarnos ante una zona que posee pocas posibilidades de desarrollo turístico, se recomienda promover un proyecto de ley mediante el cual se proceda a trasladar los terrenos de Moín, a favor de JAPDEVA, de forma que se realice un desarrollo portuario en absoluto respeto de las áreas de patrimonio natural del Estado, y que produzca un impulso económico para la zona y el país en general.
- 3. Centro Nacional de Congresos y Convenciones:** Se recomienda continuar con el proceso ya iniciado de la construcción y puesta en administración del Centro Nacional de Congresos y Convenciones, mismo que resulta de suma importancia para el desarrollo de este nicho en el país, logrando una mayor afluencia de turistas al diversificar los nichos turísticos de Costa Rica.
- 4. Convenios de Cooperación:** En el caso de los convenios de cooperación, se recomienda recordar a las unidades que, si bien es cierto, el ICT tiene el compromiso de cooperar con el desarrollo turístico, dicha cooperación debe darse dentro de un marco donde se analicen los beneficios no sólo locales y nacionales, sino, también institucionales.

4.- Actualización de Normas.

- 1- Debe retomarse el Proyecto de Ley General de Turismo, el cual debe ser nuevamente analizado en conjunto con el sector privado. Lamentablemente fue muy alterado en su versión e intensidad inicial y no responde a los objetivos inicialmente propuestos.
- 2- Debe impulsarse el Proyecto Ley Regularización de Construcciones en la Zona Marítimo Terrestre, el cual pretende dar una solución a construcciones hechas antes de contar con concesión y plan regulador costero.
- 3- Reglamentación de la Ley de Incentivo de la Responsabilidad Social Corporativa Turística, Ley N° 8811 del 12 de mayo del 2010, publicada en La Gaceta N° 119 del 21 de junio del 2010.
- 4- Revisión y actualización de la Ley N° 6990, Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico y de sus reglamentos. Estudio de la implementación de los incentivos de la Ley N° 6990 para empresas de hospedaje en condominios verticales.
- 5- Revisión y actualización de los trámites del ICT en el Catálogo Nacional de Trámites.
- 6- Evaluación del cumplimiento institucional de la Ley N° 8220, Ley de Protección al ciudadano del exceso de requisitos y trámites administrativos y su reglamento.
- 7- Evaluación del papel institucional en las acciones propuestas para el sector turismo en el Informe de la Economía Verde de la Cumbre de Río +20 de las Naciones Unidas, capítulo Turismo: "Invirtiendo en energía y eficiencia de los recursos" que fue generado en forma conjunta por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Organización Mundial del Turismo.
- 8- Revisión de la normativa turística actual con base en estudios sobre sus impactos positivos y negativos y los resultados esperados y obtenidos a nivel de la gestión institucional.
- 9- Recordar el tema de Hostigamiento Sexual Laboral, que esta Asesoría Legal preparó un borrador para conocimiento y análisis de la Gerencia de un Reglamento Interno (año 2011), tal y como lo exigía la normativa en ese momento, sin que aún se conozca su pronunciamiento al respecto.
- 10- Institucionalmente falta cumplimiento a algunas disposiciones de la Ley contra el Fumado.
- 11- Debe seguirse en tarea de cumplimiento de las disposiciones legales sobre Salud Ocupacional.

5.- Juicios.

En este tema no hay recomendaciones que dar ya que se han logrado implementar los procedimientos y sistemas de seguimiento de los juicios en que el Instituto es parte.

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

1. En cuanto a la declaratoria turística, se debe reforzar el tema de coordinación entre Oficinas Regionales y Gestión Turística, para que la atención al cliente y el traslado de documentos legales sea más eficiente y expedito, y permita la Asesoría Legal verificar los documentos en forma y tiempo adecuados sin perjudicar al administrado ni se venzan.
2. En cuanto al tema de contratos turísticos, se debe reglamentar el tema de la presentación de contratos de fideicomiso, dado que se vienen casi todos los proyectos nuevos en esa línea, así como reforzar también el tema de hoteles en edificios verticales y de usos mixtos.

7.- Consultas y revisión de requisitos legales en gestiones relativas a Zona Marítimo Terrestre.

1. En materia de Zona Marítimo Terrestre, existe la necesidad de contar con un instrumento legal más completo y con ese nivel de jerarquía normativa, que permita a las Municipalidades y al ICT una mejor administración y superior general vigilancia de la Zona Marítimo Terrestre, por lo que se elaboró Proyecto de Modificación Integral al Reglamento a la Ley de la Zona Marítimo Terrestre, el cual fue aprobado por la Junta Directiva del ICT, el cual se encuentra en trámite de publicación para efectos de consulta pública.
2. Participación del ICT en la Comisión creada en Ley de Territorios Costeros Comunitarios y participación en elaboración del Reglamento respectivo.
3. Dar seguimiento al procedimiento de SENARA para la elaboración de los Mapas Hidrogeológicos, procedimiento que podría afectar los procesos de aprobación de Planes Reguladores costeros y trámites de concesiones en la Zona Marítimo Terrestre.
4. Integración del ICT en el sistema de aprobación de planos constructivos en Zona Marítimo Terrestre APC (aprobación de planos en línea).

8.- Recaudación de tributos.

Implementar un procedimiento de Gestión de Cobro en el Proceso de Ingresos para disminuir la morosidad y evitar juicios monitorios innecesarios. Lo anterior permite realizar una gestión de cobro previo a iniciar con el proceso de cobro administrativo e incluso el judicial.

9.- Asamblea Legislativa.

- 1) Se nombre por parte de la Institución un enlace a nivel político entre el ICT y la Asamblea Legislativa, el cual deberá mantenerse al día con el quehacer legislativo especialmente con los proyectos de ley que tengan relación directa e indirecta con la Institución.
- 2) Con el fin de cumplir el plazo (8 días hábiles) que otorga la Asamblea Legislativa según el artículo 157 de su Reglamento, para rendir el Informe solicitado, es necesario que dicha consulta se remita a esta Asesoría Legal a la brevedad posible, asimismo que las unidades a las cuales se solicita el criterio técnico respectivo, emitan dicho criterio dentro del plazo otorgado.

10.- Procedimientos Administrativos.

Previo a la instauración de un órgano director del procedimiento, sea analizado por el órgano decisor la posibilidad de recurrir a medidas alternativas de corrección cuando esto sea posible.

11.- Contraloría General de la República y Procuraduría General de la República.

Sobre consultas a estas instituciones no hay recomendaciones de importancia, salvo el mantener la política que las mismas sean planteadas sólo y únicamente cuando sean estrictamente necesarias.

12.- Redacción de Reglamentos.

Estos procesos deben ajustarse al Manual para la elaboración de este tipo de instrumentos debidamente aprobado por la Gerencia General. Lo anterior garantiza que los instrumentos jurídicos que sean aprobados por la Junta Directiva están debidamente amparados en criterios técnicos y precedidos de un proceso interno de creación.

13.- Polo Turístico de Papagayo.

De conformidad con las funciones que le corresponden a esta Asesoría Legal en el tema de Polo Turístico Golfo Papagayo, sería un gran insumo que en los expedientes de las concesiones conste la revisión de cada trámite que se realiza, tanto en la revisión técnica como legal, para lo cual es necesario crear un sistema de revisión de cada trámite, ya sea concesión nueva, cesiones, dar en garantía el derecho, transmisión de capital social y representantes legales, entre otros. Lo anterior ha dado excelentes resultados en el caso de las concesiones de la ZMT, en cumplimiento de plazos y verificación de requisitos.

14.- Elaboración de Nuevos Manuales de Procedimientos:

Se debe continuar con la elaboración de los manuales para todas y cada uno de los procedimientos que institucionalmente se llevan a cabo.

Unidad de Planificación

a) ¿Qué hace la Unidad de Planificación?

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

- 1) Dirigir los procesos de planificación institucional dentro de los lineamientos, metodologías y procedimientos establecidos por la o el jerarca institucional y por el Sistema Nacional de Planificación (SNP) de MIDEPLAN, Autoridad Presupuestaria y Contraloría General de la República.
- 2) Colaborar con MIDEPLAN como rector técnico del SNP, proporcionando los insumos y requerimientos que les solicite.
- 3) Dirigir y coordinar los procesos de seguimiento y evaluación del cumplimiento institucional de las políticas y metas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) y en los instrumentos de planificación institucional, considerando otros instrumentos de planificación nacional, sectorial y regional, mediante informes semestrales dirigidos a MIDEPLAN, Autoridad Presupuestaria y Contraloría General de la República.
- 4) Formular el Plan Estratégico Institucional (PEI) con sujeción a los lineamientos, metodologías y procedimientos emitidos por MIDEPLAN (en combinación con otras Unidades del ICT).

- 5) Elaborar y proponer a la o al jerarca institucional el Plan Operativo Institucional (POI) y verificar su incorporación en la formulación de los presupuestos institucionales. Así como el correspondiente seguimiento y evaluación mediante informes semestrales presentados a la Contraloría General de la República e informes trimestrales para la Gerencia General.
- 6) Formular el Programa Institucional de Inversiones Públicas, verificando su concordancia con las prioridades establecidas en el PND, en el PEI y con las políticas de endeudamiento público, así como inscribir los proyectos de inversión pública en el Banco de Proyectos de Inversión Pública de MIDEPLAN y velar por el seguimiento de su ejecución.
- 7) Proponer iniciativas de evaluación que sirvan para analizar los efectos de las estrategias y de las políticas que han sido implementadas e impulsar medidas de mejoramiento continuo de la planificación institucional.
- 8) Verificar el alineamiento de los proyectos de cooperación internacional que se realicen en la institución con las prioridades nacionales y velar por su inscripción en el Sistema de Gestión de Proyectos de Cooperación Internacional (SIGECI) de MIDEPLAN.
- 9) Proponer los diseños de los procesos de organización institucional y dar seguimiento a las reorganizaciones aprobadas por MIDEPLAN, informando oportunamente a la o el jerarca institucional y a MIDEPLAN.
- 10) Realizar análisis y estudios sobre el comportamiento institucional para apoyar propuestas de desarrollo de mediano y largo plazo.
- 11) Establecer y coordinar acciones de capacitación institucional en aspectos de planificación y control interno.
- 12) Apoyar a la o el jerarca institucional en la realización de labores de control interno y valoración de riesgos institucionales, en concordancia con la planificación institucional y conforme a las directrices emitidas por la Contraloría General de la República. En este punto, se coordina la autoevaluación del Sistema de Control Interno del ICT y el proceso de autovaloración de riesgos institucionales, así como la elaboración de los respectivos informes institucionales, en cumplimiento de la Ley General de Control Interno. La UPI también funge como Secretaría Técnica del Equipo Gerencial de Control Interno y Riesgos (ente asesor para la Administración compuesto por los Líderes de Macroproceso del ICT, Líder de Tecnologías de Información y Gerencia).

b) ¿En qué estamos trabajando actualmente?

Gran parte de las funciones asignadas a la Unidad de Planificación constituyen acciones que deben hacerse en forma continua y permanente dentro de cada ciclo presupuestario, conforme lo establece la normativa aplicable. Por tanto, en este periodo del año, la UPI elabora el informe institucional de la evaluación trimestral del Plan Anual Operativo 2014, el proceso 2014 de la Autoevaluación del Sistema de Control Interno, participa en la formulación del Plan Estratégico Institucional, analiza solicitudes de diseño de manuales de procedimiento y propuestas de reorganización parcial de unidades interesadas en variar su marco funcional y el proceso de formulación del Plan Anual Operativo 2015.

También apoya procesos de cooperación técnica internacional, en los distintos proyectos en marcha: Información Turística, Seguridad y Sostenibilidad (este último en doble vía) gestionados con México, compartir experiencias desarrollo de centros de convenciones con inversión del Estado con Uruguay y con Perú el apoyo en materia de Certificado de Sostenibilidad, Código de Conducta y Lucha contra explotación sexual de niños.

c) Retos de la Unidad de Planificación

Consolidar las Herramientas automatizadas de autoevaluación del Sistema de Control Interno y autovaloración de riesgos, apoyar la conformación del proyecto sectorial de Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 y sus correspondientes planes operativos institucionales, apoyar con la elaboración de documentos de planificación, evaluación y control interno requeridos por Ley. Así como apoyar en la gestión institucional susceptible de cooperación internacional.

Lograr que la Institución cuente con un Plan Estratégico producto de los aportes de los funcionarios del ICT, que marce el norte institucional durante al menos un década. Asimismo, se hace necesaria una revisión y reformulación de los procesos y procedimientos de trabajo institucionales, a fin de que permita la implementación PEI de cara a las nuevas demandas del sector turismo y con ello alinear el trabajo con los nuevos retos que plantea la industria.

Macroproceso de Planeamiento y Desarrollo Turístico

El Macroproceso Planeamiento y Desarrollo Turístico incluye:

1. Proceso de Planeamiento Turístico
2. Proceso de Desarrollo Turístico
3. Dos Subprocesos: Subproceso de Inspección de la Zona Marítimo Terrestre y Administración de la Información, que operan como unidades funcionales individuales por debajo del Proceso de Planeamiento.

Proceso de Planeamiento Turístico

Se encarga de elaboración de planes de diversa índole que incluyen: el Plan Nacional de Desarrollo Turístico, el Plan General de Uso del Suelo de la Zona Marítimo Terrestre, la Elaboración y actualización de las Planes Generales sobre territorio u espacio turístico, Elaboración de planes de desarrollo de centros turísticos, elaboración y revisión de Planes Reguladores Costeros, Planes de Actuación Municipal, y otros.

De acuerdo con lo establecido en el Plan Nacional de Turismo, a la fecha se ha avanzado con:

1. El diseño y publicación del Manual de Elaboración de Planes Reguladores Costeros en la Zona Marítimo Terrestre.
2. La Actualización del Plan Nacional de Turismo 2010-2016.
3. La propuesta de un nuevo Plan General de Uso del suelo para la Zona marítimo Terrestre (ZMT)
4. Colaboración a municipalidades costeras formulando planes reguladores para los sectores de Cabuya – Montezuma en el Distrito de Cóbano, Puntarenas, Avellanas – Junquillal en Santa Cruz y Matapalo – Barú en el cantón de Aguirre. Están en proceso de realizar audiencias públicas los planes de los sectores de Playa Hermosa-El Coco- Bahía Azul en el cantón de Carrillo y Esterillos – Palo Seco en el cantón de Parrita.
5. Planes de Desarrollo para Centros de Desarrollo. De acuerdo al Plan Nacional, se han programado una serie de Centro de Desarrollo para realizar un diagnóstico turístico en términos de demanda, oferta, estrategias para mejorar el componente turístico.
6. Planes de Gestión Municipal: generación de alianzas entre gobiernos locales, empresarios y otras instituciones para el desarrollo de productos y destino turísticos. son importantes para la definición de proyectos concretos (presupuesto y técnicos municipales) para el desarrollo local.

Temas prioritarios:

1. Es necesario en el plano nacional resolver faltante de información base para planificación, tanto a nivel costero como en el interior del país. Existe un gran porcentaje del territorio que no cuenta a la fecha con los Mapas de Vulnerabilidad Hídrica, Mapas de Patrimonio Natural del estado que afectan la posibilidad de planificación y por ende el desarrollo de inversión turística.
2. Es importante avanzar en la solución de problemas de inseguridad jurídica en el territorio. Aún cuando hay mapas de patrimonio natural, por ejemplo, todavía no se inscribe como tal a nombre del estado generando con ellos ajuste continuo en el tamaño de las áreas mapeadas lo que genera inseguridad.
3. El faltante de información a este nivel, incide en la gestión del territorio y por consiguiente afecta trámites que realiza la institución tales como la aprobación de concesiones en la ZMT y declaratorias y contratos turísticos.
4. La revisión y aprobación de planes reguladores costeros está por detenerse toda vez que SETENA solicitó a las Municipalidades aportar un nuevo Mapa de Vulnerabilidad Hídrica que sea avalado por SENARA a efectos de que se incorpore en los estudios ambientales. Se ha otorgado un año de plazo para cumplir con este requisito y mientras este no suceda los planes reguladores no se pueden aprobar.
5. Fuera de la Zona Marítimo Terrestre, el ICT no tiene competencia para incidir en la planificación de los municipios, lo que imposibilita poder incidir de mejor manera en aspectos técnicos y/o estratégicos para mejorar destinos turísticos. Es necesario avanzar hacia la inclusión, de forma obligatoria, de la variable turística en la elaboración de planes reguladores cantonales.

Subproceso Inspección de la ZMT

Dentro de las funciones establecidas en el Manual de Procesos y Procedimientos, este Subproceso realiza las siguientes acciones:

1. **Revisión de Planos Constructivos** de Obras a Construir en la ZMT. Actualmente se encuentra en proceso de aplicación, el cambio de la revisión de planos constructivos físicos (en papel), al sistema digital

mediante la incorporación del ICT en la plataforma digital del CFIA denominada APC; lo que permitirá mayor eficiencia y eficacia en el control de la revisión por parte de las entidades correspondientes.

2. **Revisión Técnica de Expedientes** remitidos por las Municipalidades, relacionados con concesiones nuevas, cesiones parciales o totales, garantía con el Sistema Bancario Nacional o Prórrogas, remitidos por las Municipalidades respectivas.
3. Elaboración de Informes de valoración de campo de la ZMT, específicamente en los sectores que cuentan con Planes Reguladores Integrales aprobados o próximos a su aprobación. Dichos informes se remiten a los Concejos Municipales respectivos, a efecto de que conozcan las irregularidades que se presentan en el sector sujeto a valoración, y se les otorga un plazo prudencial para que presenten los planes de acciones concretas que permitan subsanar los problemas detectados.
4. Apoyo a la Gestión Municipal, mediante la ejecución de Talleres de Capacitación permanente, donde se desarrollan temas de actualidad relacionados con la ley 6043, así como algunos relacionados con la aplicación de nueva legislación vinculante.
5. Atención de denuncias hechas por particulares, sobre situaciones en contra de la Ley 6043 que se presenten la ZMT.

Temas prioritarios:

1. Incorporación plena del ICT en el Sistema de Revisión Digital de Planos Constructivos del CFIA (APC).
2. Falta de reglamentación de las nuevas leyes que modifican la autoridad del ICT sobre la planificación y supervisión de la ZMT. Entre la nueva legislación citamos:
 - a. Ley de Protección a los Ocupantes de las Zonas Clasificadas como Especiales (Decreto Legislativo N° 9073, c.c Ley de Moratoria). Vigente hasta el 1-9-2014.
 - b. Ley de Reconocimiento de los Derechos de los Habitantes del Caribe Sur. (Exp. N°18.207). Vigente.
 - c. Ley marco para la Declaratoria de Zona Urbana Litoral y su Régimen de Uso y Aprovechamiento Territorial (Exp. N° 18.592). Vigente.
 - d. Ley para la Regularización de las Construcciones Existentes en el Área Restringida de la ZMT (Exp. N° 18.593). En proceso de aprobación.
 - e. Ley de Territorios Costeros Comunitarios (Exp. N° 18.148). En proceso de aprobación.

Administración de la información

El Subproceso de Administración de la Información se encarga de recopilar, procesar y divulgar información estadística del sector turístico. Para ello cuenta con herramientas estadísticas, informáticas y espaciales que permiten el almacenamiento y consulta de datos y la visualización en el espacio turístico por medio de mapas.

Se dispone de series de datos de gran valor histórico como las cifras de llegadas internacionales, por nacionalidad y puerto de ingreso a nuestro país.; información complementada con las encuestas realizadas continuamente en la vía aérea, marítima y terrestre. Adicionalmente se tienen inventarios de establecimientos y atractivos turísticos con su referencia espacial permiten tener una visualización en el territorio.

De acuerdo con el lineamiento definido en el Plan Nacional de Turismo Sostenible de Costa Rica 2010-2016 en materia de información turística, básicamente se incluyen dos temas prioritarios:

1. Seguir avanzando en la consolidación del Sistema Integrado de Información Turística SIITUR-CR que contendría:
 - Diseño de un sistema de información que integre estadísticas sobre turismo, inteligencia de mercados, destino, patrimonio turístico y normas legales.
 - Elaboración de mapas georeferenciados del territorio en los que se incorporen los elementos del patrimonio turístico: atractivos, planta turística, infraestructura y administración –planificación.
 - Establecimiento de mecanismos formales para incentivar y ordenar la participación articulada y coordinada de las instituciones del estado que generan, procesan y entregan información para su uso por parte del sector turístico.

2. Desarrollar un programa de investigaciones turísticas:
 - Desarrollo de acuerdos y convenios con universidades y centros de investigación para promover investigación.
 - Realización de investigaciones específicas sobre aspectos estratégicos del turismo. Publicaciones sobre experiencias exitosas.

Proceso de Desarrollo Turístico

El Departamento de Desarrollo Turístico tiene como objetivo principal impulsar un proceso de gestión integral en el espacio turístico para potenciar, de acuerdo con el plan nacional de turismo, el aprovechamiento y fortalecimiento de ventajas comparativas para impulsar la actividad turística de forma sostenible.

El trabajo está enfocado en diferentes actores que se relacionaren con el territorio y el espacio turístico, y forman parte esencial de los factores clave del destino turístico, a saber: municipalidades y concejos de distrito, cámaras de turismo, cooperativas, asociaciones de desarrollo, grupos de intereses especiales tales como artesanía, gastronomía, música, tradiciones y manifestaciones culturales en general.

El eje de trabajo se concentra en la implementación de planes de desarrollo turístico para mejorar la competitividad del destino y los mecanismos incluyen, entre otros, el fortalecimiento de organizaciones locales de turismo, el desarrollo de capacidades locales y empresariales, la capacitación, el fortalecimiento de la cultura turística, impulso a la innovación de producto turístico y la incorporación del patrimonio cultural costarricense, como elemento diferenciador de la oferta turística

La estrategia incluye 6 programas fundamentales:

PROGRAMA	CONTENIDO	ALIADOS	RETOS
Turismo rural (T.R.) y comunitario (TRC)	Programa de asesoría y asistencia técnica a empresas de T.R. y T.R.C.	CANTURURAL y Cámaras de T.R.C. locales.	Modificación de requisitos para facilitar declaratoria, categorización e incentivos a este tipo de empresa.
Programa de apoyo a grupos para el desarrollo local	Promueve el desarrollo de elemento diferenciadores del producto turístico nacional: artesanía, música, folclor. En gastronomía tradicional:	Municipalidades, Cámaras INA, Ministerio de Cultura	Consolidar Alianzas con MEIC, Ministerio de Cultura, INA, UNESCO. Desarrollar procesos cada UP. Consolidar espacios permanente o mercados a nivel local, comercialización. Desarrollo de circuitos gastronómicos, Generación de cultura culinaria costarricense.

Programa desarrollo de capacidades locales.	Atención a Cámaras de Turismo y Municipalidades	Municipalidades y Cámaras	Definición de proyectos concretos (presupuesto y técnicos municipales) para el desarrollo local.
Programa de Capacitación	Brinda oportunidades para el sector turístico de mejorar la calidad en la prestación de servicios.	Municipalidades, Cámaras, empresarios	Firma de convenio con INA, MEIC, PROCOMER
Programa atención a organizaciones de Mipymes Turísticas	Apoyar el desarrollo de programas o iniciativas de las organizaciones de MIPYMES turísticas, orientadas a contribuir a la competitividad de la actividad turística.	Cámaras de empresarios, organizaciones gremiales y asociaciones.	Consolidar alianzas con MEIC, Universidades.
Nuevos Productos	Aportar al posicionamiento del país mediante un producto turístico renovado.	Organizaciones gremiales asociaciones y cámaras.	Alianzas con grupos gremiales para impulsar productos de turismo social, rural, náutico, bienestar y, convenciones.

Macroproceso Administrativo Financiero

Estado de Situación al 22 de abril del 2014

El Macroproceso Administrativo Financiero actúa como un órgano de apoyo para todas las unidades organizativas de tipo sustantivo, las cuales definen la finalidad o el qué (objetivos y metas del PAO) de lo solicitado, mientras que a la MAF le corresponde definir los medios o el cómo de las solicitudes (presupuestos para el PAO y los procedimientos).

A la fecha el Macroproceso ha continuado con el replanteamiento de los objetivos de cada una de las Unidades, para el logro de un mejor resultado; teniendo como premisa que es indispensable contar con nuevas técnicas y conceptos para fortalecer la capacidad de gestión que finalmente permita la creación de valor agregado a la Institución. La incorporación de herramientas tecnológicas que permitan un trabajo más eficiente ha sido la guía del quehacer de este Macroproceso, para lo cual la capacitación se ha orientado en ese mismo sentido.

Es así como, en cada una de las áreas que conforman el Macroproceso como un todo (Proceso Administrativo, Proceso Recursos Humanos, Proceso Ingresos y Proceso Financiero), se evidencian transformaciones importantes, que se materializan en proyectos concretos que involucran sistemas de información.

PROCESO FINANCIERO

La gestión del proceso Financiero contempla las actividades del Sub-Proceso Financiero (Contabilidad), Presupuesto, Oficina de pagos y Tesorería, para la administración y control de los recursos financieros.

Presupuesto Institucional 2014

El presupuesto aprobado para el período 2014, asciende a la suma de ¢29.833.0 millones, cuya estructura presupuestaria consta de tres Programas, distribución que se muestra en el siguiente cuadro, al tipo de cambio ¢517.70, estimado al formularse el presupuesto, y al tipo de cambio que ha oscilado en el mes de abril de ¢550.00

Programa	Monto ¢	Monto \$ TC 517.7	Monto \$ TC 550	%
No. 1 Dirección Superior y Administración	7,372.33	14.24	13.40	24.71%
No. 2 Planeación, Gestión y Mercadeo Turístico	21,368.23	41.28	38.85	71.63%
No. 3 Proyecto Golfo de Papagayo	1,092.45	2.11	1.99	3.66%
Total	<u>29,833.00</u>	<u>57.63</u>	<u>54.24</u>	<u>100.00%</u>

Cabe mencionar que en el Programa No.2 con una participación del 71.7%, concentra las actividades sustanciales de la Institución, dirigida al Planeamiento, Desarrollo, Gestión y Promoción del turismo nacional e internacional, donde la mayor asignación presupuestaria corresponde al Macroproceso de Mercadeo por el orden de ¢9.336.02 millones (t.c ¢517.70 \$18.03 millones incluye remuneraciones), además de la suma extraordinaria de ¢6.988.9 millones (t.c. ¢517.70 \$ 13.5 millones), propuesto para el proyecto de inversión, Centro Nacional de Congresos y Convenciones.

Con el objetivo de visualizar en su real dimensión el impacto del CNCC en el presupuesto total, en el cuadro siguiente, se observa que el proyecto, representa el 23% es decir casi una cuarta parte del presupuesto total. Un aspecto a resaltar es que, aún excluyendo del presupuesto Programa No.2, el monto correspondiente al CNCC, dicho programa mantiene la mayor participación el 48%.

Cabe recordar que el costo total del proyecto estimado en \$27 millones, su fuente de financiamiento, proviene del aporte que realizará el ICT del superávit libre por la suma de \$15 millones, (\$13.5 millones presupuestado para el 2014), y del contrato préstamo bancario por \$12 millones en proceso de suscribirse.

INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO		
COMPOSICION DE EGRESOS POR PROGRAMA		
2014		
Programa	Monto colones	%
Nº. 1 Dirección Superior y Administración	7,372,327,934.00	25%
Nº. 2 Planeamiento, Gestión y Mercadeo Turístico	14,379,276,656.30	48%
CNCC	6,988,950,000.00	23%
Nº3 Proyecto Golfo Papagayo	1,092,447,007.00	4%
Total	29,833,001,597.30	100%

Al 31 de diciembre 2013 el superávit total obtenido fue ¢21.328.3 millones, que al tipo de cambio vigente a esa fecha ¢507.80 representaba \$42 millones. (\$38.7 millones t.c. ¢550.00)

Superávit libre	¢ 14.307.1
Superávit específico	¢ 7.021.2
Superávit total	¢ 21.328.3

En el siguiente cuadro se muestra, el efecto de la variación del tipo de cambio sobre el superávit libre correspondiente al ICT

	Monto ¢	Monto \$ TC 507.8	Monto \$ TC 550
Superávit Libre al 31 de diciembre 2013	14,307.10	28.2	26.01
<u>Menos:</u>			
<u>Aplicación en Presupuesto 2014</u>			
CNCC	6988.9	13.50	12.71
Publicidad y Propaganda	416.90	0.82	0.76
Disponible	<u>6,901.30</u>	<u>13.88</u>	<u>12.55</u>

De la distribución presupuestaria por Unidades, se puede señalar que:

- En el Programa No. 1, se destaca que el 60% del monto total, corresponde al Macroproceso Administrativo Financiero, conformada por seis unidades administrativas de servicio, que en lo fundamental, proporciona el apoyo para coadyuvar en el cumplimiento de las labores institucionales. -Del Programa No.2, que involucra los gastos relacionados con la actividad sustantiva de la Institución, corresponde el 44% del presupuesto al Macroproceso de Mercadeo, y el 16% al Macroproceso de Gestión, sin considerar en este último el proyecto de inversión Centro Nacional de Congresos y Convenciones, que representa el 33% del total del presupuesto del programa. Específicamente sobre la Unidad de Mercadeo se tiene la siguiente asignación de recursos desde el año 2005 y hasta el 2014 (esté último calculado al tipo de cambio presupuestado).

Presupuesto Mercadeo (en millones de dólares)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
PPto Actualizado	7,54	12,17	7,83	12,55	17,73	16,17	16,75	18,56	19,08	18,03
Ejecución	6,01	10,62	7,19	11,94	15,27	13,61	14,51	15,71	17,73	

Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público:

Entre otras gestiones del Proceso Financiero, destaca la implementación de las NICSP en atención a las directrices emitidas por la Contabilidad Nacional, por lo que desde el año 2008 dirigidas por la Comisión creada para esos efectos y en coordinación con otras unidades del ICT se inició el proceso, del desarrollo de

nuevos sistemas de información bajo las “Normas Internacionales de Contabilidad para Sector Público” (NICSP).

PROCESO RECURSOS HUMANOS

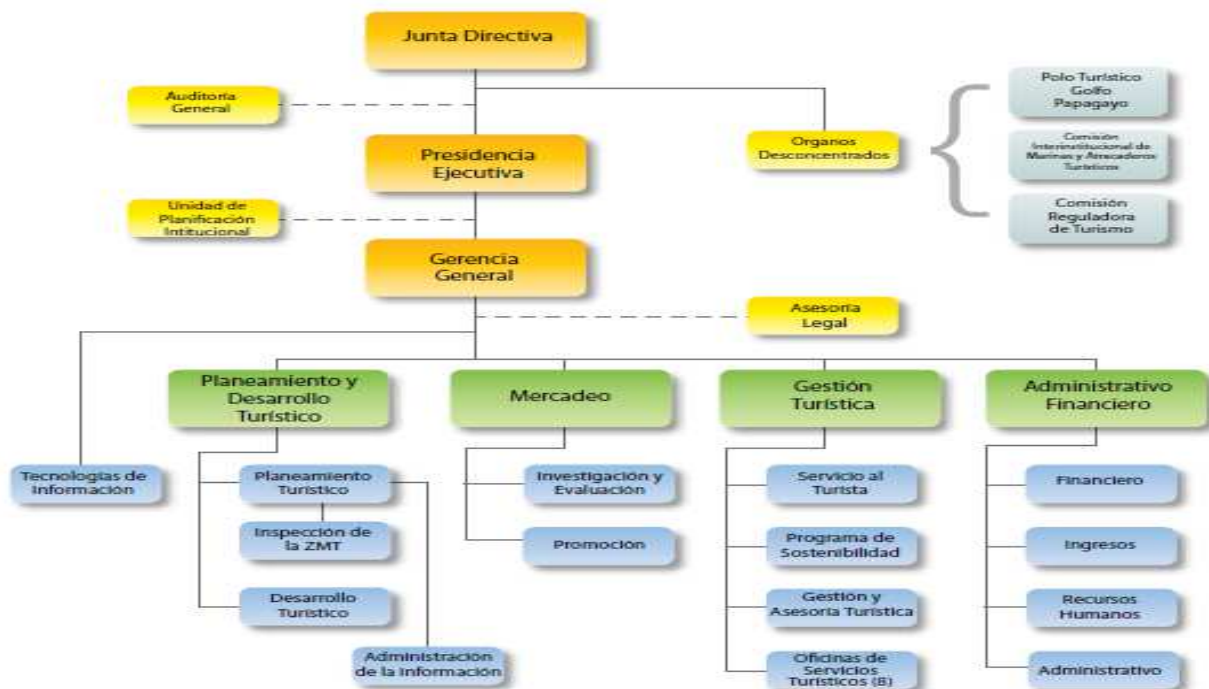
Los objetivos de la gestión de Recursos Humanos se derivan de las metas de la administración, siendo el principal objetivo mejorar las contribuciones productivas del personal a la organización, de forma que sean responsables desde el punto de vista estratégico, ético y social.

En consecuencia el Proceso de Recursos Humanos tiene como función sustantiva la provisión de los recursos humanos de conformidad con los planes estratégicos institucionales, y la situación de plazas vacantes, la actualización continua de los manuales que se utilizan en el desarrollo de las actividades, asesorar y orientar a los superiores, a las jefaturas de la institución y demás personal en materia de recursos humanos, integrar las Comisiones de trabajo institucional, la planeación, la organización, la dirección y el control de los procesos de recursos humanos de la Institución.

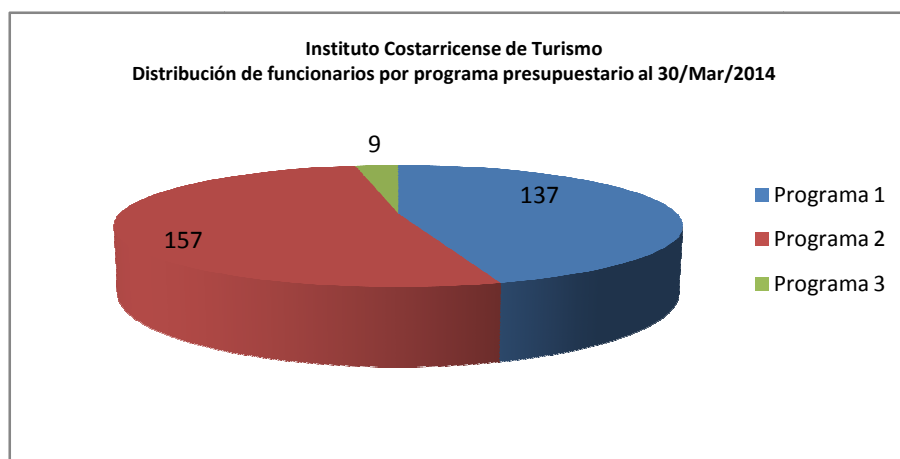
Recientemente se finalizó la implementación del Sistema Integrado de Recursos Humanos (SIR-H), el cual brinda a los funcionarios una herramienta ágil para realizar diferentes trámites a través del Sistema; y al Proceso de Recursos Humanos representa un conjunto de herramientas que apoyan la gestión operativa.

A partir de esta implementación se realizó una redistribución de las actividades del Proceso en aras de un mejoramiento continuo, que permita responder a los cambios constantes del entorno institucional. No obstante lo anterior, se tiene como pendiente un replanteamiento integral del Proceso para ajustarlo a la nueva realidad de gestión operativa y estratégica.

El organigrama institucional es el siguiente:



La planilla ocupacional está compuesta por 303 funcionarios distribuidos en tres programas presupuestales como se muestra a continuación:



PROCESO DE INGRESOS

El Proceso de Ingresos cumple las funciones de Administración Tributaria, así establecidas mediante las leyes 1917 y 8694 antes citadas. Así mismo la resolución G-415-2007 del 16 de febrero del 2007, la Gerencia General del ICT, con base en las facultades que le confieren el artículo 32, inciso j) de la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo y los numerales 99 y 103 del Código de Normas y Procedimientos Tributarios, delegó en el Líder del Proceso de Ingresos, las funciones de carácter tributario de la Institución excepto en el establecimiento de los límites para disponer el archivo de deudas tributarias en gestión administrativa o judicial.

El 27 de marzo del 2009, se publica la Ley 8694, la cual tiene como propósito fortalecer la Industria Turística del país, proveyéndole mayores fuentes de financiamiento al ICT para la promoción del país.

En lo fundamental, las fuentes de ingresos de naturaleza tributaria son:

Impuesto del 5% inciso a), creado mediante Ley 1917 del 29 de julio de 1955, artículo 42, Decreto Ejecutivo No 19585 H-MEIC-GJ, Publicado en la Gaceta No 74, el cual establece un impuesto del 5% del valor de los pasajes vendidos en Costa Rica, para cualquier clase de viaje internacional.

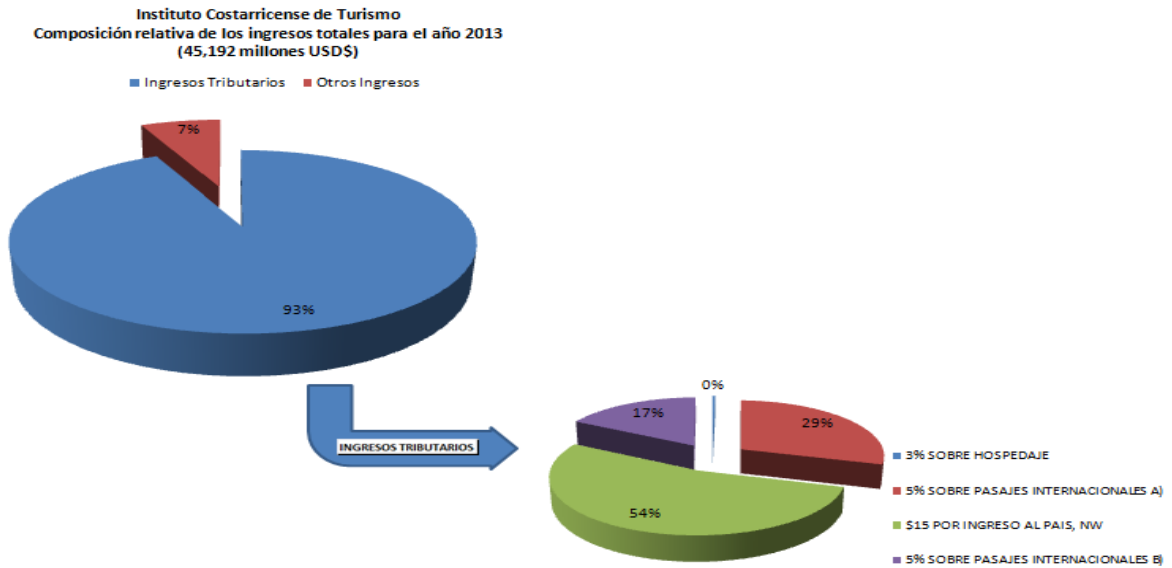
Impuesto del 5% inciso b), Adicionado al artículo 42 de la Ley 1917, mediante Ley 8694 artículo 7, del 27 de marzo del 2009, Decreto Ejecutivo No 35640-H-TUR, Gaceta No 242 del 14 de diciembre del 2009. El cual creó un impuesto del 5% sobre el valor de los pasajes internacionales cuyo origen de ruta sea Costa Rica, para cualquier clase de viajes internacionales.

Impuesto de USD\$15, creado en el artículo 2 de la Ley 8694, el cual establece un cobro USD\$15 a cada persona que ingrese por vía aérea al territorio nacional y que haya adquirido su boleto en el exterior.

Composición de los Ingresos Institucionales.

El financiamiento del Instituto, se puede visualizar en dos grupos: el primero y más importante son los ingresos tributarios que representan el 93% de los ingresos y un segundo grupo que corresponde a otros ingresos con un 7% de los ingresos, ambos suman USD \$45.192 millones.

Ingresos Tributarios y No Tributarios



PROCESO ADMINISTRATIVO

El Proceso Administrativo se encarga de velar porque los funcionarios laboren en un ambiente óptimo. Es por esta razón que se brindan todos los servicios básicos requeridos para el buen funcionamiento institucional, tales como: electricidad, agua, limpieza, seguridad, etc., los cuales se traducen en comodidad y permiten que el desempeño institucional se maximice y traduzca en calidad para beneficio nacional.

Se brindan servicios otros servicios:

- mantenimiento de instalaciones
- mantenimiento de vehículos
- mantenimiento de zonas verdes
- mantenimiento de aires acondicionados
- mantenimiento de redes telefónicas
- servicio de fumigación
- mantenimiento de dispensadores de agua
- servicio médico
- servicio del elevador
- mantenimiento de alarma contra incendio
- recarga de extintores, entre otros.

Además de lo mencionado en los párrafos anteriores, el Proceso Administrativo mantiene en vigencia todos los seguros necesarios para cubrir los riesgos no solo de los equipos e instalaciones propiedad de ICT sino también de las personas que laboramos para la institución.

Otra de las actividades competentes a este Proceso es la de invertir (seguridad, limpieza y mantenimiento) .en las instalaciones de los centros turísticos que están bajo la administración del ICT:

- Mirador de Orosi
- Mirador de Ujarrás
- Ruinas de Ujarrás
- Además de Playa de Doña Ana y Muelle Turístico.

Algunos de los proyectos realizados:

- Adquisición de sistema de agua con presión constante y mantenimiento del sistema de suministro y almacenamiento de agua.
- Adquisición de un sistema de inhibidor de rayos.
- Pintura externa del edificio
- Adquisición de transformador eléctrico de 300 KVA
- Sustitución de luminarias
- Remodelaciones parciales a nivel interno.
- Implementación de tecnología IP

Sub Proceso de Proveduría

La Unidad de Proveduría es un Subproceso del Proceso Administrativo, la que conforme lo establecen los artículos 105 y 106 de la Ley de Contratación Administrativa, 219 y 222 de su Reglamento, es la unidad competente para la ejecución de todas las etapas del proceso de contratación administrativa, constituyéndose en el órgano técnico institucional en esta materia.

Implementación del sistema de compras públicas MER-LINK. Ante la necesidad de contar con un sistema de información que permitiera realizar la gestión de adquisiciones en forma ágil, transparente, eficiente y se analizaron varias opciones, valorando de ellas aspectos tales como costos, plazo de implementación, servicios web, costos de mantenimiento, etc. Finalmente se encontró que MER-LINK, ofrecía mayores ventajas, las cuales se han traducido en los resultados obtenidos desde el uso de dicha plataforma. En primera instancia se

debe resaltar la transparencia en los trámites de contratación, ya que cualquier ciudadano o empresa puede acceder al sistema y visualizar las adquisiciones en cualquiera de sus etapas; por otra parte ha habido mayor participación de proveedores, uso de la firma digital, economía en las adjudicaciones, alta disponibilidad del sistema, capacitación constante, mantenimientos y mejoras continuas.

Macroproceso de Gestión Turística

Temas pendientes de Gestión:

1. Transformar el Proceso de Servicio al Turista en Proceso de Seguridad Turística, donde el ICT sea coordinador con policías, cámaras y embajadas en la lucha por la seguridad de los turistas.
2. Pasar la Declaratoria Turística a un sistema en línea (no obstante debemos trabajar en la elaboración de un registro nacional de turismo).
3. Modificar los incentivos turísticos a empresas hoteleras para que beneficien solamente a empresas de menos de 60 habitaciones y según la zona donde vayan a desarrollarse tomando el índice de Desarrollo Humano Nacional.
4. Iniciar el proceso universal de capacitación turística en calidad por todo el país en coordinación con el Proceso de Planificación y las universidades públicas y privadas y el INA.
5. Reestructuración de las oficinas regionales (despido de empleados, cierre de oficinas, etc.)
6. Aplicación de la norma CST para restaurantes la cual ya está lista.
7. Tenemos tres proyectos de infraestructura pendientes en proceso de licitación:
 - a. Centro de Artesanías en Sarchí;
 - b. 8 estructuras para guardaparques y visitantes en parques nacionales con el MINAET;
 - c. Mejoramiento del área de llegada de turistas de cruceros en Limón con JAPDEVA.

Proceso de Oficinas Regionales

Las Oficinas Regionales del Instituto Costarricense de Turismo fueron instauradas mediante oficio SJD-568-2006, de 25 de julio de 2006, mediante el cual, la máxima autoridad institucional acoge la recomendación contenida en el oficio DPD-152-2006, aprobándose las siguientes Oficinas Regionales: Guanacaste Norte, Guanacaste Sur, Puntarenas, Llanuras del Norte, Pacífico Medio, Pacífico Sur, Caribe Norte y Caribe Sur, así como de una jefatura con personal de apoyo, tendiente a colaborar con el personal destacado en cada Oficina, fungiendo de enlace entre éstas y los diferentes departamentos de la Institución.

Las Oficinas Regionales tienen a su cargo la representación del Instituto en las regiones donde están ubicadas frente a Municipalidades, Cámaras y Asociaciones de Turismo, sean estas locales o regionales, así como con otros actores sociales dentro de las regiones a las que pertenecen. Igualmente, representan a la institución en los Comités Interinstitucionales que se han conformado en cada uno de los cantones donde tiene su sede.

En cuanto a las funciones encomendadas a las Oficinas Regionales, están las de coadyuvar con los procesos de Gestión Turística, concretamente en las inspecciones y re inspecciones de las empresas que optan o cuentan con Declaratoria Turística; Programa de sostenibilidad, concretamente en las inspecciones y re inspecciones de aquellas empresas que optan o cuentan con el Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), además colaboran con el programa Bandera Azul Ecológica (BAE) en la inscripción de las playas o comunidades, así como asesorar a los comités locales de BAE; Zona Marítimo Terrestre, se encargan de recibir el expediente de Concesiones que remiten las Municipalidades y realizan inspecciones para corroborar lo consignado en los mismos.

Igualmente, las Oficinas Regionales dan apoyo a la Dirección de Mercadeo atendiendo diversas ferias de turismo regional, actividades de las Cámaras de Turismo locales o Regionales, así como la participación en giras de prensa programadas por Mercadeo con medios locales e internacionales.

Los Coordinadores de las Oficinas, tienen a su cargo el velar por las buenas relaciones y la coordinación interinstitucional con las Municipalidades y otras instituciones de gobierno que incidan en sus regiones, esto no solo en las relaciones individuales con cada ente, sino en la conformación de los Comités de Coordinación Interinstitucional que el Gobierno de la República ha instaurado en cada cantón. Tienen a su cargo el asesorar y coadyuvar a los diferentes actores del Sector Turístico asentado dentro de su jurisdicción con los diferentes trámites y

servicios que brinda la institución. También, tienen a su cargo el de mantener una relación permanente y cordial con las diferentes Cámaras y/o Asociaciones de Turismo Locales o Regionales, asesorándolos en aquellos requerimientos formales que se presenten ante cada oficina.

Macroproceso de Mercadeo

El Macroproceso de Mercadeo tiene como objetivo principal el desarrollo de programas, acciones, y proyectos necesarios para hacer el mercadeo de una única y positiva imagen de Costa Rica como destino turístico integral, utilizando para ello las herramientas disponibles tales como la investigación de mercados, publicidad, relaciones públicas, ferias internacionales, entre otros.

Cabe destacar que la promoción internacional considerando a Costa Rica como un todo y no buscando la promoción de regiones o Unidades de Planeamiento específicas.

Cada una de las áreas desarrolla y cumple una serie de acciones para el cumplimiento del objetivo, a partir de los lineamientos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible y el Plan de Marketing, tomando en consideración permanente el eje transversal de la sostenibilidad, la atracción de líneas aéreas, la reducción de la estacionalidad, apoyar iniciativas o actividades orientadas a diversificar la visitación turística entre los diferentes destinos, el diseño de campañas de promoción nacionales e internacionales novedosas y adaptadas a las nuevas tendencias de mercado.

Destaca el trabajo conjunto de forma permanente con el sector privado costarricense mediante un diálogo constante y coordinación de acciones con el Comité Mixto de Mercadeo.

Plan de Atracción de Líneas Aéreas:

Con el fin de mantener acciones para la atracción de líneas aéreas al país y mayoristas con vuelos *charter* como uno de los ejes principales de la administración, se realizaron acciones de atracción con las siguientes empresas:

- o **2010:** Taca, Mexicana, Iberia, América Airlines, Delta Aéroméxico.
- o **2011:** Jet Blue: Nueva York – Liberia, Iberia de España y Copa Airlines y Copa Vacations.

- **2012:** Jet Blue para Estados Unidos 2011-2012, Iberia, 2011-2012, Copa para Suramérica, 2011-2012, TACA vuelo Monterrey 2012, InterJet 2012-2013 e Iberia, 2012-2013.
- **2013:** Iberia 2012 – 2013, Interjet 2012 – 2013, Jet Blue Airways 2013, Delta Airlines 2013 – 2014, Spirit Airlines 2013 – 2014 e Iberia 2013 – 2014.

A partir de los esfuerzos realizados para la atracción de líneas aéreas en el 2012 registró una cifra de 3 048113 de asientos disponibles. A primer semestre del 2013 se reportó una cifra de 1 587 954 asientos y la llegada de 11 441 vuelos. Asimismo se abrieron cinco nuevas rutas Los Ángeles, Minneapolis, Chicago, Washington, Fort Lauderdale.

Campañas cooperativas: Se han establecido programas de campañas cooperativas que tiene como fin lograr una mayor participación del sector privado nacional e internacional en los esfuerzos promocionales de Costa Rica, permitiendo maximizar la utilización del presupuesto para la inversión promoción, incentivar la venta del producto turístico, fomentar el ingreso de viajeros y apoyar las acciones estratégicas del país.

Estos esfuerzos contribuyen a la consecución de diversos objetivos de mercadeo como son la diversificación de mercados geográficos, diversificación del producto turístico, el desarrollo de nuevas rutas y asientos, así como la búsqueda del posicionamiento en clientes de alto perfil. Asimismo permite profundizar en el posicionamiento de la sostenibilidad del país a nivel internacional.

Durante el período de los cuatro años a manera de ejemplos se han realizado 158 campañas cooperativas con Air Canadá, Viajes el Corte Inglés, Vacaciones Barceló de Argentina, Orbitz, Expedia, Jet Blue, American Airlines Vacations entre otros, en destinos de interés en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica. Actualmente se encuentran activas 22 campañas cooperativas.

A continuación el número de campañas desarrolladas por año en el período 2010-2013:

2010	28
2011	35
2012	49
2013	46
Total	158

Relaciones Públicas Nacional e Internacional: El área de Relaciones Públicas tiene como objetivos principales el posicionamiento de temas de interés en las grandes audiencias, cuida mantener una imagen positiva del destino, mejoramiento de las relaciones con los públicos de interés.

Entre las acciones permanente sobresalen las relaciones con los medios de comunicación, gestiones con la prensa proactiva y reactiva, la generación de comunicados de prensa, organización de conferencias de prensa, creación de estrategias, mensajes clave, acompañamiento de voceros, manejo de temas sensibles y crisis, alianzas estratégicas, proyectos especiales y campañas promocionales.

En el área de relaciones públicas nacionales el cumplimiento de los objetivos se desarrolla en conjunto con la agencia nacional Comunicación Corporativa Ketchum, empresa que brinda servicios desde febrero del 2010. En el mercado de Estados Unidos y Canadá se trabaja con la agencia de Relaciones Públicas Cherryl Andrews Marketing, quién brinda servicios desde agosto del 2013.

Actualmente se está trabajando en la contratación de una agencia o varias de relaciones públicas para el mercado europeo, con el fin de realizar acciones específicas en los mercados determinados como prioritarios: Reino Unido, Francia, Alemania y España; sin dejar de lado otros países que pueden ser importante.

La institución cuenta con protocolos para la gestión de crisis nacionales o internacionales que afecten la imagen del destino y/o del ICT. Para tal gestión se involucran personal de la institución, ambas agencias y otras instituciones

relacionadas a la situación crítica que corresponda. Además, se trabajan proyectos especiales como la campaña de responsabilidad social ¡Diay Jacinto! Creada para el embellecimiento del producto turístico y la concienciación sobre el adecuado manejo de los residuos sólidos.

Principales resultados de Relaciones Públicas a nivel nacional				
	Gestiones de prensa	Comunicados de prensa	Conferencias de prensa	Giras de prensa*
2010	400	88	15	5
2011	800	106	40	4
2012	817	79	36	4
2013	791	93	36	5
Promedio Anual	702	91,5	31,7	4

*Durante el período se visitaron todas las unidades de planeamiento turístico y en promedio en cada una de las giras participan 25 periodistas.

Desde el 2012 se trabaja conjunto con el área de publicidad en la estrategia de desarrollo de turismo, cuya campaña promocional lleva el nombre de *Vamos a Turistear*, la cual consiste en mantener la atención en el mercado nacional, en coordinación al sector turístico privado, para comunicar e invitar al turista interno a conocer la diversidad de opciones turísticas que ofrece el país. Como parte de la estrategia se hicieron alianzas estratégicas con los principales medios de comunicación como Canal 7, Repretel y Grupo Nación entre otros.

Esta campaña a diferencia de campañas anteriores logra ver de manera integral el componente de demanda y oferta, en el componente de demanda no solamente ofreciendo promociones y descuentos, sino también compartiendo información sobre elementos educativos de los diferentes destinos del país, para que los turistas nacionales se atrevan a descubrir su propio país.

	Empresas Participantes	Visitas únicas	Fans FB*
2012	93	47.000	27.500
2013	88	98.433	141.315

*Actualmente el perfil de FB cuenta con 150.400 seguidores

Prensa Internacional:

Con el objetivo de promocionar el destino a nivel internacional se gestionan la atención de periodistas, previamente seleccionados, provenientes de los principales mercados, para la realización de trabajos periodísticos sobre el destino. Durante estos cuatro años, se ha tramitado el viaje de aproximadamente 200 comunicadores proveniente de más de 25 países diferente.

Viajes de Familiarización, Ferias Internacionales y Agentes 2011-2013

	Viajes de familiarización*	Ferias Internacionales**	Atención de Agentes***	Atención de Agentes****
2011	11	28	1.015	1.115
2012	10	27	1.385	3.517
2013	10	27	2.231	1.072

*Periodistas que visitaron Costa Rica.

** Ferias en países como: Holanda, España, Reino Unido, Estados Unidos, Alemania, entre otros.

***Estados Unidos y Canadá

****Europa, Latinoamérica y otros

Ferias Internacionales:

Las ferias internacionales contribuyen a la consecución de diversos objetivos de Marketing. Al igual que las campañas cooperativas, constituyen una vitrina para la comercialización de las empresas turísticas privadas. Además son el punto inicial de encuentro con los agentes tour operadores mayoristas y líneas áreas. Cerca del 70% de las campañas cooperativas que se concretan anualmente a partir reuniones estratégicas en ferias internacionales en los principales mercados de interés como Estados Unidos, Europa, Latinoamérica y otros.

Como parte de las nuevas iniciativas tanto en el 2013 como en el 2014 se participó en la feria turística COTTM, una de las más importantes ferias de China.

Publicidad Internacional

Con respecto al área de publicidad internacional, se realizó la contratación de la agencia de publicidad 22Squared para el manejo de la publicidad en Estados Unidos y Canadá.

Con esta contratación se logró el trabajo estratégico con una empresa y experta concedora del principal mercado emisor. Se logró dar un salto en la comunicación, abandonando la publicidad tradicional a una publicidad estratégica

en redes sociales y medios electrónicos. Este cambio de enfoque se realiza acorde a las tendencias actuales y una medición de resultados más efectiva.

Se lograron traer en la primera parte de la campaña a más 252 ganadores que se convirtieron en embajadores de los mensajes positivos para la recomendación boca a boca”

Principales logros de la campaña Gift Of Happiness

- Se da un crecimiento en la base de fans, de 8,000 antes del 15 de setiembre 2011, a 674 273 más en este momento. A pesar de que la promoción ya terminó, la base de fans sigue creciendo, esto quiere decir que más allá de la promoción, se está creando una base de fanáticos hacia la marca.
- Procedencia de los fans: Se logra migrar de un 54% de fans ticos a un 87% de fans estadounidenses y 6% canadienses, lo cual confirma que la estrategia da resultados. Esta campaña es dirigida para estos dos países y este cambio es muy importante porque logramos hablarle a la audiencia de interés.
- Más de 1000 millones de impresiones.
- 629 mil interacciones en redes sociales.

Obtención de Premios internacionales:

Premio Gold WOMMY en la categoría de Medición por la innovadora forma en la que midieron las impresiones boca a boca (pagadas, ganadas y propias) generadas antes, durante y después de la campaña. Fue otorgado por la Asociación de Mercadeo Boca a Boca (WOMMA, por sus siglas en inglés)

La aplicación Enviromixer ganó un Premio GOLD ADDY® en la categoría de Aplicaciones para Móviles del Atlanta Ad Club. La aplicación avanzó al nivel distrital, donde obtuvo un SILVER ADDY® en la categoría de Aplicaciones para Móviles.

La aplicación Enviromixer ganó un premio Plata en la categoría Aplicaciones y Entretenimiento y la campaña obtuvo Mención Honorífica en la categoría de Campaña Integrada de los Premios de los Medios de Comunicación, en la 42da Entrega Anual de los

Premios Internacionales de Creatividad (Competencia de Creatividad y Medios de Comunicación Interactivos).

- o La aplicación Enviromixer recibió un reconocimiento en los Premios de Diseño Interactivo HOW.
- o Premio EFFIE ORO® en la categoría viajes.

Publicidad Nacional:

- o 2010: Campaña Nacional “Aquí se cura todo” (TV, prensa y POP).
- o 2011:Patrocinios a eventos nacionales e internaciones,
- o 2012: Esfuerzos publicitarios para la campaña “Vamos a Turistear” esfuerzos en conjunto con el sector.
- o 2013: Campaña Centroamericana con Avianca y seguimiento de VAT y expoferias.

Medios Electrónicos:

Se trabaja en la contratación del rediseño de sitio web actual para contar con un portal con un sitio web promocional y otro de orden institucional.

Expo Ferias Turísticas y Apoyo a Eventos Nacionales.

Con el fin de apoyar los eventos que promuevan la visitación del producto turístico se apoyan eventos nacionales organizados por socios comerciales de los sectores público y privado como por ejemplo, Cámaras afines y/o empresas turísticas, instituciones públicas entre otros.

	Expo Ferias*	Eventos Nacionales**
2010	21	22
2011	25	41
2012	23	30
2013	21	24

*Procura el desarrollo local por medio de actividades que realizan las comunidades.

**Evento que promueve la visitación organizado por sector privado

Marca País “esencial Costa Rica”

La nueva marca país “esencial Costa Rica” fue lanzada en el mercado nacional en setiembre del 2013 con el objetivo de promover el turismo, impulsar las exportaciones y atraer inversión. Este esfuerzo fue producto de un amplio proceso de investigación, análisis diálogo y consenso que involucró al sector privado. La nueva marca se gestó de manera conjunta entre un equipo interinstitucional del que participaron activamente El Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) y la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE)

El nacimiento de la marca país

Más de 2 mil entrevistas en 79 países.
Empresa a cargo: Burson Masteller.

2011-2012: Desarrollo del concepto de la marca, posicionamiento y logotipo.

Empresa a cargo: Future Brand, especialista en desarrollo de marcas país.

2012: Estudios internacionales de testeo de la marca.

Consultas realizadas a muestra de públicos meta en Nueva York, San Francisco, Toronto, Madrid, Santiago, Londres, París, Berlín y Roma.

Empresa a cargo: QRI, empresa británica reconocida por su experiencia en Lovemarks.

2013: Lanzamiento oficial.

La marca país busca posicionar a Costa Rica como un sitio que además de ser reconocido como un indudable destino de belleza natural, concentra una industria de alta tecnología e innovación y cuenta con amplia capacidad exportadora de productos de alta calidad, todo gracias al talento y espíritu emprendedor de su gente. Esencial Costa Rica encuentra su fundamento en cuatro atributos principales: articulador de valor, concentración, orgullo y auténticos.

En el año 2014 la marca país fue oficialmente lanzada a nivel internacional en las ferias de turismo New York Times Travel Show el 28 de febrero, así mismo el 6 de marzo en la Feria ITB en Berlín, Alemania. En ambas se realizaron conferencias de prensa con medios internacional y entrevistas “uno a uno” con medios internacionales. Actualmente la marca país realizó el proceso de licenciamiento para el uso de la marca con las empresas turísticas nacionales que cumplan con los requisitos correspondientes.

Centro de Convenciones

Actualmente se trabaja en el desarrollo de la estrategia de comunicación de Costa Rica como destino de reuniones y convenciones.

Conclusiones.

Durante el período 2010-2014 el Macroproceso de Mercadeo ha logrado una notable evolución en el desarrollo de estrategias a partir de una mezcla de acciones de mercadeo que ha permitido un acercamiento más directo y efectivo en la transmisión de mensajes con los públicos de los principales mercados internacionales, contribuyendo con el incremento de llegada de turistas internacionales al país.

Sobresale la utilización de nuevos medios y canales como las redes sociales, las capacitaciones en línea, acciones publicitarias más integrales en el principal mercado emisor, Estados Unidos, Canadá. Complementariamente se han realizado acciones puntuales para la apertura de mercados emergentes como Rusia y China con participación en Ferias Internacionales, así como presentaciones de destino a mayoristas.

Destacan los esfuerzos de comunicación y posicionamiento para el nuevo Centro de Convenciones, la contratación de la nueva agencia de Publicidad para Estados Unidos y Canadá 22 Squared, así como la agencia de Relaciones Públicas Cheryl Andrews Marketing e indudablemente destaca el liderazgo con el desarrollo completo de la creación y el lanzamiento de la nueva marca país “Esencial Costa Rica”.

Estado de autoevaluación del sistema de control interno 2011 - 2014

1) Año 2011:

i. Fortalecimiento de SCI y SEVRI

En materia de control interno, durante el año 2011, entró en producción la nueva normativa institucional en materia de autoevaluación del Sistema de Control Interno y Valoración de Riesgos (SEVRI), aprobadas por Junta Directiva según comunicados de acuerdos número SJD-108-2011 y SJD-124-2011, respectivamente. Dicha normativa específica para el ICT se elaboró en el marco de la implementación de las sugerencias de Servicios Preventivos de la Auditoría General (AG-EE-10-2010 sobre Autoevaluación del SCI y AG-P-Ad-27-2009 y AG-P-Ad-28-2009 relacionados al SEVRI) y contribuyó no solo a la aplicación fiel de los lineamientos de la Contraloría General de la República, sino que también mejoró las condiciones básicas para el cumplimiento del objetivo de los sistemas de información relacionados con el control interno al amparo de la Ley N°8292, cual es generar información para la toma de decisiones.

ii. Autoevaluación del Sistema de Control Interno (2011):

Se coordinó el proceso institucional de autoevaluación del Sistema de Control Interno (SCI), de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Control Interno (Ley 8292) y los lineamientos institucionales en esta materia y como parte del proceso, se elaboró el Informe Institucional de Control Interno, el cual permitió conocer el estado del ICT en la aplicación de la Ley 8292, fortalecer los controles en la realización de las actividades cotidianas: mediante la evaluación de los controles existentes y planes de mejoras por unidad. Cabe indicar que previamente se elaboró la Guía: "Lineamientos para la Autoevaluación del Sistema de Control Interno" la cual permitió conocer a las jefaturas paso a paso cómo llenar el cuestionario, cómo elaborar el Plan de Acción, qué tipo de cuenta debía rendir sobre su Plan de Acción del año anterior y qué tipo de seguimiento debía dar al Plan 2011 (aprobada por Junta Directiva SJD-518-2011 y por la Gerencia según G-2098-2011). También se brindó capacitación sobre esta guía, el 16 de marzo del año en curso.

iii. Sistema Específico de Valoración de Riesgo Institucional (SEVRI)

Se elaboró el Informe Riesgos Institucionales (SEVRI) y otro informe sobre el seguimiento al mismo, ambos procesos permitieron a las jefaturas identificar a tiempo los riesgos que podrían atentar contra el cumplimiento de metas y elaborar

un plan de acción para solventarlos. Los informes generados fueron expuestos a la Junta Directiva y se instruyó a cada titular responsable, su obligación por llevar a cabo los planes de mejora propuestos (aprobada por Junta Directiva según SJD-519-2011 y por la Gerencia en G-2099-2014).

Adicionalmente, se realizó un proceso de capacitación sobre la nueva Metodología, Política y Herramienta del SEVRI. Estas se brindaron en dos momentos: La primera previó la aplicación del instrumento, durante el día 01 de abril, que estuvo dirigida a las jefaturas y funcionarios enlaces y debido a los resultados de la primera evaluación, fue necesario brindar otra capacitación, pero esta vez se caracterizó por dirigirse a pequeños grupos de cada Macroproceso, durante los días 5,13, 29 y 30 de setiembre, así como los días 5 y 7 de octubre, esto con el fin de facilitar la revisión del SEVRI que las jefaturas debieron efectuar en el mes de octubre.

iv. Análisis Administrativo

Se dio seguimiento a los Manuales de Procedimientos de varias Unidades del ICT, para lo cual se brindó un acompañamiento y asesoría en el proceso por intermedio de la Unidad de Planificación y Gerencia General. En este contexto, se logró el dictamen de 11 manuales de procedimientos, los cuales comprendían 73 procedimientos. Las unidades que registraron acciones relacionadas a la actualización de manuales en dicho periodo son: Tecnologías de Información, Asesoría Legal, Unidad de Planificación, Proceso Administrativo, Proceso de Gestión y Contraloría de Servicios; todas ellas lograron el criterio positivo y aprobación de la Gerencia General.

2) Año 2012

i. Fortalecimiento de SCI y SEVRI

En materia de control interno, durante el año 2012, se adquirió un software para mejorar el proceso de Autoevaluación del Sistema de Control Interno (ASCI) y Valoración de Riesgos (SEVRI), los cuales entrarán en funcionamiento a partir del 2013, no obstante cabe indicar que se realizó un proceso de capacitación sobre los nuevos sistemas, a los funcionarios de la UPI durante el mes de diciembre, orientado a replicar el conocimiento y brindar acompañamiento en todas las unidades del ICT.

ii. ASCI

En cumplimiento a la Ley 8292, se estableció el ambiente de control para que la Gerencia por intermedio de la Unidad de Planificación coordine el proceso institucional de autoevaluación del Sistema de Control Interno (SCI), el cual se realizó durante el mes de marzo de conformidad a los lineamientos institucionales en esta materia y como parte del proceso, se elaboró el Informe Institucional de Control Interno, el cual presentó el estado del ICT en la aplicación de la Ley 8292, así como permitió fortalecer los controles en la realización de las actividades cotidianas a través de la evaluación de los controles existentes y planes de mejoras por unidad, según PL-158-2012 y aprobado por Gerencia General según G-2753-2012.

iii. SEVRI

Se elaboró el Informe Riesgos Institucionales (SEVRI) y dos informes sobre su seguimiento. En su conjunto los tres procesos permitieron a las jefaturas identificar los riesgos que podrían atentar contra el cumplimiento de metas y elaborar un plan de acción para solventarlos. Los informes concebidos fueron expuestos a la Junta Directiva y se instruyó a cada titular responsable, su obligación por llevar a cabo los planes de mejora propuestos (SJD-173-2012, G-0856-2012 y PL-066-2012).

iv. Análisis Administrativo

Seguimiento a los manuales de procedimientos de varias unidades del ICT, para lo cual se brindó un acompañamiento y asesoría en el proceso, se presentaron las versiones finales ante la Gerencia General para su aprobación y divulgación por parte de la unidad encargada de su cumplimiento. Durante el año 2012, se dictaminaron 22 manuales de procedimientos, los cuales comprendían 94 procedimientos. De ellos 8 fueron aprobados. Las unidades que solicitaron, en dicho período, la revisión de nuevos manuales o registraron acciones relacionadas con la actualización de manuales de algunos procesos son: Proceso de Gestión, Macroproceso de Planeamiento y Desarrollo, Macroproceso Administrativo-Financiero, Sostenibilidad, Papagayo, Legal, Financiero, Unidad de Planificación, Tecnologías de Información, Asesoría Legal, Mercadeo, Recursos Humanos, Oficinas Regionales, Secretaría de Actas, Fondo de Jubilaciones y Fondo de Garantías. Cabe resaltar además que la Asesoría Legal, Sostenibilidad y Mercadeo presentaron propuestas de ajustes a la estructura ocupacional, reorganización o transformación, emitiéndose dos criterios positivos y sólo el de Mercadeo fue devuelto con observaciones.

3) Año 2013

i. Fortalecimiento de SCI y SEVRI

En materia de control interno, durante el año 2013, se empezó a trabajar los Sistemas automatizados tanto para Control Interno como para Valoración de Riesgos (SEVRI), los cuales entraron en funcionamiento a partir del 2013. Adicionalmente se ha realizado mejoras a estos Sistemas para obtener valoraciones más precisas y oportunas, sobre todo en materia de riesgos institucionales.

ii. ASCI

La Unidad de Planificación coordinó el proceso institucional de autoevaluación del Sistema de Control Interno (SCI), el cual se realizó durante el mes de marzo de conformidad a los lineamientos institucionales en esta materia y como parte del proceso, se elaboró el Informe Institucional de Control Interno, el cual presentó el estado del ICT en la aplicación de la Ley 8292, así como permitió fortalecer los controles en la realización de las actividades cotidianas a través de la evaluación de los controles existentes y planes de mejoras por unidad, según PL-096-2013 y G-1548-2013.

El apoyo a un ambiente favorable al control interno también permitió el estudio y formulación de alternativas de implementación de las sugerencias emitidas por la Auditoría Interna, emitidas en el Servicio Preventivo AG-P-AS-30-2012 denominado "Información que debe contener la comunicación de la autoevaluación SCI", según consta en comunicado de Junta Directiva SJD-504-2013.

iii. SEVRI

Se elaboró el Informe Riesgos Institucionales (SEVRI) y dos informes sobre su seguimiento, los tres procesos permitieron a las jefaturas identificar a tiempo los riesgos que podrían atentar contra el cumplimiento de metas y elaborar un plan de acción para solventarlos. Los informes concebidos fueron expuestos a la Junta Directiva y se instruyó a cada titular responsable, su obligación por llevar a cabo los planes de mejora propuestos, según PL-201-2013, G-3296-2013 y G-Cir-3562-2013.

Se estimuló un ambiente de apoyo al Control Interno que permitió el diseño de alternativas de implementación de las sugerencias emitidas por la Auditoría Interna, en el Servicio Preventivo AG-P-AS-29-2012 sobre “Información que debe contener la comunicación del Informe del SEVRI”, según PL-229-2013 y G-2760-2013.

iv. Análisis Administrativo

Seguimiento a los Manuales de Procedimientos de varias Unidades del ICT, para lo cual se brindó un acompañamiento y asesoría en el proceso, se presentaron las versiones finales ante la Gerencia General para su aprobación y divulgación por parte de la unidad encargada de su cumplimiento. Durante el año 2013, se dictaminaron 20 manuales de procedimientos, los cuales comprendían 103 procedimientos en total. De ellos fueron aprobados 15 Manuales. Las unidades que solicitaron la revisión de nuevos manuales o registraron acciones relacionadas a la actualización de manuales en dicho periodo son: Proceso de Gestión, Proceso de Ingresos, Proceso Financiero, Macroproceso de Mercadeo, Proceso de Recursos Humanos, Polo Turístico Golfo de Papagayo, Asesoría Legal, Secretaría de Actas, Fondo de Garantías del Personal del ICT, Proceso Administrativo y Proceso de Servicio al Turista.

4) Enero a Abril 2014

Se institucionalizó la actualización de los Lineamientos internos del SEVRI, según acuerdo de Junta Directiva SJD-051-2014 y G-Cir-0342-2014. El cual incluía la implementación de las recomendaciones de la Auditoría Interna como un conjunto de actualizaciones propuestas por la Administración, con miras a mejorar la aplicación técnica de los lineamientos del SEVRI.

Además se realizó el proceso de autovaloración de riesgos sobre los objetivos contenidos en el plan anual operativo, cuyo informe institucional está en proceso interno de aprobación (PL-060-2014). También se concluyó la autoevaluación del sistema de control interno y por intermedio de la Unidad de Planificación, quien procesa los resultados para presentarlos en un informe institucional, al amparo de la convocatoria gerencial G-Cir-0543-2014.

Acciones del sistema de control interno institucional durante el último año

El ICT ha madurado significativamente en el diseño de metodologías y lineamientos internos para la aplicación del proceso de SEVRI y ASCI, al amparo de la Ley 8292 y las disposiciones sobre el tema de marras emitidas por la Contraloría General de la República, a través de los lineamientos actualizados en los últimos doce meses: SJD-504-2014 de ASCI y SJD-051-2014 de SEVRI. Las cuales permiten una mejor aplicación de las Normas de Control Interno para el Sector Público emitidas por la Contraloría General de la República.

Otro aspecto importante de resaltar es que el periodo 2014, la ASCI incorporó por primera vez instructivos individuales como prueba piloto para algunas unidades, tales como: Gerencia, Proveeduría, Tecnologías de Información, Planificación y Financiero, según oficio G-Cir-0543-2014. Por otra parte, la utilización de un software especializado en ASCI y SEVRI del sector público costarricense, adaptado a los principales requerimientos del ICT, constituye una oportunidad para generar información estratégica que coadyuve al cumplimiento de los objetivos institucionales.

Proyectos pendientes de concluir

El proyecto más relevante en el ámbito institucional es la construcción del Centro Nacional de Congresos y Convenciones, cuyo inicio de obras se espera para este 2014 y proyectado su finalización en el plazo máximo de doce meses, a partir del momento en que se inicie la obra.

La administración de los recursos financieros asignados durante la gestión 2011-2014

Al 31 de diciembre 2011, el monto total de ingresos recaudados fue del orden de ¢ 22.304.0 millones producto de impuestos tributarios y otros; mientras que el presupuesto total autorizado fue de ¢ 22.376.0 millones ejecutados según el siguiente desglose:

**Ejecución total por Programa
Diciembre 2011
(millones de colones)**

Programa	Presupuesto	Ejecución		Disponible	
		Monto	%	Monto	%
Dirección Superior y Administración 1)	7,598.2	5,286.7	69.6%	2,311.50	30.4%
Planificación, Gestión y Mercadeo Turístico	13,664.5	10,990.8	80.4%	2,673.70	19.6%
Proyecto Golfo de Papagayo 1)	1,113.3	288.2	25.9%	825.10	74.1%
Total	22,376.0	16,565.7	74.0%	5,810.3	26.0%

La ejecución del período en forma global fue del 74.0%, por lo que la Institución cerró con un disponible presupuestal anual del 26.0%. Dicha ejecución se ajustó al límite presupuestario y efectivo dictado en los Lineamientos Generales de Política Presupuestaria para el presente período.

En relación con la gestión del año 2012, el monto total de ingresos producto de impuestos está representada por la suma de ¢ 20.667.0 millones.

El presupuesto total autorizado fue de ¢ 24.793.6 millones ejecutados según el siguiente desglose:

**Ejecución total por Programa
Diciembre 2012
(millones de colones)**

Programa	Presupuesto	Ejecución		Disponible	
		Monto	%	Monto	%
Dirección Superior y Administración 1)	8.250,6	5.878,0	71,2%	2.372,60	28,8%
Planificación, Gestión y Mercadeo Turístico	15.037,7	11.704,4	77,8%	3.333,30	22,2%
Proyecto Golfo de Papagayo 1)	1.505,3	316,6	21,0%	1.188,70	79,0%
Total	24.793,6	17.899,0	72,2%	6.894,6	27,8%

La ejecución del período se ajustó al límite presupuestario y efectivo dictado en los Lineamientos Generales de Política Presupuestaria, el cual en forma global fue del 72.2%, sin embargo excluyendo el efecto del Programa No. 3 del Proyecto Golfo de Papagayo, y lo correspondiente a Fondos sin Asignación Presupuestaria, la ejecución alcanzada es del 80.4%.

La ejecución presupuestaria al 31 de Diciembre del 2012, cerró con un Superávit Libre de ¢ 12.017.1 millones y el Superávit Específico del Proyecto de Papagayo por la suma de ¢ 6.879.4 millones, para un total de ¢ 18.896.5 millones.

Los ingresos reales alcanzados al 31 de diciembre del 2013 fue por la suma de de ¢ 22.331.1 millones.

Sobre la ejecución de egresos, este se ajustó al límite presupuestario y efectivo dictado en los lineamientos Generales de Política Presupuestaria. El cuadro N° 2 muestra que del monto presupuestado (¢23.600.1 millones), se ejecutó gastos por el orden de ¢19.899.2 millones, que se traduce en un 84.3%.

Instituto Costarricense de Turismo
Ejecución de Egresos por Programa
Al 31 de Diciembre 2013
(millones de colones)

Programa	Presupuesto	Ejecución		Disponible	
		Monto	%	Monto	%
Dirección Superior y Administración *	6.719,9	5.994,1	89,2%	725,8	10,8%
Planificación, Gestión y Mercadeo Turístico	16.331,5	13.574,3	83,1%	2.757,2	16,9%
Proyecto Golfo de Papagayo *	548,7	330,8	60,3%	217,9	39,7%
Total	23.600,1	19.899,2	84,3%	3.700,9	15,7%

El período 2013 cerró con un superávit total de ¢ 21.328.3 millones, del cual la suma de ¢14.307.1 millones son de superávit libre, siendo el superávit específico del Proyecto Golfo de Papagayo un monto de ¢ 7.021.2 millones.

Para el presente año 2014, se presupuestaron ingresos por la suma de ¢ 21.334 .7 millones, cuya recaudación al 31 de marzo alcanzó ¢6.083.6 millones, mientras que el presupuesto de egresos, se autorizó por la suma de ¢29.833.0 millones, incluyéndose en este rubro lo correspondiente al Centro Nacional de Congresos y Convenciones.

A la fecha se ha ejecutado un monto de ¢2.649.5 millones.

Instituto Costarricense de Turismo
Ejecución Egresos por Programa
Al 30 de marzo 2014
(millones de colones)

Programa	Presupuesto	Ejecución		Disponible	
		Monto	%	Monto	%
Dirección Superior y Administración 1)	12.888,8	1.124,6	8,7%	11.764,23	91,3%
Planificación, Gestión y Mercadeo Turístico	15.834,5	1.480,6	9,4%	14.353,90	90,6%
Proyecto Golfo de Papagayo 1)	1.109,7	44,3	4,0%	1.065,35	96,0%
Total	29.833,0	2.649,5	8,9%	27.183,5	91,1%

Por lo tanto, en relación con la administración de los recursos financieros durante la gestión, los mismos han sido asignados y utilizados atendiendo los mandatos normativos que corresponden alcanzando ejecuciones del orden promedio de 73% (cerca de un 80% si se exceptúa el Programa 3).

Interesa destacar que en beneficio de la mejor administración de los recursos, los mismos han sido celosamente cuidados para hacer frente a la operatividad propia de la institución, la eventual atención de situaciones imprevistas y el financiamiento de proyectos de interés institucional como el Centro Nacional de Congresos y Convenciones, esto con importantes acciones no solo en materia de ingresos, sino también en materia de restricción de gastos; todo lo cual pone a la institución en una posición financiera superavitaria para continuar con la atención de lo mencionado.

Estado Actual del cumplimiento de disposiciones o recomendaciones de la Contraloría General de la República

Informe DFOE-AE-IF-12-2013, denominado: “Informe acerca de la calidad y seguridad de la información de las bases de datos del Instituto Costarricense de Turismo, y el planeamiento de las Tecnologías de Información” el cual emitió siete disposiciones las cuales al 30/04/2014 están en proceso de cumplimiento.

En sesión ordinaria de la Junta Directiva N° 5829, del 04/02/2014, se autorizó el cronograma de ejecución y plan de acción para atender las disposiciones emitidas por la Contraloría General de la República.

Estado actual de cumplimiento de disposiciones o recomendaciones de otros órganos de control externo

No hubo en el periodo, disposiciones o recomendaciones giradas por otro órgano de control externo.

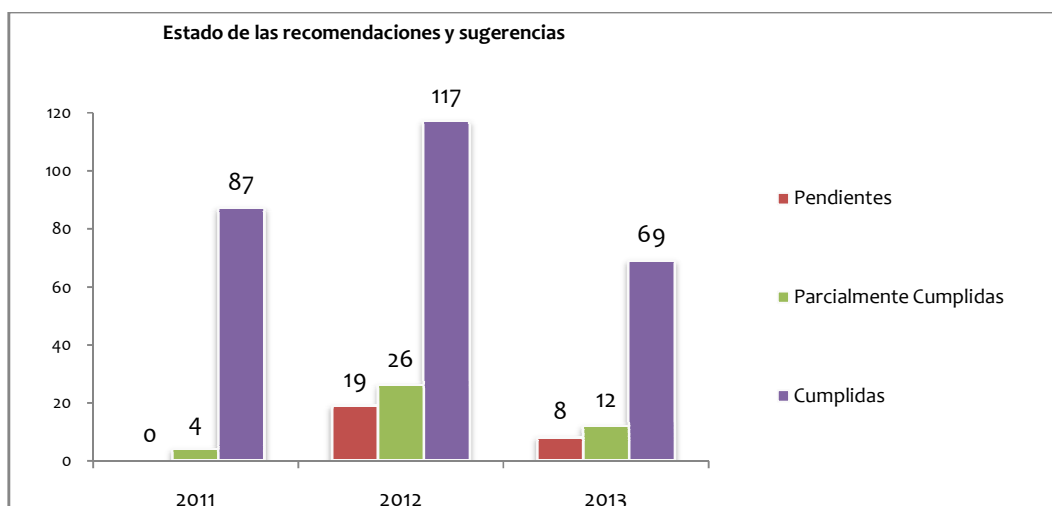
Estado actual de cumplimiento de recomendaciones formuladas por la Auditoría Interna.

a) Estado de las recomendaciones y sugerencias (global)

En total se emitieron 156 recomendaciones y 186 sugerencias en los años 2011, 2012 y 2013 las cuales se muestran a continuación:

Año	Emitidas	Cumplidas	Parcialmente Cumplidas	Pendientes	% Cumplimiento
2011	91	87	4	0	96%
2012	162	117	26	19	72%
2013	89	69	12	8	78%
Total	342	273	42	27	80%

Fuente: Informe sobre la verificación del cumplimiento de recomendaciones y sugerencias al 31/12/2013

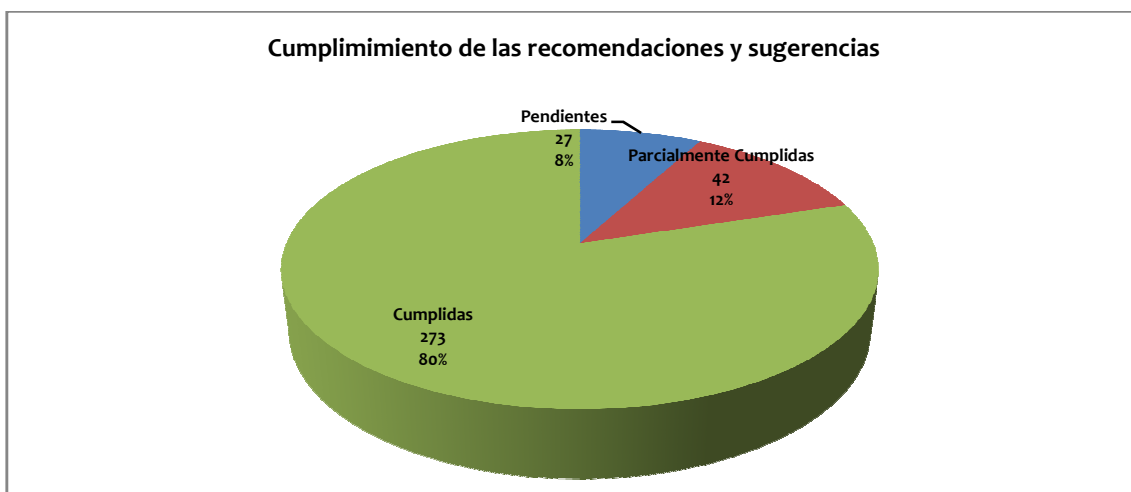


Fuente: Informe sobre la verificación del cumplimiento de recomendaciones y sugerencias al 31/12/2013

A la fecha de la emisión de este informe el grado de cumplimiento global de las recomendaciones y sugerencias es el siguiente:

Pendientes	Parcialmente Cumplidas	Cumplidas
27	42	273

Fuente: Informe sobre la verificación del cumplimiento de recomendaciones y sugerencias al 31/12/2013

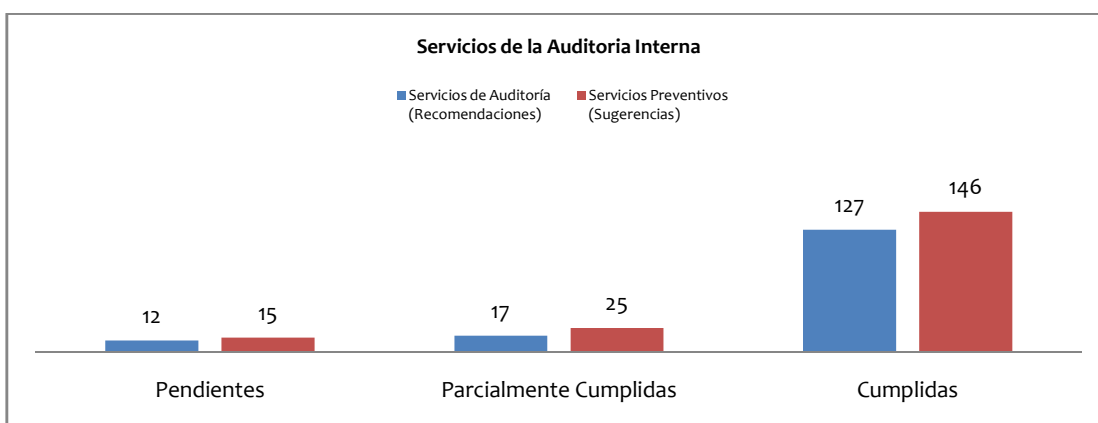


Fuente: Informe sobre la verificación del cumplimiento de recomendaciones y sugerencias al 31/12/2013

El gráfico nos muestra que el 80% de las recomendaciones y sugerencias han sido implementadas, el 12% están en proceso de implementación y que un 8% están sin ejecutar por parte de la Administración.

b) Estado de las recomendaciones y sugerencias por servicios de la auditoría

A continuación se presenta un resumen del estado de las recomendaciones y sugerencias por servicio de la auditoría:



Fuente: Informe sobre la verificación del cumplimiento de recomendaciones y sugerencias al 31/12/2013

i. Estado de las recomendaciones

En el siguiente cuadro se refleja el estado de las recomendaciones al 31/12/2013:

Año	Emitidas	Cumplidas	Pendientes	Parcialmente Cumplidas	% Cumplimiento
2011	55	55	0	0	100%
2012	77	56	8	13	73%
2013	24	16	4	4	67%
Total	156	127	12	17	81%

Fuente: Informe sobre la verificación del cumplimiento de recomendaciones y sugerencias al 31/12/2013

El cuadro anterior describe que de las 156 recomendaciones el 81% (127) de las recomendaciones han sido implementadas, un 11% (17) están parcialmente cumplidas y un 8% (12) están pendientes de ejecutar por parte de la Administración.

Estado de las sugerencias

En cuanto al cumplimiento de las sugerencias tenemos los siguientes datos:

Año	Emitidas	Cumplidas	Parcialmente Cumplidas	Pendientes	% Cumplimiento
2011	36	32	4	0	89%
2012	85	61	13	11	72%
2013	65	53	8	4	82%
Total	186	146	25	15	78%

El cuadro anterior nos describe que de las 186 sugerencias emitidas el 78% (146) han sido implementadas por la Administración Activa; el 13% (25) se establecen en proceso de implementación y un 8% (15) están pendientes.

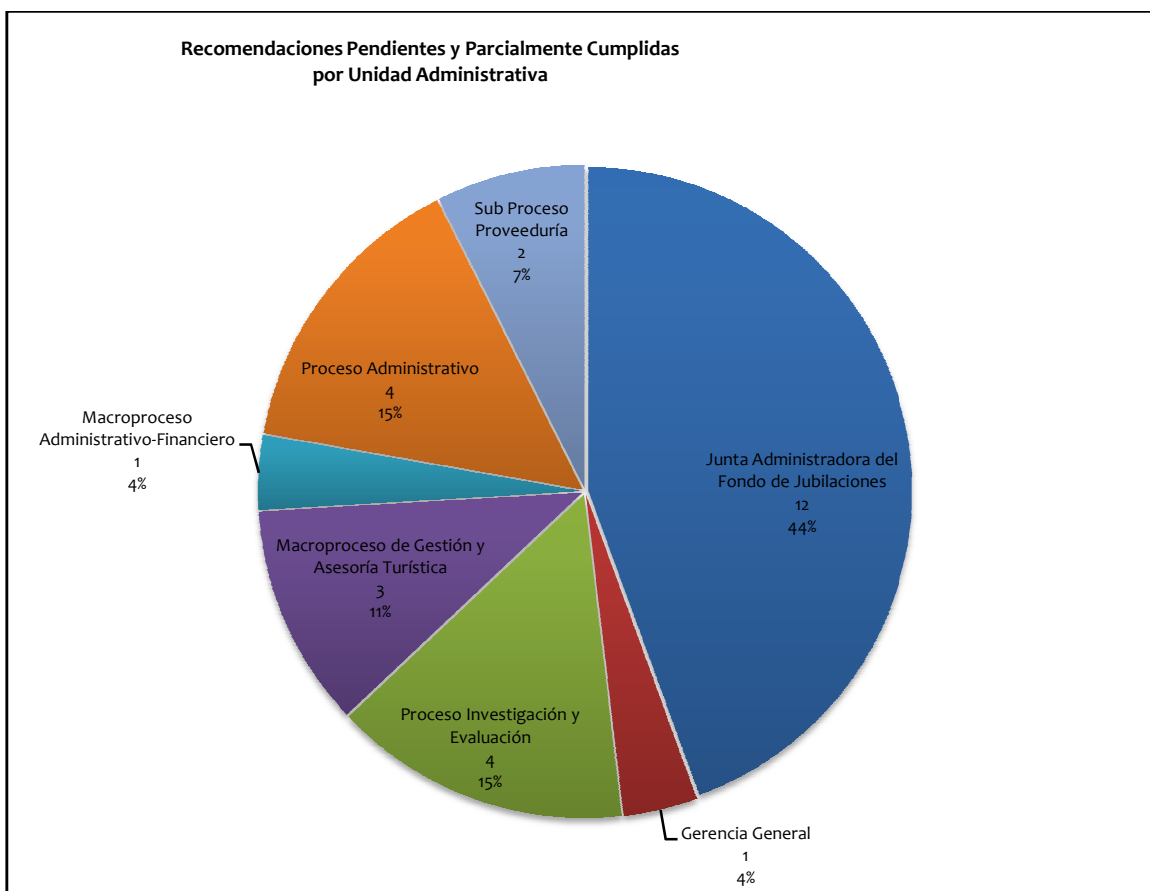
c) Distribución de las recomendaciones y sugerencias por Unidad

i. Recomendaciones

El siguiente cuadro se incluye los informes que tienen recomendaciones “Pendientes” y “Parcialmente Cumplidas” por parte de las Unidades Administrativas.

Unidad	Año	Pendiente	Parcialmente Cumplida	Cumplida	Total
Junta Administradora del Fondo de Jubilaciones	2012	8	4	25	37
Gerencia General	2012	-	1	-	1
Proceso Investigación y Evaluación	2013	4	-	-	4
Macroproceso de Gestión y Asesoría Turística	2012	-	3	12	15
Macroproceso Administrativo-Financiero	2012	-	1	3	4
Proceso Administrativo	2013	-	4	6	10
Sub Proceso Proveeduría	2012	-	2	2	4

Fuente: Informe sobre la verificación del cumplimiento de recomendaciones y sugerencias al 31/12/2013



Fuente: Informe sobre la verificación del cumplimiento de recomendaciones y sugerencias al 31/12/2013

El cuadro y gráfico anterior nos describe que el 85% de las recomendaciones “pendientes y “parcialmente cumplidas”, están en la Junta Administradora del Fondo de Jubilaciones (44%), Proceso Investigación y Evaluación (15%), Proceso Administrativo (15%) y el del Macroproceso de Gestión y Asesoría Turística (13%)

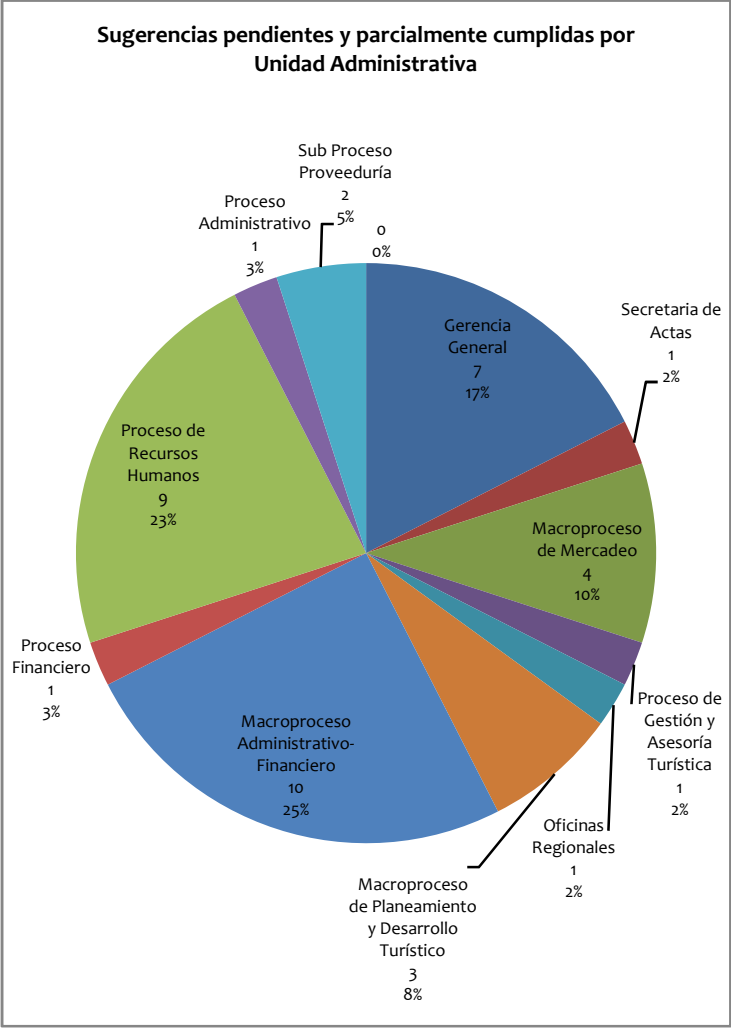
En el caso de la Junta Administradora del Fondo de Jubilaciones del total de recomendaciones pendientes y parcialmente cumplidas, corresponden al año 2012.

ii. Sugerencias

El siguiente cuadro se incluye los servicios de auditoría que tienen sugerencias “Pendientes” y “Parcialmente Cumplidas” por parte de las Unidades Administrativas.

Unidad	Año	Pendiente	Parcialmente Cumplida	Cumplida	Total
Gerencia General	2011	-	1	1	2
	2012	-	1	3	4
	2013	-	5	15	20
Secretaria de Actas	2012	-	1	1	2
Macroproceso de Mercadeo	2011	-	3	0	3
	2013	1	0	6	7
Proceso de Gestión y Asesoría Turística	2012	-	1	-	1
Oficinas Regionales	2013	-	1	9	10
Macroproceso de Planeamiento y Desarrollo Turístico	2012	-	3	-	3
Macroproceso Administrativo-Financiero	2012	4	2	4	10
	2013	2	2	3	7
Proceso Financiero	2012	-	1	-	1
Proceso de Recursos Humanos	2012	7	2	7	16
Proceso Administrativo	2013	1	-	-	1
Sub Proceso Proveeduría	2012	-	2	1	3

Fuente: Informe sobre la verificación del cumplimiento de recomendaciones y sugerencias al 31/12/2013



Fuente: Informe sobre la verificación del cumplimiento de recomendaciones y sugerencias al 31/12/2013

Como se observa en el cuadro y el gráfico el Macroproceso Administrativo Financiero (25%), Proceso de Recursos Humanos (23%), la Gerencia General (17%) y el Macroproceso de Mercadeo (10%) tienen el 75% de las sugerencias pendientes y parcialmente cumplidas.