

INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO

RESUMEN DE GESTIÓN 2015-2018

MBA. MAURICIO VENTURA ARAGÓN
MINISTRO DE TURISMO

ABRIL 2018

Antecedentes

Para el 2013 se registraron 2 427 941 llegadas internacionales por todos los puertos de entrada al país. En aquel momento se contabilizaban 2 919 millones de dólares de divisas por turismo. Además, la actividad representaba el 4,9% del Producto Interno Bruto, generaba 100 mil empleos directos y 250 mil indirectos, lo que equivalía al 12% de la fuerza laboral costarricense.

Se contaba con un único vuelo directo desde Europa y solamente se realizaron dos anuncios de nuevas rutas por parte de aerolíneas que ya volaban al país (United y Delta Airlines).

La cantidad de asientos disponibles había tenido una caída de 1,7%; es decir, alrededor de 50 mil asientos menos que en el 2012.

Se trabajaba específicamente en la promoción de los productos turísticos de naturaleza y aventura y los esfuerzos de mercadeo estaban enfocados de manera prioritaria en Estados Unidos.

En relación con el Centro Nacional de Congresos y Convenciones, en tres años (2011 al 2013) se había realizado el proceso de contratación administrativa para el diseño final del proyecto, la elaboración de los planos y la supervisión del mismo, así como la publicación oficial en el Diario La Gaceta de las empresas precalificadas para la construcción.

TURISMO MOTOR DE DESARROLLO

Durante la administración Solís Rivera se hizo hincapié en un mensaje que más allá de palabras, representa la realidad de esta industria y la prioridad que el Gobierno le ha dado: **El turismo es el motor de desarrollo social y económico del país** y por ello, por primera vez, el Instituto Costarricense de Turismo implementó una estrategia turística a la cual el Ministro Mauricio Ventura llamó: **Las tres patas del banco**, que consiste en:

1. Conectividad: Fortalecer la estrategia para la atracción de líneas aéreas, al contar con nuevos vuelos, más rutas y el incremento en las frecuencias.

Costa Rica pasó de un vuelo directo desde Europa a nueve en menos de tres años (**Iberia-España**, **British Airways** y **Thomson Airways** desde Reino Unido, **Condor** desde Alemania, **Air France** desde Francia, **Edelweiss** desde Suiza, **KLM** desde Holanda (Países Bajos), **Lufthansa** desde Alemania y **Evelop** con un chárter desde Lisboa, Portugal.

Además, se reforzaron las operaciones con mercados prioritarios para el país y se logró que la aerolínea **LATAM Airlines**, la más importante de Latinoamérica, volara a Costa Rica con lo cual el país se convierte en el primer destino centroamericano en el que la línea aérea incursiona.

Asimismo, en tan solo el primer mes del 2018, el ICT reportó la generación de más de 96 mil asientos disponibles adicionales, gracias a la llegada de nuevos vuelos y al aumento de frecuencias por parte de diferentes aerolíneas que operan en el país.

2. Crecimiento sostenible: Esta segunda pata del banco, destaca la importancia de esta actividad al ser una de las más democráticas, retadoras e inclusivas que existen, porque sus beneficios permean por todo el territorio nacional.

Genera 150 mil empleos directos y alrededor de 450 mil personas trabajan de forma indirecta; es decir, aproximadamente 600 mil costarricenses encuentran en el turismo su modo de subsistencia, lo que representa casi el 27% de la fuerza laboral costarricense. El sector turístico se mantiene como el mayor generador de divisas por concepto de servicios, al contabilizar casi 4 mil millones de dólares.

Comparación cifras turísticas 2014- 2017			
VARIABLES	2014	2017	Variación porcentual
Llegadas internacionales	2.526.817	2.959.869	17%
Divisas en millones de dólares	2.986,7	3.875,7	30%
Asientos de avión disponibles Cifra en miles	3.085.466	3.781.556	23%
Fuente: Instituto Costarricense de Turismo. Divisas 2017: Datos preliminares del BCCR.			

El Crecimiento sostenible involucra la **diversificación de mercados**, sin descuidar los principales emisores de turistas. Por primera vez se efectuó un reforzamiento en el mercado europeo, que contempló la contratación de una agencia de relaciones públicas para los cuatro principales mercados emisores (Francia, España, Alemania y Reino Unido).

Se fortalecieron las campañas cooperativas y realizaron estudios de mejores prospectos en cuatro principales mercados europeos descritos anteriormente y en cinco mercados latinoamericanos (México, Brasil, Argentina, Colombia y Perú), cuando históricamente solo se habían realizado para Estados Unidos y Canadá.

De igual forma, se transformó la presencia en las ferias internacionales, presentando a Costa Rica como un generador de experiencias auténticas de viaje, en los cuales la cultura juega un papel fundamental.

También el crecimiento sostenible, abarcó el **lanzamiento de la nueva identidad turística: Costa Rica: My choice, naturally**, gracias a una alianza con la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas y CNN Internacional. La nueva identidad involucró la realización de una campaña de amplio alcance, desarrollada en las más diversas plataformas y la cual ha sido merecedora de múltiples reconocimientos internacionales.

El tercer aspecto contemplado en esta segunda “pata” es **ampliar la oferta turística**, para que además de naturaleza y aventura, el país se posicione en industrias con gran potencial como:

- **Wellness:** El ICT lanzó la estrategia país *Wellness Pura Vida*, con la que se busca posicionar al país como un destino de bienestar, diferenciado, que ofrece experiencias únicas y transformadoras, las cuales mejoran la calidad de vida de los habitantes y de los visitantes.

- **Turismo de reuniones:** Desde el 2015 el ICT inició una agresiva estrategia para competir en el mundo por la industria de reuniones, que contempla la participación en ferias turísticas especializadas, la realización de alianzas estratégicas con importantes organismos nacionales e internacionales, el desarrollo de un plan promocional para incursionar en este nicho, la contratación de asesores expertos de calidad mundial, el Programa de Embajadores en Turismo de Reuniones de Costa Rica, entre otros. El objetivo es competir con el Centro Nacional de Congresos y Convenciones, como cabeza visible en la industria mundial de turismo de reuniones.

- **Centro Nacional de Congresos y Convenciones:** Proyecto país sumamente esperado. Consta de 15 600 metros cuadrados, se inauguró el 5 de abril del 2018. Sus beneficios permearán en todo el territorio y sin duda se convertirá en un factor dinamizador de la industria turística, al proporcionar empleo, promover el desarrollo, la generación de encadenamientos productivos y el mejoramiento sustancial de la imagen país, como un destino consolidado en materia turística.

Gracias a la estrategia de turismo de reuniones, el ICT confirmó a la fecha, la realización de más de 80 congresos internacionales en Costa Rica, entre el 2017 y el 2021. Dichos eventos generarán un impacto económico superior a 250 millones de dólares.

- **Turismo náutico:** El ICT promueve el desarrollo de atracaderos turísticos que permitan enlazar de manera efectiva, diferentes puntos estratégicos de las costas y que además faciliten el traslado de las personas que visitan estos sitios, brindando condiciones más favorables y seguras para el desarrollo de las actividades turísticas. Se está impulsando la creación de

atracaderos en Cahuita, Puerto Viejo, en el Parque Nacional Marino Ballena y en la Isla San Lucas.

- **Turismo cultural:** Durante esta administración, ha sido prioritario reforzar la identidad cultural en las diferentes acciones de promoción nacional e internacional, como elemento diferenciador de la oferta turística.

- Por primera vez, se brindó un fuerte apoyo para la realización del Festival Internacional de las Artes, en el 2017 y en el 2018. También, el ICT articuló esfuerzos con los actores comunales, cámaras de turismo y las municipalidades, para desarrollar el programa para el Fortalecimiento de Destinos, que incluye proyectos como artesanías con identidad, que fomenta el desarrollo de productos turísticos auténticos como parte de la oferta de pequeñas y medianas empresas. El programa de gastronomía y coctelería tradicional, que busca recuperar la cocina criolla costarricense en establecimientos de gastronomía, como elemento diferenciador de la oferta de servicios turísticos.

Turismo de cruceros: Durante la administración Solís Rivera nos propusimos la meta de recuperar esta industria que claramente trae beneficios a las zonas costeras más deprimidas del país y gracias a la estrategia que desarrollamos para revivir la industria de cruceros es que en la temporada 2016- 2017 el país contabilizó 100 llegadas de cruceros más de los que recibió dos años atrás.

Una de las acciones claves para asegurar el éxito en el crecimiento de esta industria, es la participación activa en la feria Seatrade Cruise Global, considerado el único evento a nivel mundial que reúne a todos los actores relacionados con esta industria, desde líneas de cruceros, proveedores, agencias de viajes, socios mayoristas, entre otros.

El ICT ha sacado provecho de este evento mundial, al recuperar la relación con Florida Caribbean Cruise Association (FCCA), con el fin de construir un acercamiento comercial y consolidar a Costa Rica en esta importante industria.

Además, el ICT fue más allá e incorporó en las negociaciones y presentaciones del destino al Instituto Costarricense de Puertos del Pacífico (INCOP) y a la Junta de Administración Portuaria y de Desarrollo Económico de la Vertiente Atlántica (JAPDEVA), instituciones que administran los muelles de Puntarenas y la Terminal Hernán Garrón Salazar en Limón, así como el sector privado turístico costarricense, para que se estableciera un esfuerzo país que dinamice esta industria y posicione a Costa Rica como un destino idóneo para el turismo de cruceros.

Gracias a dicha estrategia, por primera vez, nuestro país se convertirá en la sede de la conferencia de cruceros más importante de la región. Se trata del Central America Cruise Summit, que se realizará en el Centro Nacional de Congresos y Convenciones en el 2019.

Central America Cruise Summit se realiza cada dos años y es la primera vez que se llevará a cabo en Costa Rica. Dicho evento congrega a más de 200 personas entre representantes de tour operadores, agentes navieras, ministerios de turismo, proveedores de servicios y los ejecutivos de las 19 líneas de cruceros afiliados a la FCCA, que operan más de 100 barcos en la Florida, el Caribe y América Latina. Además, la actividad promueve la realización de seminarios para capacitar a la industria turística.

El último aspecto valorado dentro del crecimiento sostenible, es el **desarrollo de nuevas herramientas para inteligencia de mercados**. El ICT, recurrió a las herramientas más sofisticadas, novedosas y reconocidas internacionalmente con el objetivo de reforzar la inteligencia de mercados y proporcionar información estratégica y de gran utilidad para la industria turística, como Review Pro, OAG, Bloomberg, levantamiento y actualización de información espacial- GPS y STR.

El Índice de Progreso Social: Costa Rica es el primer país en el mundo en medir el impacto de la actividad turística en las comunidades, al desarrollar el Índice de Progreso Social en Centros Turísticos y se logró demostrar que efectivamente el turismo es una industria dinamizadora que aporta innumerables beneficios a las economías locales y sus habitantes; pero más allá de la medición, se busca establecer mecanismos innovadores que promuevan

el desarrollo de acciones conjuntas entre el Estado, la sociedad civil y el sector privado empresarial, para fortalecer así el papel del turismo y su impacto en las comunidades.

Gracias a esta herramienta, el ICT fue reconocido por la Organización Mundial de Turismo en los premios a la Innovación y Excelencia en Turismo.

3. Inversión turística: La tercera pata del banco es la inversión turística. Costa Rica posee espacio para crecer, áreas por desarrollar, destinos por consolidar y zonas por descubrir; por ello, se llevó a cabo la primera Conferencia de Inversión Turística Sostenible, la cual posicionó a Costa Rica en el mapa mundial de la inversión turística, al congregar a alrededor de 200 ejecutivos y presidentes de las principales marcas hoteleras, fondos de inversión, desarrolladores inmobiliarios turísticos, entre otros actores relevantes.

También se busca trabajar en una nueva Ley de Inversión Turística, que sea acorde con las necesidades actuales de nuestra industria

Retos, objetivos e inversiones visualizadas.

- Es fundamental el seguimiento a las acciones descritas anteriormente.
- Proyección y desarrollo de nuevos centros de desarrollo turístico: Costa Rica cuenta con 32 centros turísticos distribuidos a lo largo y ancho del país; sin embargo, existen regiones con un enorme potencial turístico, por lo que resulta de suma importancia realizar estudios y acciones correspondientes para posibilitar la creación de nuevos centros de desarrollo turístico.
- Definición de política pública a partir del Índice de Progreso Social en Centros Turísticos: El IPS permite concretar alianzas intersectoriales que además de impactar al centro de desarrollo turístico, deben traducirse en un involucramiento de todas las instituciones gubernamentales, en la construcción de una política de Estado a partir del turismo como motor del desarrollo social y económico.
- Mejora de infraestructura turística fundamental (aeropuertos, puertos, carreteras): Es imperante trabajar en la remodelación de las terminales portuarias, con el fin de brindar las condiciones adecuadas y servicios, así como coordinar los esfuerzos para el mejoramiento de las rutas nacionales.
- Completar la construcción de atracaderos turísticos propuestos para ambos litorales (Cahuita, Puerto Viejo y Playa Piñuela en el Pacífico) y continuar con el desarrollo de otros atracaderos en el país.
- Reforzamiento de la seguridad turística: Es fundamental unificar esfuerzos con el Ministerio de Seguridad y continuar fortaleciendo a la Policía Turística, por medio del incremento en la cantidad de policías en las zonas de interés turístico del país, facilitar los implementos y equipos necesarios para el ejercicio de sus labores, así como el reforzamiento de la capacitación en seguridad turística para los oficiales y empresarios turísticos.

Es indispensable establecer una Comisión de Seguridad que involucre a diferentes instituciones y organizaciones del sector público y privado turístico, con el objetivo de plantear propuestas e impulsar mecanismos que fomenten el trabajo conjunto en aras de promover la seguridad turística de manera integral.

- Implementación del Plan Nacional de Turismo 2017-2021.
- Continuar desarrollando el proceso de atracción de inversiones.

- La mejora constante del producto turístico y los servicios.
- Impulsar el fortalecimiento de los nuevos productos turísticos (reuniones, bienestar, náutico, cruceros y cultural, entre otros).
- Incursionar en nuevos mercados con potencial para el país.
- Promover el desarrollo turístico en las diferentes zonas del país y mejorar la calidad de vida de sus pobladores.
- Consolidar el CST 2.0 como herramienta que impulse la sostenibilidad en las operaciones de la industria turística.

1.1.1 Otros retos relacionado con la gestión del destino

Es indispensable desarrollar prontamente el conocimiento para el manejo de activos (*accent managment*) del nuevo Centro Nacional de Congresos y Convenciones y continuar el posicionamiento de Costa Rica en la industria de reuniones.

En el campo de Atracción de Inversiones:

1. Fortalecer las conexiones aéreas desde Norteamérica.
2. Fortalecer y generar nuevas operaciones aéreas desde Suramérica.
3. Consolidar los nuevos vuelos provenientes de Europa.
4. Valorar y desarrollar la apertura de nuevos mercados diferentes partes del mundo.
5. Generar mayores operaciones aéreas al Aeropuerto Daniel Oduber.
6. Creación de un Plan de Atracción de Inversión Turística Sostenible, en el corto, mediano y largo plazo, en coordinación con instituciones como CINDE, PROCOMER, COMEX y Relaciones Exteriores, con el fin de unir esfuerzos para la atención y asesoría de inversionistas.

En cuanto a la atracción de cruceros, la creación de un Plan Nacional Estratégico para el desarrollo del destino que fomente el arribo de cruceros, en coordinación con otras entidades involucradas como JAPDEVA e INCOP, así como la empresa privada. Igualmente, coadyuvar con el desarrollo de la infraestructura portuaria requerida para brindar una experiencia grata a los turistas.

Es importante contar con nueva normativa para facilitar y promover el concepto de Declaratoria Contrato entre los empresarios.

Promover la Ley General de Turismo, así como una Ley para la Promoción de la Inversión Turística Sostenible.

Con respecto a la Certificación para la Sostenibilidad Turística y dado que en el 2017 se remozó esta norma como un esfuerzo de mejora continua en aras de facilitar una herramienta innovadora, competitiva, eficiente, actualizada, acorde con las nuevas tecnologías, con reconocimiento internacional y que integra los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y los Criterios Globales de Turismo Sostenible, se debe buscar la facilitación del proceso de incorporación de las empresas turísticas al CST 2.0 y así asegurar la sostenibilidad de sus operaciones.

Conclusión

Los logros en turismo en el periodo 2014-2018 son evidentes y muchos constituyen hitos históricos para Costa Rica. Primeramente, El turismo se consolidó como motor para el desarrollo social y económico del país, al tiempo que la imagen y capacidad de gestión institucional del ICT, mejoró posicionándose como una institución tenaz, proactiva, eficiente e innovadora, aun cuando la agenda país y el quehacer institucional plantean grandes desafíos a resolver para el bienestar de los costarricenses.

Otras acciones trascendentales como el Índice de Progreso Social, la atracción de líneas aéreas, llegadas internacionales, crecimiento de divisas, inversión en mercadeo, diversificación de productos, nuevos destinos, la inauguración del Centro Nacional de Congresos y Convenciones, la imagen internacional como un destino sostenible, entre muchos otros, hicieron que esta administración fuera sin precedentes para la industria turística.

Los hechos nos respaldaron. Con el Centro de Convenciones se logro el financiamiento, la licitación de la empresa constructora, la orden de inicio, la adjudicación de la administración del Centro, la construcción y la inauguración del mismo.

Además, los hechos abarcan más líneas aéreas, nuevas frecuencias y aumento de vuelos, nuevos productos turísticos como Bienestar y Reuniones, la implementación de herramientas novedosas como el Índice de Progreso Social, el desarrollo de nuestra nueva identidad turística, “Costa Rica, my choice naturally”, efectuar la primera conferencia de inversión turística sostenible, el renombre y prestigio que alcanzamos en diferentes foros internacionales, gracias al trabajo cercano y constante con la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas, el revivir la industria de cruceros, entre muchos otros acontecimientos importantes.

