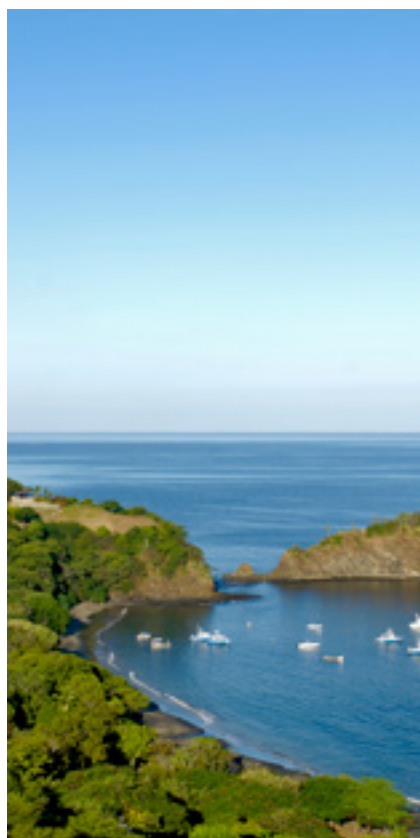
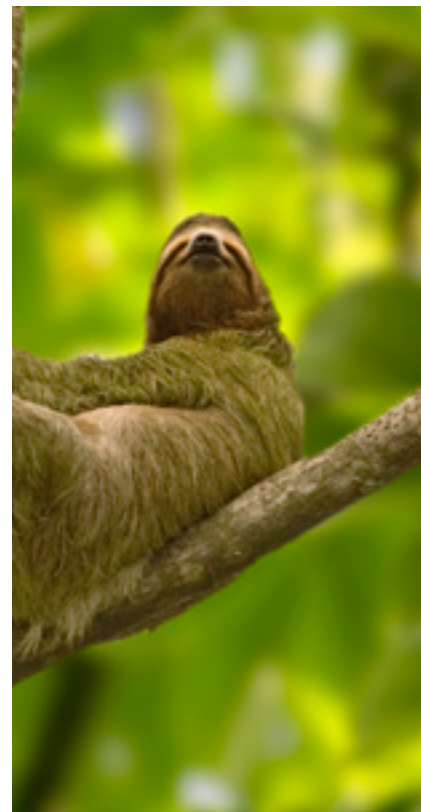


# MEMORIA INSTITUCIONAL 2015



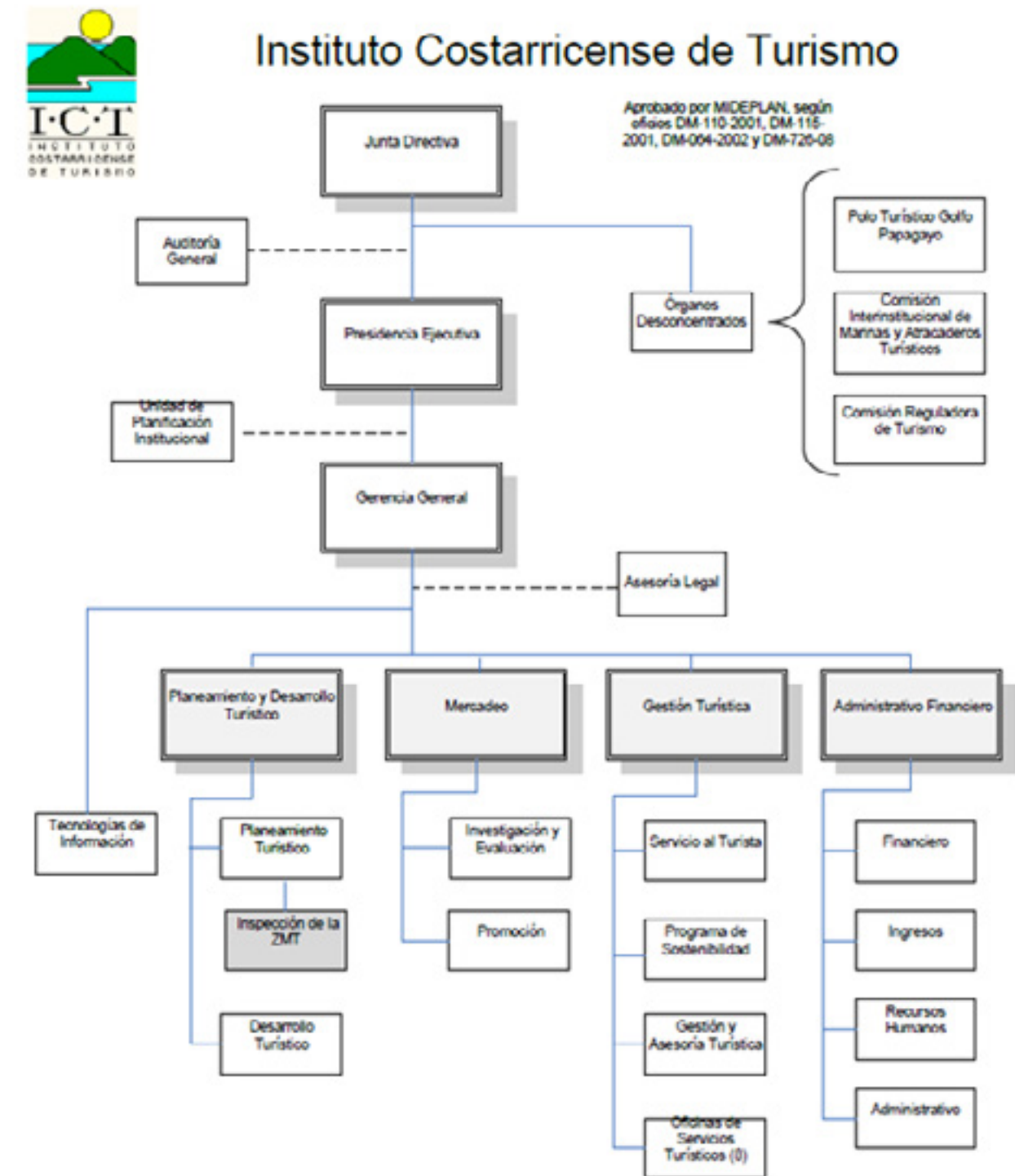
**INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO**

*esencial*<sup>®</sup>  
**COSTA  
RICA**

# ÍNDICE

Organigrama	03
Junta Directiva	04
Presidencia Ejecutiva	08
60 Aniversario	14
Auditoría General	18
Unidad de Planificación	26
Secretaría de Actas	30
Asesoría Legal	34
Dirección de Mercadeo	48
Dirección de Planeamiento	100
Dirección de Gestión Turística	126
Dirección Administrativa Financiera	154
Tecnologías de la Información	176
CIMAT	184
PAPAGAYO	192

# ORGANIGRAMA





**JUNTA  
DIRECTIVA**

*esencial*<sup>®</sup>  
**COSTA  
RICA**

# JUNTA DIRECTIVA



**Roberto Fernández  
Zelada**



**Leyla Solano  
Pacheco**

**Patricia Forero  
Cabezas**



**Rolando Campos  
Corrales**



**Gustavo Segura  
Sancho**

**Ceila Quintana  
Madriz**





**PRESIDENCIA  
EJECUTIVA**

*esencial*<sup>®</sup>  
**COSTA  
RICA**

# PRESIDENCIA EJECUTIVA

## TURISMO: MOTOR DE DESARROLLO

El turismo es el motor de desarrollo para la economía nacional. Esta actividad se ha convertido en una generadora de inversiones, empleo, así como la punta de lanza para la promoción de la identidad costarricense, la creación de emprendimientos y encadenamientos productivos y la superación de los pueblos.

Es así como el turismo está por todo el país, lo cual ha permitido que 150 mil personas trabajen directamente en la actividad turística y alrededor de 450 mil lo realicen de forma indirecta; es decir, aproximadamente 600 mil costarricenses encuentren en el turismo su modo de subsistencia, lo que representa casi el 27% de la fuerza laboral costarricense.

Además, el turismo constituye alrededor del 29% del total de exportaciones y aproximadamente el 20% del Producto Interno Bruto.

Con el paso de los años, Costa Rica se ha posicionado a la vanguardia en materia turística. El país ha marcado una clara diferenciación al implementar un modelo de desarrollo en el que la sostenibilidad vista de forma integral, representa la piedra angular del turismo en el país.

Aunado a esta visión, los atractivos turísticos dispersos por todo el territorio nacional han forjado una reputación consolidada del destino a nivel mundial, lo cual se entremezcla con la amplia diversidad de productos turísticos, el profesionalismo de la industria turística y la calidez de nuestra gente.

De esta manera, Costa Rica posee atributos invaluableles que le permiten competir cara a cara con los mejores destinos del mundo, en una olimpiada turística que ocurre todos los días, en la cual los países luchan por innovar y cautivar a esos turistas potenciales, brindando una oferta en la que los elementos diferenciadores son determinantes para la elección del mejor lugar que ofrezca una calidad inigualable en la experiencia turística.

Es así como nos hemos convertido en generadores de experiencias auténticas de viaje, lo cual repercute en que el país registre una de las estadías más largas del mundo y por ende un mayor gasto promedio.

Igualmente, gracias a ese posicionamiento en el 2015 Costa Rica contabilizó cifras que sobrepasan todos los registros estadísticos del ICT. Se contabilizaron más de 2.6 millones de llegadas internacionales por todos los puertos, para un crecimiento del 5,5% con respecto al 2014.

Además, la vía aérea registró más de 1.8 millones de llegadas internacionales, para un incremento del 8% manteniendo su posición como principal puerto de entrada al contabilizar casi el 70% de los turistas que ingresan al país. El Aeropuerto Internacional Juan Santamaría creció 6,7% y el

Aeropuerto Internacional Daniel Oduber registró un crecimiento del 12,6% en relación con el 2014.

Además, en el 2015 todos los mercados prioritarios para el país mostraron crecimientos muy importantes. Por primera vez Costa Rica registró la cifra histórica de un millón de estadounidenses que ingresaron por todos los puertos, lo que equivale a prácticamente el 40% del total de llegadas internacionales a nuestro país.

Igualmente, Europa mostró crecimientos importantes en el 2015. Se contabilizaron casi 400 mil europeos por todos los puertos y se registró una cifra superior a los 300 mil europeos que ingresaron a Costa Rica por la vía aérea.

El 2015 también fue un año inédito en materia de líneas aéreas. Cinco nuevas aerolíneas decidieron volar por primera vez al país.

De igual forma, logramos la segunda conexión aérea directa con el continente europeo y la primera en la historia con Reino Unido, por parte de British Airways, aerolínea que eligió a Costa Rica como el primer destino de Centroamérica.

Asimismo, como fruto de la Estrategia para la Atracción de Líneas Aéreas desarrollada por el ICT, se incorporaron nueve rutas que conectan a nuestro país con destinos de gran importancia y que anteriormente carecían de una conexión aérea.

Esta situación se complementa con el aumento de frecuencias por parte de seis aerolíneas, fortaleciendo las conexiones ya existentes y que han generado réditos importantes para las líneas aéreas y para nuestro país.

Además, por primera vez Costa Rica contabilizó más de 3 millones 300 mil asientos disponibles; 85% en el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría (más de 2 millones 800 mil) y 15% en el Aeropuerto Internacional Daniel Oduber (casi 500 mil). De esta forma, en el 2015 se contabilizaron alrededor de 270 mil asientos más que los registrados en el 2014.

Aunado a estos importantes logros, pusimos a caminar el proyecto del Centro Nacional de Congresos y Convenciones, convirtiéndolo en un tema prioritario para el propio Presidente de la República. Se nombró a un Gerente de Proyecto, eliminamos todos los pendientes, y logramos que antes de que finalizara el año se publicara la licitación para la construcción del mismo.

De igual forma, por primera vez contratamos para el periodo 2015-2016, la realización de estudios sobre los mejores prospectos en cuatro mercados europeos (Reino Unido, Alemania, Francia y España) y en cinco latinoamericanos (México, Brasil, Argentina, Colombia y Perú), con el fin de mejorar la inteligencia de mercado para obtener información fidedigna sobre los perfiles de los clientes actuales y potenciales que facilite la toma de decisiones.



Además, de forma inédita contratamos una agencia de relaciones públicas para el mercado Europeo. De esta manera, se coordinarán acciones directas y alianzas estratégicas en nuestros principales mercados de Europa (Reino Unido, Alemania, Francia y España). Paralelamente, con el desarrollo del turismo de reuniones, congresos y convenciones, trabajamos en el diseño y la comercialización de nuevos productos, que permitan aprovechar las ventajas comparativas para fortalecer el posicionamiento del país como destino turístico y a la vez impulsar mayores encadenamientos productivos, como el turismo social, bienestar, turismo rural y náutico

Afianzamos las relaciones con el sector privado, como aliados estratégicos para la toma de decisiones y este acercamiento ha sido vital para marcar las pautas del desarrollo turístico en Costa Rica.

Esto es solo una pincelada de logros que como institución y como país alcanzamos en el 2015, los cuales no son fruto de la casualidad. La visión innovadora que caracteriza a nuestra industria turística, nos ha permitido identificar las oportunidades con prontitud, lo que ha sido clave para el posicionamiento del país.

Todos los días nos enfrentamos a una agguerrida competencia y aunque Costa Rica ha sido merecedor de una posición de privilegio en esas olimpiadas turísticas, el mantenerse en el podio es una tarea que demanda dosis elevadas de creatividad, evadir las zonas de confort y esforzarse porque la calidad sea el pilar fundamental de cada una de las acciones ejecutadas en beneficio del país.

El 2015 definitivamente fue un año memorable, pero lejos de dormirse en los laureles, esta importante época de bonanza debe convertirse en un poderoso aliciente que marque la pauta para que los años venideros sean aun más retadores y prósperos, con el claro objetivo de que el turismo siga siendo el motor para el desarrollo de nuestro país.





**60°  
Aniversario**

*esencial*  
**COSTA  
RICA**

# 60 ° ANIVERSARIO

En el año 2015, se celebró los 60 años de historia del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y el impacto que esta institución ha tenido en el desarrollo turístico de Costa Rica. Durante seis décadas, nuestro país ha dado pasos agigantados en materia turística.

En gran medida, todo ello se debe a la labor que cumple el ICT, una institución creada el 9 de agosto de 1955 mediante la Ley 1917 y que se convirtió en Ministerio sin cartera en la administración del presidente Rafael Ángel Calderón Fournier (1990-1994), con Luis Manuel Chacón como primer jerarca.

La historia del ICT ha estado marcada por el impulso a promover al país como destino turístico y a la protección el patrimonio turístico con desarrollo sostenible.

Los grandes atributos naturales de nuestra tierra, representaban un recurso suficiente para asegurar la llegada de turistas internacionales a Costa Rica.

Sin embargo, ciertamente la perseverancia, creatividad e innovación históricamente se han posicionado como aspectos que identifican a nuestro sector. El cual bajo la sombrilla del ICT, asumió los retos con gran ahínco y pasó de ser una actividad empírica a una industria profesional, especializada, generadora de oportunidades de empleo, desarrollo e inversión, así como propulsora de emprendimientos y encadenamientos productivos, que potencian la superación de las comunidades y por ende, la economía del país.

Todo el que piensa en mejorar e innovar, amanece con nuevos retos cada día. Son muchos los que nos deparan en el horizonte: un mercado más competitivo, nuevas soluciones, crecimiento y por supuesto, más causas para apoyar.

Consecuentemente, la adaptación a ese proceso evolutivo, facilitó que el desarrollo turístico en Costa Rica, cumpliera con las demandas de un turista muy diferente al de hace 60 años. Así las cosas, el turismo es un importante motor para el desarrollo del país, no solo por lo que ha aportado en el pasado, sino por el gran potencial que tiene a futuro.





**AUDITORIA  
GENERAL**

*Agencia*  
**COSTA  
RICA**

# AUDITORÍA GENERAL

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

A continuación se presentan algunos de los proyectos desarrollados durante el período 2015 que nos han ayudado a mejorar la calidad y oportunidad de los servicios de auditoría, a la vez que hemos cumplido con lo que establece la normativa técnica aplicable.

## I. Actualización del Plan Estratégico de la Auditoría.

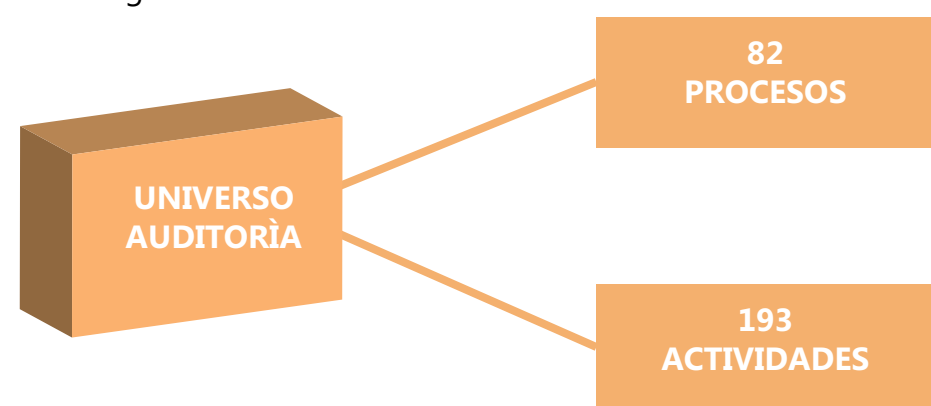
Las Normas para el Ejercicio de la Auditoría Interna en el Sector Público (NEAI) establecen que el Auditor Interno y los funcionarios de la Auditoría Interna, según proceda deben:

- Ejecutar un proceso sistemático para la planificación de la actividad de auditoría interna, el cual debe documentarse apropiadamente. Dicho proceso debe cubrir los ámbitos estratégico y operativo, considerando la determinación del universo de auditoría, los riesgos institucionales, los factores críticos de éxito y otros criterios relevantes.

- Establecer una planificación estratégica en la que se plasmen la visión, y la orientación de la auditoría interna, y que sea congruente con la visión, la misión y los objetivos institucionales. Con el propósito de cumplir con lo ordenado en dicha normativa se realizó una actualización de la planificación estratégica con fin de orientar la labor de la Auditoría a corto, mediano y largo plazo para hacer más eficiente la gestión, responder a las necesidades de la institución y medir el desempeño de la gestión.

## II. Universo de Auditoría

Como parte de la actualización del Plan Estratégico se verificó el universo auditable con el fin de definir y seleccionar técnicamente las áreas objeto de estudios de auditoría de conformidad con la estructura organizativa de la Institución, para lo cual se identificaron los diferentes procesos que conforman cada unidad administrativa, y se realizó una clasificación de los mismos, segmentando los de mayor riesgo e importancia para la institución, lo cual permitirá a la Auditoría Interna priorizar los estudios para incluirlos en los planes anuales de trabajo. De acuerdo con esta clasificación se identificó el siguiente universo auditable:



Tal y como lo establece la normativa la planificación estratégica de la Auditoría Interna debe ser congruente con la visión, la misión y los objetivos institucionales, por lo que se realizó el alineamiento de los estudios propuestos en el Universo de Auditoría con los objetivos del Plan Estratégico Institucional (PEI), con el propósito de que los objetivos y programas del PEI sean considerados en la ejecución de los estudios programados.

## III. Servicios de la auditoría interna

La Auditoría Interna define y ejecuta un Plan Anual de Trabajo basado en la planificación estratégica congruente con el universo auditable, que contribuya a que la Institución alcance sus objetivos, para lo cual utiliza un enfoque sistémico y profesional. Este plan se desarrolla y cumple mediante Servicios de Auditoría (Informes) y Servicios Preventivos (Asesoría, Advertencia y Autorización de Libros).

Para el periodo 2015 se elaboraron 52 servicios de la auditoría, clasificados de la siguiente forma:

Cuadro N° 1  
Servicios de la Auditoría Interna Realizados 2015

SERVICIOS	RELATIVO	ABSOLUTO
Servicios de la auditoría interna	88%	46
Atención de Denuncias	12%	6
TOTAL	100%	52

Fuente: Auditoría Interna, Control del Plan Anual de Trabajo 2015.

## IV. Resumen de los Servicios de la Auditoría

A continuación se presentan en forma resumida los servicios de auditoría y preventivos realizados por la Auditoría Interna durante el año 2015.

### Informes de los servicios de auditoría

NÚMERO	AÑO	ASUNTO	
AI-D	1	2015	Informe de Gestión 2014.
AI-S	2	2015	Informe sobre la verificación del cumplimiento de recomendaciones y sugerencias al 31 de diciembre de 2014.
AI-E	3	2015	Prestación de servicios por parte de terceros y el Proceso de TI.
AI-E	5	2015	Evaluación de la superior y general vigilancia de la ZMT.
AI-E	6	2015	Convenios Institucionales.
AI-E	7	2015	Planeación Estratégica de la Auditoría Interna.
AI-E	8	2015	Fondo de Garantías de los Empleados del ICT.
AI-F	9	2015	Cuenta de gastos por servicios.
AI-E	12	2015	Estudio Técnico de Recursos de la Auditoría Interna
AI-E	15	2015	Autoevaluación de la Calidad de la Auditoría Interna.
AI-E	18	2015	Modificación PAT 2015.
AI-E	20	2015	Conciliaciones Bancarias.
AI-E	23	2015	Elaboración del Plan anual de Trabajo 2016.

### Informes de servicios preventivos

NÚMERO	AÑO	NOMBRE DEL SERVICIO PREVENTIVO	
AI-Ad	1	2015	Donación y préstamo de activos Institucionales mediante convenios de cooperación.
AI-Ad	2	2015	Cumplimiento de acuerdo de JD y gestión administrativa trámite de revisión de SMS Proveeduría.
AI-Ad	3	2015	Elementos de control y seguimiento en los tramites de contratación Administrativa realizados mediante Mer-Link.
AI-Ad	4	2015	Legalización de libros en formato electrónico.
AI-Ad	5	2015	Metodología del SEVRI 2015.
AI-AI	6	2015	Sobre cierre y apertura de libros de actas CAETI.
AI-AI	7	2015	Cierre y Apertura de Libros de Actas
AI-Ad	8	2015	Gestión de proyectos de inversión pública.
AI-As	9	2015	Directriz emitida por la CGR para normar dotación de recursos para las Auditorías.
AI-AI	10	2015	Custodia y Resguardo de Actas
AI-Ad	12	2015	SEVRI
AI-Ad	13	2015	Autoevaluación del sistema de Control Interno
AI-Ad	14	2015	Pago vacaciones periodos anteriores
AI-AI	15	2015	Cierre y apertura de libros de actas Fondo Jubilaciones
AI-AI	16	2015	Cierre y apertura de actas de Junta Directiva
AI-AI	17	2015	Cierre y apertura de actas de CIMAT
AI-Ad	18	2015	Revisión de procedimiento de expedición de carnets de Guías de Turismo
AI-Ad	20	2015	Infraestructura Tecnológica (Dirección Tecnológica)
AI-Ad	21	2015	Denuncias por presuntas irregularidades en la ZMT
AI-Ad	22	2015	Servicio Preventivo sobre el "Plan de Prevención y Atención de Emergencias" del Instituto.
AI-AI	23	2015	Cierre y apertura de actas de la Comisión Reguladora de Incentivos Turísticos.
AI-AI	24	2015	Cierre y apertura de actas de la Comisión Reguladora de Incentivos Turísticos.
AI-Ad	25	2015	Aspectos de control interno en el Muelle Turístico de Puntarenas
AI-AI	26	2015	Cierre y apertura de actas del Comité Asesoría Estratégica en Tecnologías de Información
AI-AI	27	2015	Cierre y apertura de actas de Junta Directiva
AI-Ad	28	2015	Gastos de alimentación en las sesiones de órganos colegiados
AI-Ad	29	2015	Cumplimiento de sugerencia P-1173-2014 de Tesorería Nacional
AI-AI	30	2015	Cierre de Libro de Actas Asamblea ASOICT
AI-AI	31	2015	Cierre del Libro Diario de la ASOICT
AI-AI	32	2015	Cierre del Libro de actas de la Junta Directiva de la Asociación Solidarista de Empleados

NÚMERO	AÑO	NOMBRE DEL SERVICIO PREVENTIVO	
AI-AI	34	2015	Cierre Libros Licitaciones Restringidas
AI-AI	35	2015	Autorización folios adicionales para cierre Tomo 1
AI-AI	36	2015	Cierre de Libro de la Comisión de Recomendación de Adjudicaciones.
AI-AI	37	2015	Cierre de Libros Fondo de Jubilaciones
AI-AI	38	2015	Cierre Libro Comisión Normas CI para el Sector Público
AI-Ad	40	2015	Parqueo externo ICT
AI-AI	41	2015	Cierre y Apertura del libro de actas de la Comisión Institucional de Implementación NICSP.

#### V. Valor agregado

De conformidad con sus competencias la Auditoría Interna durante el año 2015, realizó estudios en diferentes procesos sobre los cuales se emitieron 79 recomendaciones y sugerencias, adicionalmente, se realizaron otras actividades de apoyo institucional. Se promovieron mejoras para el cumplimiento del marco de legalidad, la efectividad de los procesos institucionales, valoración de riesgo, control y procesos de dirección, con el afán de contribuir a que la Institución cumpliera sus objetivos.

A continuación se resumen los asuntos relevantes producto de los estudios realizados y otras acciones de la Auditoría Interna:

#### Asuntos relevantes sobre dirección:

De las actividades realizadas en el periodo 2015 se procedió a capacitar al personal de auditoría interna en materia de Gobierno Corporativo, con el objetivo de planificar proyectos que ayuden a desarrollar el Instituto en el tema. Adicionalmente se colaboró en la coordinación de capacitación sobre indicadores de desempeño al "Comité de Planificación estratégica", lo cual generó una sensibilización y entendimiento global sobre la relevancia de la elaboración de métricas para realizar mejoras en los procesos que permitan alcanzar los objetivos estratégicos y sobre lo cual se han tomado iniciativas en el Instituto.

#### Asuntos relevantes sobre exposición al riesgo y control:

Como parte del proceso de auditoría en cada uno de los estudios realizados en el periodo 2015, se valoraron los riesgos asociados a los procesos auditados, su impacto sobre los objetivos y metas institucionales y los controles establecidos para mitigar riesgos. Como resultado, se evaluó el riesgo de malversación de activos revisando y sugiriendo los controles respectivos, así como controles asociados a activos en convenios institucionales, controles sobre gastos de alimentación, etc. También para mitigar riesgos sobre la información mediante la evaluación de controles asociados a la custodia y resguardo de libros de actas, además de recomendaciones en el área de fondo de garantías de los empleados y en Tesorería sobre las proyecciones de flujos de caja y conciliaciones bancarias en aras de mejorar la oportunidad de la información. Se emitieron recomendaciones sobre el Sistema de Evaluación Valoración Riesgo (SEVRI) y Autoevaluación del Sistema Control Interno (ASCI) los cuales son sistemas relevantes en materia de gestión de riesgos, y como resultado el departamento de "Planificación" se realizó una capacitación, donde se instó a los colaboradores sobre el funcionamiento y la importancia de las herramientas promoviendo el perfeccionamiento del sistema de control interno institucional.

### Asuntos relevantes sobre la eficiencia, efectividad y economía de los procesos institucionales

Se logró mejorar la eficacia, eficiencia y economía mediante la mejora en los controles, actualización de procedimientos e implementación de acciones correctivas en algunos procesos. Entre ellos la evaluación de elementos de control y seguimiento en los trámites de contratación administrativa para mejorar los plazos y calidad de las mismas.

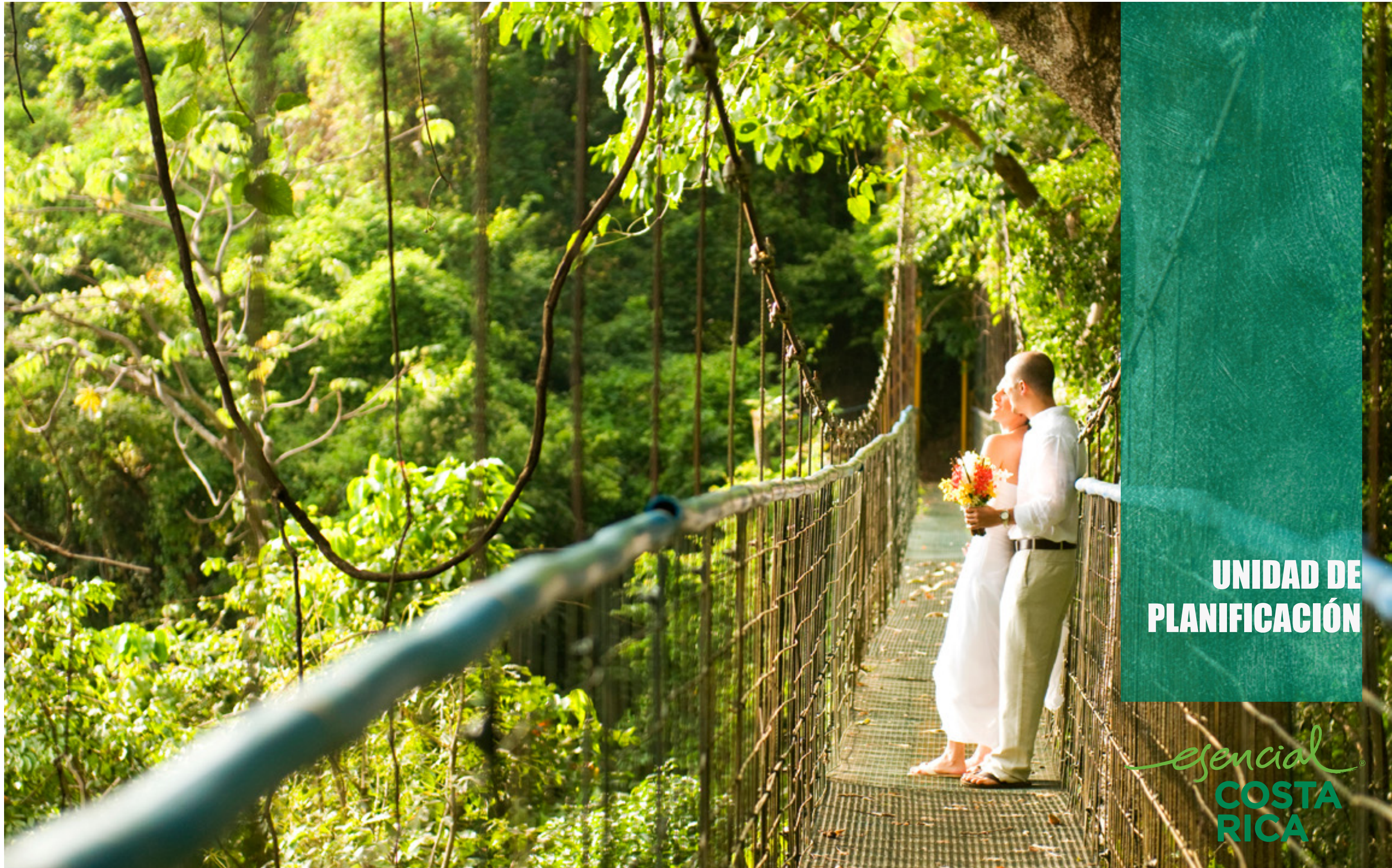
Otros estudios tuvieron como resultado evaluar y sugerir controles para mejorar los servicios al público (turistas o usuarios) y promover el desarrollo sostenible como por ejemplo en los controles y procedimientos asociados a guías turísticas, sobre actividades a desarrollar en el Muelle turístico de Puntarenas, y sobre las inspecciones en las zonas marítimo terrestres.

Asimismo, se hicieron aportes relacionados con la potencialización del uso de tecnologías de información en la gestión de la Institución, en temas tales como: implementación del documento electrónico, digitalización de documentos para lograr un ahorro en suministros y coadyuvar en el flujo de información eficiente, así como recomendaciones sobre análisis de la infraestructura tecnológica y los tiempos para mejorar la eficiencia en los servicios de tecnología.

### Asuntos relevantes sobre normativas

Se propusieron acciones para mitigar el riesgo de imagen institucional y posibles sanciones mediante el alineamiento de procedimientos con normativas. Por ejemplo: la recomendación de la elaboración de planes de prevención para cumplir con la Ley Nacional de Emergencias y Prevención, desarrollo de mecanismos para asegurarse del cumplimiento a Ley de Zona Marítimo Terrestre, y otras recomendaciones asociadas a procedimientos para cumplir con normativa interna del Instituto como por ejemplo el "Reglamento Financiero", "Manual para aprobación y ejecución de convenios", etc.





**UNIDAD DE  
PLANIFICACIÓN**

*esencial*  
**COSTA  
RICA**

# 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.

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

En el marco descrito, le correspondió a la UPI dirigir y coordinar los procesos de seguimiento y evaluación del cumplimiento institucional de las políticas y metas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico (PND) de manera trimestral, haciendo por ende cuatro en el año 2015, así como la Evaluación y seguimiento del PAO mediante dos informes semestrales presentados a la Contraloría General de la República y cuatro informes trimestrales para la Gerencia General. Asimismo se lideró a nivel institucional la elaboración del PAO 2016.

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

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

Proyectos del 2015: Se dio continuidad a la cooperación que se gestiona con México desde el 2013, para el Sistema de Información Turística, Seguridad y Sostenibilidad (este último en doble vía). Además, se hizo intercambio de experiencias con el departamento de Meta en Colombia en materia de sostenibilidad y a instancias de la Presidencia Ejecutiva se recomendó una iniciativa de cooperación entre Alemania, Costa Rica y Túnez en materia de sostenibilidad.

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

Manuales de Procedimientos:

Se recibió un total de 16 solicitudes de revisión de manuales de procedimientos, de los cuales se emitieron 12 criterios positivos con la recomendación del trámite de aprobación, se devolvieron 4 solicitudes con observaciones.

Los criterios Positivos emitidos fueron: 1 procedimiento del Fondo de Garantías, 1 Procedimiento del Departamento Financiero - Oficinas de Pagos, 1 Procedimiento de la Dirección de Gestión, 2 solicitud del Departamento de Gestión y Asesoría Turística, 2 Contraloría de Servicios, 1 Dirección de Mercadeo, Departamento de Ingresos, 1 Unidad de Planificación, 1 Departamento de Planeamiento Turístico, 1 Departamento de Proveeduría.

Reorganizaciones: Se analizó un total de 2 propuestas de reorganización parcial, una la Dirección de Mercadeo, con criterio positivo; una del Departamento de Certificaciones y Responsabilidad Social Turística e implementación de la reorganización en proceso por prórroga.

Control Interno: Se coordinó la autoevaluación del Sistema de Control Interno del ICT y el Proceso de Autovaloración de Riesgos Institucionales (SEVRI), así como la elaboración de los respectivos Informes Institucionales, en cumplimiento de la Ley General de Control Interno 8292. Además se realizó un informe específico sobre riesgos del Proyecto Centro Nacional de Congresos y Convenciones y se presentó la estrategia de implementación de doce sugerencias de fortalecimiento del Sistema de Control Interno y Riesgos del ICT contenidas en los Servicios Preventivos AI-Ad-12-2015 y AI-Ad-13-2015.

Secretaría Técnica del Equipo GERencial de Control Interno y Riesgos: La UPI también fungió durante el 2015 como Secretaría Técnica del Equipo Gerencial de Control Interno y Riesgos (ente asesor para la Administración compuesto por los Líderes de los cuatro Macroprocesos del ICT, Líder de Tecnologías de Información y Gerencia), por lo cual preparó las agendas y documentos a analizar en cada una de las sesiones del equipo gerencial, así como realizó todas aquellas acciones propias de una secretaria. También se preparó la justificación técnica para la suspensión temporal del EGCIR durante el 2016.





**SECRETARÍA  
DE ACTAS**

*esencial*  
**COSTA  
RICA**

# SECRETARÍA DE ACTAS

## Aspectos Generales:

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

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

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

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

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

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

## Junta Directiva:

En el año 2015 se realizaron un total de 41 sesiones de Junta Directiva (de la N° 5873 de fecha 07 de enero a la N° 5914 del 17 de diciembre).

Respecto a los acuerdos tomados, durante este año se dictaron 431 resoluciones, ejecutándose al final del año aproximadamente el 85 %.

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

## Consejo Director Polo Turístico Golfo Papagayo:

El Consejo Director del Polo Turístico Golfo de Papagayo sesionó en 21 ocasiones, iniciando en fecha 14 de enero y finalizando el 30 de noviembre de 2015. El Consejo Director del PTGP tomó 138 acuerdos, al final del año se había ejecutado aproximadamente el 98%

Comisión Reguladora de Turismo de Incentivos Turísticos, Ley 6990:

En el año 2015 la Comisión Reguladora celebró un total de 7 sesiones (de la N° 825 de fecha 09 de febrero a la N° 831 del 07 de diciembre, de las cuales todas fueron ordinarias.

La Comisión Reguladora de Incentivos Turísticos, tomó 77 acuerdos, al final del año se habían ejecutado aproximadamente el 62%.

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

En el año 2015 la Comisión Reguladora celebró un total de 10 sesiones (de la N° 174 de fecha 13 de febrero a la N° 183 del 17 de diciembre. Dicha Comisión tomo 100 acuerdos, ejecutándose al final del año el 75%.

## Comité Mixto de Mercadeo

A partir del mes de abril del 2014, la Secretaría de Actas inicia con el apoyo al Comité Mixto de Mercadeo, quienes se reunieron en 9 ocasiones, siendo la Sesión N° 01 de fecha 24 de abril, concluyendo el año con la sesión del 10 de diciembre. Se tomaron 18 acuerdos, para un nivel de ejecución del 80 %.

El Comité Mixto de Mercadeo se reunieron en 10 ocasiones, celebrándose la Sesión N° 01 el 10 de febrero, concluyendo el año con la sesión del 16 de diciembre. Se tomaron 18 acuerdos, para un nivel de ejecución del 75 %.

De esta forma se da por cumplido el Objetivo 5.1.12, Meta 5.1.12.1 del PAO 2015.





**ASESORÍA  
LEGAL**

*esencial*<sup>®</sup>  
**COSTA  
RICA**

# ASESORÍA LEGAL

## A.- Principales labores de esta Asesoría.

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

## B.- Labores realizadas durante el año 2015

### 1.- Asesoría a órganos colegiados del Instituto.

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

### 2.- Consultas.

Esta Asesoría legal como parte de su función asesora, atendió durante el 2015, un número aproximado de 2329 consultas. Lo anterior al margen de las consultas telefónicas y vía electrónica que a diario se atienden en las diferentes áreas y sobre diversos temas.

### 3.- Contratación Administrativa y Convenios de Cooperación.

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

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

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

ACTIVIDAD	CONTRATOS	CONVENIOS	LICITACIONES	REFERENDO INTERNO	CONSULTA O CONTRALORÍA
CANTIDAD	3	31	33	50	0

ACTIVIDAD	AUTORIZACIONES CONTRALORÍA	REFERENDOS, CONTRATO CONTRALORÍA	REFERENDO, CONVENIO CONTRALORÍA	CONSULTAS
CANTIDAD	0	0	0	64

### 4.- Actualización de Normas.

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

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

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

3.- Compendio de Normas donde el ICT participa en Comisiones Externas.

Adicionalmente, se mantiene informada de forma escrita a la Gerencia General, sobre cualquier ley, reglamento, directriz de gobierno, relativo a las Instituciones Autónomas.

ACTIVIDAD	Información sobre Normas que involucran Instituciones Autónomas	Actualizaciones en Compendio Normas que regulan las Empresas Turísticas	Actualizaciones en Compendio Normas Internas	Actualizaciones en Compendio Comisiones Externas.
CANTIDAD	32	2	0	6

5.- Página Web del ICT:

Se brinda colaboración al encargado de la página web, remitiendo el nuevo texto a efecto de mantener las leyes y reglamentos de la página en forma actualizada.

<b>ACTIVIDAD</b>	RECOMENDACIONES DE ACTUALIZACIÓN
<b>CANTIDAD</b>	2

6.- Juicios.

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

<b>ACTIVIDAD</b>	Juicios Monitorios (Cobro Judicial)	Juicios de Transito	Juicios Laborales
<b>CANTIDAD</b>	186	2	1

<b>ACTIVIDAD</b>	Juicios de Lesividad	Acciones de Inconstitucionalidad, amparos y habeas corpus	Procesos Contenciosos bajo la Ley de Jurisdicción Contencioso Administrativa
<b>CANTIDAD</b>	0	4	9

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

En aplicación de la Ley N° 6990, denominada Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico, del Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas y el Reglamento a la Ley Reguladora de Agencias de Viajes que respaldan la Declaratoria y Contrato Turístico que se otorgan a las empresas turísticas previstas en dichas regulaciones, esta Asesoría Legal se encarga de la revisión de los requisitos estrictamente legales que deben de cumplirse para obtener la Declaratoria Turística y el Contrato Turístico mencionados; así como para la acreditación de cambios de propietario, apoderados, razón social, nombre comercial, domicilio, renuncia de la declaratoria. A continuación, se resume el trabajo desarrollado en este sentido durante el año 2014.

<b>ACTIVIDAD</b>	Solicitud Declaratoria Turística	Solicitud Acreditación Cambio de Nombre Comercial	Solicitud Acreditación Cambio Razón Social	Solicitud Acreditación Cambio Propietario	Solicitud Acreditación Cambio Apoderados
<b>CANTIDAD</b>	134	19	3	12	18

<b>ACTIVIDAD</b>	Solicitud Acreditación Cambio de Domicilio	Solicitud de Contrato Turístico	Solicitud Acreditación de Renuncia Voluntaria Declaratoria Turística	Consultas en materia de declaratoria turística	Consultas en materia de contrato Turístico
<b>CANTIDAD</b>	16	8	12	8	6

<b>ACTIVIDAD</b>	Revisión de borradores de Fideicomisos, adenda, y contrato turístico
<b>CANTIDAD</b>	5

8.- Consultas y revisión de requisitos legales en gestiones relativas a zona marítimo terrestre.

En aplicación de la Ley N° 6043, Ley sobre la Zona Marítimo Terrestre y su Reglamento, se revisan expedientes de concesiones, cesiones y prórrogas, así como solicitudes para autorización para dar en garantía derechos de concesión. De igual forma, se atienden consultas de municipalidades con jurisdicción en zona marítimo terrestre y de particulares. Así las cosas, a continuación, se presenta el resumen del trabajo desarrollado en este sentido durante el año 2015.

<b>ACTIVIDAD</b>	Concesiones nuevas aprobadas	Cesiones de concesión aprobadas	Prórrogas de Concesión aprobadas	Denegatoria de aprobación	Ejecución de garantía sobre concesión (Acreedor Ejecutante)
<b>CANTIDAD</b>	30	5	12	108	0

ACTIVIDAD	Atención de Consultas	Estudio de antecedente de dominio	Autorización para dar en garantía	Trámite de denuncias según procedimiento establecido
<b>CANTIDAD</b>	37	6	2	0

9- Recaudación de tributos.

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

Para ejecutar esta labor, fue necesario efectuar investigaciones y estudios registrales, confección y tramitación de los juicios en instancias civiles y penales, estudio de expedientes y consultas directas a los interesados, así como confección de documentos de arreglos de pago a que se llegue con los mismos. A continuación, se resume la labor desarrollada en este sentido por la Asesoría Legal durante el año 2015.

ACTIVIDAD	Arreglos de Pago	Juicios Activos	Juicios terminados	Juicios con sentencia firme
<b>CANTIDAD</b>	1	186	31	79
<b>MONTO RECUPERADO</b>	Se realiza la revisión y se recupera por mensualidades	¢ 625.440.028,12	¢52.242.96281	¢453.367.020,62

ACTIVIDAD	Estudios Registrales de bienes muebles e inmuebles	Nuevas demandas	Liquidaciones de intereses y costas procesales	Honorarios liquidados	Declarados incobrables
<b>CANTIDAD</b>	59	22	97	97	53

10.- Asamblea Legislativa.

Se prepararon criterios legales y sus documentos de respuestas a fin de manifestar la posición institucional frente a consultas de la Asamblea Legislativa sobre 43 proyectos de ley. Esto es, específicamente con relación a los proyectos de ley que corresponden a los siguientes títulos y números de expediente:

NOMBRE DEL PROYECTO DE LEY	NUMERO DE EXPEDIENTE
"LEY PARA LA EDUCACIÓN DUAL".	Expediente N° 19378
"LEY PARA ADICIONAR UN TRANSITORIO I A LA LEY REGULADORA DE LOS DERECHOS DE SALIDA DEL TERRITORIO NACIONAL, N° 8316 DE 24 DE OCTUBRE DE 2002 Y SUS REFORMAS".	Expediente N° 19317
LEY DE CREACIÓN DE UN RÉGIMEN ESPECIAL PARA EL OTORGAMIENTO DE CONCESIONES EN TERRITORIOS COSTEROS COMUNITARIOS Y TERRITORIOS INSULARES COMUNITARIOS (Anteriormente denominado: LEY DE TERRITORIOS COSTEROS COMUNITARIOS)".	Expediente N° 18148
"LEY QUE DECLARA DE INTERÉS PÚBLICO EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL DISTRITO DE BIOLLEY DEL CANTÓN DE BUENOS AIRES".	Expediente N° 18979
"LEY QUE CONDONA EL PAGO DEL IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS, INTERESES Y MULTAS A LAS EMPRESAS TURÍSTICAS PRODUCTO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE CENTROS DE RECREO Y SIMILARES"	Expediente N° 19.408
"REFORMAS DEL CÓDIGO DE TRABAJO, LEY N.º 2 DE 27 DE AGOSTO DE 1943 Y SUS REFORMAS"	Expediente N° 19.306
"LEY PARA LA INVESTIGACIÓN, REGULACIÓN Y CONTROL DE LAS PLANTAS CANNABIS Y CÁÑAMO PARA USO MEDICINAL, ALIMENTARIO E INDUSTRIAL".	Expediente N° 19256
"LEY PARA LA EDUCACIÓN DUAL".	Expediente N° 19378
"REFORMA DEL INCISO D) DEL ARTÍCULO 7, DE LA LEY DE INCENTIVOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO, N° 6990, DEL 15 DE JULIO DE 1985 Y SUS REFORMAS".	Expediente N° 19258
"REFORMA ARTÍCULO 1 DE LA LEY N° 9073, PROTECCIÓN A LOS CIUDADANOS OCUPANTES DE ZONAS CLASIFICADAS COMO ESPECIALES".	Expediente N° 18977
"LEY DE CREACIÓN DEL CONSEJO NACIONAL DE DISCAPACIDAD".	Expediente N° 18547.
"LEY DE LÍMITES A LAS REMUNERACIONES TOTALES EN LA FUNCIÓN PÚBLICA".	Expediente N° 19156.

NOMBRE DEL PROYECTO DE LEY	NUMERO DE EXPEDIENTE
"REFORMAS DEL CÓDIGO DE TRABAJO, LEY N° 2 DE 27 DE AGOSTO DE 1943 Y SUS REFORMAS".	Expediente N° 19306.
"LEY DE NAVEGACIÓN ACUÁTICA	Expediente N° 18512.
"LEY QUE CONDONA EL PAGO DEL IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS, INTERESES Y MULTAS A LAS EMPRESAS TURÍSTICAS PRODUCTO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE CENTROS DE RECREO Y SIMILARES".	Expediente N° 19408.
"APROBACIÓN DEL MEMORANDUM DE ENTENDIMIENTO EN COOPERACIÓN EN ECOTURISMO ENTRE EL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA Y EL GOBIERNO DE LA MANCOMUNIDAD DE DOMINICA".	Expediente N° 19453.
"LEY DE CONTROL FINANCIERO DE LOS PRESUPUESTOS PÚBLICOS, TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD FISCAL".	Expediente N° 19406.
"LEY DE PROTECCIÓN DEL BIENESTAR DE LOS HABITANTES EN LA ZONA MARÍTIMO TERRESTRE (ZMT) Y DE GARANTÍAS AMBIENTALES SOBRE EL PATRIMONIO NATURAL DEL ESTADO".	Expediente N° 19444.
"LEY PARA EL CONTROL DE POBLACIONES DE INSECTOS VECTORES DE ENFERMEDADES".	Expediente N° 19398
"FONDO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL BICENTENARIO".	Expediente N° 18970.
"LEY DE GOBIERNO Y TECNOLOGÍAS DIGITALES".	Expediente N° 19112
"LEY DE FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DE COBRO DE LA CAJA COSTARRICENSE DE SEGURO SOCIAL Y RESPONSABILIDAD NACIONAL CON LA SEGURIDAD SOCIAL". (TEXTO ACTUALIZADO AL 22 DE ABRIL DE 2015 CON EL TEXTO SUSTITUTIVO APROBADO EN EL TERCER INFORME DE MOCIONES DE FONDO VÍA ARTÍCULO 137 DEL REGLAMENTO DE LA ASAMBLEA LEGISLATIVA)	Expediente N° 18329.
"LEY DE RÉGIMENES DE EXENCIONES Y NO SUJECCIONES DEL PAGO DE TRIBUTOS, SU OTORGAMIENTO Y CONTROL SOBRE SU USO Y DESTINO".	Expediente N° 19531.
"CREACIÓN DEL IMPUESTO A LAS PERSONAS JURÍDICAS".	Expediente N° 19505.

NOMBRE DEL PROYECTO DE LEY	NUMERO DE EXPEDIENTE
"LEY DEL REFUGIO DE VIDA SILVESTRE OSTIONAL".	Expediente N° 18939
"REFORMA DE LOS ARTÍCULOS 2 Y 8 DE LA LEY MARCO PARA LA DECLARATORIA DE ZONA URBANA LITORAL Y SU RÉGIMEN DE USO Y APROVECHAMIENTO TERRITORIAL, N° 9221 DE 25 DE ABRIL DE 2014".	Expediente N° 19147.
"LEY DE MODIFICACIÓN DE LOS ARTÍCULOS 1, 2 Y 6 DE LA LEY REGULADORA DE LOS DERECHOS DE SALIDA DEL TERRITORIO NACIONAL, N° 8316, PARA EL FORTALECIMIENTO DEL COMITÉ OLÍMPICO NACIONAL".	Expediente N° 19468.
"LEY PARA EL MANEJO Y DESARROLLO INTEGRAL DE LA CUENCA DEL RÍO BARRANCA DE PUNTARENAS	Expediente N° 19421
"LEY DE CREACIÓN DEL CANTÓN ECOLÓGICO DE CORCOVADO, CANTÓN N° 12 DE LA PROVINCIA DE PUNTARENAS".	Expediente N° 18618.
"LEY PARA PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA Y EL CONTROL POLÍTICO EFECTIVO DEL GASTO EN LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS".	Expediente N° 19489
"LEY DE EFICIENCIA EN LA ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS PÚBLICOS".	Expediente N° 19555.
"LEY PARA IMPULSAR LA VENTA DE SERVICIOS, BIENES COMERCIALIZABLES Y ARRENDAMIENTO DE BIENES POR PARTE DE LAS ASOCIACIONES PARA EL DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES, A LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA MEDIANTE LA REFORMA A VARIAS LEYES".	Expediente N° 19325
"APROBACIÓN DEL ACUERDO MARCO DE COOPERACIÓN ENTRE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA Y PALESTINA".	Expediente N° 19482.
"INTERPRETACIÓN AUTÉNTICA DE LOS INCISOS H) E I) DEL ARTÍCULO 22 BIS DE LA LEY N.º 7494, DE 2 DE MAYO DE 1995 Y SUS REFORMAS, LEY DE CONTRATACIÓN ADMINISTRATIVA".	Expediente N° 18791.
"APROBACIÓN DEL ACUERDO MARCO DE COOPERACIÓN ENTRE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA Y PALESTINA".	Expediente N° 19482.

NOMBRE DEL PROYECTO DE LEY	NUMERO DE EXPEDIENTE
"PROGRAMA DE APOYO Y REACTIVACIÓN DE LAS MIPYMES DEL SECTOR TURISMO COSTARRICENSE". (Aplicada moción N° 02 aprobada en la Sesión N° 10 de fecha 13 de agosto del año 2015)	Expediente N°19650.
"LEY DE GESTIÓN DE LA SUBSECUENCIA DEL RÍO PEÑAS BLANCAS".	Expediente N° 19486.
LEY PARA MEJORAR LA LUCHA CONTRA EL FRAUDE FISCAL.	Expediente N°19245.
LEY MARCO DE LA ECONOMÍA SOCIAL SOLIDARIA.	Expediente N°19654.
APROBACIÓN DEL "PROTOCOLO DE ENMIENDA DEL ACUERDO DE MARRAKECH POR EL QUE SE ESTABLECE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO", HECHO EN GINEBRA EL 27 DE NOVIEMBRE DE 2014; Y SU ANEXO (ACUERDO SOBRE FACILITACIÓN DEL COMERCIO)"	Expediente N° 19711
LEY QUE MODIFICA EL INCISO H) DEL ARTÍCULO 3 DE LA LEY ORGÁNICA DE LA PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA, LEY N.° 6815, DE 27 DE SETIEMBRE DE 1982	Expediente N° 19439

11.-Procedimientos Administrativos.

En el año 2015, esta Asesoría Legal, designada por la Gerencia o Junta Directiva como órgano director, tramitó procedimientos administrativos disciplinarios y otros procedimientos ordinarios contra funcionarios o terceros, lo que implica principalmente el seguimiento del expediente, realización de comparencias orales, valoración de pruebas documentales y testimoniales, contestación de recursos y redacción del informe final para el órgano decisorio.

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

<b>ACTIVIDAD</b>	Investigaciones Preliminares	Procedimientos Administrativos disciplinarios	Asesoría al Departamento de Gestión y Asesoría Turística en Audiencias de Procedimientos Administrativos por incumplimiento en materia de Declaratoria y Contrato Turístico	Criterio para la Comisión Nacional de Acreditación del Programa certificación para la Sostenibilidad Turística (CST)
<b>CANTIDAD</b>	3	4	42	81

<b>ACTIVIDAD</b>	Informes a Junta Directiva sobre apelaciones en procedimientos administrativos.	Informes a la Gerencia sobre otros procedimientos	Criterio para la acreditación del Programa Marca País	Procedimientos Registrales para inscripción de marcas
<b>CANTIDAD</b>	4	36	22	3

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

Esta Asesoría, por encargo de los órganos superiores del Instituto, presentó ante la Contraloría General de la República una solicitud de autorización de contratación directa de empresa de relaciones públicas para el Mercado Nacional

13.- Redacción de Reglamentos.

Como parte de nuestra actividad procedemos a la redacción de reglamentos, así como las modificaciones a la reglamentación interna y externa relacionada con la materia turística. En el año 2015, se redactaron, revisaron y complementaron los borradores de las iniciativas que se detallan en el cuadro adjunto.

I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE
REFORMA AL DECRETO EJECUTIVO: N° 24863- H- TUR DEL 05 DE DICIEMBRE DE 1995 Y SUS REFORMAS, "REGLAMENTO LEY DE INCENTIVOS PARA EL DESARROLLO TURISTICO "	REGLAMENTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA ACTIVIDAD TURISTICA	"DECLARATORIA DE INTERÉS TURÍSTICO, Y NACIONAL DEL X-AIR CHALLENGE 2015 COSTA RICA AIR SHOW"	REFORMA AL REGLAMENTO A LA LEY DE PESCA
REFORMA AL ARTICULO 4 DEL DECRETO EJECUTIVO N° 36223- MOPT- TUR TRANSPORTE DE TURISMO.		REFORMA AL ARTICULO 29 DEL DECRETO EJECUTIVO n° 38295 DEL 15 DE ENERO DEL 2014, TARIFAS POR DERECHOS DE INGRESO Y OTROS SERVICIOS OFRECIDOS EN LAS AREAS SILVESTRES PROTEGIDAS BAJO LA ADMINISTRACIÓN DEL SISTEMA NACIONAL DE AREAS DE CONSERVACION.	REFORMA AL REGLAMENTO DE GUIAS.

14.- Polo Turístico de Papagayo.

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

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

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

ACTIVIDAD	Criterios Legales	Criterios Sobre solicitudes cesiones parciales	Contratos y Addendum a contratos de concesión	Traspaso de capital social y nuevos apoderados	Sometimientos en garantía	Fusiones por absorción
CANTIDAD	12	03	07	43	01	0

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





**Subgerencia  
de Mercadeo**

*esencial*<sup>®</sup>  
**COSTA  
RICA**

# SUBGERENCIA DE MERCADEO

## 1. ACCIONES A NIVEL INTERNACIONAL:

### 1.1 Campañas Cooperativas:

En el año 2015, el Área de Campañas Cooperativas alcanzó un total de 36 campañas cooperativas aprobadas y/o en ejecución.

En el siguiente Gráfico, se puede observar la cantidad de campañas cooperativas ejecutadas y/o aprobadas, según mercados de interés.



A continuación, se presenta la lista de campañas cooperativas aprobadas y/o en ejecución en este año.

Cuadro #1: Mercadeo. Lista de Campañas Cooperativas aprobadas y/o en ejecución, 2015.

Mercado	Nombre de la Campaña Cooperativa
Estados Unidos y Canadá	1. Sunwing Travel Group (Canadá)
	2. Holbrook Travel Inc. (Estados Unidos)
	3. Flight Centre (Liberty/Gogo) (Estados Unidos)
	4. Classic Vacations (Estados Unidos)
	5. Pleasant Holidays LLC. (Estados Unidos)
	6. Air Canada Vacations (Canadá)
	7. Latour (Estados Unidos)
	8. Orbitz Worldwide
	9. Apple Vacations

Mercado	Nombre de la Campaña Cooperativa
Latinoamérica, Europa y otros mercados de interés	1. La Cuarta Isla (España, Europa)
	2. Viajes el Corte Inglés (España, Europa)
	3. Chameleon Worldwide (UK, Europa)
	4. Voyages Jules Verne (*) (UK, Europa)
	5. Flex Travel (Suiza, Europa)
	6. Nivana Turismo (Brasil, Latinoamérica)
	7. Mega Travel (México, Latinoamérica)
	8. Eastern Travel and Tours (Noruega, Europa)
	9. TUI Ambassador Tours (España, Europa)
	10. Hayes & Jarvis Specialist Holidays (UK, Europa)
	11. Cox & Kings (UK, Europa)
	12. Dertour (Alemania, Europa)
	13. MCCM Master Cruises (Suiza, Europa)
	14. Welcome Surf Trips (Brasil, Latinoamérica)
	15. Logitravel (España, Europa)
	16. Neckermann / Thomas Cook AG (Alemania, Europa)
	17. FTI Touristik (Alemania, Europa)
	18. CATAI Tours (España, Europa)
	19. Destinos Costa Rica (México Latinoamérica)
Líneas aéreas	1. Condor Flugdienst (Alemania)
	2. COPA Airlines (Brasil/Chile)
	3. Iberia (España)
	4. Delta (Estados Unidos)
	5. British Airways (UK)
	6. Jet Blue (Estados Unidos)
	7. Interjet (México)
	8. Westjet (Canadá)

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

Un aspecto importante de mencionar es la cantidad de asientos por semana correspondientes a vuelos nuevos: 1.552 asientos durante el 2015 (Copa, Jet Blue, Interjet, Condor), a estos asientos se sumarán 670 asientos por semana a partir de Abril 2016 (Brittish Airways) con el nuevo vuelo de British Airways.

En términos generales, se indica que el esfuerzo del programa de Campañas Cooperativas coadyuvó a:

- o Generar nuevas rutas aéreas, promover rutas existentes, nuevos socios comerciales y socios especializados.

- o Exposición y presencia de marca en períodos más prolongados y en momentos claves para la toma de decisión de los viajeros

- o Incentivar la venta de producto turístico de Costa Rica por parte de las empresas en los mercados de interés.

- o Maximizar resultados que podemos obtener al invertir nuestros limitados recursos complementados con el aporte del socio comercial que participa en la campaña
- o Diversificar mercados geográficos y productos y realizar acciones de mercadeo en mercados que no podemos cubrir con otras acciones como publicidad internacional
- o Promover el crecimiento en llegada de turistas

Seguidamente, se presentan algunos ejemplos de publicaciones realizadas en este año:

**Diseños de anuncios colocados con Gogo y Liberty que son de la campaña de Flight Centre en Estados Unidos**



**Arte del anuncio que está saliendo en la revista Bird's Watchers Digest en conjunto con Holbrook**



**Banner para promociones con Pleasant Holidays**



**Anuncio en el Toronto Star**



**Anuncios en estaciones de metro en Madrid con TUI Ambassador Tours**



**Banner para promociones con Jet Blue Airways**



**Anuncios en revistas especializadas con Destinos Turísticos**



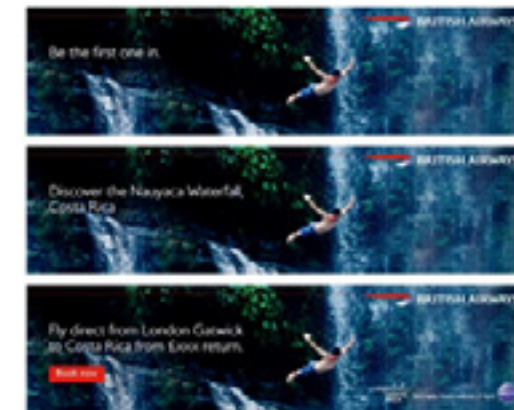
**Diseño de portaboleto con Interjet**



**Faldón de anuncios en periódicos con Logitravel**



**Anuncios con British Airways**



**Anuncio con CATAI para www.elle.com**



**1.2. Relaciones Públicas a nivel internacional**

Las acciones de Relaciones Públicas apoyan la promoción de Costa Rica y contribuyen con el posicionamiento del destino y de los mensajes claves en los públicos de interés de cada mercado.

**1.2.1 Relaciones Públicas Estados Unidos-Canadá**

En este año se continuó con el desarrollo de acciones de Relaciones Públicas en Estados Unidos y Canadá con la Agencia de Relaciones Públicas Cheryl Andrews Marketing Communications (CAMC), tácticas que tienen relación directa con los medios de comunicación, se trabajaron alianzas estratégicas, comunicados de prensa y monitoreo de temas sensibles, entre otros.

En el Cuadro #2 se presenta un resumen con los principales logros obtenidos de las acciones de Relaciones Públicas en Estados Unidos-Canadá:

**Cuadro #2. Mercadeo: Logros de acciones de RRPP Internacional para Estados Unidos – Canadá, 2015.**

LOGRO ACUMULADO	I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE
2606 Artículos generados	390 Artículos generados por nicho: Turismo sostenible: 4 Aventura: 31 Reuniones e Incentivos:1 Viaje General / Negocio:313 Educación: 9 Bienestar: 7 Bodas: 15 Familia: 10	636 Artículos generados por nicho: Turismo sostenible: 11 Aventura: 35 Reuniones e Incentivos: 8 Viaje General / Negocio: 551 Educación: 7 Bienestar: 8 Bodas: 6 Familia: 10	325 Artículos generados por nicho: Turismo sostenible: 22 Aventura: 49 Reuniones e Incentivos:3 Viaje General / Negocio: 230 Educación: 4 Bienestar: 9 Bodas: 4 Familia:4	1255 Artículos generados por nichos: * Turismo sostenible: 7 Aventura: 34 Reuniones e Incentivos: 2 Viaje General / Negocio: 1127 Educación: 0 Bienestar: 3 Bodas: 0 Familia: 82 *A diciembre 2015
34 Comunicados de prensa	10 Comunicados de prensa: Boardroom to the Beach, STA activación en NY, SouthWest inicia operaciones en Costa Rica., Keylor Navas nombrado embajador turístico, Arts&Crafts Costa Rica, Recommend, Premio Travel Weekly, Voluntarism, SouthWest vuelo inaugural, Easter Week.	9 comunicados de prensa: Energía limpia, IGFA Fishing, IMEX, New Minister, Post Expotur, Rainforest Alliance Gala, Where to host a meeting, World Environment y Wellness.	9 comunicados de prensa: Meetings & Conventions Campaing 2015, Wellness, British Airways, Planet People Peace, Where to Stay (ICCA), Hacking y Rappeling, OMT y P3	6 comunicados de Prensa: Culinary, Education, ST, Parques Nacionales, Turista Un Millón de los Estados Unidos y Resoluciones para el 2016

LOGRO ACUMULADO	I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE
17 Declaraciones reactivas a los medios en los EEUU sobre diversos temas	8 declaraciones: Caso Jairo Mora, fallo del tribunal, Accidente con el catamarán en Puntarenas, Situación del volcán Turrialba, Accidentes de turistas en Costa Rica	7 declaraciones: Aleteo, Situación con un estadounidense en Escazú, caso de Cocodrilos en playa Tamarindo, Campaña interna de Ecuador, estadounidense ahogado en Jacó y Campaña de Paul Watson	1 declaraciones: estadounidense ahogado en Quesos.	1 statement sobre la situación en Ostional.

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

Es importante indicar que se procuraron artículos detallados y menciones en muchos de los principales medios en América del Norte, como por ejemplo, menciones en The Boston Globe, USA Today, Departures, AFAR Magazine, AARP Magazine, Conde Nast Traveler, Travel + Leisure, Today Show y National Geographic Traveler. Estos medios sirven a los mercados de "best prospects" para Costa Rica como Nueva York, Los Ángeles, Washington D.C., Chicago, Toronto y Miami.

☐ Alianzas: Se llevaron a cabo las alianzas con:

o Ocean Mysteries de Jeff Corwin: es un programa semanal de la ABC. Como parte de esta alianza el ICT dio toda la logística necesaria para la producción del programa en Costa Rica, la alianza consiste en la salida al aire de 6 programas, dos de ellos ya fueron transmitidos en noviembre y diciembre, durante esta temporada que será de noviembre 2015 a abril 2016. Cada programa tiene una duración de 30 minutos y absolutamente todos los programas son sobre diferentes aspectos de Costa Rica. Valor publicitario estimado: \$1.800.000.

o Columbia Sportswears: para el mes de junio se realizó una alianza con la empresa de ropa deportiva Columbia Sportswears en donde se realizó un press trip en dos direcciones: El primero con un grupo denominado OmniTen, quienes son un grupo de cuatro personas que hicieron diferentes actividades de aventura como son: canopy, rafting y montain bike, entre otros; ellos probarán la nueva colección de aventura de la compañía que será lanzada en la primavera del 2016; el segundo grupo fueron expertos en pesca deportiva, el objetivo de este viaje es que además de poder hacer notas periodísticas, tanto los medios de comunicación como los profesionales del equipo OmniTen harán uso de sus redes sociales, para informar a sus seguidores sobre el viaje a Costa Rica. Todos los participantes al ser influenciadores en sus áreas colaborarán en posicionar a Costa Rica como un destino de aventura.

o Momondo: Costa Rica fue el destino del mes en Marzo, por lo que se pudieron obtener dos notas sobre el país en la página web. Momondo es un buscador en línea de vuelos, hoteles y carro baratos. Lo que hace es comparación con diferentes páginas de reservas para dar la información. Está disponible en Español, Inglés, Chino, Alemán, Francés, Danés, Polaco, Portugués, Sueco y Ruso.

□ Press Trips: 6 grupales (total 23 periodistas) y 30 individuales.

o 6 Grupales: Se llevaron a cabo del 7 al 12 de junio el press trip de Wellness con la participación de 4 medios: 2 de Canadá y 2 de Estados Unidos y del 2 al 8 de mayo el press trip de Reuniones e Incentivos con la participación de 4 periodistas. Press Trip de Culinario (del 7 al 13 de agosto), Family (19 - 25 de octubre), Aventura (Setiembre 9 al 15), Voluntariado (9 al 15 de noviembre) y MICE (4 al 9 de mayo, en el marco de Expotur); para cada uno de los press Trips se contó con la participación de al menos 2 periodistas de Canadá y 2 de Estados Unidos. En total se atendieron 23 periodistas en este tipo de press Trips.

o 30 visitas Individuales: Se contó con la visita en mayo de una periodista del Chicago Tribune (1 press individual) y la visita del 23 de mayo al 6 de junio de Jeff Greenwald de Ethical Travel. Además de los anteriormente indicados, durante el año se recibieron medios de comunicación en viajes individuales, para un total de 30 visitas individuales en el año.

□ Apoyos y otras acciones:

o Apoyo por parte de la Agencia a la activación de la escultura de arena en el distrito Wall Street el 8 de enero, haciendo acompañamiento al señor Ministro y al Director de Mercadeo, organizaron un coctel con medios y trabajaron entrevistas "oneonone" para ambos.

o Durante la activación de la escultura de arena en New York como parte de la Campaña Save The Americans, la agencia apoyó por medio de un media tour y coordinando mensajes claves para los representantes del ICT. Esto generó un total de 33 medios contactados que han generado hasta el momento 11 notas de prensa, lo cual se traduce a un add value de \$32.985 durante los dos días de participación.

o La Agencia apoyó con la creación de mensajes claves para las ferias ITB y FITUR y se creó mensajes para las redes sociales de Instagram y Twitter en el marco de la feria ITB.

o Se participó de 4 eventos en el último trimestre: Evento TMS (Kansas), Media Tour en Canadá en el Marco de la Feria International Tourism & Travel Show (Montreal y Toronto), Organic Spa Media Event LA (Los Angeles) y Cena Thanksgiving costarricense en Baltimore (Bethesda).

□ Un aspecto importante de mencionar es el total de publicity estimado de enero a diciembre de \$54.767.643

## 1.2.2 Relaciones Públicas Europa

Con apoyo de la Agencia de Relaciones Públicas en Estados Unidos, se realizaron las siguientes acciones estratégicas en el 2015:

- El discurso y los mensajes para Keylor Navas en el marco de su nombramiento como embajador.
- Se crearon mensajes claves para las ferias ITB y Fitur.
- Mensajes para redes sociales para la feria ITB.
- Alianza con Momondo donde Costa Rica fue el destino del mes. Como parte de esa alianza se colocaron 2 notas de prensa en Momondo.
- Visita a las Agencias: Destinations Experts en Francia, The Pangaea Network en Frankfurt, Grayling en Madrid y Brighter en Londres, finalistas de la contratación de la agencia de RRPP en Europa.
- Se efectuó la contratación de la Agencia de Relaciones Públicas GLOBAL COMMUNICATION EXPERTS THE PANGAEA NETWORK para el mercado europeo el 19 de noviembre de 2015. Mediante las acciones con dicha Agencia se logró:

o Desarrollo de protocolos de trabajo entre los países (Francia, Alemania, España, UK y Costa Rica).

o La agencia inscribió un producto turístico natural de Costa Rica para el concurso que realiza Fitur (España).

o Desarrollo de alianza para contenido editorial en la guía especializada para periodistas alemanes, suizos y austriacos, especializados en turismo.

o Monitoreo especial en torno a la mención honorífica hacia Costa Rica durante el COP 21 en Paris (Cumbre de cambio climático).

o Realización de propuestas para ejecutarse en el 2016.

o Realización del primer viaje de inmersión a Costa Rica en diciembre 2015.

## 1.3. Publicidad internacional

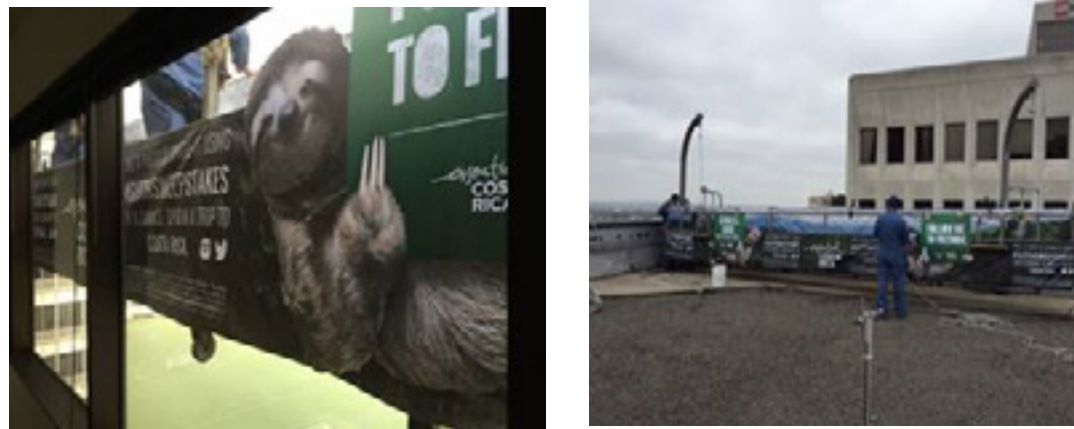
"Save the Americans" ("Save the Canadians") es una campaña que refuerza el posicionamiento a nuestro país como destino turístico dirigida al mercado norteamericano. Fue lanzada en diciembre 2014 y ha tenido muy buena recepción por parte del sector privado y del público norteamericano, a quien está dirigida. Es una campaña que ha tenido a lo largo del año diferentes activaciones y acciones y en conjunto se han logrado grandes cosas, que se detallan a continuación:

Esta campaña contempla acciones tales como:

- Se continua durante el año promoviendo de un video promocional de Costa Rica (<https://www.youtube.com/channel/UcKW57vRLJPcGZOVmMc-0QLA>; <https://www.youtube.com/watch?v=-XPOSldsLFwx>) el cual ha tenido más de 16 millones de reproducciones
- Se obtuvieron más de 3,9 millones de impresiones gracias a la pauta en cine en las ciudades de Portland, Seattle, LA, San Diego, San Antonio, Dallas, Houston (la meta original eran 2,5 millones)
- El site [savetheamericans/canadians.org](http://savetheamericans/canadians.org) ha tenido más de 392,245 visitas y 4881 shares
- En los medios Matador y New York times (banners y contenido) hemos logrado más de 31 millones de impresiones.
- Pauta digital en diversos medios como Mental Floss (contenido) Outbrain, Adara, Trip advisor, Sharethrough, etc continuaron constantes y cumpliendo sus objetivos.
- Los wild posting o publitapias en las ciudades de Toronto y Chicago, lograron más de 2,5 millones de impresiones .
- La activación de Window washing, en Los Angeles, recibió más de 1,3 millones de impresiones en el área de afectación, además el engagement rate de los contenidos en redes sociales fue de un 17% (superior al 4,5 promedio que se establece en la industria).

- Pauta en Search (Yahoo, Youtube, Google) con un costo por click promedio (CPC) de \$0,65 (menor al benchmark de \$1,20) y además pauta en las redes sociales como Facebook. En You tube se tienen 819 mil vistas al video acumuladas (promedio por mes supera el promedio de 4 mil por mes)
- En las redes sociales tenemos un crecimiento de seguidores acumulado entre todas las redes de un 148%

En general, la campaña tiene a la fecha un cumplimiento de metas a nivel de impresiones de un 107%, ya que se plantearon que a enero 2016 se contaría con 467 millones de impresiones, y a la fecha se han logrado 504 millones.



En el siguiente cuadro se presenta un resumen de los principales logros obtenidos:

**Cuadro #3. Mercadeo: Resultados de la campaña "Save the Americans" (Save the Canadians).**

Personas alcanzadas	31.562.721 (Save the Americans)	7.022.907 (Save the Canadians)	
Vistas del video a través de Facebook	8.644.612 (Save the Americans)	1.973.364 (Save the Canadians)	
Vistas totales del video (todos los canales)	16.530.268		
Visitas al microsite savetheamericans.org /savethecanadians.org	322.997 (Save the Americans)	69.248. (Save the Canadians)	
Crecimiento del Facebook con respecto al 17 de diciembre 2014	7,44%		Es importante recalcar que el objetivo de la campaña no es el crecimiento de la base de datos de FB,

		sin embargo se ha tenido un crecimiento constante en esta base. Los crecimientos más sustanciales se han dado en las redes sociales que son más nuevas y de difícil crecimiento. Adicionalmente los crecimientos se dan en porcentaje total para USA y Canadá ya que no existe una red social por país.
Crecimiento Twitter con respecto con respecto al 17 de diciembre 2014	71,91%	
Crecimiento en Instagram	44,37%	No se cuentan con los datos comparativos antes del 17 de diciembre 2014, el histórico se empieza a formar desde esta fecha, aplica para Instagram, Pinterest, You Tube
Crecimiento en Pinterest	35,16%	
Crecimiento suscriptores You tube	185%	
Impresiones totales	504 738 412	En impresiones acumuladas durante los casi los 12 meses de campaña que llevamos y contemplando que el corte es a diciembre 2015, las impresiones se refiere a que la audiencia se ha visto expuesta en esta cantidad de veces a nuestros mensajes

Publicaciones en medios digitales	Se han publicado contenidos relacionados con CR en Matador y Mental floss	Estas publicaciones fueron negociadas para tener varias durante el periodo de campaña por lo que para cada trimestre de reporte aparecerán mencionadas
-----------------------------------	---	--

Fuente: Datos suministrados por el área de Publicidad Internacional, Departamento de Investigación y Evaluación del ICT.

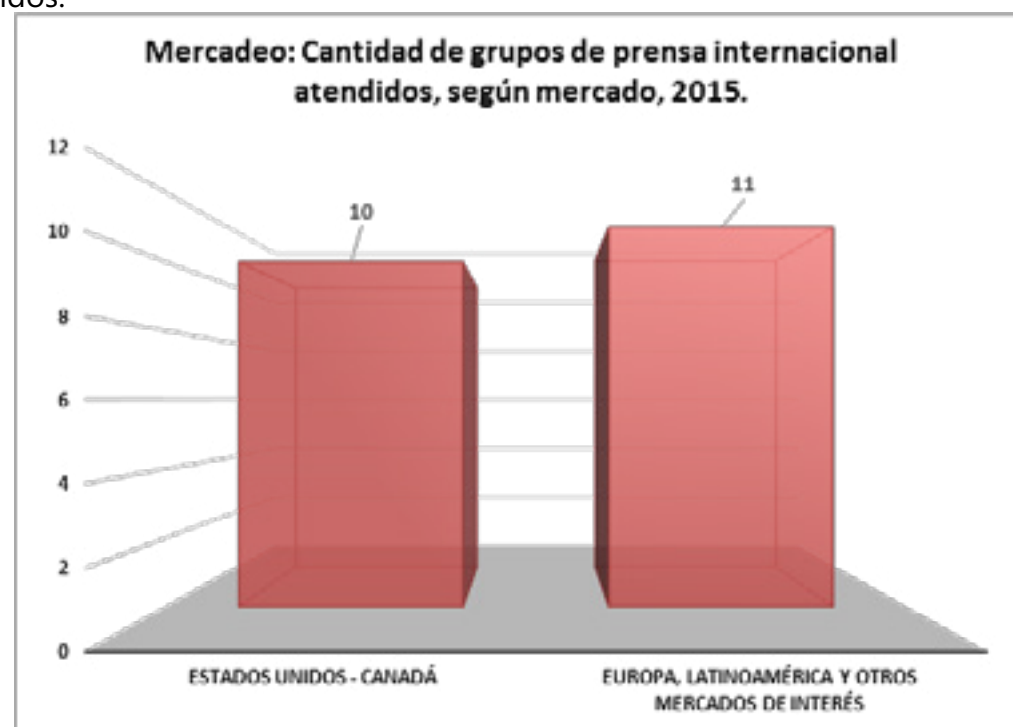
Nota: datos disponibles a la fecha (17 dic. 2014 al 31 de diciembre 2015)

### 1.4. Prensa internacional

#### 1.4.1 Atención grupos de prensa

La atención a medios de comunicación internacionales, surge como una necesidad de lograr contenido editorial en medios de comunicación reconocidos internacionalmente, para promocionar el país en el exterior. Por lo tanto, se invita a las giras de prensa a los medios de comunicación internacionales, ya sea medios impresos, de radio, de televisión, blogueros, logrando así que los comunicadores participantes se interesen realmente por los temas que den origen a una noticia, reportaje o documental en los medios que cada uno representa y poder exponer nuestro destino y efectuar promoción turística de cada una de las zonas visitadas.

En el 2015 atendieron 21 grupos de prensa como se muestra en el siguiente gráfico, 10 de Estados Unidos-Canadá y 11 de Europa, Latinoamérica y otros mercados de interés; para un total de 172 medios atendidos.



Fuente: Datos suministrados por el área de Prensa Internacional, Departamento de Promoción del ICT.

En el siguiente Cuadro se pueden observar los principales resultados de los grupos de prensa atendidos por mercado, a saber:

#### Cuadro #4. Mercadeo: Resultados de acciones de Prensa Internacional, 2015.

Grupos de prensa Estados Unidos-Canadá	<p>Cantidad de grupos de prensa atendidos de Estados Unidos y Canadá: 10                  Cantidad total de medios atendidos: 73 (9 en el I trimestre, 27 en II trimestre, 14 en el III trimestre y 23 en el IV trimestre)                  Tipo de medio                  Blog: 16, TV: 6, Revista: 37, Periódico: 5, Página web: 9                  Medios por país.                  Estados Unidos: 60 y Canadá: 13                  Lista de medios: Travel Photo Base, Travel Chanel, WPBT2, Green World Media, Self Magazine Conde Nast, Fifty Five &amp; Plus, Jetset Extra, Chicago Tribune, AWE, Paddling Canoe &amp; Kayak, Steamboat Living, Arthur the Adventure, Meeting Profesionales, MeetingsNet, Meeting Focus, Prevue, ABC, Indigare, Ethical Travelers, AAA, Viva Magazine, Guidepost.org, Coco Eco Magazine, Field &amp; Stream, Outdoor Canada, Coastal Angler, Salt Water Sportsman, Backpacker, Bass Angler Magazine, GAFF Magazine, Gear Patrol, Sport Fishing, Florida Sportsman, Skelletion Key, NBC Sport, PAX, Blog y Travel + Leisure, Epicure and Culture, Bon Voyageurs, UPROXX, Findery, American Fitness Magazine, Surf and Sushine, Parent Magazine, Chichaku, Tourisme Plus (P3), The Travel World, The Washington Diplomat, Conscious Company Magazine, Ricardo Media, Lonely Planet, Toronto Star, Travel Age West, Metro News, Ottawa Life Magazine, Traveling-boy.com, Fodor's, Splash Magazine, Adjourn Magazine, BTL, Inflight USA, Houston Family Magazine, Escape Houston, The Dining Traveler, Baltimore Post Examiner, LA Post Examiner, La Presse, Forever Young, 10best.com, Group Tour Media, Hamlet Hub, Explore Wanderlust</p>
Grupos de prensa de Europa-Latinoamérica y otros mercados de interés	<p>Cantidad de grupos de prensa atendidos de Europa-Latinoamérica y otros mercados de interés: 11                  Cantidad total de medios atendidos: 99 (9 en el I trimestre, 35 en II trimestre, 26 en el tercer trimestre y 29 en el cuarto trimestre )                  Tipo de medio                  Televisión: 20, Blogs: 13, Revista: 38 y Periódico: 20, Radio 1, Página Web: 7                  Medios por país.                  Francia 9, Alemania 19, Brasil 5, China 1, Inglaterra 6, Holanda 2, Italia 8, México 17, España 6, Argentina 4, Perú 2, Rusia 4, Chile 3, Panamá 1, Uruguay 1, Dinamarca 1, Polonia 1, Suramérica 1, Austria 1, Finlandia 1, Noruega 2, Suecia 4.</p>

Lista de medios: France 2, France 3, France 5, Xinhua, Daily Mail, Trip Tips, Cot & Peches, Public German TV y TVBV, Tips de viajero, TV3, MINUBE, Anekdotique.com, TVB Record, La Coluna de Turismo, Blac & Blue, Ifitness, Chicblog.Travel, A Tribuna, Revista Domingo, Diario El Mercurio, La Nacion, Carribean News, Revista interjet, Fox Networks, Canal off, Canal 9, Eye for Eye, Grupo Telefe, Abroad Independient, CNN, El Economista, El Excelsior, Le Journal des Femmes, La Provence, L'Est Republicain, La Voix du Nord, Easyvoyages, Donna Moderna, La Stampa Tuttogreen, La Repubblica, La Rivista Della Natura, RIDERS, Travel News, Welt am, El Economista, El Financiero, En el aire, Chef Magazine, Viajeros Grupo 1, Family Traveler, The Poch Times, Mums do Travel, TV Polonia, Ronda Iberia, The Telegraph, Aeroflot, Vero4travel, DOVE, Zona Tres, Gente Bien, Círculo informador, ABZ Turístico, Mural, Megacanal, Turitips, Turinotas, SR, CNN Chile, Stand By, Movie & Klik, Taste of Slow, Give for granted, Travel dudes, SRT Partner, Arztlisches Journal Reise & Medizin, Aftonbladet, RND Redaktionsnetzwerk Deutschland, Clever Reisen, Funkloch, Reiseaktuell, Die Tagespost, Travel Weekly, Trece Max Television, Hollan Media Convination, Reisgraag.nl, Meridian Travel, Ditjes & Datjes, De Volkstrant, National Geographic Traveler, ETC European Travel Commission, Hufvudstadsbladet, Ekoladan, Gront, Verdensmagasinet X, Nature Magazine, Premio Viajeros, TV1, Univisión.

Fuente: Datos suministrados por el área de Prensa Internacional, Departamento de Promoción del ICT.

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

Guanacaste, Monteverde, Rincón de la Vieja, Manuel Antonio, Puerto Jiménez, Corcovado, Caribe Sur, Tortuguero, Volcán Poás, La Fortuna, San José, Palmar Sur, Golfito, Pacuare, Sarapiquí, Turrialba, San Gerardo de Dota, Dominical/Marino Ballena, Sierpe/Drake, Puntarenas, Río Celeste, San José, Limón, Cataratas de la Paz, Sarchí.

Publicity. Como aspecto importante se destaca el valor de Publicity estimado: \$5.071.924,00 (\$931.077 (I trimestre), \$988.808 (II trimestre), \$649.080 (III trimestre), y \$2.502.959 (IV trimestre).

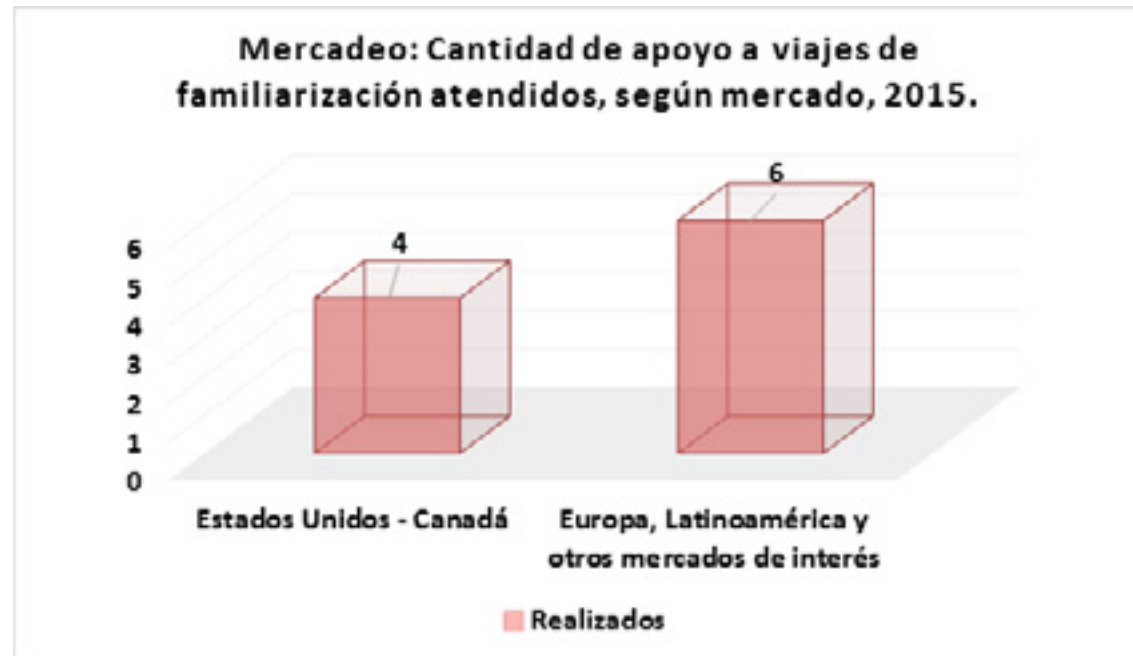
Otro aspecto importante de mencionar es que se contabilizaron 120 publicaciones y 22 programas, correspondientes a grupos atendidos en el 2014, y 52 publicaciones y 14 programas de grupos atendidos de enero diciembre del 2015.

A continuación se muestran algunos ejemplos:



1.4.2 Atención viajes de familiarización de mayoristas y/o agentes

En el 2015 se atendieron 10 viajes de familiarización, de los cuales 4 viajes fueron de Estados Unidos-Canadá y 6 de Europa, Latinoamérica y otros mercados de interés, como se aprecia en el siguiente gráfico.



Fuente: Datos suministrados por el área de Prensa Internacional, Departamento de Promoción del ICT.

A continuación se listan algunos de los agentes:

ITG, SRC Reizen, Tecnitavel, Cocha Galerías, Cocha Viña, Travelclub, Andina del sud, Cocha, Cocha Alcántara, Cocha Matriz, Rain Bird Corporation, Helmsbriscoe, AZZ incorporated, Helmsbriscoe, Hallmark Financial Services, Detravel Viagens, Connection Aj Viagens, Flytour, Casamundi Turismo e Cultura LTDA, Tao Agencia de Viagens e Turismo LTDA, Nostra Serra Agencia de Viagens LTDA, RZ Turismo e Lazer LTDA, Zeppelin Agencia de Viagens e Turismo, Uneworld Operadora, Rospechat, Agrostat, Nikol-Travel, Afrodita-M, Alltours, Madagascar, Aletta, Top Travel, Sputnik, Kare Service, Fatum, WIDEX TRAVEL, Tropical, Maktour, Planalto/Operatur, Viagens Master, Trayecto Uno, Juan Toselli International Tours, Julia Tours Suc Cordoba, VIACLUB, Panamericana Turismo, Euroandino, Echo Travel, Mecatur viagens LTDA, Ocean Travel, Intermundo Turismo, Lessan Viagens, MGM Operadora, RR Assessora Turística, MGM Surf, Seculo XXI Turismo, Via Mondo Turismo, Poco Turismo, Kuster AG Viagens e Turismo LTDA, Turismo Dklassen, Calabria Viagens e Turismo, RZ Turismo e Lazer LTDA, RM Travel, Global Communication Experts GmbH, The Blueroom Project, Indigo Consulting, Four CommunicationsMadagascar, Aletta, Top Travel, Sputnik, Kare Service, Fatum.

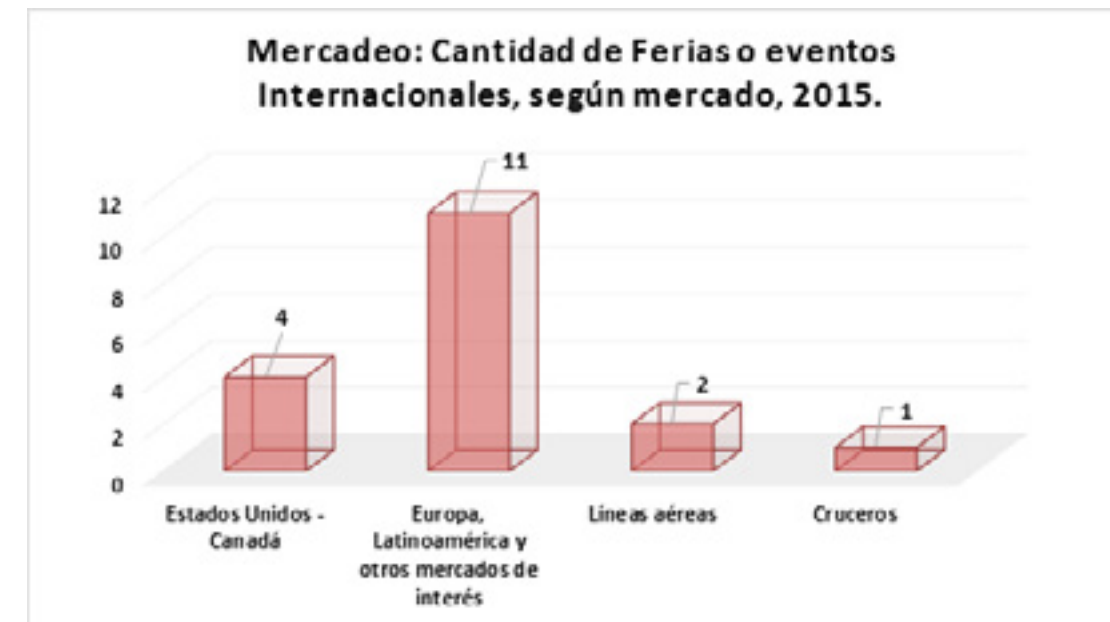
1.5. Ferias y Eventos Internacionales

Las participación en ferias/eventos internacionales, son una ventana de exposición de Costa Rica en el mercado internacional. Esta acción es concebida como estratégica, porque:

- Permiten reforzar la imagen y posicionamiento del destino por medio de una construcción visual que muestra las fortalezas de Costa Rica como destino turístico, su naturaleza, su variedad de atractivos, de aventura, su cultura, entre otros.

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

En éste año se participó en 18 ferias o eventos internacionales como se aprecia en el siguiente gráfico.



Fuente: Datos suministrados por el área de Ferias Internacionales, Departamento de Promoción del ICT.

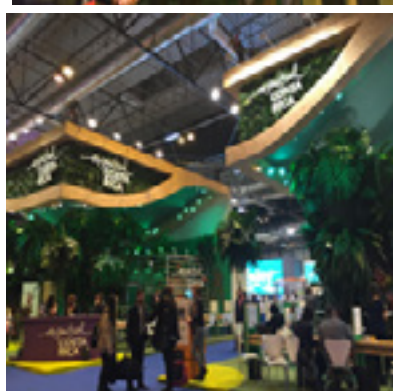
Seguidamente, se muestra la lista de las ferias o eventos internacionales en los que se participó.

**Cuadro #5. Mercadeo: Participación en Ferias y eventos internacionales según mercado, 2015.**

	I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE
Estados Unidos - Canadá: 4	o NEW YORK TIMES TRAVEL SHOW 2015			o IMEX AMÉRICA , LAS VEGAS 2015

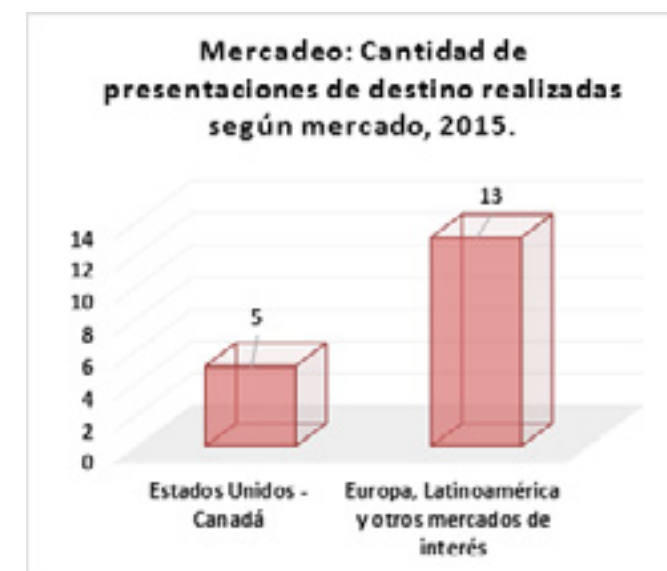
	I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE
				<ul style="list-style-type: none"> <li>o INTERNATIONAL TOURISM AND TRAVEL SHOW 2015</li> <li>o USTOA , CHICAGO, USA</li> </ul>
Europa, Latinoamérica y otros mercados de interés: 11	<ul style="list-style-type: none"> <li>o VAKANTIEBEURS en Utrecht, Holanda.</li> <li>o FITUR en Madrid, España.</li> <li>o ITB en Berlín, Alemania.</li> <li>o MITT en Moscú, Rusia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o IMEX Frankfurt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Travel Mart Latin América (Guatemala)</li> <li>o Termatalia (Ourense, España)</li> <li>o ABAV (Sao Paulo , Brasil)</li> <li>o Top Resa (París, Francia)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o WTM, LONDRES 2015</li> <li>o IBTM, BARCELONA 2015</li> </ul>
Eventos especializados en negociación con líneas aéreas: 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>o ROUTES AMERICA en Denver Colorado, Estados Unidos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>o World Routes (Durbán, Suráfrica)</li> </ul>	
Evento de cruceros: 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>o SEA TRADE, en Miami, Estados Unidos</li> </ul>			

Fuente: Datos suministrados por el área de Ferias Internacionales, Departamento de Promoción del ICT.



**1.6. Presentaciones de destino a agentes de viajes**

Con el fin de brindar las herramientas que necesitan los agentes de viajes para contribuir con la venta del destino y generar mayor visitación desde los mercados de interés, se llevan a cabo presentaciones promocionales del destino Costa Rica. Lo anterior, permite exponer a Costa Rica ante un número importante de agentes de viajes a los cuales se les brindan las presentaciones promocionales de destino de diferentes mercados de interés. En este año se logró realizar un total de 18 presentaciones de destino realizadas como se muestra en el siguiente gráfico.



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

Un aspecto importante de mencionar es que se contó con un total aproximado de 2.544 agentes de viajes que recibieron presentaciones de destino, como se muestra a continuación:

**Cuadro #6: Presentaciones de destino a gentes de viaje de Europa y Latinoamérica. 2015**

Cantidad de Presentaciones por País	Cantidad de Agentes	Mes
1 España	443	Febrero
1 Brasil	241	Marzo
1 Panamá	100	Julio

Cantidad de Presentaciones por País		Cantidad de Agentes	Mes
1	Brasil	115	Agosto
1	Chile	50	Setiembre
1	Brasil	469	Setiembre
1	México	350	Octubre
1	Holanda	60	Octubre
1	Francia	48	Noviembre
1	Austria	65	Noviembre
1	Dinamarca	33	Noviembre
1	Suecia	70	Noviembre
<b>Total</b> 13		<b>Total</b> 1.992	

**Cuadro #7: Presentaciones de destino a gentes de viaje Agentes de Estados Unidos-Canadá. 2015**

Cantidad de Presentaciones por País		Cantidad de Agentes	Mes
3	San Francisco-Los Ángeles-San Diego	319	Julio
2	New York-Philadelphia	233	Setiembre
<b>Total</b> 05		<b>Total</b> 552	

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

**2. Acciones a nivel nacional:**

2.1 Relaciones Públicas (RRPP) a nivel nacional

2.1 Relaciones Públicas (RRPP) a nivel nacional

Con respecto a las acciones desarrolladas en el área de Relaciones Públicas en el mercado nacional, para incentivar la visitación a destinos turísticos nacionales por parte de los residentes en Costa Rica, se tienen principalmente: comunicados de prensa, conferencias de prensa, gestiones de prensa relacionadas con los principales temas de interés como la atracción de líneas aéreas, el crecimiento en la visitación turística, ferias internacionales, el programa de Expoferias Turísticas, los avances en el Centro Nacional de Convenciones, entre otros.

Paralelamente se trabaja una estrategia de comunicación proactiva cuando se gestionan en los medios temas de nuestro interés mediante los mencionados comunicados de prensa y el posicionamiento de nuestros voceros. De igual manera mes a mes se realizan acciones de comunicación reactiva cuando se atienden gestiones "uno a uno" de los medios de prensa nacional.

Complementariamente se realiza la preparación de materiales periodísticos con el acompañamiento de los voceros, se brinda apoyo permanente a otras áreas como Sostenibilidad, Desarrollo Turístico, Gestión y otros, para el posicionamiento y desarrollo de temáticas de interés. También se realiza acompañamiento de voceros y apoyo a proyectos especiales como por ejemplo el desarrollo de la Estrategia de Promoción de Turismo Interno "Vamos a Turistear" y otras complementarias u otros eventos especiales.

Estos esfuerzos de comunicación se complementan con la comunicación periódica a públicos del sector mediante el "Boletín Notas Turísticas", las notas informativas breves que se comparten tres veces por semana en el sitio web [www.visitecostarica.com](http://www.visitecostarica.com), comunicados especiales para el sector privado.

Cabe destacar que en el año 2015 el área de Relaciones Públicas no contó con apoyo de una agencia de Relaciones Públicas por vencimiento del contrato durante ocho semanas, los meses de febrero y marzo. Para efectos de este informe y los datos que se comparten toman en consideración los datos acumulados de enero, luego del período comprendido de abril a diciembre.

Con respecto los datos acumulados de Valor Publicitario, Publicity y Advertising Value Equivalent (AVE), producto de las acciones de prensa durante el año, se comparten en el Cuadro #8. Se hace la salvedad que no se cuentan con los datos de los meses cuando la agencia no brindó los servicios y el dato del mes diciembre.

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

**Cuadro #8. Mercadeo: Acciones de Relaciones Públicas a nivel nacional realizadas.**

Acciones	TRIMESTRE				Observaciones
	I	II	III	IV	
Comunicados de prensa de temas varios de interés. Total acumulado: 108 (con proyección a diciembre)	13	23	23	49	Durante el año se realizaron relevantes comunicados de prensa proactivos relacionados con temas de interés como llegada de nueva líneas aéreas avance del Centro de Convenciones y otros. Medios de comunicación: Entre enero y diciembre del 2015 se generaron un total de 5069 notas de interés turístico y 2540 notas con mención directa del ICT. 11,07% prensa escrita (Diarios, semanarios, revistas) 19,64 % televisión 10,00% radio 59,29 % web Valor publicitario total[1]: \$ 7 214 799,38 Publicity[2]: \$ 14 429 599, 41 AVE[3]: \$ 14 222 880, 02

Acciones	TRIMESTRE				Observaciones
	I	II	III	IV	
Conferencias de Prensa. Total acumulado con proyección a diciembre: 31	04	08	08	13	Los resultados de las conferencias de prensa tuvieron un alcance significativo, con una participación promedio de 25 medios de comunicación de prensa escrita, electrónica, audiovisual, revistas especializadas y agencias internacionales.
Boletines al sector "Notas Turísticas". Total acumulado:	01	02	01	02	Los boletines fueron enviados de manera efectiva a la base de datos conformada por más de 2.000 contactos del sector turístico nacional
Notas web. Total acumulado:	20	23	20	37	Las notas web generaron contenido a la página oficial del ICT www.visitecostarica.com en la sección de noticias sobre temas varios como premios y reconocimientos de Costa Rica, logros del sector turístico entre otros.
Gestiones con prensa: Notas publicadas. Total acumulado: 813 gestiones de prensa acumuladas en todo el período 2015	174	226	213	200	Las gestiones "uno a uno" con los medios se desprenden de consultas sobre temas específicos que realizan los periodistas directamente a la oficina de prensa del ICT. Los temas pueden ser variados sobre temas turísticos en general, temas sensibles, las búsqueda de la posición institucional, así como el seguimiento de otros enfoques de las gestiones proactivas que se realizan a partir de los comunicados de prensa del ICT. Temas desarrollados en las notas: 64 % Mercadeo del Destino 5 % Infraestructura Turística 13 % Llegadas y Salidas 10% Desarrollo Turístico 4 % Temas sensibles 4% Gestión turística Voceros de notas con mención: 70,3% Ministro de Turismo 14, 6% Subgerente y Director de Mercadeo 13, 1% Gerente General 1% Ejecutiva de Expoferias Turísticas 1% Encargado de Relaciones Públicas Publicaciones según tipo de medio: 11,07% prensa escrita (Diarios, semanarios, revistas) 19,64 % televisión 10,00% radio

Acciones	TRIMESTRE				Observaciones
	I	II	III	IV	
					59,29% web Ave generado por tipo de medio: \$ 1 749 174,97 Diarios, Seminarios y Revistas \$ 2 611 508, 13 Televisión \$ 1 473 313, 50 Radio \$ 8 388 883, 30 Medios Electrónicos
Comunicados enviados al sector privado. Total acumulado: 15	05	02	01	07	Se compartieron al sector temas de interés como los avances en la campaña internacional "SaveTheAmericans", la posición institucional de temas sensibles, la llegada del nuevo Ministro, información del 60 aniversario, así como la adaptación de comunicados de prensa pero dirigidos al sector.
Monitoreo de noticias y temas sensibles	Permanente monitoreo de noticias y temas sensibles así como el acompañamiento de voceros oficiales y técnicos tanto de Mercadeo, Gerencia Presidencia y otras áreas				Para la toma de decisiones es fundamental el monitoreo diario de noticias relacionadas con la industria turística, con menciones del ICT, las reacciones y posiciones de las principales cámaras nacionales, eventos naturales que afecten al turismo, temas de Costa Rica como destino entre otros. Permite además verificar los resultados de los comunicados y gestiones de prensa. A partir del mes de octubre de introduce bajo el nuevo contrato el monitoreo de redes sociales.
Acompañamiento de voceros y apoyo otras áreas del ICT	Se realiza de manera permanente en eventos especiales. El apoyo a otras áreas como Sostenibilidad, Administración de la Información, Desarrollo, Gestión Turística y otros es permanente.				La importancia de la vocería y la colocación de mensajes claves y de interés institucional resulta fundamental en la participación mediática de los voceros. El acompañamiento de los voceros es permanente en toda exposición pública del Ministro de Turismo, Gerente General, Director de Mercadeo y otros voceros.

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

[1]Valor Publicitario: Valor de los espacios en los medios si se pagara como publicidad los espacios noticiosos.

[2]Publicity: Valor Publicitario Multiplicado por dos.

[3]AVE: Advertising Value Equivalent. Sistema de Medición Cualitativo con puntaje del impacto de las noticias.

☐ Proyectos especiales



La campaña de promoción de turismo interno “Vamos a Turistear” estuvo presente de manera estratégica en la página web [www.vamosaturistear.com](http://www.vamosaturistear.com) y en las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube) Se superaron en 200 mil los seguidores en Facebook (205 727 seguidores en el 2015) y se reportó un notable crecimiento en Twitter (6080 seguidores) e Instragram (5060 seguidores).

Se ejecutaron, principalmente en el último cuatrimestre todas las acciones proyectadas a partir de la estrategia con alianzas en Grupo Nación (digital, radio e impresos) Teletica (Buen Día, Más Que Noticias y 7 Estrellas), Repretel (Noticias Repretel, Informe 11 “El Mochilero” y NC 11 Cámara Viajera), presencia en 24 rutas de buses de todo el país, presencia en más de 30 salas de cine en Cinépolis y Cinemark (comercial y activación en envases palomitas). Se desarrolló una Cleteada en Cartago, el inicio uso de la Extranet para cambio de tarifas de las empresas, unido a la celebración del Primer Encuentro de Afiliados VAT entre otras acciones promocionales.

La campaña registró un publicity de 2,2 millones de dólares fueron impactadas en el período 2015. Un total de 2 964 911 personas fueron impactadas por la campaña y se registraron 6 317 162 de impresiones en Facebook y Twitter por la utilización de los canales. Además se lograron afiliar de manera activa 152 empresas del sector turístico costarricense. Según las estimaciones del año 2015 se realizaron 2361 reservas producto de la campaña. Además como novedad solamente se solicita a las empresas contar con declaratoria turística y CST para formar parte de la campaña. Finalmente se desarrolló un convenio con la primera entidad financiera.

☐ Giras de Prensa Nacional

Para el año 2015 se realizaron en total 4 giras con medios de comunicación nacional para promocionar las diferentes regiones turísticas del país. Se comparte el detalle de las mismas.

**Cuadro #9. Mercadeo: Giras de prensa nacional realizadas. 2015.**

<p>Gira de Prensa Nacional a Quesos y Manuel Antonio (5, 6 y 7 de Junio)</p>	<p>Participaron un total de 37 comunicadores de 15 medios. Agencia EFE, Diario Extra, Extra TV42, Monumental, Columbia, Destinos TV entre otros) Resultados:  Se registró un total de 72 notas, con un publicity de \$405 212,62, el valor publicitario de las notas fue \$203 828,01, para un AVE de \$260 660, 17.</p>
--	--

<p>Gira de prensa nacional al Pacífico Sur, en el marco del Festival de Ballenas y Delfines (27 y 28 de agosto)</p>	<p>Participaron un total de 33 comunicadores de 17 medios, entre ellos, Revista Viajes, Monumental, Diario Extra, RTN Noticias, Turistearo Columbia, Noticias Columbia, Agencia Efe, Extra TV 42, entre otros. Resultados: Reporte en Desarrollo.  Se registraron un total de 38 notas, con un publicity de \$ 266 653,94, el valor publicitario de las notas registradas fue de \$ 133 326,97, para un AVE de \$ 330 259, 55</p>
<p>Gira de prensa nacional a Sarapiquí con Informe 11 Las Historias. 15 Aniversario. “Día Mundial del Turismo”.(19 y 20 de setiembre)</p>	<p>Participó todo el staff de periodistas y presentadores de Informe 11 Las Historias.  Grabación de programa especial de una hora, emitido el 25 de setiembre en el marco del Día Mundial del Turismo. El resultado de la gira fue un programa aproximadamente 45 minutos con un publicity de \$446.789,71 y un amplio alcance.</p>
<p>Gira de prensa nacional Guanacaste y cobertura de llegadas de vuelos a Liberia (31 de octubre, 1 y 2 de noviembre)</p>	<p>Asistieron cuatro medios: RTN Noticias, Diario Extra, Extra TV 42 y CB 24 Sin embargo con el trabajo realizado en la gira y con el envío de comunicados se lograron un total de 48 notas, con un publicity de \$183.954,29, el valor publicitario de las notas fue de \$91.977,14 y un AVE de \$49.328,03</p>

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

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

Seguidamente se presentan algunas ilustraciones de la Campaña de Promoción de Turismo Interno “Vamos a Turistear 2015”.

- Algunas publicaciones de la campaña en medios impresos, cines, buses y presencia de los afiliados.





Imágenes de Giras de Prensa Nacional



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

En este año se pautó la campaña publicitaria de promoción para turismo interno en los siguientes medios: 1- Revistas: Latitud Magazine, Milenium Pyme. 2-Prensa Escrita: 100% Limón, Anexión, Heredia por Siempre, Impacto, Línea Vieja, Mujeres Emprendedoras, Periódico Enlace, Periódico Gente, San Carlos al Día y Turrialba al Día y 3-Radio: Radio Costa Rica, Sinfonola, Radio América, Radio Victoria, Columbia, La Super Estación.

Publicidad

CACORE “tres encuentros nacionales gastronómicos para profesionales, Costa Rica hacia el desarrollo de su gastronomía de tradición y de innovación sostenible y saludable”.



Festival Étnico del Caribe:

Busca contribuir con el enaltecimiento, promoción, divulgación de valores y manifestaciones culturales y turísticas de la zona de Manzanillo, para lo cual se realiza un programa diverso en áreas como:

- Exhibiciones culturales
- Muestras Artísticas, comerciales, turísticas y gastronómicas



Festival Afrocultural Limón Roots:

Este evento destaca la cultura afro caribeña dentro y fuera del país, convirtiéndose este festival en el más grande en su género en Centro América, organizado y promovido por Limón Roots.

Cabe destacar que este Festival fue declarado de Interés Cultural por parte de la Presidencia de la República y del Ministerio de Cultura.



La Ruta de los Conquistadores

Durante los últimos 23 años, la Ruta de Conquistadores ha sido líder mundial en ciclismo de montaña. Este evento ha posicionado al país en más de 250 revistas especializadas y ha llegado a millones de personas por medio de sus sitios web.

El evento ha sido declarado de interés turístico nacional en dos ocasiones. Así mismo, cada año este evento contribuye a la activación de las economías locales de cada una de las comunidades que atraviesa.



Publicidad en medios regionales:



Durante el año 2015 se patrocinaron varios eventos deportivos, culturales y turísticos permitieron generar publicity, una alta proyección, asociación y posicionamiento de la marca país e institucional, logrado a través del uso efectivo de estrategias de comunicación en medios, la asociación de la marca, acompañados de la atracción y afluencia de turistas de distintos mercados, procurando el futuro incremento en el ingreso de divisas.

A continuación se citan algunos de ellos:

Patrocinio del evento deportivo de trail run The Coastal Challenge en Pacífico Sur.

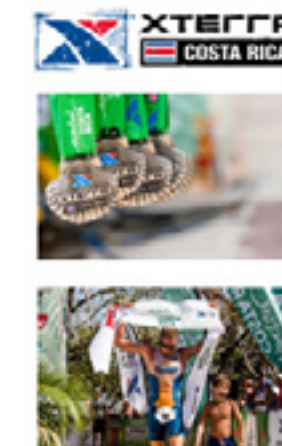


Patrocinio del evento gastronómico Xantar en España y representado por Cacore.



Patrocinio del evento deportivo Costa Rica X Terra en Guanacaste.

- 305 participantes
- 48 internacionales
- 83 % de 25 a 50 años
- 20 países (México, USA, Suecia, Noruega, UK, Alemania, Brasil, Canadá, República Dominicana y Centroamérica, etc.)
- Ad value report \$ 83.752,61



Patrocinio del Mundial de Pesca en Quepos



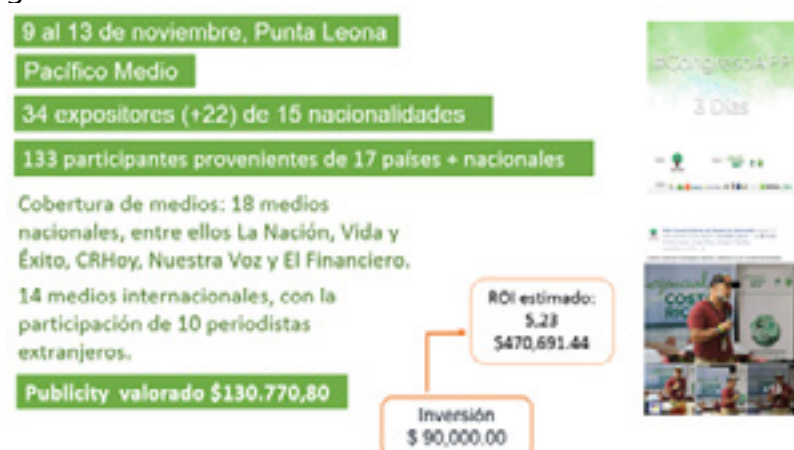
Patrocinio del Evento Anual de Rainforest Alliance 13 de mayo en New York.

Patrocinio del evento en Puntarenas, X Air Challenge. Se estimó una asistencia de 70.000 personas al evento en Puntarenas. Se generaron 24 notas y se logró un publicity valorado en \$165.924,56.

Patrocinio de la Conferencia de Turismo Sostenible P3 (Planeta, Personas, Paz) de Canaeco.



Patrocinio del XI Congreso Latinoamericano de Reservas Naturales Privadas



Patrocinio del evento Lanzamiento del libro Costa Rica Aérea, retratos de un país inédito.

El patrocinio envuelve importantes aspectos como el apoyo al talento nacional, a una actividad cultural que resalta la belleza escénica del país como destino turístico, la calidad del material audiovisual y fotográfico, y la promoción de la marca país. Bosques Mágicos Paquete completo: \$20.000. Retorno de inversión: US\$ 135,000.00.



Limpia tu Huella

Esta campaña de comunicación se fortalece a través del respaldo y compromiso de instituciones públicas y empresas privadas comprometidas con la preservación de los recursos naturales. Limpia tu huella busca sensibilizar a la ciudadanía sobre el compromiso nacional de lograr la Carbono Neutralidad en el año 2021. Limpia tu Huella Monto de la Inversión \$ 20 000. Retorno de Inversión \$ 995 456.



Apoyo a Cámaras y otros:

Se contó con publicidad y apoyo a cámaras, asociaciones y otros medios generando beneficios en exposición de marca y contribuyendo al posicionamiento de la misma. A continuación se citan algunos esfuerzos y ejemplos: Publicidad en la Revista Landings de Nature Air; publicidad durante el Seminario de Turismo de Reuniones de la Cámara Costarricense de Hoteles; en el sitio web de Futuropa, en el e-booklet y sitio web del Buró de Convenciones CR CVB, en el counter de Canatur y su sitio web; en la revista, web y foro de turismo sostenible de Caturgua, publicidad en la Guía de Viajes y Hoteles de la CCH, publicidad en la 5ta edición de la revista de ACOT, publicidad en el Costa Rica ultra Trail y en el Mundial de Rafting 2016 en Indonesia.



Así también se realizaron publicaciones en medios masivos para la promoción de ferias y eventos con enfoque turístico, organizados por cámaras y/o asociaciones:

Expoferias Turísticas





**2.3 Expoferias turísticas**

Expoferias turísticas es un programa creado para el desarrollo local apoyando la generación de mecanismos de mercadeo del producto turístico y una mejora en las condiciones y calidad de los atractivos turísticos rurales y culturales del país. La organización está a cargo de las comunidades en alianza con el sector turístico, cultural y ambiental. El acompañamiento del ICT fue con asesoramiento, promoción, capacitación y evaluación para el desarrollo de los eventos, lo cual permite promocionar y posicionar atractivos de la zona. Además, es un programa de fortalecimiento de los destinos turísticos, la diversificación y especialización de cada región del país basado en la promoción de la cultura local. Y apoya nuevos productos que incluya el turismo rural en las áreas con potencial en el país como medio para diversificar y fortalecer el producto turístico.

El Área de Expoferias turísticas apoyó 15 expoferias en el 2015, a saber:

TRIMESTRE	
I	1)Feria del Café en Frailes de Desamparados 2) Expoferia del Río Tulín en San Antonio de Turrubares 3) Expoferia del Agua y la Vida en el Parque Nacional Quetzales
II	4) Feria del Clima y Desfile de Boyeros en Atenas 5) Feria del Aguacate en San Jerónimo de Esparza 6) Festival Gastronómico de Guácimo
III	7) EXPOMARIMBA en Santa Bárbara de Santa Cruz 8). Festival Nacional de Marimbas 9)Festival de la Tortilla 10) Feria del Jocote 11) Festival Cultural Amubri
IV	12) Festival Cultural Maleku 13) I Expo Cacao & Chocolate 14) Desfile Nacional de Boyeros 15) Festival Navideño del Marisco.

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



EXPOMARIMBA, SANTA BARBARA DE SANTA CRUZ



SESTEO, DESFILE NACIONAL DE BOYEROS



DESFILE NACIONAL DE BOYEROS



FESTIVAL CULTURAL AK KUE, AMUBRI TALAMANCA



FERIA DEL PEJIBAYE, TUCURRIQUE

**2.4 Apoyo a eventos nacionales**

El área de eventos nacionales brinda apoyo a eventos organizados por cámaras, asociaciones y empresas relacionadas con el quehacer turístico. El apoyo del ICT a estos eventos, le permite al sector privado desarrollar actividades de importancia para sus agremiados y diferentes públicos, con el fin último de contribuir con el posicionamiento y promoción de Costa Rica como destino turístico, tanto a nivel nacional como internacional.

El apoyo del ICT a la industria turística mediante el área de eventos nacionales, permite por ejemplo, la promoción de diferentes regiones, actividades de cultura, gastronomía, aventura y turismo en general. Facilita también el acceso a conocimiento mediante capacitaciones dirigidas al sector turístico.

Al concluir el año se cuenta con un total de 17 eventos apoyados. A continuación se presenta la lista de los eventos nacionales apoyados, a saber:

**Cuadro #11. Mercadeo: Eventos nacionales apoyados. 2015**

TRIMESTRE	EVENTOS NACIONALES	OBSERVACIONES
I	1. Cumbre CELAC 2015 (Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños), 28 de Enero.	Evento con Declaratoria de interés público además de que Costa Rica tiene Presidencia Pro Témpace. Dicha Cumbre concentra grandes oportunidades para posicionar la marca país y mostrarse como destino turístico ante los 33 Estados representados y visitantes de medios de comunicación internacionales.  El principal logro fue poder apoyar el desarrollo de un evento de mucha importancia para el país y para el Gobierno. Además se aprovechó la plataforma de este evento internacional para exposición de la marca país, de un video promocional y divulgación de información sobre Costa Rica como destino turístico. Ambas actividades sumaron más de 300 personas delegadas y representantes oficiales de los diferentes países asistentes a CELAC que tuvieron contacto con Esencial Costa Rica. Se apoyó con alimentación.
II	2. Día con mercado Europeo FUTUROPA, 9 de Abril.	Es importante seguir realizando acciones que capaciten a las empresas turísticas del país que atienden a este mercadeo con el objetivo de mejorar su capacidad de comercialización para seguir impulsando el crecimiento de este mercado.  "Un día con el mercado Europeo" ofrece a los actores del sector privado que se especializan en este mercado, la oportunidad de capacitarse por medio de expertos internacionales que exponen sobre las nuevas tendencias y exigencias de los turistas procedentes de Europa. Estas acciones orientan a los empresarios del sector privado a mejorar sus técnicas de negociación según las necesidades de los clientes, incorporar en la cadena de comercialización a empresas que no pueden participar en ferias internacionales, y así impulsar el aumento de visitas a Costa Rica y beneficiar la economía de diferentes regiones turísticas del país. Se apoyó con alimentación, bebidas y alquiler de equipo audiovisual.

TRIMESTRE	EVENTOS NACIONALES	OBSERVACIONES
II	3. Cena de Bienvenida con CCH de LAMITE 2015 (Latin American Mice Exchange), 25 de Junio	Apoyar este tipo de actividades que impulsen el segmento MICE y promuevan el sector turístico permite contribuir con el objetivo de: "Posicionar a Costa Rica como destino apto para el turismo de reuniones, congresos y convenciones para diversificar la oferta de productos y servicios turísticos del País, por medio de las acciones de mercadeo correspondientes en el periodo 2013 - 2016". Se apoyó con alimentación y bebidas.
III	4. Expo Cartago Turístico, 6 y 7 de agosto	Evento promocional, organizado por la Cámara de Comercio, Industria, Turismo y Servicios de Cartago. Bolsa de comercialización y promoción Turística con rutas de inspección y visitas a proyectos turísticos de interés.  Objetivo General: Llevar a cabo un evento que promueva las áreas de interés como destino Turístico lleno de actividades y atractivos con posibilidades de pernoctación para el mes de agosto, que logre traer a 100 agentes de viajes y turoperadores como público meta. Se apoyó con alimentación para 205 personas.
	5. FOCALAE, del 19 al 21 de agosto.	Costa Rica, en el ejercicio de la Presidencia, promueve convertir a FOCALAE en un puente de diálogo independiente y de carácter amplio, para que América Latina y Asia puedan contribuir a la estabilidad regional y mundial.  Tras 17 años de haber sido creado el foro, la actual Administración considera que este espacio debe ser replanteado en sus objetivos y metas para lograr mayores y mejores resultados que contribuyan a devolverle el protagonismo para el cual fue creado. Costa Rica deseaba por tanto, contar con la presencia de sus homólogos latinoamericanos y asiáticos en la Reunión de Ministros de Relaciones Exteriores que se llevó a cabo en San José. Organizado por Presidencia de la República y Ministerio de RREE.  Se apoyó con gastos de alimentación del Cóctel de Bienvenida de FOCALAE 2015.

TRIMESTRE	EVENTOS NACIONALES	OBSERVACIONES
III	6. VI Festival de Ballenas, 4, 5, 6, 12, 13,19 y 20 de Setiembre.	Objetivo del evento: Motivar el turismo nacional y extranjero para que conozcan la zona y disfruten de los avistamientos de las ballenas jorobadas, las cuales viajan al país durante esta época del año, y de las poblaciones residentes de delfines, como el delfín nariz de botella y el manchado. El evento consistió en tres fines de semana (4, 5, 6, 12, 13,19 y 20 de Setiembre) dedicados al avistamiento de ballenas y delfines para promover la visitación y desarrollo a partir de la riqueza natural con que cuenta esta región. Organizado por la Asociación Nacional de Tour Operadores en el PNMB. Se apoyó con alimentación para el personal voluntario de apoyo para el evento.
IV	7. Foro Llevando el Turismo Sostenible a un nivel preponderante: El Rol del Turismo Sostenible en el Desarrollo de la política global. CANAECO. 2 de Octubre	Objetivo del evento: El fin principal es que el país pueda aprovechar todo el potencial para recibir y compartir conocimiento con quienes en diferentes partes del mundo desarrollan turismo sostenible. Esto, bajo el marco de una red global que fomenta políticas para que la sostenibilidad en la industria turística pueda tener el peso que requiere. En este sentido Costa Rica también puede aportar liderazgo e innovación que lo ha caracterizado al desarrollar un modelo de turismo basado en la sostenibilidad. Ente Organizador: CANAECO. Se apoyó con alimentación y alquiler de equipo audiovisual.
	8. Simposio de CACORE: El Restaurante y el Turismo Gastronómico / Importancia de la gastronomía como componente del producto turístico	Objetivo del evento: Analizar las características, necesidades y factores de éxito de un restaurante para que sea considerado como un destino gastronómico o un componente importante en el producto turístico de una región o país. Ente Organizador: CACORE Se apoyó con alimentación.
	9. European Travel Mart. 28 de Octubre.	Objetivo del evento: Informar al sector sobre temas relevantes del mercado europeo así como realizar un trade show de negociación entre proveedores y agencias de viajes. Ente Organizador: FUTUROPA Se apoyó con alimentación y alquiler de equipo audiovisual

TRIMESTRE	EVENTOS NACIONALES	OBSERVACIONES
IV	10. EXPO TURRIALBA, 16 y 17 de Octubre	Objetivo del evento: Promover a Turrialba como destino turístico sostenible, con gran potencial para los turistas que gustan de la observación de aves, así como sitios de gran belleza natural para lograr atraer a agentes de viajes y tour operadores. Ente Organizador: CATUR ( Cámara de Turismo de Turrialba) Se apoyó con alimentación.
	11. Seminario Convention Buró: El turismo de reuniones en un mundo cambiante. Hotel Crowne Plaza. 22 de Octubre	Objetivo del evento: Dotar a los representantes que conforman la cadena de valor del turismo de reuniones en Costa Rica de oportunidades para la actualización del conocimiento, la generación de elementos de juicio y el uso de herramientas para la toma de decisiones en relación con la dinámica actual del mercado de turismo de reuniones y congresos. Ente Organizador: Costa Rica Convention Bureau. Se apoyó con alimentación y alquiler de equipo audiovisual.
	12. II feria Municipalidad San José, paz y seguridad. 6 de noviembre	Objetivo del evento: Facilitar un espacio para que, en coordinación con las diferentes instituciones del estado se pueda llevar información a los ciudadanos en temas de prevención en todos los campos de seguridad ciudadana. Ente Organizador: Municipalidad de San José. Se apoyó con alimentación.
	13. El Efecto WOW en Costa Rica. 25 de Noviembre	Objetivo del evento: Capacitar a los asistentes para diseñar experiencias sorprendentes y memorables en los eventos que se celebran en un destino. Ente Organizador: Costa Rica Convention Bureau. Se apoyó con alimentación.
	14. Taller y foro Plan para el desarrollo de rutas aéreas de los aeropuertos de Costa Rica. 26 de Noviembre	Objetivo del evento: Revisar y actualizar la estrategia para el desarrollo de rutas aéreas para los aeropuertos internacionales de Costa Rica entre el ICT, Comité Mixto de Mercadeo Canatur-ICT y otros actores involucrados del sector. Ente Organizador: Presidencia Ejecutiva, Instituto Costarricense de Turismo. Se apoyó con alimentación y alquiler de equipo audiovisual.

TRIMESTRE	EVENTOS NACIONALES	OBSERVACIONES
IV	15. Concurso de Fotografías en Monteverde. 3 de Diciembre	Objetivo del evento: Recopilar material fotográfico de la zona que funcione para la promoción del destino y así fomentar la consciencia sobre la diversidad natural y paisajística de la región. Ente Organizador: Cámara de Turismo de Monteverde. Se apoyó con un Grupo Musical de Calypso que se presentó durante el evento.
	16. La Relevancia de la animación turística y sociocultural en la competitividad del producto turístico de un destino. 4 de Diciembre	Objetivo del evento: Introducir el tema de la animación turística y sociocultural en la competitividad del mercado de mercado del producto turístico nacional. Ente Organizador: ACOPROT. Se apoyó con alimentación y alquiler de equipo mobiliario
	17. Torneo Mundial de Tenis de Mesa Paralímpico. 16 y 17 de Diciembre	Objetivo del evento: Hacer que atletas con capacidades especiales logren competir y que algunos busquen los puntos necesarios para clasificar a Río 2016. Ente Organizador: Federación Costarricense de Tenis de Mesa. Se apoyará con alimentación para los atletas.

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

### 3. Sitio Web

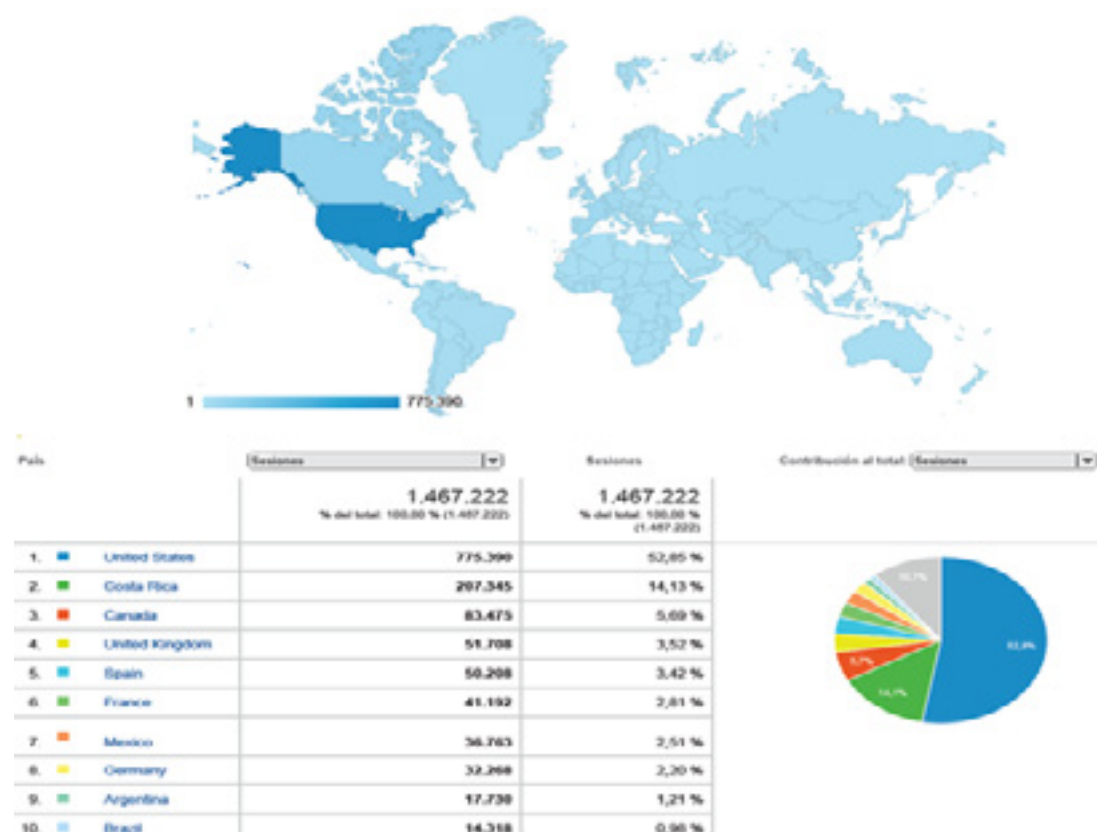
De enero al 13 de diciembre, se ha tenido una visitación al sitio web de 1.467.222 sesiones, con un tiempo de duración de aproximadamente 3.15 minutos. De estos visitantes, un 77.4% corresponde a nuevos visitantes y el 22.6% restante corresponde a visitantes de revisita.



De estas sesiones aproximadamente el 25.90% está en un rango de edad de 25 a 34 años, seguido de un 18.37% de 35 a 44 años. En relación al género en su mayoría son mujeres (58.42%) las que visitan el sitio web, al ser ellas las que normalmente deciden el lugar de destino al cual desean viajar.



Respecto de los canales por los cuales nos visitan más, podemos decir que la búsqueda orgánica sigue siendo el primer medio por el cual llegan los usuarios al sitio web, seguido de aquellos que digitan directamente la dirección del sitio. En el cuadro anterior se puede apreciar información complementaria sobre los diversos canales por los cuales llegan los usuarios al sitio web.



En el cuadro anterior se muestra en detalle lo que ha sido la visitación de los usuarios de los 10 primeros países que nos visitan; continua como en los últimos años, siendo los usuarios de Estados Unidos quienes más nos visitan 52,85%, seguido de los usuarios de nacionales con un 14,13% y Canadá con 5,69%.

Como dato interesante los usuarios acceden al sitio web principalmente usando una computadora tipo PC con 63,45%, seguido del teléfono móvil con un 24,52% y por ultimo utilizando un dispositivo tipo tableta 12,03%.

#### 4 Investigaciones nacionales e internacionales de mercados

Mediante las investigaciones de inteligencia de mercados se ha logrado la recopilación de datos y se ha generado información de valor para la toma de decisiones del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y del apoyo al sector privado.

A continuación se presentan los principales logros obtenidos en este año:

- Implementación del Plan de atracción de líneas aéreas hacia los aeropuertos internacionales de Costa Rica con resultados muy positivos para el 2015: nuevas frecuencias desde los Estados Unidos hacia el Juan Santamaría y Daniel Oduber, se finaliza la negociación con British Airways lo que implica la apertura de la nueva ruta directa Londres - San José a partir de abril del 2016.

- Se inicia el proyecto de investigación de mercados relativo a los mejores prospectos para los mercados de Reino Unido, Alemania, España, Francia, Argentina, Brasil, México, Colombia y Perú. El proyecto tiene dos etapas, una cualitativa dirigida al "trade" o industria y una cuantitativa enfocada en el consumidor final.

- Se actualiza el estudio de mercado "Mejores prospectos para los Estados Unidos 2015-2016". El trabajo de campo se finalizó este año, se tendrán resultados y bases de datos originales en el I trimestre del 2016.

- Se finaliza el estudio nacional denominado "Estimación de la incidencia de las vacaciones en el mercado interno". Con esta investigación de corte cuantitativo realizada en hogares con cobertura nacional se obtiene una medición del número de hogares y costarricenses que realizaron vacaciones dentro del País en el año calendario 2014.

- Se terminan los trabajos de campo en los aeropuertos Santamaría y Daniel Oduber que permitirán tener información del perfil y los hábitos vacacionales de los turistas escandinavos y otros mercados de interés para Costa Rica.

#### 5 Turismo de Reuniones

Con el fin de dar a conocer a Costa Rica como un destino apto para el turismo de reuniones, se han estado trabajando en las siguientes actividades:

Estrategia de Comunicación Internacional:

Con esta estrategia se pretende poner a Costa Rica en el mapa del segmento ejecutivo de turismo de reuniones. La misma se llevaría a cabo gradualmente, con el fin de ir creando conciencia sobre Costa Rica como un destino apto para este mercado y atraer eventos que pueden realizarse en Costa Rica y para los cuales se tiene capacidad. Esto quiere decir que el mensaje primeramente le llegará a las personas u organizadores de reuniones, que saben que pueden contar con Costa Rica para eventos de 50 a 500 asistentes. La estrategia fue lanzada el 1 de julio del 2015 y ya cuenta con sus primeras estadísticas.

Con respecto al plan de medios, el cual consta de una mezcla entre digital, impreso y móviles; ChoiceStream ha entregado 44,4 % de campaña en impresiones esperadas lo cual, hasta la fecha es el objetivo con el lugar donde deben estar. Con el proveedor de medios móvil, Verve, se realizaron 2.7 mm Impresiones en agosto. La entrega de Verve se encuentra muy cerca a la meta, se está apuntando puntualmente alrededor de conferencias específicas. Agosto, octubre y diciembre son los meses con la temporada más alta.

Con el medio Successful Meetings tuvimos un anuncio que salió en junio (además, con esto obtuvimos un valor agregado, que salió durante el mes de agosto). Hay que tener en cuenta que nuestro plan de medios va de julio a diciembre, sin embargo los proveedores no están todos durante los mismos meses.

La campaña ha seguido corriendo y se presentó los resultados de los primeros 4 meses[1] los cuales arrojaron lo siguiente:

Más de 34,300,000 de impresiones. Se esperan \*41,153,452 al finalizar el 2015

Más de 116.216 CLICKS hacia VISITCOSTARICA.COM

132% de incremento en solicitudes al Buró de Convenciones

141% de incremento en solicitudes por CVENT[2].

Oportunidades de Valores agregados han extendido la campaña con un presupuesto limitado

#### ICCA

Esta organización reúne a los principales especialistas en organizar y alojar reuniones internacionales y eventos, cuenta con casi 1000 miembros entre empresas y organizaciones en más de 90 países alrededor del mundo. ICCA se especializa en el sector de las reuniones internacionales de asociaciones, ofreciendo datos, canales de comunicación y oportunidades de desarrollo empresarial. En el mes de febrero se recibió al director regional de Latinoamérica, Santiago González, quien vino a impartir una capacitación sobre qué es ICCA, los beneficios, herramientas y su funcionamiento para su óptimo aprovechamiento y promoción para el país. Las herramientas vistas fueron: ICCA Association Database, ICCA Big Data, ICCA Statistics Tool e ICCA PR Kit.

Además, se exploraron y utilizaron las herramientas para las diversas acciones de publicidad, relaciones públicas e investigación por medio de la participación en los eventos RSMP 2015, 4th ICCA Latin America Meeting & 9th Client/Supplier Business Workshop e ICCA Congress así como la elaboración y difusión de comunicados de prensa en la herramienta "Post your press release on the ICCA website".

[1]Datos a noviembre de 2015

[2]Cvent, Inc. es una plataforma líder en la gestión de eventos de la empresa basada en la nube. Cvent ofrece soluciones de software para los organizadores de eventos para el registro en línea de eventos, la selección local, gestión de eventos, aplicaciones móviles para eventos, e-mail marketing y encuestas por Internet. Además ofrece a los hoteleros una plataforma integrada, lo que permite propiedades para aumentar la demanda del grupo empresarial a través de la publicidad dirigida y mejorar la conversión a través de soluciones de gestión de la demanda y de inteligencia de negocios de propiedad. Cvent optimiza toda la cadena de valor de la gestión de eventos y ha permitido a los clientes de todo el mundo gestionar cientos de miles de reuniones y eventos

También se han realizado gestiones con los representantes de esta organización para Latinoamérica y el Caribe para conocer los criterios de inclusión de eventos a las base de datos de ICCA, con el fin de analizar y determinar la posibilidad de establecer mecanismos para reportar los eventos ocurridos en el país.

Patrocinios: SITE E ICCA.

El Sponsoreo con SITE (organización líder en el tema de incentivos) consiste en un patrocinio, el cual nos ofrece presencia exclusiva en los cursos dirigidos exclusivamente al mercado meta que maneja incentivos en la industria que llega a las principales ferias alrededor del mundo. El alcance es de más de 4,000 compradores profesionales de la Industria de los Viajes de Incentivos anualmente.

El objetivo de SITE con esta iniciativa es continuar con su responsabilidad como Autoridad del Mundo de los Incentivos con el proceso de Educar a la Industria del impacto económico que la Industria de Incentivos representa a sus destinos y establecer un programa de "Best Practices" para su gremio mundial.

La entidad patrocinadora, en nuestro caso el ICT, estaría presente en 12 charlas que constarán alrededor de 15 horas en las cuales se estará dando contenido específico a profesionales en el ámbito de los incentivos. Además será identificada como único patrocinador de una charla específica educacional en todo el 2015.

ICCA: El congreso ICCA, es un congreso que está orientado a directivos, mandos medios y responsables de ventas y mercadeo de la industria de reuniones, y se generan contactos de muy alto nivel, por lo que la presencia es una gran oportunidad para Costa Rica. Asimismo, quienes concurren por primera vez cuentan con una sesión especial para obtener información sobre cómo aprovechar al máximo esta cita desde el punto de vista de los conocimientos y las charlas, pero también de cómo y con quien vincularse. El espectro de temas es amplio, alcanzando desde las novedades tecnológicas, las herramientas para lograr posicionarse y ser competitivos, las nuevas tendencias y los negocios que tienden a la personalización, los conceptos en boga como la gamificación y cómo aplicarlos al segmento, formas de renovar y expandir el negocio, entre otros, incluyendo el crecimiento de las oportunidades del mercado latinoamericano.

El ciclo educativo de dicho congreso cuenta con más de 40 conferencias, mesas de debate, workshops y difusión de casos de éxito. Es por ello que el ICCA Data Workshop, es el más concurrido durante todo el congreso y se esperan más de 800 participantes expertos en el turismo de reuniones. Este congreso se realiza anualmente y rota por distintos destinos del mundo.

Con respecto a la solicitud realizada para el ICCA, se detallan los beneficios con dicho patrocinio / sponsoreo:

- Presencia de logo de CR en: - Señalización general (incluye carteles de acceso al predio; pórtico de acceso al pabellón de acreditaciones; cartel de ingreso a las salas; cartel dentro de la sala). - Logo/ imagen de CR institucional como fondo de pantalla en las computadoras.
- Presencia de imagen en el Programa Oficial del Congreso.
- Presencia en la Página web del congreso con link a la web del país sponsor.
- Presencia en proyección digital en el ICCA Data Workshop (Salón Blanco, La Rural)
- Presencia en el cuaderno de notas (provisto por el sponsor)

- El beneficio del sponsorship en este congreso no sólo es su visibilidad sino su posicionamiento en esta industria. Los delegados que concurren son decisores o consejeros con gran influencia a la hora de elegir un destino para realizar un congreso internacional.

Ambos patrocinios dieron excelentes resultados y posicionaron a Costa Rica en el mundo del turismo de reuniones lo cual nos pone en consideración entre los meetings planners ante una posible reunión o congreso en el país.

#### Material promocional:

Se realizó material promocional referente al Turismo de reuniones y se imprimió para las ferias, IMEX Las Vegas y EITBM Barcelona.

#### Apoyos al Buro:

Se brindaron distintos apoyos al Costa Rica Convention and Visitors Bureau, de los cuales podemos citar por ejemplo:

- Guías e impresos en español e inglés, así como llaves maya en forma de tarjeta (datacards) con información de Turismo de reuniones en el país en los idiomas alemán, inglés y español con el fin de ser utilizadas en ferias de reuniones y para información general de las embajadas.
- Se obtuvo publicidad y ejemplares del e-booklet 20115 elaborado por el Buró y distribuido digitalmente durante los meses de setiembre a diciembre de 2015; así como la presencia de marca mediante banners en la página web [costaricacvb.com](http://costaricacvb.com) durante el mismo periodo.
- Se llevó a cabo una Gira de Prensa (Press Trip) con cuatro importantes medios internacionales del segmento de Reuniones y Convenciones durante siete días.
- Asimismo se realizó una Gira de Familiarización (Fam Trip) para cinco profesionales expertos de la industria y representantes de la renombrada agencia HelmsBriscoe.
- El ICT apoyó la atención del Seminario sobre Turismo de Reuniones realizado en octubre de 2015 en el Hotel Crowne Plaza Coroboci con la participación del Sr. Eduardo Chaillo como expositor; e igualmente el Seminario Efecto WOW impartido por la Sra. Maria del Carmen Obregón en noviembre en el Hotel DoubleTree By Hilton Cariari.

Relaciones Públicas: Se realizaron y difundieron una serie de comunicados por medio de la herramienta de PR del ICCA. A su vez, los mismos han sido compartidos con medios relacionados con turismo de reuniones, entre otras entidades pertinentes.

#### Plan promocional para turismo de reuniones y turismo de incentivos, 2015 - 2018

Se elaboró un plan integral de mercadeo denominado "Plan promocional para turismo de reuniones y turismo de incentivos, 2015-2018", el cual pretende promocionar y coadyuvar en el desarrollo del segmento de turismo de reuniones, mediante objetivos y acciones a lo largo del 2015 hasta el 2018. Dicho Plan será presentado al Señor Ministro y la Junta Directiva.





**Dirección de  
Planeamiento  
y Desarrollo**

*esencial*<sup>®</sup>  
**COSTA  
RICA**

# DIRECCIÓN DE PLANEAMIENTO Y DESARROLLO

## Seguimiento plan nacional de turismo

Para dar cumplimiento a lo establecido en el Plan Anual Operativo en el objetivo estratégico 1.1 "Planificar el espacio turístico, para garantizar un uso adecuado del mismo en todas las Unidades del Planeamiento Turístico del país" y la meta estratégica 1.1.12.1 "Mantener actualizado el Plan de turismo mediante una reunión a diciembre del 2014", se realizaron tres talleres de análisis y discusión sobre el Plan Nacional de Turismo con la participación de representantes del sector privado y discusión a lo interno del ICT convocada por la Gerencia General.

Sobre el particular se avanzó con la preparación de un documento sobre el modelo de desarrollo de Costa Rica, mismo que fue presentado en el congreso nacional de turismo de noviembre del 2014 para recibir retroalimentación sobre el particular. Se avanzó además en la redacción y actualización del documento sobre la política turística y se generó un primer borrador de la actualización del plan nacional de turismo que se encuentra actualmente en discusión en la Junta Directiva del ICT. Adicionalmente se desarrollaron diversas reuniones internas con participación de la Gerencia, los Macroprocesos de Gestión, Mercadeo, Planeamiento y Desarrollo y Administrativo y la asesoría legal, planificación e informática.

Como resultado esta Dirección ha propuesto a las instancias superiores del ICT la necesidad de convocar a los sectores de interés a la realización de un proceso de actualización del Plan nacional de Turismo con horizonte al 2015-2021.

## Plan estratégico institucional

En respuesta a los oficios de la Gerencia G-0067-2013 y G-0296-2013 que se derivan de los servicios preventivos de la auditoría General según AG-P-Ad-015-2012 y AG-P-Ad-07-2012 respectivamente, la Gerencia solicitó la colaboración de este Macroproceso para elaborar un Plan Estratégico Institucional en el ICT.

Se finalizó con el trabajo encargado generando un documento final que fue aprobado institucionalmente y mediante acuerdo de Junta Directiva 5869, artículo 5, inciso I realizada el 26 de noviembre del 2014, se dio finalmente por aprobado.

## DEPARTAMENTO DE PLANEAMIENTO TURÍSTICO

Este departamento ejecuta actividades relacionadas con la elaboración, actualización y seguimiento del Plan Nacional de Desarrollo turístico y demás planes y políticas.

Dentro de sus actividades se encuentran:

Dar apoyo a los gobiernos municipales con relación a la elaboración y revisión de Propuestas de Planes Reguladores Costeros, emitiendo la recomendación técnica a Junta Directiva para la aprobación de la planificación costera a nivel nacional, participa en los procesos de elaboración de

de planificaciones costera que promueven otras instituciones u organismo del estado acreditado para ello.

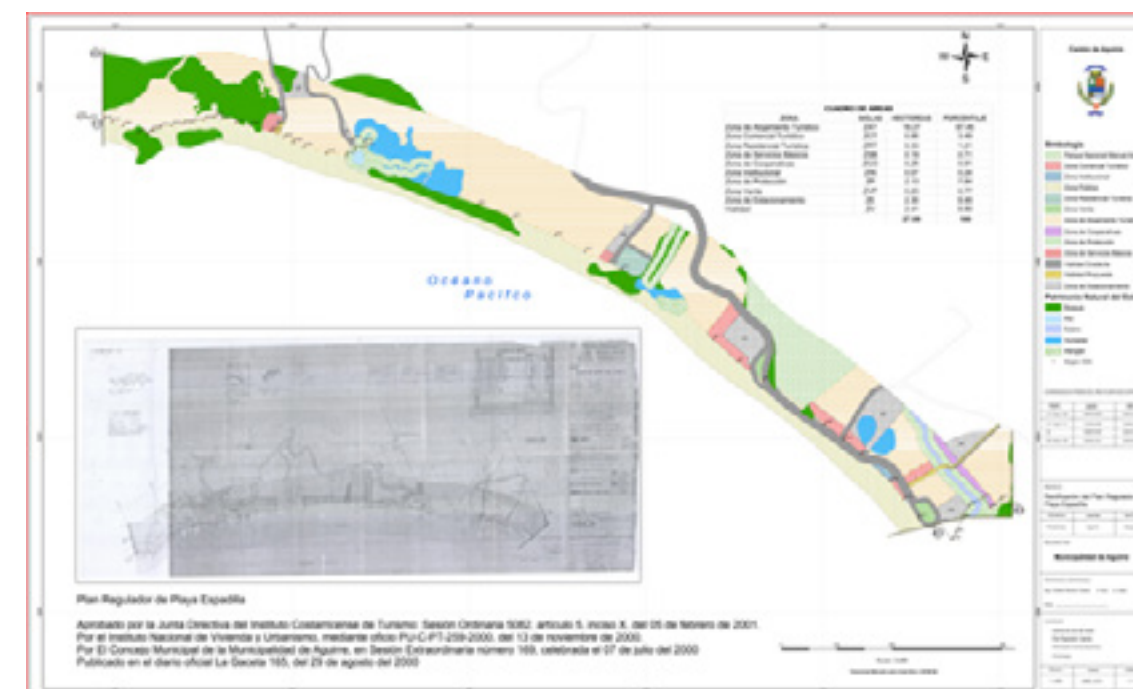
Además, tiene injerencia en procesos de capacitación técnica del personal municipal en trámites de concesiones y formalización de expedientes de concesiones.

También, utiliza Sistemas Informáticos diseñados para los procesos de revisión de expedientes de concesiones, utiliza software especializados para desempeñar sus labores como Sistemas de Información Geográfico para la realización de las labores de planeamiento a nivel nacional, tanto en zonas costeras como en el interior del país, utiliza Sistemas de Posicionamiento Global (GPS), y Autocad.

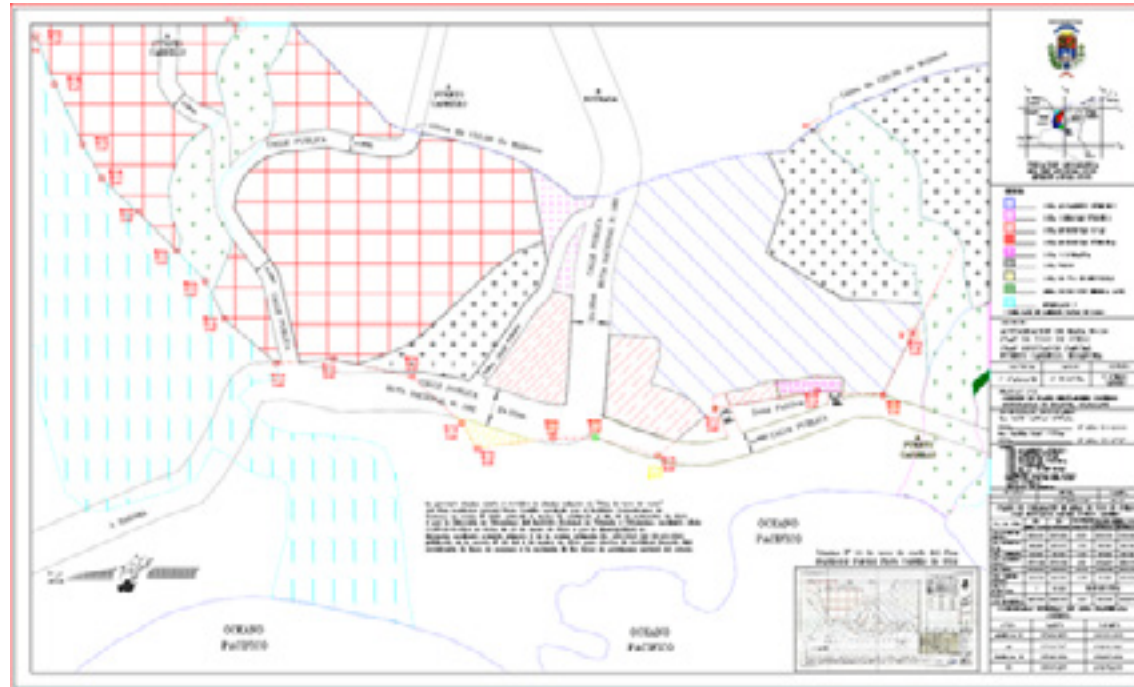
Asimismo, le corresponde la elaboración y actualización de Planes Generales y de Desarrollo Turístico en las Unidades de Planeamiento Turístico establecidas en las Unidades de Planeamiento Turístico.

En temas de planificación costera en la zona marítimo terrestre, se participó presencialmente en las Audiencias Públicas de los Planes Reguladores Integrales de Playa Hermosa, El Coco, Bahía Azul en el cantón de Carrillo, y en el Plan Regulador Integral de Playa El Jobo hasta Punta Manzanillo en el cantón de La Cruz, ambos en la provincia de Guanacaste. A partir de este proceso participativo establecido en la Ley de Planificación Urbana, se brindó el apoyo técnico a las respectivas Municipalidades, participando por medio de las respectivas Comisiones Tripartitas conformadas por las instituciones INVU-ICT y Municipalidad. Esto con el propósito de fortalecer la gestión de las municipalidades en los procesos de planificación y gestión de la ZMT.

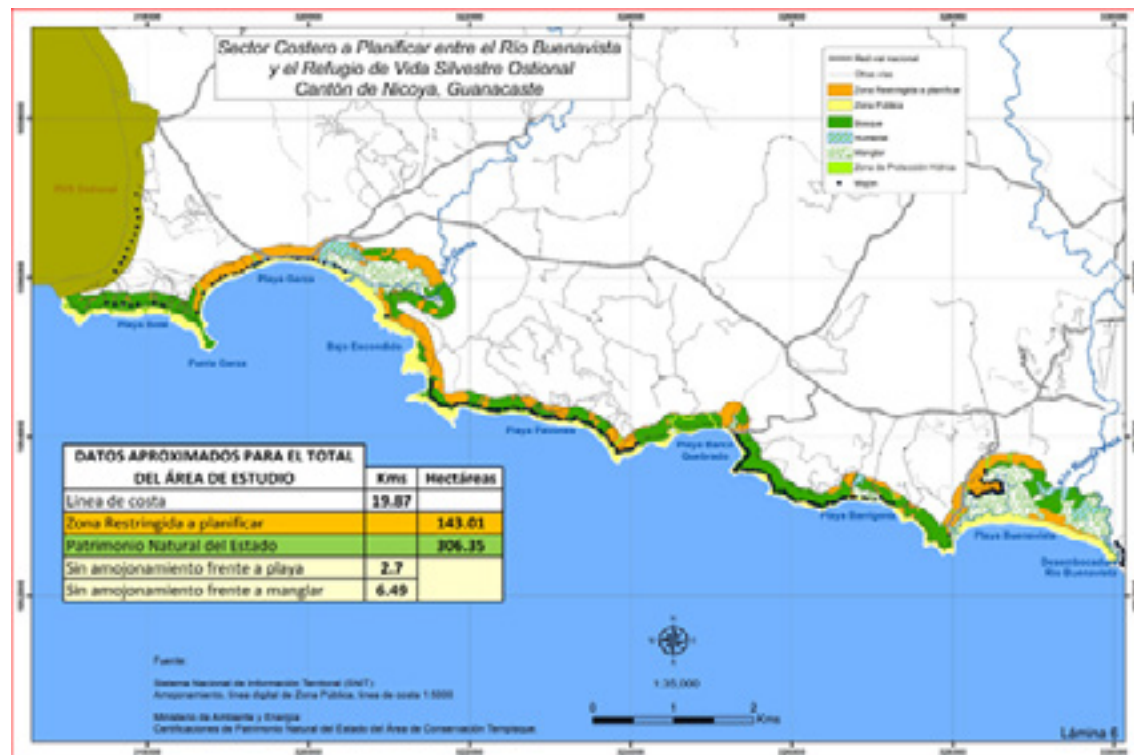
En lo que corresponde a las Metas Institucionales siempre en temas relacionados con la planificación costera, se brindó apoyo y orientación técnica a las municipalidades de Quepos con el proceso de Rectificación y Ajuste del Plan Regulador de Playa Espadilla.



A la Municipalidad de Hojancha con la Rectificación y Ajuste del Plan Regulador de Puerto Carrillo.



A la Municipalidad de Santa Cruz con el proceso de Rectificación y Ajuste del Plan Regulador de Playa Brasilito y Conchal, y a la Municipalidad de Nicoya con la Propuesta del Plan Regulador Integral de Playa Buena Vista hasta Playa Garza con la preparación de un diagnóstico situacional de las condiciones del sector costero a planificar.



En el marco estratégico de la generación de información para la toma de decisiones para la planificación nacional, se elaboraron cuatro planes de monitoreo turístico en Centros de Desarrollo Turísticos definidos en el Plan Nacional de Turismo 2010-2016, los Centros intervenidos fueron: Los Santos en los cantones de Dota, Tarrazú y León Cortés, Cabuya - Montezuma y Santa Teresa - Mal País en el Distrito de Cóbano y Uvita en el cantón de Osa.





Como Meta Institucional ligada al Plan Nacional de Desarrollo Alberto Cañas Escalante 2015-2018, se elaboró la Propuesta de una Ruta Turística que se denominó Ruta de Observación de Aves para Costa Rica, esta meta fue trabajada conjuntamente con el Departamento de Desarrollo de la Dirección Planeamiento y Desarrollo.

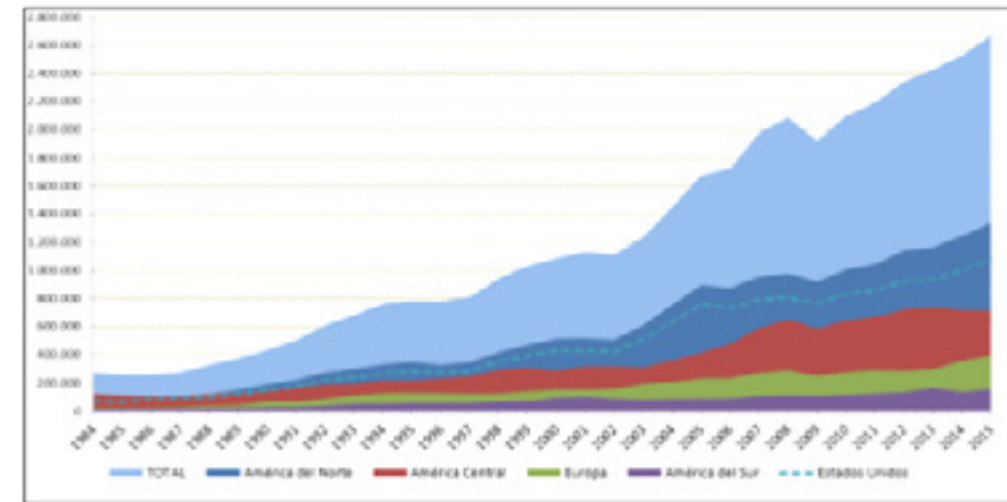


**Unidad de Administración de la Información**

El quehacer central de esta unidad sigue siendo la generación oportuna de información turística, insumo para la planificación y la toma de decisiones en el sector.

Desde esta perspectiva, se continúa con el monitoreo de los principales indicadores turísticos como lo son las llegadas internacionales por puerto y nacionalidad, con datos de los registros migratorios de la Dirección General de Migración y Extranjería. Esto ha permitido con una metodología estadística apegada a los lineamientos de la Organización Mundial del Turismo y las buenas prácticas estadísticas establecidas por el Sistema Estadístico Nacional (SEN), generando series históricas de gran valor que reflejan las tendencias a lo largo del tiempo.

Llegadas internacionales a Costa Rica por mercado. 1984-2015



Fuente: ICT con datos de la Dirección General de Migración y Extranjería

Llegadas internacionales a Costa Rica por TODOS LOS PUERTOS 2010-2015

Mes	Año						Variaciones					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2012-2013		2013-2014		2014-2015	
							Absoluta	%	Absoluta	%	Absoluta	%
Ene- Dic	2 099 829	2 192 059	2 343 213	2 427 941	2 526 817	2 665 608	84 728	3,6	98 876	4,1	138 791	5,5
Enero	232 314	252 532	272 718	278 426	297 935	292 555	5 700	2,1	19 509	7,0	- 5 300	-1,8
Febrero	195 919	210 628	228 597	230 581	247 182	253 329	1 984	0,9	16 601	7,2	6 147	2,5
Marzo	208 201	222 799	239 386	249 828	257 320	265 495	10 442	4,4	7 492	3,0	8 175	3,2
Abril	169 853	184 735	195 456	197 034	213 458	221 141	1 578	0,8	16 424	8,3	7 683	3,6
Mayo	148 574	150 145	160 185	168 294	176 412	180 102	8 109	5,1	8 118	4,8	3 690	2,1
Junio	169 183	176 360	189 257	196 386	199 310	202 424	7 129	3,8	2 924	1,5	3 114	1,6
Julio	199 479	202 362	212 044	219 584	226 035	238 170	7 540	3,6	6 451	2,9	12 135	5,4
Agosto	168 837	161 648	173 837	180 044	188 799	197 862	6 207	3,6	8 755	4,9	9 063	4,8
Septiembre	120 234	121 057	127 632	131 810	134 031	146 484	4 170	3,3	2 221	1,7	12 453	9,3
Octubre	126 661	129 086	139 591	144 039	143 213	159 075	4 448	3,2	- 826	-0,6	15 862	11,1
Noviembre	158 468	167 135	179 474	188 121	189 823	220 904	8 647	4,8	1 702	0,9	31 081	16,4
Diciembre	202 126	213 572	225 036	243 794	253 299	288 067	18 758	8,3	9 505	3,9	34 768	13,7

Notas: 1. Fechas Semana Santa: 2009 en abril, 2010 (28 marzo - 3 abril), 2011 y 2012 abril, 2013 en marzo, 2014 en abril y 2015 (29 marzo - 4 abril). Fuente: ICT con datos de la DGME

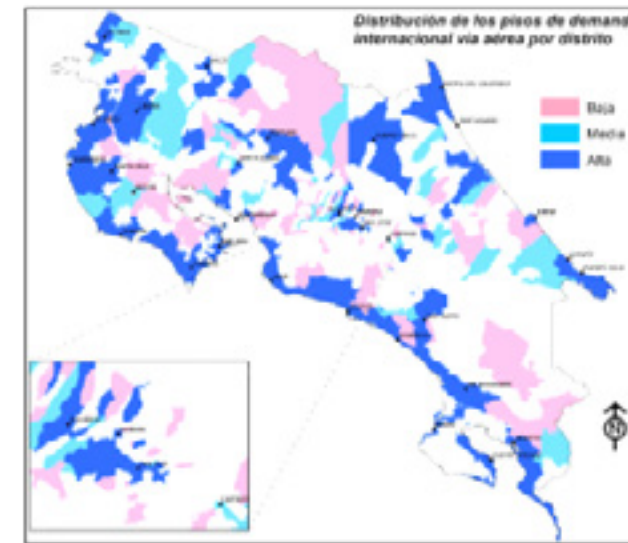
Otros indicadores que se monitorean mediante la realización de más de 11.000 entrevistas al año en la vía aérea, terrestre y cruceros con el objetivo de monitorear cifras turísticas de importancia para el sector, como lo son gasto, estadía y perfiles de los visitantes al destino. El uso de tecnología para la captura, procesamiento y divulgación de información, así como de las buenas prácticas estadísticas son algunas de las acciones a las que se les ha dado continuidad.



El 2015 continúa con la utilización de herramientas informáticas que permiten una mejor captura de información con mayores controles de calidad al momento de la entrevista cara a cara. Además de la consulta de datos y la generación de reportes en forma automatizada. Otro aspecto a mencionar es la modificación del sitio web [www.visitecostarica.com](http://www.visitecostarica.com), de manera que la sección de estadísticas se encuentra en un lugar más visible para el usuario.



Se continuó con el avance en el levantamiento de información georeferenciada en lo referente a planta turística (establecimientos de hospedaje y restaurantes) y atractivos en todo el territorio nacional.



El 2015 incorporó al análisis turístico, el análisis económico de los principales mercados turísticos de Costa Rica, mediante el monitoreo de variables macroeconómicas de cada uno de los países de donde provienen los turistas. Lo que sucede en sus economías puede afectar la demanda turística, por lo que se hace análisis de coyuntura económica permanentemente debido a que los mercados turísticos son el resultado de la dinámica macroeconómica propia. A partir de 20015 se monitorea los indicadores de crisis financiera y económica en los mercados norteamericanos, europeos, asiáticos y latinoamericanos. Algunos de los indicadores se relacionan con el crecimiento económico (PIB, PNB, PNN, etc.), tipos de cambio, inflación, nivel de reservas internacionales, estado de las bolsas en el mercado. Se monitorea el mercado del petróleo, oro, y commodities. Se está iniciando los procesos de monitoreo del estado económico y financiero de las principales cadenas hoteleras y líneas aéreas, además de su información de mercado, mediante el uso de herramientas especializadas.

### Unidad de Inspección de la Zona Marítimo Terrestre

#### Administración de la Zona Marítimo Terrestre

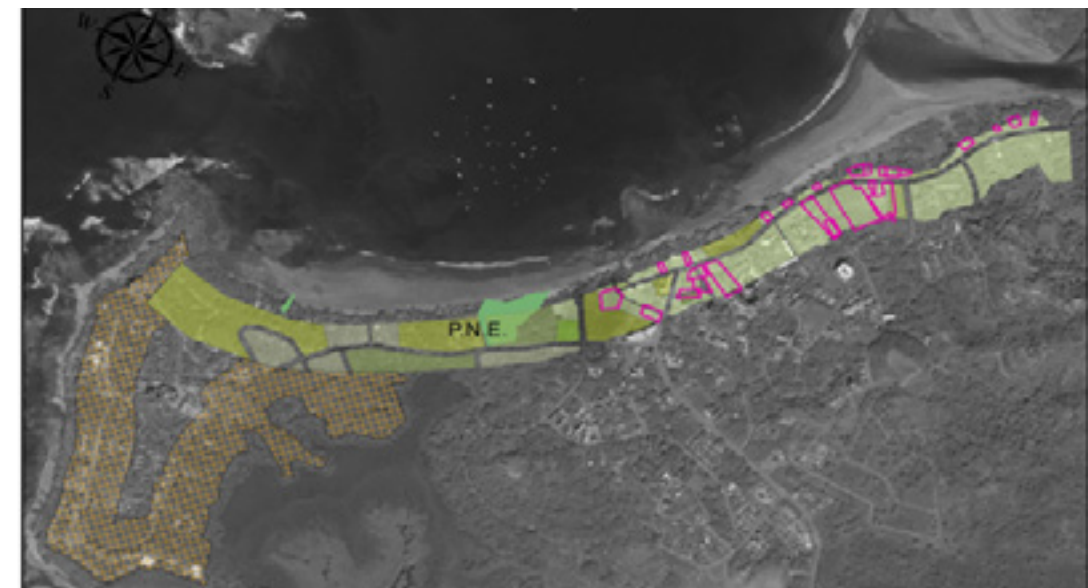
Como parte del proceder institucional en ejercer la superior y general vigilancia en la zona marítimo terrestre (Ley 6043 artículo 2), así como contribuir a mejorar la administración y control permanente del Estado y de las Municipalidades con jurisdicción en dicho bien demanial, remitimos a los municipios los resultados de informes de Inspección de la ZMT realizados por la Unidad de Inspección de Zona Marítimo Terrestre en su correspondiente jurisdicción.

El objetivo de dichos diagnósticos fue determinar puntualmente (por Centro de Desarrollo Turístico) las incidencias de construcciones en relación al ordenamiento costero vigente detectadas por personal experto de esta unidad. El interés particular fue evidenciar hallazgos en forma oficial para apoyar el proceso presente y futuro de fiscalización y administración de la zona marítimo terrestre por parte de los gobiernos locales.

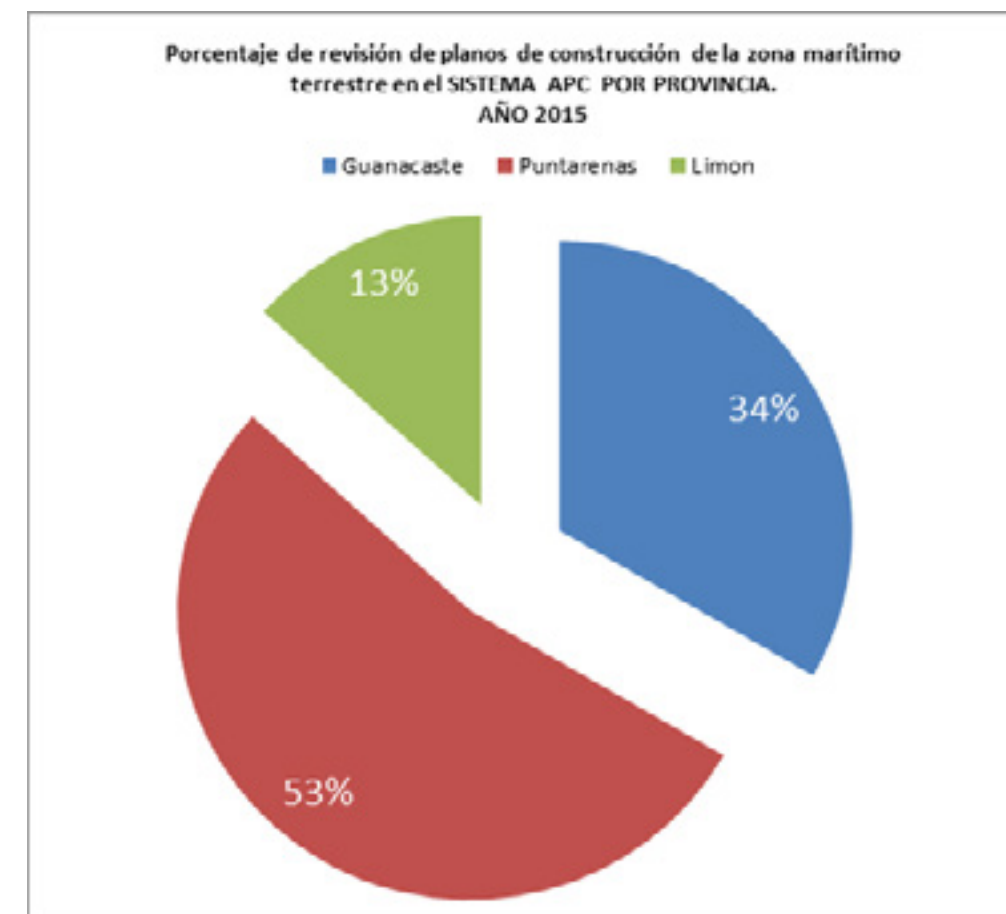


Para todos los casos, los informes generan análisis puntuales de hallazgos en la zona marítimo-terrestre utilizando como base los planes reguladores vigentes en los casos en donde existen y/o incidencias generales en los espacios en que no existe un plan regulador costero vigente. Con ello, se facilita la comprensión básica de lo señalado por parte de grupos heterogéneos de interesados locales.

A manera de ejemplo, los resultados a diciembre del 2015 del Centro de Desarrollo Tamarindo se desglosan en dos sectores; uno con plan regulador vigente denominado "Playa Tamarindo" y el otro sin planificación reguladora costera llamado "Playa Langosta". Para el primer caso, se contabilizan 18 construcciones normadas con 302 construcciones sin normar mientras que en Playa Langosta existen al menos 123 construcciones no normadas. Solamente, un 56% del territorio concesionado se aprovecha para la implantación de inversiones y/o servicios acordes a lo establecido en el Plan Regulador Costero vigente.



<b>Zona Marítimo Terrestre</b>			
<b>Número de parcelas en Concesión</b>			
<i>Ubicación (ZMT)</i>	<i>Construido</i>	<i>Sin construir</i>	<i>Total</i>
<b>a</b> Playa Tamarindo*	18	14	32
<b>b</b> Playa Langosta***	nd	nd	nd
<b>% de concesiones construidas</b>			<b>56%</b>
* Playa Tamarindo cuenta con plan regulador costero vigente			
*** Playa Langosta no cuenta con plan regulador vigente			
Fuente: Trabajo de campo UIZMT. Al 18 de diciembre del 2015			



Además, se realizaron mejoras al sistema de plataforma digital dirigida a hacer más eficiente los procesos de revisión en línea de lo atinente a la Unidad.

Revisión Técnica para la Aprobación de expedientes de Concesiones

En el año 2015 se realizaron 119 revisiones técnicas para la aprobación de expedientes de concesiones según lo establece la Ley 6043 de la Zona Marítimo Terrestre y su reglamento ; 73% de las cuales se realizó para las municipalidades de la provincia de Guanacaste mientras que 27% de ellas para los gobiernos locales Puntarenas, según se muestra en la siguiente distribución relativa.

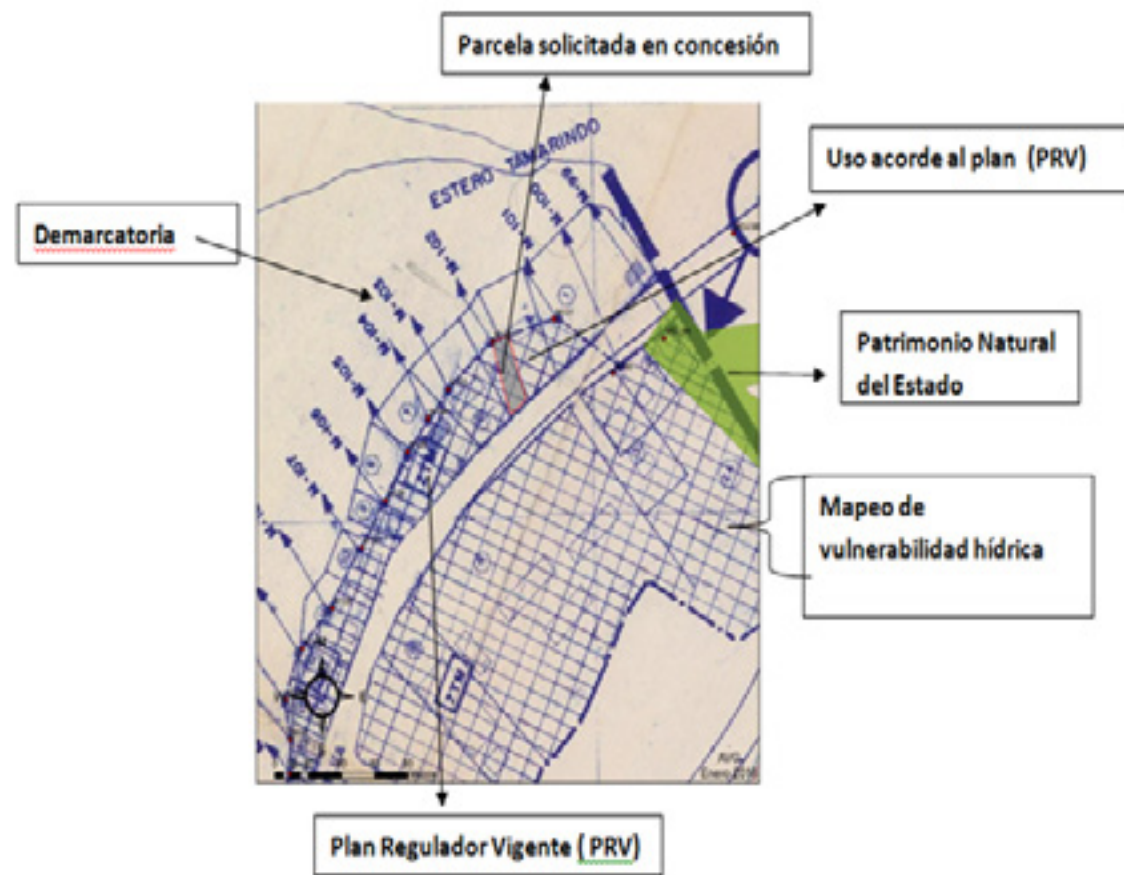


Para cada uno de los expedientes remitidos por las municipalidades costeras, se realizó una exhaustiva revisión técnica de las parcelas solicitadas en concesión en función del plan regulador correspondiente, el patrimonio natural del Estado, uso correspondiente, alturas, amojonamiento, retiros, coberturas y densidad vigente según reglamentación.

De forma adicional, se conceptualiza la integración de la parcela al modelo de desarrollo local y a la dinámica en función de la gestión del turismo sostenible para la toma de decisiones futuras en cuanto a propuestas de mejoramiento e innovación de criterios de planeamiento turístico.

La recomendación técnica final se remite a la asesoría legal, quien a su vez emite criterio integrado a la Gerencia General. La Gerencia General genera la resolución final para la aprobación de los expedientes de concesiones.

Figura 2. Resumen de aspectos considerados en la revisión técnica para la aprobación de expedientes de concesiones.



**DEPARTAMENTO DE DESARROLLO TURISTICO 2015**

Este Departamento ha impulsado una Estrategia de Diferenciación de Producto/Destino basado en la sostenibilidad y el desarrollo local, cuyas acciones propician un uso eficiente del acervo natural y cultural, y una distribución equitativa de los beneficios, con el objetivo de generar riqueza que se traduzca en una mejor calidad de vida para toda la sociedad costarricense. Asimismo, impulsar un proceso de gestión integral de los destinos turísticos, enfocado a potenciar las ventajas comparativas locales para incentivar el turismo sostenible.

Las acciones del Departamento responden a lo dispuesto en el Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 (MIDEPLAN, 2014) para el Sector Turismo, el Plan Estratégico Institucional (PEI) y el objetivo 1.2.1. del Plan Anual Operativo del Instituto Costarricense de Turismo.

Se ejecutaron cinco programas primordiales: Turismo Rural, Gastronomía Tradicional Costarricense, Artesanías con Identidad, Apoyo a Mipymes y el programa de capacitación que le da respaldo a las demás acciones. Tendentes a lograr que diferentes actores (municipalidad, cámaras regionales de turismo, asociaciones, empresarios, MIPYMES, y comunidades, entre otras) se apropien de la implementación de los planes de desarrollo turístico, fortaleciendo las organizaciones locales, el turismo rural y el turismo rural comunitario. Así como, la generación de capacidades locales y empresariales, la transmisión del conocimiento de información estratégica para la toma de decisiones, el fortalecimiento de la calidad, la coordinación y el apoyo para la innovación de producto turístico.



El programa de 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 en inglés y español 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.

Las experiencias de turismo rural comunitario se desarrollan desde cooperativas o asociaciones comunitarias que poseen reservas ecológicas privadas, fincas o áreas de interés o se encuentran cercanas a regiones de interés ambiental y cultural. Las comunidades ofrecen experiencias novedosas, que combinan servicios turísticos, tales como hospedaje, excursiones y artesanías, con los impresionantes paisajes naturales y la cultura viva de su localidad (cultura campesina, indígena o afrocaribeña). Esto permite a los visitantes descubrir nuevas culturas, explorar lugares paradisíacos, beneficiar y compartir con comunidades que se involucran en la conservación de los recursos naturales, divertirse y descansar sana y creativamente. Se realizaron reuniones y visitas a las comunidades de: Concepción de San Ramón, Asociación Los Santos, Monteverde, Tilarán, Grecia, Vara Blanca, Talamanca y Montes de Oro. Con el fin de conocer oferta de servicios turísticos, nivel de formalización de las PYMES, y producto turístico.





Se elaboraron los folletos de los grupos culturales : Dancestra, Shanty, Al Ritmo del Puerto, Lirio Blanco, Grupo Bambú, Kawe, Rafael Angel Zúñiga, Grupo Tiki, Yure, Rincón Salsero.



Además, se realizaron otras acciones de capacitación de apoyo al sector turístico privado, a continuación el detalle:

- Se capacitaron 178 personas de la Red de Pequeños Hoteles del valle central y otras zonas del país, en los temas de Comisión Nacional de Emergencias, Estrategias de Comercialización, Promoción Marca País y Reservas. Así como, el Congreso de Pequeños Hoteles.
- Talleres de Cultura Turística Escolar, se capacitaron 748 estudiantes de 200 escuelas en todo el país.
- Curso de Seguridad Turística dirigido a empresarios turísticos en las localidades de Tamarindo, Monteverde, Quepos, Cóbano, Tortuguero y Puerto Viejo de Limón, participaron 165 personas.
- Se apoyó a la Cámara Nacional de Turismo Rural, con el tema de Turismo Rural, se capacitaron 105 personas.

Curso de Actualización Turística, realizado en Puntarenas, Auditorio INA, el día 16 de octubre 2015



Curso de Actualización Turística, realizado en Puntarenas, Auditorio INA, el día 16 de octubre 2015



Curso de Cultura Turística, desarrollado en la Escuela Jinotea Turrialba.



Curso de Cultura Turística, desarrollado en la Escuela San Josecito, San Isidro de Heredia. Evento realizado el día 30 noviembre



Taller de Historia de Cartago



Curso de Primeros Auxilios y RCP DESARROLLADO EN LA FORTUNA DÍA 07 DE DICIEMBRE 2015

### 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, de 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 San José y Cartago. Se tienen programados desarrollar los mismos en diferentes centros de desarrollo turístico del país.

## Programa de apoyo a Mipymes

La meta del PAO 1.2.1.2 "Formulación de propuesta para la atención de las MIPYMES Turísticas en diferentes unidades de planeamiento a diciembre del 2015, conforme el PND 2015-2018" se cumplió al 100%, y fue remitida a la Gerencia General según el oficio MPD-131-2015 del 14 de diciembre. Para la formulación de dicha propuesta se desarrollaron en el período de setiembre a diciembre del 2015 las siguientes acciones: 1. Investigación y revisión de documentos, 2. Revisión de buenas prácticas y casos financiados por el BID, 3. Revisión y cotejo de bases de datos de MIPYMES del MEIC con las empresas del ICT, 4. Coordinación con el MEIC, 5. Coordinación con agrupaciones turísticas (ACOT, FUTUROPA, CCH, Red de pequeños hoteles), 6. Coordinación con otras organizaciones: MINAE, MAG, UCI, 7. Revisión de reportes sobre MIPYMES en Costa Rica (Estado de La Nación, Estadísticas de las MIPYMES del MEIC), 8. Diseño y formulación de la propuesta y 9. Revisión y corrección del programa Mipymes.

## Turismo Social

El programa de Turismo Social se ubica dentro de los nuevos productos que el I.C.T. está promocionando, como parte de su estrategia de Desarrollo planteada en el Plan Nacional de Turismo Sostenible (2010-2016).



Sra. Flavia Roberta Costa, Presidente de la Organización Internacional de Turismo Social (OITS015)

Mediante dicho programa también se responde a las responsabilidades planteadas al I.C.T. en la Ley Incentivo de la Responsabilidad Social Corporativa Turística, No. 8811, del 12 de mayo del 2010, capítulo II, artículo 13, p.5.

El Turismo Social se concibe como un derecho universal, mediante el cual se garantiza el acceso al descanso, recreación, ocio y tiempo libre por parte de segmentos de población en vulnerabilidad social y económica, en condiciones adecuadas de economía, accesibilidad, seguridad y comodidad.

Siendo un programa nuevo en la Institución se vio la necesidad de conocer del tema basándonos en las experiencias de países de América Latina donde se tienen años de conocimiento en el desarrollo de programas o productos de turismo social.



Sra. Francisca Retamal, Programa Turismo Social, Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR), Chile.

Para lograr lo anterior, se realizó el 1er. Foro "Turismo Social: una construcción colectiva para el desarrollo humano en Costa Rica", con la participación de 5 expositores internacionales representantes de Argentina, Chile, Colombia, Brasil y de la Organización Internacional de Turismo Social (OITS), además de 3 nacionales y 100 participantes, representantes de instituciones públicas que desarrollan programas sociales, universidades públicas y privadas, empresarios turísticos y Cámaras de Empresarios Nacionales.



## Ruta de Aves

El Instituto Costarricense de Turismo con el apoyo de cámaras empresariales, asociaciones especializadas y otros actores relevantes, impulsa un proyecto de mediano y largo plazo que tiene como principal objetivo el fortalecimiento de una red de localidades de observación de aves en las comunidades rurales de Costa Rica con el objeto de apoyar al sector privado en el desarrollo de productos de alta calidad y valor agregado capaces de generar experiencias únicas y encadenamientos productivos en torno a la actividad de observación de aves. (ver esquema de encadenamientos Ruta de Aves).

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

El circuito de aves de Costa Rica está enfocado en el segmento de observadores de aves (nacionales y extranjeros, especialistas y principiantes) con un circuito que integra prácticamente todo el territorio nacional con puntos y localidades del país seleccionadas especialmente para brindar al turistas una experiencia de alto valor

agregado, no solo por la alta diversidad de especies de aves sino por los complementos de cultura, ruralidad y comunidades locales que se estarán integrando.

El diseño de esta ruta contempla las aves como recurso central, y la participación de pueblos y comunidades cercanas a los puntos de avistamientos así como toda la gama necesaria de recursos naturales, culturales y humanos, y servicios ofrecidos al turista.

En la elaboración de la propuesta inicial para seleccionar los sitios centrales de la ruta, considerando la distribución espacial, la determinación de sitios de observación, las aves emblemáticas, las zonas de vida, entre otros.. Esta etapa se basó en la experiencia del equipo, revisiones bibliográficas y consultas con especialistas y organizaciones relacionadas tales como grupos que ya está comercializando productos bajo el concepto de ruta, la sociedad ornitológica de Costa Rica, el museo nacional.

Asimismo, se realizó un trabajo de campo, entre los meses de junio a noviembre, para una análisis de los sitios de observación propuestos y constatar el estado actual y características de cada sitio. En esta etapa se realizaron reuniones con actores locales tales como: cámaras regionales de turismo, asociaciones de guías, municipalidades, funcionarios del SINAC, centros de investigación, empresarios turísticos, funcionarios de ONG's, universidades nacionales y extranjeras, con el fin de identificar y evaluar la oferta turística actual del área; atractivos turísticos, planta turística, infraestructura turística, de apoyo al sector y necesidades de las organizaciones para mejorar los servicios turísticos.

Lo anterior, con el fin de determinación de necesidades y prioridades para el mejoramiento de la oferta turística existente en los distintos puntos de la ruta, desde el punto de vista de partición local, gestión municipal, conservación, investigación, recursos humanos, capacitación, infraestructura, sistemas de información, comercialización y otros más.

Por último, se preparó un programa de trabajo de mediano plazo para el cumplimiento de los objetivos trazados con el diseño de la ruta.





# DIRECCIÓN DE GESTIÓN TURÍSTICA

## CONSTRUCCIÓN DE INFRAESTRUCTURA

### CENTRO NACIONAL DE CONGRESOS Y CONVENCIONES

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



Imagen N°1 Fuente: ICT

### PROCEDIMIENTOS REALIZADOS DURANTE EL PERIODO 2015:

- Se completaron las negociaciones de suministros públicos del CNCC: Agua potable, energía, telecomunicaciones, la operación y mantenimiento de la planta de tratamiento de aguas negras y residuales.
- Se completó la negociación de préstamo sindicado y asignación presupuestaria para ejecutar la etapa constructiva del CNCC y contrataciones conexas.
- Se logró la obtención de permisos del MOPT para el acceso restringido del CNCC desde RN N°1.
- Se realizó la revisión final del cartel de contratación, etapa constructiva del CNCC.
- Se llevó a cabo el acto inicial, invitación a empresas precalificadas, presentación de ofertas económicas, trámite y adjudicación de la etapa constructiva del CNCC.

### INFRAESTRUCTURA

En la realización de mejoras de las condiciones de infraestructura y servicios de los atractivos turísticos, se destinaron recursos financieros en el 2015 para la ejecución del Convenio de Cooperación entre el ICT y la Asociación Cívica y Turística Valverde Vega.

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

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

Abril, 2015: Se firma el Convenio De Cooperación Entre el Instituto Costarricense DE Turismo y la Asociación Cívica y Turística Valverde Vega. El aporte del ICT fue de \$165.000.000.00., para cubrir la construcción e inspección de un centro para Actividades Turísticas y Artesanales.

Diciembre, 2015: La Proveeduría comunica que el proceso de licitación ha finalizado y queda otorgado el contrato de construcción, para dar inicio de obras en el periodo 2016.

## ATRACCIÓN DE INVERSIÓN TURÍSTICA

Durante el año 2015 se siguió con las labores de la Unidad de Atracción de Inversiones, implementando el objetivo: Promover el incremento de las inversiones turísticas dentro de las unidades de planeamiento turístico, para mejorar y consolidar la oferta turística dentro del marco de la sostenibilidad promovida por el país.

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

La asistencia a eventos internacionales enfocados a la atracción de inversiones en el sector turístico, que permiten crear contactos estratégicos con posibles inversionistas internacionales:

- a) Se asistió a la Conferencia HOLA de Inversión Hotelera, Miami, Florida.
- b) Asistir a gira de prensa nacional a oficinas, talleres, simuladores de la empresa Interjet en México D.F.
- c) Asistir al vuelo inaugural Baltimore- San José de la empresa Southwest
- d) Se asistió a la reunión Routes Americas en Denver, Colorado donde se tuvieron las siguientes reuniones:

Southwest SJO	Copa- LIR	JetBlue- SJO	Volaris- LIR
British Airways	Insel Air	JetBlue- LIR	American Airlines - SJO
Interjet- LIR	Alaska Airlines- LIR	Delta	Spirit- SJO
United- SJO	WestJet- LIR	Copa- SJO	Vivacolombia- SJO
Gol	WestJet- SJO	Turkish Airlines	Interjet- SJO
United- LIR	American Airlines - LIR	Aeropuerto Roma Fumiccino	Southwest- LIR
Thomson- TUI Travel	Alaska Airlines-SJO	Volaris-SJO	

e) Se asistió a la reunión World Routes en Durban Sur África donde se tuvieron las siguientes reuniones:

Aeropuerto de Tampa	Air France	Aeropuerto de Oakland	IBERIA
Qatar Airways	Edelweiss	Thomas Cook - Condor	Norwegian
Lufthansa	Copa	VivaAerobus	BlueSky
Virgin Atlantic	KLM	Emirates	LATAM
Air Europa	Air China	China Eastern	Aeropuerto de Gatwick
Alitalia			

De estas reuniones podemos citar como resultados positivos los siguientes:

#### VUELOS ENTRE MAYO 2014 A MAYO 2015 AL AEROPUERTO DANIEL ODUBER:

- Avianca: aproximadamente 3,697 pasajeros en 2014, ruta: El Salvador
- American Airlines con aprox. 78,206 pasajeros en 2014, rutas: Dallas y Miami
- Delta con aprox. 70,219 pasajeros en 2014, rutas: Atlanta, Minneapolis y Los Ángeles
- United con aprox. 115,139 pasajeros en 2014, rutas: Chicago, Newark (Nueva York) y Houston
- US Airways (AA) con aprox. 6,768 pasajeros en 2014, ruta: Charlotte, Carolina del Norte
- Frontier con aprox. 5,525 pasajeros en 2014, ruta Denver.
- JetBlue con aprox. 35,977 pasajeros en 2014, ruta: Nueva York (JFK) y Boston
- Copa con aprox. 6,563 pasajeros en 2014, ruta: Panamá
- Air Canadá con aprox. 13,108 pasajeros en 2014, ruta: Toronto y Montreal
- WestJet con aprox. 10,245 pasajeros en 2014, ruta: Toronto

#### NUEVOS VUELOS DE MAYO 2015 A DICIEMBRE 2015:

Número de vuelos nuevos: 8

Países de origen: USA, Canadá e Inglaterra

Ciudades de origen: LAX, Houston, Londres, Boston, Baltimore, Toronto, Calgary, Saint Louis

Cantidad de vuelos:

- LAX 4 por semana (Alaska)
- Houston diario (Southwest)
- Londres uno por semana (TUI Thomsom)
- Baltimore uno por semana (Southwest)
- Calgary 4 por semana a partir del 19 de diciembre (WestJet)
- Toronto, aumento de una a dos frecuencias semanales (WestJet que será anunciado públicamente el 20 de julio y confirmado el 16 de julio)
- Saint Louis Missouri uno por semana de marzo a agosto 2016 (Apple Vacations)
- Boston dos por semana de enero a mayo 2016 (JetBlue)

Al 2014 había 37,467 asientos mensuales de vuelos regulares en el Daniel Oduber.

Con la llegada de los vuelos nuevos al 31 de diciembre 2015 se estarían añadiendo aproximadamente 17,442 asientos por mes. Es decir casi el 50% más de la operación actual.

Nota: estas cifras no incluyen el anuncio de un vuelo diario de LAX a Liberia de Southwest a partir de abril del 2016.

#### NUEVOS VUELOS AGREGADOS DESDE QUE INICIÓ EL GOBIERNO A MAYO 2015 AL JUAN SANTAMARÍA:

Número de vuelos nuevos: 9

Países de origen: Cuba, Colombia (San Andrés), México, Alemania, USA

Ciudades de origen: La Habana, San Andrés, México D.F., Frankfurt, Baltimore, Houston, Newark, Albrook (Panamá)

Cantidad de vuelos:

- La Habana 2 semanales (Cubana)
- Baltimore 1 diario (Southwest)
- Houston 4 semanales (Spirit)
- San Andrés 3 semanales (Avianca)
- México D.F. 1 adicional diario (Aeroméxico del 6/7/2015 al 17/8/2015)
- Frankfurt 1 adicional tres veces por semana (Condor)
- México D.F. 1 adicional diario (Interjet)
- Houston 1 adicional 4 veces por semana (United)
- Newark 1 adicional 2 veces por semana (United)
- Albrook 1 diario (Air Panama)

#### NUEVOS VUELOS DE JUNIO 2015 AL 31 DE DICIEMBRE 2015

Número de vuelos nuevos: 4

Países de origen: USA, México, Canadá

Ciudades de origen: Houston, Cancún, Guadalajara, Los Ángeles, Denver, Toronto

Cantidad de vuelos:

- Houston 1 diario (Southwest a partir del 15/10/15)
- Cancún 2 semanales (Volaris a partir del 10/9/2015)
- Guadalajara 2 semanales (Volaris a partir del 10/9/2015)
- Los Ángeles 4 semanales (Alaska a partir 31/10/2015)
- Denver 1 semanal (United del 18/12/2015 al 30/4/2016)
- Toronto 2 semanales (West Jet del 15/12/2015 al 26/4/2016)

Al día de hoy hay aproximadamente 242,655 asientos mensuales de vuelos regulares en el Juan Santamaría.

Con la llegada de los vuelos nuevos a partir de setiembre se estarían añadiendo aproximadamente 19,074 asientos por mes. Es decir casi el 7% más de la operación actual.

Se atendieron a 35 posibles inversionistas que mostraron interés por el país y que se contactaron directamente a nuestras oficinas, sea por vía de correo electrónico, llamada telefónica o pidiendo cita.

## DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIONES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL TURISTICA

A continuación se presenta un breve resumen de los principales programas y logros ejecutados en el Departamento de Certificaciones y Responsabilidad Social Turística correspondientes al año 2015.

### CERTIFICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

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

### LOGROS EN LOS PRINCIPALES PROGRAMAS CERTIFICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

Actualmente el Programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística cuenta con 338 empresas certificadas. Ello se ilustra en la tabla siguiente:

Niveles	Empresas de hospedaje	Tour Operadoras	Empresas Retadoras de Vehículos	Parques Temáticos Sostenible	Empresas gastronómicas sostenibles	Tour Operadoras marino costeras	Total
5	48	20	01	02	0	01	<b>57</b>
4	41	27	04	05	04	02	<b>91</b>
3	62	12	02	01	01	01	<b>74</b>
2	57	09	0	01	0	03	<b>64</b>
1	22	09	0	0	01	02	<b>35</b>
Total	<b>230</b>	<b>177</b>	<b>77</b>	<b>09</b>	<b>06</b>	<b>09</b>	<b>338</b>

### SENSIBILIZACIÓN EN TEMAS DE SOSTENIBILIDAD

Al cierre del año 2015, se ha brindado sensibilización a 1.583 personas. Destacan entre este grupo: cámaras de turismo nacionales, empresarios turísticos de todo el país, miembros de comités turísticos y universidades que preparan futuros profesionales en la actividad turística.

### PROGRAMA BANDERA AZUL ECOLÓGICA

El Instituto realiza al menos tres visitas a cada una de las playas inscritas para constatar el cumplimiento de su plan de trabajo de forma que al final del periodo se puedan hacer acreedores del galardón BAE-Playas. Además, le corresponde realizar el informe del cual se desprende el resultado que le permite al comité ser galardonado con la Bandera Azul Ecológica categoría Playas, una vez que recibe los resultados de los análisis de aguas en cada una de ellas, los que son realizados por el Laboratorio de Aguas del AyA.

Durante el año se programa lo siguiente:

a. La realización de al menos tres visitas anuales a cada uno de los comités con la intención de evaluar y dar recomendaciones a los Comités, para atender sus inquietudes y necesidades en materia de apoyo técnico.

b. La exposición en medios de comunicación y la publicación en medios escritos, radiales y televisivos, de los esfuerzos y éxitos de los Comités, en su labor de ordenamiento de playas. Ello se realiza el día en el cual se entregan los galardones mediante una publicación de todos los comités ganadores de la BAE, mediante comunicados de prensa y mediante la atención de entrevistas que se generen al respecto. Para ello se ha contado con apoyo constante de la Empresa CCK con una gestión completa de atención de medios de prensa el propio día del evento.

c. La realización de charlas técnicas a Comités, con el objetivo de corregir las debilidades apoyar en la atención de necesidades educativas, turísticas y culturales, trabajando en temas como manejo de reciclaje, aspectos ambientales, temas de sostenibilidad turísticas, entre otros.

Al finalizar el 2015, se logró ejecutar la tercera y última visita, con lo anterior, se dieron por finalizadas las evaluaciones de los Comités de Playa BAE que en este 2015 fueron 125, cumpliendo así con las tres visitas que se deben realizar a cada uno de los comités.

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

En el año 2015, se ejecutaron 18 actividades de sensibilización en el tema del Código de Conducta, se ejecutaron en distintas zonas del país y diferentes categorías, se logra la participación de 65 empresas y la formación de 120 colaboradores de estas empresas turísticas.

### DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL TURISTA

El Departamento de Servicio al Turista dirigió sus programas con base en cuatro objetivos principales:

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

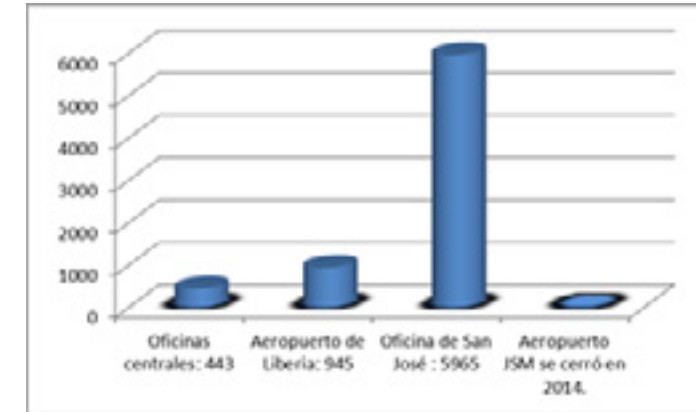
### INFORMACIÓN TURISTICA

Se mejoró el acceso a la información turística y preventiva, a través de la Impresión de más de 62 folletos que son puestos a disposición del turista en las oficinas de información y distribuidos a través de la Policía Turística y la atención de cerca de 6000 turistas en las oficinas de información de San José y en la oficina de información del Aeropuerto Internacional Daniel Oduber. (Se prevé para el 2016, la reapertura del centro de información y asistencia al turista en el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría.



### CANTIDAD DE TURISTAS ATENDIDOS EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

Se logró la atención de más 7 mil turistas que asistieron a los Centros de Información Turística, ubicados en la Uruca (oficinas centrales), en el Aeropuerto de Liberia y en la oficina ubicada en el edificio de Patrimonio Nacional. Se espera para el 2016, tener habilitada la oficina del aeropuerto Juan Santamaría.



### CALIDAD EN EL SERVICIO TURÍSTICO

Se realizaron campañas para el mejoramiento de la calidad en los servicios ofrecidos por taxistas y autobuseros, a través de un programa de capacitación, la creación de un manual de servicio al turista para taxista y la realización de cuñas radiofónicas.



## SEGURIDAD TURISTICA

En el tema de Seguridad Turística se realizaron dos seminarios dirigidos a empresarios del sector turístico en el tema de prevención, se contó con la visita del señor Peter Tarlow y don Miguel Rico, ambos expertos en prevención turística.

Se logró contar inclusive con la presencia de representante del sector Público, como fiscales, funcionarios del OIJ y representantes de la CONSETUR.



## CONVENIO CON EL MINISTERIO DE SEGURIDAD PÚBLICA

Se mantiene vigente el convenio de cooperación con el Ministerio de Seguridad Pública, brindándose presencia policial en zonas turísticas con alrededor de 345 Policías Turísticos en operación que son destacados en las zonas de mayor crecimiento turístico del país.



## PARTICIPACION EN LA COMISION NACIONAL DE GESTION DE RIESGOS Y ATENCION DE EMERGENCIAS

Se participó a instancias de la Comisión Nacional de Gestión de Riesgo y Atención de Emergencias y de la Presidencia de la República, en 6 reuniones de evaluación y seguimiento de las erupciones del Volcán Turrialba y su impacto. Para estos efectos, se recabó información a través del personal de Servicio al Turista y de la Oficinas Regionales, cumpliéndose con las solicitudes de información de la Presidencia de la República.

De igual forma, se logró atender a turistas que por motivo de la ceniza volcánica les fueron cancelados sus vuelos, creándose un comité de apoyo compuesto por funcionarios de distintos departamentos que en coordinación con Aeris, se apersonaron en el aeropuerto brindando asistencia inmediata.

Aparte de estas acciones puntuales, como enlace institucional ante la CNE, se participa en reuniones y se realizan gestiones internas, como la más reciente ocurrida para brindar atención a los inmigrantes cubanos y se está presto a brindar colaboración en el momento que así se requiera.



## CAPACITACIÓN EN EL TEMA DE SEGURIDAD RAIZ DE LAS ERUPCIONES DEL VOLCAN TURRIALBA

Se contó con la presencia del Vulcanólogo Guillermo Alvarado, para brindar una charla de capacitación en el tema de Volcanes a los funcionarios, guías turísticos y Tour Operados interesados en la actividad del coloso.



**CAPACITACIÓN SOBRE EXPLOTACION SEXUAL COMERCIAL CONTRA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES (ESCNNA).**

Se continua con el apoyo a las gestiones que realiza la Comisión contra la Explotación Sexual Comercial contra Niños, Niñas y Adolescentes, se realizó un seminario para los funcionarios de las Policías Municipales, este se llevó a cabo en San José. Esta capacitación fue impartida por especialistas del Patronato Nacional de la Infancia y la Fiscalía adjunta.



**PROGRAMA SEGURIDAD EN PLAYAS**

Se continuó con expertos de la Universidad Nacional y del Instituto del Océano, el proceso de evaluación de los sectores costeros que representan mayores riesgos para el visitante. Se realizaron seis giras en el año donde se abarco el estudio de varias playas.

Se colocaron señales de prevención de corrientes en las playas de:

Rajada	Cóncavas	Corozalito
Ocotal	Azul	Jabilla
Potrero	Pleito	Coyote
San Juanillo	Caletas	Real
Cocal de Puntarenas	Puntarenas	Estero
Barrigona	Hermosa	Cementerio
Buenavista de Sámará	Guiones	Roble
Punta Islita	Chacarita	Garza
Boca Barranca	Caldera	



Adicionalmente se coordinó con el SINAC, para la colocación de señales de prevención de cocodrilos en las áreas donde existe mayor presencia de estos reptiles, Parque Nacional Manuel Antonio, Parque Carara y en las cercanías del Puente sobre el Rio Tárcoles.



**SUSCRIPCION DEL CONVENIO CON LA CRUZ ROJA**

Mayor vigilancia y prevención en las playas de Costa Rica, a partir de la suscripción de un convenio de cooperación con la Cruz Roja Costarricense que permite destinar recursos para la compra de equipamiento básico de rescate, además de la colocación de señales de información preventiva sobre corrientes peligrosas.



**DECRETO PARA LA CREACION COMISION NACIONAL DE SEGURIDAD TURISTICA**

Con la firma de este decreto es espera una mayor coordinación interinstitucional en materia de seguridad turística a partir de la elaboración de una propuesta de decreto para dar solidez jurídica a la Comisión Nacional de Seguridad Turística. Esta propuesta ya cuenta con la firma de los Ministros de Turismo y Seguridad Pública y esta pronta a ser enviada a Leyes y Decretos de Casa Presidencial.

**PROGRAMA DE ATENCION DE QUEJAS.**

Mejor asistencia al turista en materia de atención de quejas, lográndose tramitar más de 190 casos presentados por inconformidades en los servicios recibidos.



**DEPARTAMENTO DE GESTIÓN Y ASESORÍA TURÍSTICA**

El Departamento de Gestión y Asesoría Turística tiene dentro de sus objetivos favorecer el crecimiento, desarrollo y consolidación de la oferta turística a partir de los ejes de atracción de inversión, además del mejoramiento de la calidad y el servicio.

**PRINCIPALES LOGROS Y ACCIONES DEL 2015**

A continuación se analizan los distintos logros y metas alcanzadas durante el año 2015, de acuerdo a los resultados obtenidos en diferentes rubros y sub temas:

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

La inversión en actividades turísticas obtenida durante el periodo 2015 alcanza un monto de inversión de \$104.179.272.519,71, generando un total de 2437 empleos directos y 1847 nuevas habitaciones aprobadas.

Desglosándose de la siguiente manera:

Cuadro 1				
Inversión por Actividad Turística				
Diciembre 2015				
Actividad Turística	Monto de Inversión	Empleo	Habitaciones	Vehículos
Hospedaje	\$94.904.236.375,98	1619	1843	
Agencias de Viajes	\$1.885.094.751,50	315		
Gastronomía	\$4.929.999.377,35	161		
Arrendadora	\$500.156.060,00	7		
Centros Diversión Nocturna	\$1.084.334.354,00	130		
Transporte Acuático	\$66.500.000,00	4		12
Actividad Temática	\$533.901.600,68	95	789	12
Líneas Aéreas	\$275.005.000,00	6		
<b>Total</b>	<b>\$104.179.227.519,51</b>	<b>2337</b>	<b>2632</b>	<b>24</b>



Acciones en materia de Inversiones de Empresas con Declaratoria Turística durante el año del 2015 fueron aprobados 80 reconocimientos de Declaratoria Turística sobre pasando la meta planteada en el Plan Nacional de Desarrollo donde se indica que se obtendrá un número de 50 empresas nuevas con Declaratoria Turística, distribuidos en las siguientes actividades:

Cuadro 2	
Empresas Declaradas Turísticas por actividad	
Diciembre 2015	
Actividad Turística	Cantidad
Hospedaje	21
Gastronomía	17
Centro de Diversión Nocturna	9
Líneas aéreas	1
Arrendadoras de Vehículos	2
Actividades Turísticas	2
Transporte Acuático	1
Agencia de Viajes	27
<b>Total</b>	<b>80</b>



La aprobación de los 80 establecimientos con Declaratoria Turística representó una inversión de 104.179.227.519,51 colones.

La actividad de hospedaje aporta el 88% (94.904.236.375,98 colones) de la inversión total aprobada, seguida por la actividad de gastronomía, cuya inversión ascendió a 4.929.999.377,35 colones (7%), posteriormente la tercera fuente de inversión son las empresas de Agencias de Viajes con 1.885.094.751,50 colones (2%), luego los establecimientos de Arrendadoras de Vehículos con una inversión de 500.156.060,00 colones (1%), las restantes actividades corresponden a las actividades turística transporte acuático, centros de diversión nocturna, actividades temáticas y líneas aéreas. Al analizar la generación de empleo directo, se determinan 2337 plazas nuevas, siendo las tres principales actividades la de hospedaje, gastronomía y agencias de viajes con la creación de 2095 puestos de trabajo.

Los empleos directos han sido generados en las provincias, de Guanacaste con la creación de 7451 plazas (31%), San José con la creación de 4701 (27%) plazas, Puntarenas reporta 4845 (20%) puestos, Alajuela con 2600 (11%) empleos, Heredia con 1513 (7%) y el resto corresponde a Limón y Cartago.



La distribución de la inversión aprobada planeada en Declaratoria Turística se realizó en todas las provincias en donde se anota como la de mayor captación Puntarenas con 29.489.807.043 colones (43%) seguida por Guanacaste con el 33% (22.432.892.595 colones), así como San José con ¢9.924.839.651.40 (15%) y las restantes (Alajuela, Cartago, Heredia, y Limón) aportan (9%).

### ACCIONES EN MATERIA DE OFERTA CON DECLARATORIA TURÍSTICA

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

**Cuadro 3**  
Empresas Declaradas Turísticas a nivel de Proyectos como en Operación  
Diciembre 2015

Tipos de Empresas	En Proyecto	En Operación	Total
Hospedaje	15	462	477
Agencias de Viajes	10	292	302
Rent a Car	2	37	39
Transporte Acuático	0	21	21
Gastronómico y Diversión	6	329	335
Líneas Aéreas	0	17	17
Actividades Temáticas	3	25	28
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>1183</b>	<b>1219</b>



Costa Rica cuenta con una oferta total de 1219 empresas de las cuales las mismas se identifican como proyectos por desarrollarse en las diferentes modalidades de servicios.

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

Cuadro 4		
Oferta Real de Hospedaje		
Declarado Turístico y en Operación		
1996 a diciembre 2015		
Año	Empresas	Habitaciones
1996	350	13.128
1997	350	13.437
1998	350	13.413
1999	348	13.714
2000	362	14.122
2001	370	14.990
2002	371	15.162
2003	379	15.611
2004	390	16.003
2005	417	16.696
2006	433	17.139
2007	433	17.258
2008	460	18.942
2009	464	20.478
2010	501	21.019
2011	489	20.971
2012	489	21.623
2013	476	22.043
2014	450	22.280
2015	462	22.845

Al terminar el año del 2015, el país cuenta con una oferta de 462 hoteles y 22.845 habitaciones Declaradas Turísticas y en operación, con respecto al año 1996, donde se consignaban 350 hoteles y 13128 habitaciones, lo anterior a nivel de habitaciones refleja un crecimiento considerable para el período mencionado.

Cuadro 5		
Oferta de Hospedaje en operación según provincias		
Diciembre 2015		
Provincia	Oferta con declaratoria	% empresas
Puntarenas	115	24,89
San José	111	24,03
Guanacaste	101	21,86
Alajuela	71	15,37
Heredia	30	6,49
Limón	19	4,11
Cartago	15	3,25
<b>Total</b>	<b>462</b>	<b>100,00</b>

Al analizar la composición de la oferta de hospedaje Declarada Turística por provincias se observa que un 24.89% de los establecimientos se ubican en la provincia de Puntarenas, el 24.03% en San José y un 21.86% de ellas en Guanacaste, con base en lo anterior tenemos que en tres provincias del país se concentra el 71% de las empresas de hospedaje.

Cuadro 6			
Oferta Real de Habitaciones y Empleos Con Declaratoria en Operación			
Diciembre 2015			
Provincia	Generación de empleos	Habitaciones con declaratoria	% habitaciones
San José	4.701	6.145	26,90
Guanacaste	7.451	6.964	30,48
Puntarenas	4.845	4.635	20,29
Alajuela	2.600	2.559	11,20
Heredia	1.513	1.691	7,40
Limón	445	557	2,44
Cartago	262	294	1,29
<b>Total</b>	<b>21.817</b>	<b>22.845</b>	<b>100,0</b>



La distribución de habitaciones por su parte aporta un 30.48% en la provincia de Guanacaste, un 26.90 % en San José y el 20.29% en la provincia de Puntarenas. De acuerdo a lo anterior el 77.67% de las habitaciones se localizan en estas tres provincias. Por otra parte, se observa una relación bastante buena a nivel de generación de empleos, con un promedio de 0.90 empleados por habitación, al cerrar el año 2015.

Cuadro 7			
Costa Rica: Oferta Real de Habitaciones con Declaratoria Turística en Operación y Llegadas de Turistas Internacionales			
Período 1985 a diciembre 2015			
Año	Habitaciones	% Variación	Turistas
1985	4.866	No disponible	261.552
1986	5.270	8,30	260.840
1987	5.017	-4,80	277.861
1988	5.289	5,42	329.388
1989	5.456	3,16	375.951
1990	6.713	23,04	435.037
1991	7.196	7,19	504.649
1992	8.549	18,80	610.549
1993	9.479	10,88	684.005
1994	10.794	13,87	761.448
1995	11.862	9,89	784.610
1996	13.128	10,67	781.127
1997	13.437	2,35	811.490
1998	13.413	-0,18	942.778
1999	13.714	2,24	1.027.462
2000	14.122	2,98	1.088.075
2001	14.990	6,15	1.131.406
2002	15.172	1,21	1.113.359
2003	15.611	2,89	1.238.692
2004	16.003	2,51	1.452.926
2005	16.696	4,33	1.679.051
2006	17.139	2,65	1.725.261
2007	17.258	0,69	1.979.789
2008	18.948	9,79	2.089.174
2009	20.489	8,13	1.922.579
2010	21.019	2,59	2.099.829
2011	20.791	-1,08	2.192.059
2012	21.623	4,00	2.343.213
2013	22.043	1,94	2.427.941
2014	22.280	1,08	2.526.817
2015	22.845	3,64	N. D.

Los datos contenidos en el cuadro N°7 permiten analizar las tendencias de la oferta de habitaciones, dando como resultado que entre el período 2014 versus 2015, el país experimentó un crecimiento habitacional de un 3.64%, con un ascenso evidente con respecto a la situación que se dio en el período 2013 al 2014.

Cuadro 8			
Oferta de Hospedaje en Operación Con Declaratoria Turística Según Cantones			
Diciembre 2015			
Cantón	Empresas	Habitaciones	% habitaciones
Central, san José	52	3.298	14,44%
Carrillo	25	2.580	11,29%
Santa cruz	33	1.966	8,61%
San Carlos	38	1.640	7,18%
Central, Puntarenas	33	1.699	7,44%
Liberia	17	1.347	5,90%
Escazú	11	1.157	5,06%
Belén	11	1.106	4,84%
Garabito	20	1.311	5,74%
Aguirre	27	860	3,76%
Alajuela	15	568	2,49%
Santa Ana	10	580	2,54%
Pococi	9	301	1,32%
Goicoechea	2	286	1,25%
Golfito	12	334	1,46%
Sarapiquí	9	289	1,27%
Nicoya	12	285	1,25%
Osa	13	211	0,92%
Limón	3	123	0,54%
Montes de oca	9	173	0,76%
San Rafael- Heredia	1	35	0,15%
Pérez Zeledón	9	234	1,02%
Turrialba	8	124	0,54%
Curridabat	1	121	0,53%
Parrita	5	111	0,49%
Cañas	3	112	0,49%
Sn RAMON	3	85	0,37%
Cartago ctl	2	107	0,47%
Talamanca	5	91	0,40%
Heredia ct	4	58	0,25%
Dota	5	105	0,46%
Santo Domingo	1	81	0,35%
La cruz	2	467	2,04%
Upala	5	77	0,34%
Hojancha	2	58	0,25%
Orotina	2	38	0,17%
Moravia	2	49	0,21%
Corredores	2	74	0,32%
Nandayure	2	65	0,28%
Los chiles	1	42	0,18%
Naranjo	2	33	0,14%
Tilarán	1	10	0,04%

Cantón	Empresas	Habitaciones	% habitaciones
Turrubares	3	32	0,14%
Paraíso	4	42	0,18%
Alajuelita	1	30	0,13%
Guatuso	1	26	0,11%
Barva	2	69	0,30%
Valverde vega	2	26	0,11%
Esparza	1	11	0,05%
Abangares	1	10	0,04%
Oreamuno	1	21	0,09%
Aserri	1	20	0,09%
Puriscal	1	20	0,09%
Guácimo	1	22	0,10%
Mora	1	18	0,08%
Atenas	1	15	0,07%
Tarrazú	1	10	0,04%
Poas	1	9	0,04%
Santa bárbara	1	53	0,23%
Acosta	1	8	0,04%
Montes de oro	1	5	0,02%
Tibás	1	4	0,02%
Bagaces	3	64	0,28%
Coto Brus	1	16	0,07%
Siquirres	1	20	0,09%
Buenos aires	1	3	0,01%
<b>Total</b>	<b>462</b>	<b>22.845</b>	<b>100%</b>

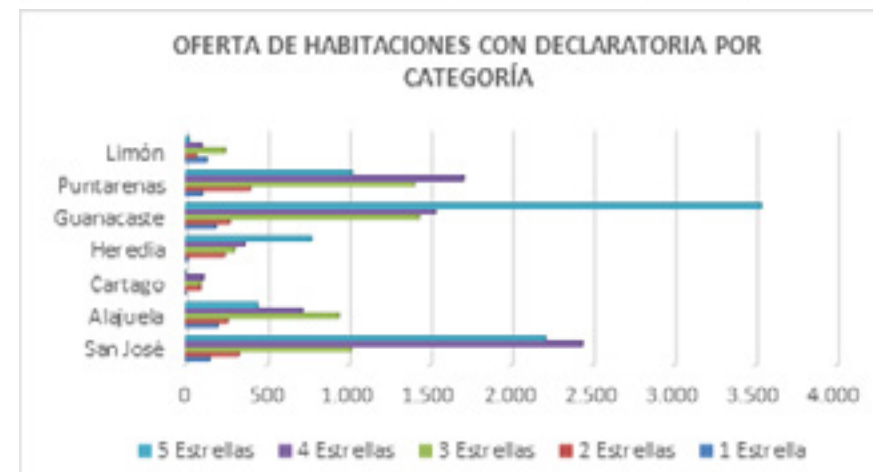
La información contenida en el cuadro N° 8 viene a resaltar la participación porcentual de los diferentes cantones del país a nivel de habitaciones declaradas turísticas, donde domina ampliamente el cantón Central de San José con un 14.44%, seguido del cantón de Carrillo con un 11.29% de la totalidad de habitaciones, luego Santa Cruz, con 8.61% y San Carlos con 7.18%, para concentrar en estos cuatro cantones el 34.34% del total de las habitaciones del país identificadas como turísticas.

Cuadro 9 Oferta de Habitaciones Declaradas Turísticas En operación según Unidades de Planeamiento Diciembre 2015			
Unidad de planeamiento	Empresas	Habitaciones	% Habitaciones
Unidad Valle Central	164	8.352	36,56
Unidad Guanacaste	101	6.966	30,49
Unidad Pacifico Medio	52	2.282	9,99
Unidad Llanuras del Norte	53	2.051	8,98
Unidad Puntarenas, Playas e Islas del Golfo	34	1.715	7,51
Unidad Pacifico Sur	39	922	4,04
Unidad Caribe	19	557	2,44
<b>Total</b>	<b>462</b>	<b>22845</b>	<b>100,0</b>



Por otra parte, nos interesa referirnos a la composición de la oferta habitacional del país según las diferentes Unidades de Planeamiento Turístico que ha identificado la Dirección de Planificación del Instituto Costarricense de Turismo en el Plan de Desarrollo Turístico. De acuerdo a lo anterior un 36.56% de las habitaciones se encuentran operando en el Valle Central, un 30.49% en la Unidad Guanacaste y el 9.99% en la Unidad Pacífico Medio, para reflejar un 77.04% de la capacidad habitacional del país en estas tres unidades de planeamiento.

Cuadro 10 Oferta de Habitaciones con Declaratoria Turística en operación según Categoría por Estrellas Diciembre 2015						
Provincia	Categoría por Estrellas					Total
	1	2	3	4	5	
San José	147	330	1.018	2.439	2.211	6.145
Alajuela	198	259	942	717	443	2.559
Cartago	0	93	91	110	0	294
Heredia	15	242	299	363	772	1.691
Guanacaste	188	271	1.434	1.535	3.536	6.964
Puntarenas	101	399	1.405	1.709	1.021	4.635
Limón	131	65	243	98	20	557
<b>Total</b>	<b>780</b>	<b>1.659</b>	<b>5.432</b>	<b>6.971</b>	<b>8.003</b>	<b>22.845</b>
<b>%</b>	<b>3,41</b>	<b>7,26</b>	<b>23,78</b>	<b>30,51</b>	<b>35,03</b>	<b>100</b>



Uno de los temas más interesantes es conocer la composición de la oferta habitacional del país por estrellas en un rango de 1 a 5 estrellas. Para clasificar las empresas de Costa Rica, el Instituto Costarricense de Turismo, dispone del Manual de Categorización Hotelera, herramienta que es parte integral del Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas. Los aspectos técnicos a considerar en dicho documento son Arquitectura y Jardinería, Vestíbulo y Espacios Públicos, Habitaciones, Cuarto de Baño, Facilidades Recreativas, Restaurantes, Servicios para el huésped, Mantenimiento y Limpieza. Según dicho manual, Costa Rica tiene un 35.03% de sus habitaciones con Declaratoria Turística están en el rango de Cinco (5) Estrellas, el 30.51% en Cuatro, 23.78% en Tres, 7.26% en Dos y el 4% en Una Estrella.

#### RECONOCIMIENTO A EMPRESAS CON DECLARATORIA TURISTICA

Durante el periodo 2015 se realizaron dos eventos de premiación a empresas que obtuvieron la declaratoria turística o que mejoraron la calidad de sus servicios.

El total de empresas galardonadas fue:

Cuadro 11 Empresas Galardonadas Diciembre 2015	
Empresas de hospedaje del Valle Central	69
Empresas de Pacífico Medio y Osa	23
▪ Hospedaje	9
▪ Agencias de Viajes	11
▪ Transporte Acuático	2
▪ Actividad Temática	1

#### MODALIDAD DE HOTELES BOUTIQUE

Es el tipo de establecimiento de hospedaje que se caracteriza por su servicio personalizado, con un mínimo de cinco habitaciones, su distribución tiene características muy particulares y lucen finamente decorados resaltando tanto lo ambiental, lo artístico como lo cultural de su entorno. Hoteles Boutiques serán aquellos que además de poseer estas características se clasifiquen en el rango de 3 a 5 estrellas en este momento se cuenta con 19 hoteles con estas características.

#### CONTRATOS TURÍSTICOS APROBADOS

Se aprobaron 3 nuevos contratos turísticos, de los cuales 2 corresponden a empresas de hospedaje y 1 agencia de viajes.

#### EXONERACIONES TRAMITADAS

A diciembre de 2015 se tramitaron, según el sistema de exoneraciones:  
- 688 trámites de exoneraciones locales

- 106 Trámites de exoneraciones de Importación
- Liquidación de impuestos de renta a car: 1472

#### CONFECCIÓN DE CARNÉ DE GUÍAS DE TURISMO

- Durante el año 2015, se tramitaron un total 691 credenciales, de las cuales 350 corresponden a carné de guías de turismo de primera vez y 321 renovaciones.

#### CERTIFICADOS DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO

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

En el periodo 2015 se realizaron los siguientes certificados de transporte turístico:

Cuadro 12 Certificados de Transporte Terrestre Turístico Diciembre 2015	
Certificados nuevos	218
Certificados cancelados	150
Certificados en procedimientos	60
Aumentos de flotilla	147
Solicitud de renovación	595
Inspecciones a empresas de transporte	720

#### DEPARTAMENTO DE OFICINAS REGIONALES

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

#### PRINCIPALES LOGROS

##### SAN CARLOS (LLANURAS DEL NORTE)

1. Participación en las reuniones del Consejo de Turismo de Bienestar y Salud, esto con el fin de logra consolidar la región como un destino de Bienestar y Salud.
2. La participación en coordinación con el INA y Oficinas Centrales de ICT al impartir tres cursos de comida tradicional con identidad e innovación en toda la Región.

3. Se participó en la organización de la II Feria de Turismo Accesible realizada dentro del marco de la semana de Parques Nacionales.
4. Se logró la Colaboración en la realización de la Feria de Mujeres Empresarias Región Huetar Norte (organizado Por el INAMU).
5. Se logró la Colaboración con el Encuentro empresarial organizado por MEIC y Procomer, que busca capacitar a los empresarios de la zona.
6. Se logró la Participación y colaboración en el Festival del Gaspar 29 y 30 de agosto, en Los Chiles, Caño Negro.
7. Participación y apoyo en la realización del Festival Maleku (Guatuso).

Se logró en cuanto a Declaratoria y CST:



### ZONA DEL PACIFICO (MEDIO Y SUR)

#### PACIFICO MEDIO

1. Se logró participar activamente en parte de la organización y con un stand en la primer Feria del Pacifico, desarrollada con Femuc y las Municipalidades de la zona.
2. Se logró coordinar con el INA cursos de actualización para los guías en las zonas del pacifico medio.
3. Colaboración en la atención y coordinación de las visitas de la prensa nacional e internacional a la zona del pacifico medio.
4. Colaboración continua en la atención de emergencias, en donde se vean involucrados turistas nacionales y extranjeros, ejemplo de ellos fue la atención de la emergencia del Catamarán Pacific Princess, hundido en las costas frente a Punta Leona.
5. Atención de turistas en los parques Nacionales Carara y Manuel Antonio.

#### PACIFICO SUR

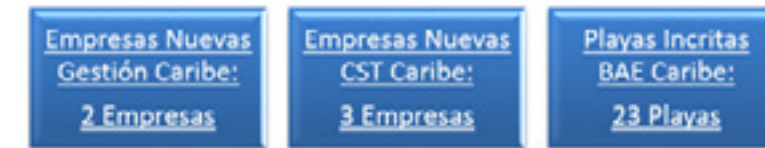
1. Participación en parte de la organización y con un stand en el Festival de las Esferas en donde la oficina logra involucrar al sector turístico para la exposición de diversas empresas y emprendimientos en la feria.
2. Participación con un stand, así como colaboración en la logística del Festival de las Ballenas y Delfines, que se realiza en Osa.
3. Participación en la Primer Feria de Turismo de Pérez Zeledón, en el cual se logró la exposición de empresas y emprendimientos.
4. Se logró la coordinación con el INA, para que se impartieran cursos de manipulación de alimentos en la zona de Uvita, contribuyendo así a mejorar los servicios y calidad de los productos que se sirven en la zona.

Se logró en cuanto a Declaratoria y CST:



### CARIBE

1. Participación Tercer Festival Internacional de Calipso Walter "Gavitt" Ferguson.
2. Apoyo a la Primer Expo Cacao & Chocolate
3. Obtención de 3 estrellas en el Programa de Bandera Azul, categoría Cambio Climático.
4. No podemos olvidar como aspectos también de muchísima Importancia a pesar de ser operativa el Incremento de NUEVAS Empresas tanto en CST como en DT.



### GUANACASTE (LIBERIA Y NICOYA)

1. En el 2015 por segunda vez consecutiva se realizó en conjunto con la Comisión de Seguridad Turística (COSETU), comisión que se trabaja junto a CATURGUA, el programa de Verano Seguro 2015, y logrando por primera vez que reunir en un taller de capacitación a los oficiales de seguridad de los hoteles en diversos temas a través de expertos en tema, con la participación de personeros del Ministerio de Seguridad, Policía Turística, Policía de Tránsito, Comisión de Emergencias, entre otras instituciones.
2. Participación en la Comisión de Infraestructura de CATURGUA, donde se han realizados importantes avances en la implementación de la Ruta Alternativa del Aeropuerto Daniel Oduber, donde ya el MOPT diseño la Ruta y se cuenta con los Planos constructivos de la posible ruta.
3. Atención de los cónsules de Australia y el Embajador y Cónsul de Canadá, quienes visitaron la Oficina Regional Guanacaste Norte, con el objetivo de informarse sobre los protocolos de atención a los turistas de cada uno de sus países. Siendo ambas reuniones muy exitosas en su desarrollo. Se contó con la participación de la Policía Turística de la zona.
4. Participación en el proceso de organización y gestión de la parte operativa y logística de la inauguración de 3 Vuelos iniciales al Aeropuerto Daniel Oduber. Colaborando con el Departamento de Mercadeo, así como la agencia de comunicación CCK.
5. No podemos olvidar como aspectos también de muchísima Importancia a pesar de ser operativa el Incremento de NUEVAS Empresas tanto en CST como en DT.





**Dirección  
Administrativa  
Financiera**

*esencial*<sup>®</sup>  
**COSTA  
RICA**

# DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA FINANCIERA

La Dirección Administrativa y Financiera (DAF) 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 DAF le corresponde definir los medios o el cómo de las solicitudes (presupuestos para el PAO y los procedimientos). Su objetivo principal es la conducción, apoyo y supervisión de las actividades que complementan los sistemas de información en las áreas financieras, de ingresos, administrativas y de talento humano.

Efectivamente, la DAF a través de las Unidades que lo conforman, es responsable de brindar apoyo logístico y de servicios generales, administrativos, financieros y contables; así como realizar las labores propias en materia de Ingresos, Proveduría y de Gestión del Talento Humano. Su accionar impacta los niveles institucionales superiores, medios y operativos de todas sus unidades, tanto en la Sede Central como en las Oficinas Regionales

Durante el año 2015 la Dirección Administrativa-Financiera, ha continuado con el replanteamiento de los objetivos de cada una de las Unidades, para el logro de un mejor resultado; teniendo como premisa que es indispensable contar con nuevas técnicas y conceptos para fortalecer la capacidad de gestión que finalmente permita la creación de valor agregado a la Institución. En ese sentido se ha orientado la capacitación del talento humano, garantizando con ello una respuesta efectiva y eficiente a los requerimientos que le son demandados.

Es así como, en cada una de las áreas que conforman la Dirección Administrativa Financiera como un todo (Departamento Administrativo, Departamento de Recursos Humanos, Departamento de Ingresos y Departamento Financiero), se evidencian transformaciones importantes, que se materializan en proyectos concretos de Tecnologías de Información en cada una de sus áreas. Así por ejemplo: se consolida el Sistema Informático de Recursos Humanos (SIRH), teniendo como norte la Gestión del Talento Humano por Competencias como una etapa subsiguiente dentro de este proceso de transformación; para esto se capacitó en la temática al personal y se inició el proceso de cambio con el acompañamiento técnico requerido. Se continúa trabajando en el establecimiento de un Sistema de Información Tributaria (SIT-ICT) como herramienta de primer orden para las labores de fiscalización tributaria; se profundiza en la utilización de modelos y bases de datos para el manejo financiero de la institución; se trabaja fuertemente en la implementación de las NICSP (Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público), no solo para cumplir con la normativa aplicable, sino y sobre todo, para lograr una mejor sistematización con el objetivo de obtener más y mejor información para la toma de decisiones, posibilitando que a partir 1 de enero del 2016, con las condiciones establecidas por Contabilidad Nacional, se iniciara con el balance de apertura para NICSP; se continúa con el uso de la plataforma electrónica avanzada de compras, logrando con ello transparentar la gestión que le es propia.

Además, la Dirección Administrativa Financiera genera, también con el concurso de las Unidades que lo conforman, información relevante en la forma de Estudios e Informes para la toma de decisiones, en temas Administrativos, Financieros y de Recursos Humanos.

## DEPARTAMENTO FINANCIERO

Uno de los principales retos del Departamento Financiero durante el año 2015, fue la implementación de las Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público (NICSP), el cual se constituye en un tema de gran impacto para la Hacienda Pública. Estas normas son estándares internacionales modernos para el logro de una uniformidad contable financiera, permitiendo una mejor calidad en los datos, transparencia, y comparaciones entre instituciones, además de otros beneficios para la toma de decisiones y la rendición de cuentas que debe brindar toda institución pública. En ese marco se elaboraron los estados financieros de acuerdo a las Normas establecidas por la Contabilidad Nacional y su envío en el tiempo establecido.

En lo fundamental entre las actividades realizadas en este año se citan las siguientes:

- Se gestaron en forma mensual los asientos de diario generados desde los Sistemas de Información.
- Transferencias y cheques, Depósitos y recibos de caja, Inversiones, Depreciaciones, Requisiciones, Planillas, Ajustes.
- Se analizaron los movimientos bancarios para las cuentas versus los registros contables en forma mensual. Los resultados de las conciliaciones Bancarias, fueron notificados a la STAP en forma oportuna.
- Se trabajó fuertemente en el análisis y conciliación de la cuenta de activos, con resultados positivos, la cuenta está conciliada en 85%.
- Se participó en forma activa junto con las Unidades de Proveduría, Ingresos y Tecnologías de Información en el desarrollo de Sistemas (Activos, Inventarios, II parte sistema de cuentas por cobrar). Aún quedan actividades pendientes, pero el avance es muy grande generando resultados positivos.
- Se generó y analizó todas las solicitudes de información para el trámite certificaciones 2%
- Se generó y analizó la información para el pago mensual del impuesto retenido a los proveedores (2%) así como el pago al Ministerio de Hacienda en forma oportuna.
- Se presentaron los formularios D-150, D151, D-152 a la Tributación en forma oportuna.
- Se gestionó en forma expedita el trámite de pagos salariales en forma quincenal. Así como el pago para el salario escolar y aguinaldo.
- Se aprovechan las herramientas que tiene el sistema para la disminución del consumo de insumos como papel y tinta.
- Lo manuales de procedimientos se presentaron a la Contabilidad Nacional en los formatos establecidos por este ente los cuales fueron aprobados.
- Se analizaron cuentas contables para la depuración correspondiente. (se realizaron los ajustes contables necesarios, posterior a los estudios y análisis.)
- Se empezó con el trabajo en conjunto con TI, en la implementación del nuevo Catálogo de Contabilidad Nacional, se espera concluir en el primer trimestre del año 2016.
- Se continúa en el trabajo conjunto con las otras dependencias para la implementación de las Normas Internacionales de Contabilidad del Sector Público en el ICT.

El Departamento Financiero manejó los recursos financieros en apego a la normativa establecida por los entes evaluadores como es la Secretaría Técnica de la Autoridad Presupuestaria y la Contraloría General de la República, remitiendo de manera puntual los informes de ejecución y liquidación presupuestal trimestral y semestral; en forma mensual la ejecución presupuestaria en cumplimiento a la Directriz Presidencial 23-H, además de las modificaciones presupuestales, con el propósito de atender los requerimientos de las Unidades, para el cumplimiento de los objetivos institucionales.

En este período se tramitó un presupuesto extraordinario, con el propósito de reforzar el contenido económico de la subpartida de gastos: Publicidad y Propaganda de los Departamentos de Promoción e Investigación y Evaluación, que según el Decreto Ejecutivo N° 30040-H, se puede financiar con recursos provenientes de superávit libre, en el tanto se destine a promocionar a Costa Rica en el interior y exterior, desde la perspectiva de la construcción de la marca destino-país.

Con el propósito de suministrar la información necesaria para la toma de decisiones de los señores Directores de Junta Directiva, se remitió un informe de manera mensual de la situación financiera y presupuestal de la institución.

Cabe destacar que durante este año la institución fue objeto de una Auditoría Externa de los estados financieros del 2014, así como de una Auditoría de carácter especial referente a la liquidación presupuestaria del 2014 por parte de la Contraloría General de la República, que reitera el adecuado manejo de los recursos institucionales así como sus recomendaciones para hacer más efectiva la labor.

El manejo de las inversiones transitorias, fue respaldado por el análisis permanente de los saldos de las cuentas bancarias y el control estricto de los egresos de la institución, con el fin de obtener el mayor rendimiento sobre los dineros excedentes

En lo que refiere al Control Interno se logró su cumplimiento de acuerdo a lo estipulado en la Ley General de Control Interno en el tema de la autoevaluación, análisis de riesgos y seguimiento del Plan Anual Operativo.

Los logros obtenidos han sido posibles gracias al trabajo en equipo y a la disposición de todos y cada uno de los colaboradores que conforman el Departamento.

#### DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

En materia de Archivo Central:

Para dar cumplimiento a lo que establece la ley 7202 (Ley del Sistema Nacional de Archivos) en sus artículos 3° y 4°, así como en el artículo 3° del Reglamento de esta misma ley, se remiten por primera vez al archivo nacional las actas de la junta directiva de la institución que han cumplido su vigencia administrativa y legal.

Dichas actas fueron declaradas con Valor Científico Cultural por la Comisión Nacional de Selección y Eliminación de Documentos, por lo que deben conservarse en el archivo de la institución veinte años. En esta primera transferencia se trasladaron los años 1955 -1995.

El logro alcanzado en esta transferencia se debe al trabajo interdisciplinario archivo central-secretaría de actas, quienes en forma conjunta fueron realizando etapa por etapa en esta labor tan ardua, y de tanto detalle, para que el resultado final fuera un éxito.

En Sesión Extraordinaria de Junta Directiva N°5913, Artículo Único inciso XII, celebrada el 17 de diciembre de 2015, se acuerda autorizar el Convenio Específico de Cooperación Interinstitucional entre el ICT y el Instituto Tecnológico de Costa Rica, para el manejo integral de residuos. Cumpliendo así con el objetivo institucional de ser amigables con el ambiente.

En materia de gestión administrativa (apegados siempre a las políticas de sostenibilidad):

Se adquirieron más equipos de impresión, denominados Equipos Multifuncionales. Los mismos fueron instalados en CIMAT, Secretaría de Actas, Desarrollo Turístico y Servicio al Turista. Estos equipos están sujetos al monitoreo de su uso, consumo y demanda por medio de software Paper cut.



Segunda fase del sistema de Circuito Cerrado de Televisión (CCTV). Se amplió el sistema con más cámaras y equipos que permitan controlar de mejor forma los ingresos y salidas de personas, activos institucionales, así como otras funciones propias del servicio de seguridad que brinda el ICT.



Servicio de reparación e impermeabilización de la cubierta de techo del edificio central del ICT:

- Se cambiarán todos los botaguas.
- Se instalaron tapas en todos los huecos de los botaguas y canoas, todo en hierro esmaltado calibre 26, asimismo en los traslapes de los techos serán atornillados y así asegurar la unión de las láminas.
- Se impermeabilizaron los traslapes cubriéndolos con tiras de membrana Quimiflex-40 de 30 cm de ancho en todas las direcciones.

- Se reforzaron las pasarelas soldándolas e instalándoles un tubo de una pulgada por una pulgada.
- Se cambiaron las cuatro puertas de acceso al techo por otras de acero inoxidable.



#### Adquisición de un nuevo elevador:

Herramienta que permitirá brindar un mejor servicio no solo al funcionario, sino al usuario que nos visita, por lo que se espera generar mayor comodidad durante la estancia de tales personas en nuestras instalaciones, especialmente a aquellas personas con algún tipo de discapacidad que lo requiera.

Las características más relevantes con que cuenta el nuevo elevador son las siguientes:

- Ascensor marca IMEM, modelo Silens-pro Vanguard 1.
- Capacidad: 1000 kg (13 personas).
- Velocidad: 1.00 m/s.
- Medidas de cabina: 1.60 m de ancho por 1.40 m de fondo.
- Cuenta con un sistema de Braille internacional en botoneras numéricas de cabina y en marcos de puertas.
- Cuenta con un sistema de sintetizador de voz referenciando el paso de cada piso para facilidad de las personas no videntes.
- Cabina de acero inoxidable.
- Adaptado a la Ley 7600.
- Equipo integrado al sistema de alarma contra incendio.
- Dispone de un intercomunicador entre la cabina y la caseta de seguridad.



#### Adquisición de un nuevo sistema de alarma contra incendio:

Se decide llevar a cabo el procedimiento de contratación para la adquisición de un sistema de alarma contra incendio en el edificio, con el fin de proteger tanto los activos institucionales como la documentación (digital y física) generada en el ICT.

Asimismo, velar por la integridad física tanto de los usuarios como de quienes visitan las instalaciones del ICT día a día. Teniendo un sistema de alarma que abarque todos los Departamentos o sitios estratégicamente elegidos, se permitirá dar alerta a todos quienes se encuentren en el edificio y proceder como corresponda para velar por la seguridad de todos.

Incluye dispositivos de iniciación de alarma, aparatos de notificación de alarma, panel de Control de Alarma contra Incendio (PI), dispositivos auxiliares de control, anunciador remoto.

El sistema de alarma contra incendio cumple con los requisitos de la Norma 72 de la NFPA-2010 para Sistemas de Señalización de Locales Protegidos.

El sistema y sus componentes son aprobados por los Underwriters Laboratories, Inc. bajo las normas de pruebas apropiadas de UL.



**Área de Transporte:**

Se muestra un análisis de la tendencia de consumo de combustible, gasto de mantenimientos y la utilización de los vehículos durante el período de 2015, el cual es una herramienta para medir el avance en los intentos de disminuir nuestra huella de carbono a nivel nacional, en el consumo de combustible fósil.

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

**Comportamiento de consumo de Combustible.**

**Grafico #1**  
Consumo de Combustible Institucional  
Período del 2013 al 2015 (colones)

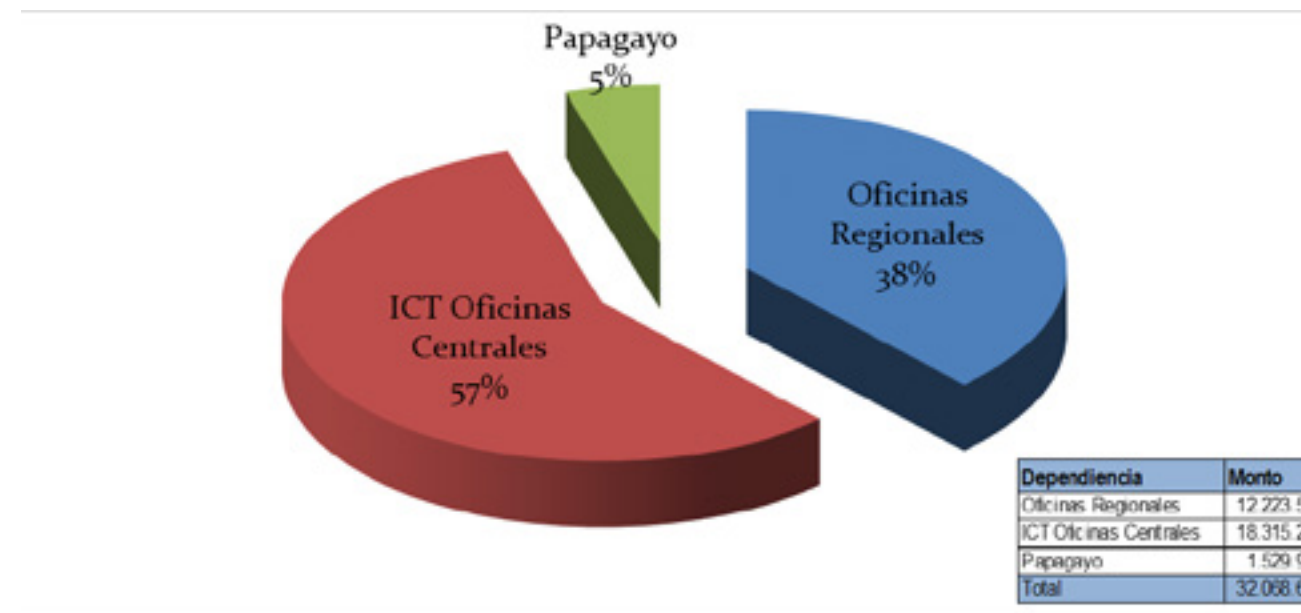


Fuente: Estado de cuentas BNCR

En el gráfico anterior se puede apreciar que el consumo de combustible, durante el período comprendido entre enero a diciembre del 2015, en comparación con el 2014 durante el mismo período fue menor, se obtuvo una disminución en el gasto anual de un 32%, en cifras concretas durante el período de 2015 se presentó un gasto de \$ 32.068.686,00, mientras que en el 2014 el gasto fue de \$ 42.234.939,04, lo anterior se le puede atribuir a una mejor supervisión y seguimiento de los presupuestos institucionales de combustible, mediante mediciones mensuales de los gastos independientes de cada proceso, además de la utilización en la medida de lo posible de la herramienta denominada Car Pulling en San José y en algunas giras en las zonas rurales.

Se puede señalar que durante el período 2015 el gasto se centralizó básicamente en los Procesos de Administrativo y Regionales, su comportamiento se puede apreciar en los siguientes gráficos.

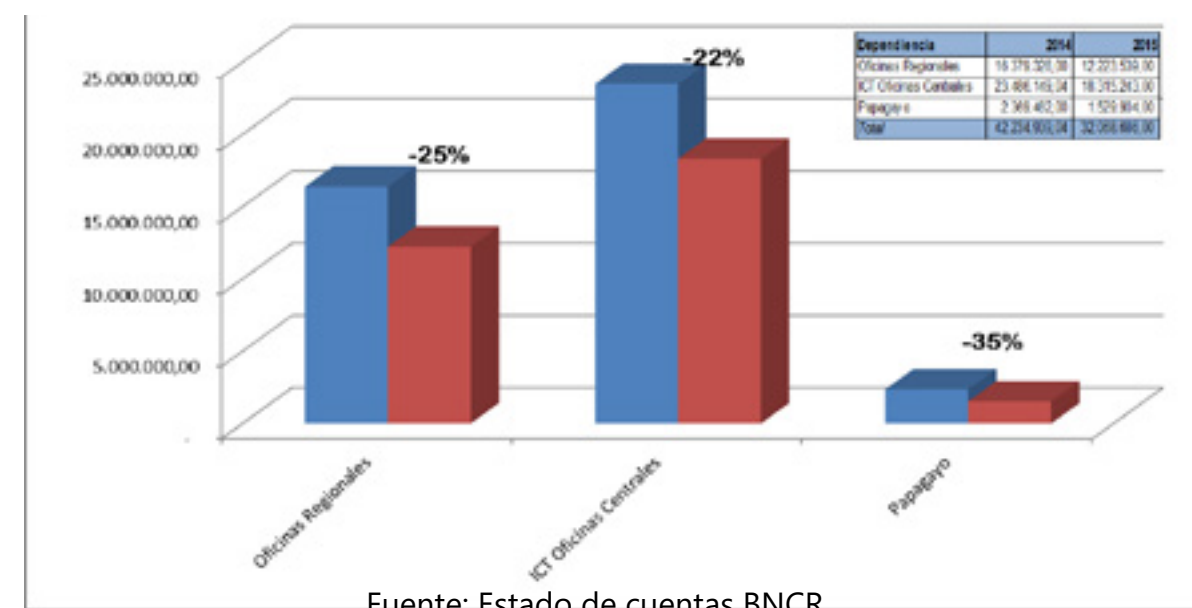
**Comportamiento de consumo de combustible Regionales**  
**Grafico #2**  
Comparativo porcentual Proceso Regionales vs Otros Departamentos.  
Período 2015 (colones)



Fuente: Estado de cuentas BNCR

En términos porcentuales el consumo de combustible realizado por las Oficinas Regionales corresponde a un 38% del gasto total de la Institución muy parecido al gasto realizado por el Departamento Administrativo.

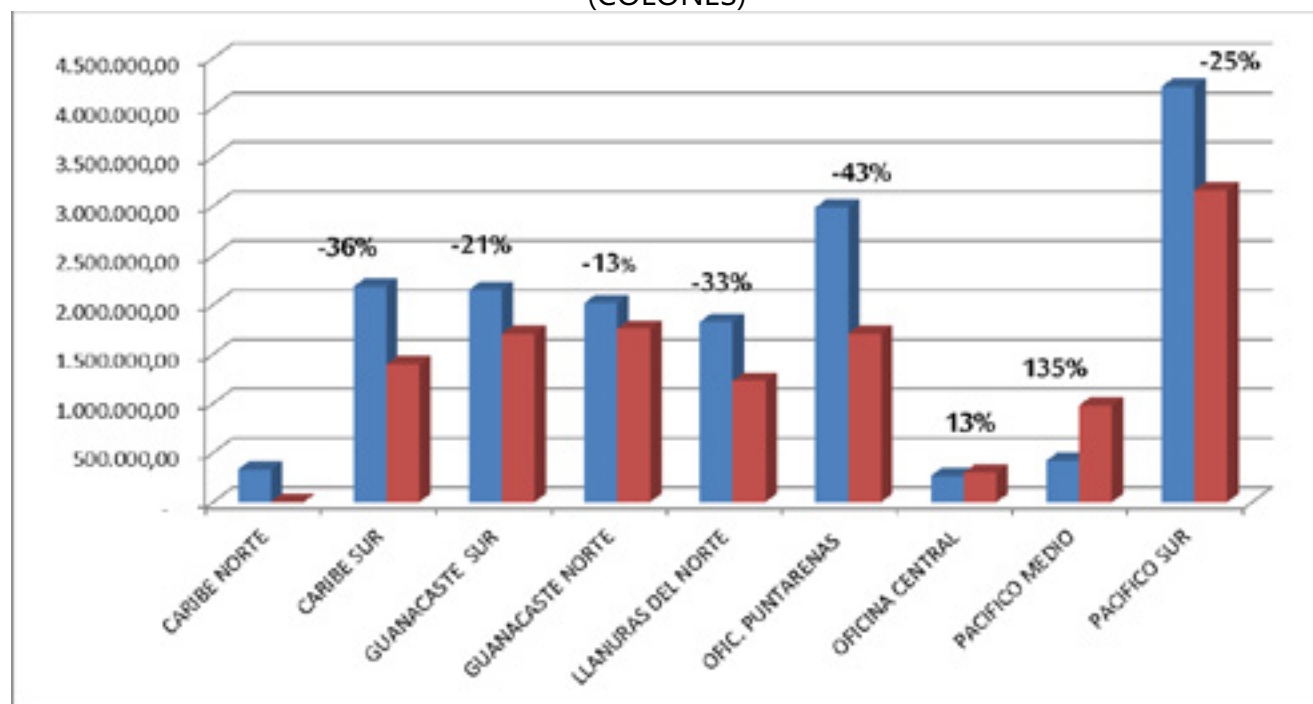
**Grafico #3**  
Gasto Combustible Período 2015 vs 2014 por Departamentos  
(COLONES)



Fuente: Estado de cuentas BNCR

Para el período en análisis se puede indicar una tendencia a disminuir el gasto de combustible en los diferentes departamentos de la institución, en el caso de Oficinas Regionales se muestra una disminución de gasto con respecto al año anterior de un 25% mientras que Departamento Administrativo tuvo una disminución de un 22% de su gasto con respecto al periodo anterior.

Grafico #4  
Gasto Combustible Período 2015 vs 2014 por Oficinas Regionales (COLONES)



Fuente: Estado de cuentas BNCR

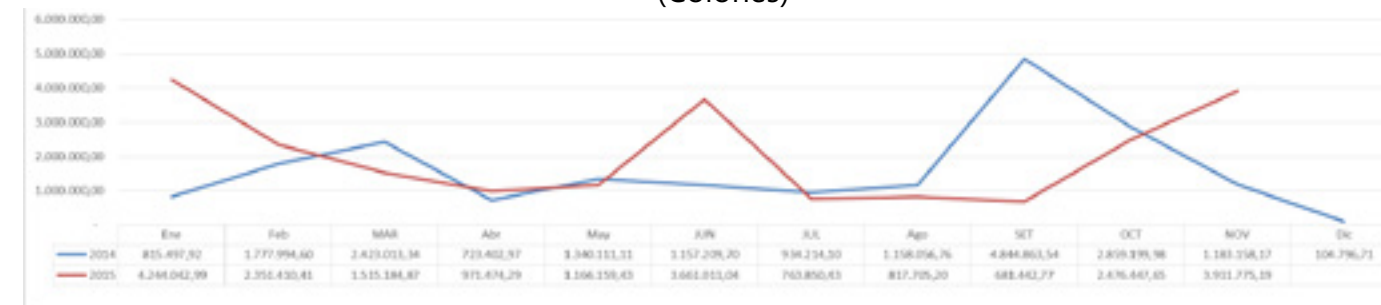
Cuadro #1  
Comparativo de Gasto realizado en colones por Oficina Regional

Regional	2014	2015	Porcentaje crecimiento o disminución
CARIBE NORTE	328.925,00	-	-
CARIBE SUR	2.182.000,00	1.395.000,00	-36%
GUANACASTE SUR	2.150.326,00	1.705.700,00	-21%
GUANACASTE NORTE	2.018.000,00	1.755.255,00	-13%
LLANURAS DEL NORTE	1.825.646,00	1.226.557,00	-33%
OFIC. PUNTARENAS	2.984.708,00	1.706.371,00	-43%
OFICINA CENTRAL	261.723,00	294.953,00	13%
PACIFICO MEDIO	417.000,00	979.703,00	135%
PACIFICO SUR	4.211.000,00	3.160.000,00	-25%

Para el período del 2015, la oficina regional de Caribe Norte había sido cerrada, por lo que no presenta datos en el cuadro anterior, se debe indicar que las disminuciones más significativas se presentaron en las oficinas regionales de Pacifico Sur y Puntarenas que presentaron disminuciones en sus gastos de ₡ 1.278.337 y ₡ 1.051.000.00 respectivamente con respecto al año anterior. El gasto de Oficina Central de Regionales presentó un aumento ₡ 562.703.00.

Comportamiento de Gasto de Mantenimientos.

Grafico #5  
Gasto Mantenimientos Período 2015 vs 2014. (Colones)



Debido a la antigüedad de la flotilla y la fuerte utilización que se realiza de la misma el gasto de mantenimientos se vio aumentado en un 17% con respecto al año anterior.

Los montos significativos los presentaron cuatro de los vehículos institucionales a los cuales se les tuvieron que realizar reparaciones bastante fuertes como se aprecia en el siguiente cuadro:

Cuadro #2  
Gastos totales de Mantenimiento por vehículo 2015

PLACA	MONTO.
753309	4.997.589,48
257-149	1.876.095,61
257-112	1.442.889,06
257-82	1.345.225,21
257-108	934.180,48
257-114	926.939,75
257-179	883.586,28
257-111	853.996,21
257-75	845.280,93
257-109	841.072,72
257-107	836.882,42
257-81	795.983,73
257-172	760.561,81
257-106	716.952,88
257-150	680.914,40
257-83	657.843,49
257-176	648.598,90
257-113	554.094,79
257-171	501.891,65
257-73	340.029,42
257-110	262.913,20
257-80	251.438,96
257-71	217.864,00
257-70	135.300,44
257-174	58.963,24
257-79	44.862,50
257-105	44.142,01
257-170	44.106,14
257-72	33.419,57

Al vehículo placa 753309 asignado a la presidencia Ejecutiva fue necesario realizar reparación en caja de transmisión manual, reparación de Transfer, cambio de Aceite de la transmisión manual, cambio de aceite en transfer, esto por un monto de ₡ 2.613.957.45.

El vehículo placa 257-112 se realizó el cambio del diferencial y mantenimiento general por un monto de ₡1.420.786.00.

El vehículo placa 257-149 se realizó cambio de conjunto de clutch, cambio de fajas, cambio de batería por un monto de ₡1.679.709.75

El vehículo placa 257-82 se realizó mantenimiento general y reparación en los diferenciales.

Comportamiento de Kilometrajes recorridos.

Cuadro #3  
Kilometrajes recorridos por vehículo en período 2015.  
Oficinas Centrales.

VEHICULO	PLACA	ene-15	feb-15	mar-15	abr-15	may-15	jun-15	jul-15	ago-15	set-2015	oct-15	nov-15	dic-15	km Totales
Pick up	257-149	769	2.402	2.751	1.356	2.220	2.577	2.303	2.131	4.220	3.699	4.498	935	29.861
Pick up	257-171	1.452	2.866	1.325	1.619	2.434	3.487	2.792	2.037	3.272	2.697	3.033	1.146	28.160
Microbus	257-71	4.285	302	958	2.865	3.653	1.139	2.631	1.716	471	2.939	1.935	194	23.088
Bego	257-110	922	1.631	2.577	2.762	1.912	2.319	2.785	1.249	2.288	1.573	1.876	421	22.315
Pick up	257-75	1.983	2.207	171	3.578	1.113	788	2.741	2.568	1.117	1.766	2.773	991	21.796
Microbus	257-73	922	1.986	2.245	1.751	2.129	1.916	3.422	3.252	1.118	1.036	831	934	21.542
Bego	257-79	2.288	1.809	910	860	967	3.286	971	1.208	3.487	1.523	2.043	1.067	20.419
Bego	257-112	2.118	949	2.088	1.574	2.327	3.756	465	-	-	1.260	2.530	1.051	18.118
Bego	257-107	338	257	406	1.208	1.273	1.238	2.684	1.237	4.747	1.665	1.336	995	17.384
Microbus	257-72	75	3.310	1.511	2.463	489	921	669	4.140	1.928	577	573	585	17.241
Bego	257-105	31	3.443	2.264	965	959	424	983	720	5.458	440	1.094	-	16.781
Bego	257-81	206	2.041	1.287	1.129	1.097	1.254	1.101	556	2.458	2.448	2.330	594	16.501
Bego	257-113	283	857	896	1.410	896	1.488	1.284	373	3.966	1.416	2.158	792	15.819
Rosa	257-114	92	190	426	-	2.178	2.240	1.522	1.539	1.126	1.641	1.509	2.002	14.465
Bego	257-82	113	1.898	506	1.186	705	2.600	1.961	1.333	-	-	-	856	11.258
Pick up	257-70	617	873	1.344	8	816	833	1.566	574	56	624	1.725	788	9.824
Hino	257-170	398	194	299	18	128	1.358	38	35	1.403	-	517	398	4.786
Panel	257-64	15	-	49	14	40	251	16	-	400	104	81	4	974

Con el cuadro anterior se puede observar los altos kilometrajes a los que son sometidos los vehículos institucionales mensualmente, sumado a la antigüedad de los mismos, el costo en mantenimiento va a ir aumentando gradualmente, lo que lleva a la necesidad de ir valorando el cambio de flotilla a mediano plazo.

Cuadro #4  
Flotilla Institucional, Oficinas Centrales

PLACA	Marca	Motor	Categoría	Año	Kilometraje actual	Combustible
257-64	NISSAN	TD27618234	CARGA	1999	116.827	Diesel
257-82	DAIHATSU	1925905	AUTOMOVIL	2007	177.933	Gasolina
257-79	DAIHATSU	1734395	AUTOMOVIL	2007	170.630	Gasolina
257-75	TOYOTA	2KD7211426	CARGA LIVIANA	2007	235.405	Diesel
257-73	TOYOTA	5L6012978	MICROBUS	2007	211.458	Diesel
257-72	TOYOTA	SL6012744	MICROBUS	2007	217.066	Diesel
257-71	TOYOTA	SL6011818	MICROBUS	2007	199.759	Diesel
257-70	TOYOTA	2KD7187046	CARGA LIVIANA	2007	106.368	Diesel
257-113	DAIHATSU	1926458	AUTOMOVIL	2008	160.985	Gasolina
257-81	DAIHATSU	1925092	AUTOMOVIL	2008	170.669	Gasolina
257-114	MITSUBISHI	4D34M05887	BUSETA	2009	78.276	Diesel
257-112	DAIHATSU	2156250	AUTOMOVIL	2009	91.481	Gasolina
257-110	DAIHATSU	2148305	AUTOMOVIL	2009	161.394	Gasolina
257-107	DAIHATSU	2165239	AUTOMOVIL	2009	189.296	Gasolina
257-105	DAIHATSU	2157100	AUTOMOVIL	2009	163.542	Gasolina
257-171	MITSUBISHI	4D564CDJ4967	CARGA LIVIANA	2011	95.969	Diesel
257-149	MITSUBISHI	4D56UCCF1640	CARGA LIVIANA	2011	135.864	Diesel
257-170	HINO	W04DJ48682	CARGA	2012	32.072	Diesel

Con base al cuadro anterior se puede observar que la mayoría de las unidades de la institución mantienen una antigüedad mayor a los ocho años.

PROVEEDURIA INSTITUCIONAL

1. Se tramitaron el 100% de las solicitudes de materiales y servicios, aún aquellas que fueron presentadas en forma extemporánea. Con ello se logró que las unidades solicitantes contaran con los bienes o servicios solicitados para el desarrollo de sus funciones.
2. Se tramitó la contratación para las compras según demanda para productos de higiene y de limpieza, lo cual ha permitido, evitar el deterioro y además contar con dichos suministros oportunamente, sin tener que destinar grandes espacios en bodegas para su almacenamiento.
3. Se inició el trámite de licitación pública, en conjunto con el IMAS, para el convenio marco de artículos y suministros de oficina, el mismo se encuentra en la fase de evaluación.

Ambas modalidades de compra (convenio marco como las compras según demanda) presentan ventajas tales como:

- Plazos de entrega más convenientes,
- Disminución de costos de inventarios,
- Se libera recurso humano en la Proveduría Institucional,
- Generan precios de compra más competitivos

4. Toma física de los activos tanto en oficinas centrales como regionales.
5. Se identificaron los bienes que se encontraban en las bodegas de Charrara y San José, que por su deterioro u obsolescencia, lo que permitió iniciar procesos de donación de activos con el Ministerio de Hacienda y dar de baja aquellos que por sus condiciones se deberían desechar, de manera responsable, mediante la entrega a una recicladora para la correcta disposición de los mismos.

DEPARTAMENTO DE INGRESOS

RECAUDACION TRIBUTARIA

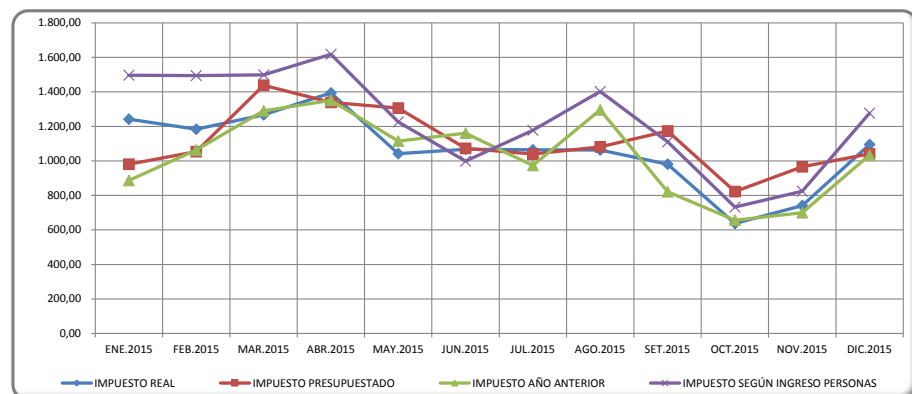
1. Impuesto de \$15.00 (NW) por la entrada al país con un pasaje adquirido en el exterior:

1.1. Para el año 2015, este impuesto generó ingresos por la suma de ₡12,779.17 millones, quedando por debajo del monto presupuestado en ₡533.55 millones, que equivale al 4.01%. No obstante, comparado con el año anterior, se recaudó ₡433.67 millones de más, que representa un crecimiento del 3.51%.

RECAUDACIÓN  
IMPUESTO \$15 (NW)  
ENERO A DICIEMBRE 2015-2014  
(Millones de colones)

<b>PERIODO 2015</b>	
IMPUESTO REAL	12.779,17
IMPUESTO PRESUPUESTADO	13.312,72
DIFERENCIA NOMINAL	(533,55)
DIFERENCIA RELATIVA	-4,01%
<b>PERIODO 2014</b>	
IMPUESTO AÑO ANTERIOR	12.345,49
DIFERENCIA NOMINAL	433,67
DIFERENCIA RELATIVA	3,51%

RECAUDACIÓN  
IMPUESTO \$15 (NW)  
ENERO A DICIEMBRE 2015-2014  
(Millones de colones)



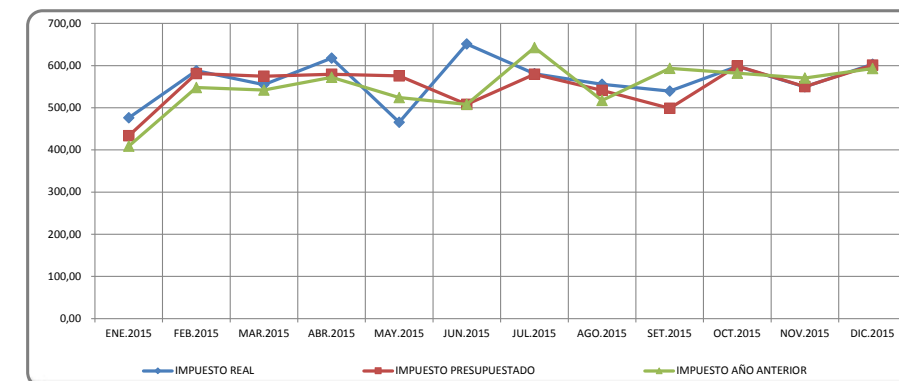
2. Impuesto 5% sobre pasajes internacionales vendidos en Costa Rica, Art. 46 inciso a) Ley 1917:

2.1. Durante el año 2015, se recaudó la suma de \$6,780.21 millones, quedando por encima del monto presupuestado en \$157.04 millones, que equivale al 2.37%. En comparación con el mismo período del año anterior, se recaudó \$177.57 millones de más, que representa un 2.69%. Es necesario resaltar que en el acumulado anual, los resultados son positivos.

RECAUDACIÓN  
IMPUESTO 5% (CR)  
ENERO A DICIEMBRE 2015-2014  
(Millones de colones)

<b>PERIODO 2015</b>	
IMPUESTO REAL	6.780,21
IMPUESTO PRESUPUESTADO	6.623,17
DIFERENCIA NOMINAL	157,04
DIFERENCIA RELATIVA	2,37%
<b>PERIODO 2014</b>	
IMPUESTO AÑO ANTERIOR	6.602,64
DIFERENCIA NOMINAL	177,57
DIFERENCIA RELATIVA	2,69%

RECAUDACIÓN  
IMPUESTO 5% (CR)  
ENERO A DICIEMBRE 2015-2014  
(Millones de colones)



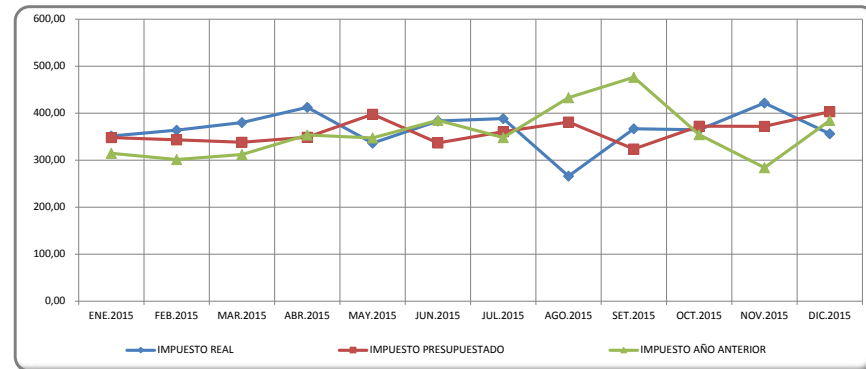
3. Impuesto 5% sobre pasajes internacionales cuyo origen de ruta sea Costa Rica, Art. 46 inciso b) Ley 1917, adicionado por el ordinal 7 de la Ley 8694 del 27 de Marzo del 2009, (OU):

3.1. Para el año 2015, este impuesto generó ingresos por la suma de \$4,393.22 millones, quedando por encima del monto presupuestado en \$66.30 millones, que equivale al 1.53%. En comparación con el mismo período del año anterior, se recaudó \$97.88 millones de más, que representa un 2.28%.

RECAUDACIÓN  
IMPUESTO 5% (OU)  
ENERO A DICIEMBRE 2015-2014  
(Millones de colones)

<b>PERIODO 2015</b>	
IMPUESTO REAL	4.393,22
IMPUESTO PRESUPUESTADO	4.326,92
DIFERENCIA NOMINAL	66,30
DIFERENCIA RELATIVA	1,53%
<b>PERIODO 2014</b>	
IMPUESTO AÑO ANTERIOR	4.295,34
DIFERENCIA NOMINAL	97,88
DIFERENCIA RELATIVA	2,28%

RECAUDACION  
IMPUESTO 5% (OU)  
ENERO A DICIEMBRE 2015-2014  
(Millones de colones)



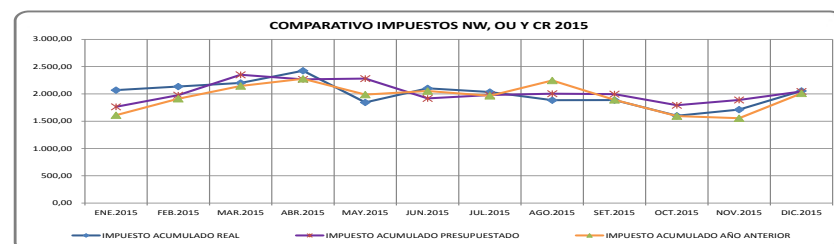
4. Recaudación acumulada 2015: (Impuestos \$15.00 NW, 5% a) CR y 5% b) OU).

4.1. Para el año 2015 la recaudación generó ingresos tributarios por la suma de \$23,952.60 millones, quedando por debajo del monto presupuestado en \$310.21 millones, que equivale al 1.28%. Uno de los factores distorsionantes del resultado, lo constituye el tipo de cambio utilizado en la estimación del impuesto de \$15,00, ya que se calculó al tipo de cambio del dólar USD suministrado por el Ministerio de Hacienda de \$580.00, cuando en realidad a diciembre del año 2015 cerró en \$528.40. Sin embargo con respecto al año anterior, se percibió \$709.12 millones de más, que representa un 3.05%.

COMPARATIVO DE LA RECAUDACIÓN  
IMPUESTOS \$15.00 (NW), 5% a) (CR) y 5% b) (OU)  
ENERO A DICIEMBRE 2015-2014  
(Millones de colones)

PERIODO 2015	
IMPUESTO ACUMULADO REAL	23.952,60
IMPUESTO ACUMULADO PRESUPUESTADO	24.262,81
DIFERENCIA NOMINAL	(310,21)
DIFERENCIA RELATIVA	-1,28%
PERIODO 2014	
IMPUESTO ACUMULADO AÑO ANTERIOR	23.243,47
DIFERENCIA NOMINAL	709,12
DIFERENCIA RELATIVA	3,05%

COMPARATIVO DE LA RECAUDACION  
IMPUESTOS \$15.00 (NW), 5% (OU) Y 5% (CR)  
ENERO A DICIEMBRE 2015-2014  
(Millones de colones)



5. La recaudación tributaria suministra los recursos que se requieren, para el cumplimiento de las metas y objetivos de la Institución. Por tal razón, se mantiene la importancia de adecuar los procedimientos de recaudación y fiscalización tributarias, acorde con el desarrollo de los sistemas que utilizan los agentes de percepción, en la comercialización de pasajes internacionales, con el fin de mejorar la gestión del Departamento de Ingresos.

6. Automatización de los sistemas SIT-ICT Sistema de Información Tributaria del Instituto Costarricense de Turismo.

6.1 Sistema Contribuyentes (ICT-CONTRIBUYENTES):

Con oficio PGI-509-2015 se presentó el requerimiento al Departamento Tecnologías de la Información, para el desarrollo del sistema, que permitirá el registro en línea de los entes tributarios a través de la página WEB.

6.2 Sistemas Declaraciones (ICT-DECLARA):

Este sistema se encuentra en producción, a nivel del Departamento de Ingresos, el Departamento Tecnologías de la Información lo está desarrollando, para adaptarlo al servicio WEB, para que los administrados puedan tener acceso y registrar las declaraciones juradas desde el sistema en línea.

6.2.1 Sistema Declaraciones (ICT-DECLARA) en WEB:

Se encuentra desarrollo a cargo de una empresa externa. El Departamento de Ingresos debe hacer las pruebas correspondientes, una vez que TI concluya con la adaptación de los nuevos códigos NICSP al Sistema de Declaraciones local (ICT-DECLARA Nuevo código deudor).

El Lic. Jorge Rojas presentó un listado de los nuevos códigos para los administrados tributarios inscritos como recaudadores de impuestos, con esto están unificando los tres códigos de las líneas aéreas en un único código por cada agente perceptor.

En su momento, el listado fue trasladado a los funcionarios del departamento de Ingresos para ser revisado e hicieran sus observaciones.

Debido que en el desarrollo del sistema de las NICSP, el nuevo código deudor de los entes tributarios pasa a ser parte de los códigos deudores de toda la institución, la jefatura de Ingresos hizo solicitud mediante PGI-0608-2015 para ver la posibilidad de que se replanteen la forma de asignar esos códigos de forma que no se confundan con otros códigos asignados.

6.3 Coordinación de Capacitaciones.

Una vez que se hayan hecho las pruebas respectivas al sistema de declaraciones para la Web, y que todo esté bien, se estará:

- Enviando resoluciones a las entidades tributarias, para informar sobre el nuevo código "id deudor". Oficialmente no han definido la fecha para el uso del nuevo código, sin embargo, de forma extraoficial, existe la posibilidad que sea a partir de enero 2016.

- Programando una capacitación a los funcionarios del Departamento de Ingresos, relacionado con la web y a pequeños cambios que están efectuando para la carga de declaraciones desde la Web, asimismo para realizar pruebas con el acceso a la web.
- Programando la capacitación a las diferentes entidades tributarias, agencias y líneas aéreas.

#### 6.4 Sistema de Verificación:

Este sistema está en producción parcial, solamente se realizan cargas de los reportes del BSP. De las tres entidades que faltan para completar las cinco aerolíneas que forman parte del plan piloto para aerolíneas. American Airlines ya presentó un formato de la plantilla FV1 para la fiscalización de impuestos en el aeropuerto. Como parte de las gestiones que realizaron los compañeros encargados del plan piloto con las aerolíneas, han logrado que tres aerolíneas ya tengan el formato establecido.

#### 6.5 Sistema de Exoneraciones:

##### 6.5.1. A través de oficios de exoneración.

Con PGI-0513-2015 se presentó requerimiento del sistema a TI. Este es uno de los sistemas que será puesto en la página Web, para el uso de entes externos e internos, donde se podrá efectuar las solicitudes de exoneraciones y mediante el mismo sistema dar respuesta a dichas solicitudes.

Se realizó plan piloto, para determinar la viabilidad de un proceso electrónico firmado digitalmente, y además recabar información importante que se podría considerar para un sistema electrónico. El plan piloto se desarrolló simulando el servicio web mediante el uso de correo electrónico y un buzón de exoneraciones que TI creó para tal efecto. Al finalizar las pruebas del plan piloto, se realizó el informe respectivo, dirigido a la Jefatura del Departamento, oficios de agradecimiento a las entidades que colaboraron con su participación, así como la aplicación de una encuesta a las entidades participantes, algunos de los resultados fueron:

- a. El impacto de mejora en la gestión de solicitud de exoneraciones, que ellos indicaron fue de un 87%.
- b. Los participantes indicaron, que las oportunidades de mejora que se obtendrían, si se desarrolla el sistema electrónico, serían muchas, y enumeraron las siguientes:
  - Agilidad en el trámite.
  - Ahorro de papel.
  - Ahorro de tiempo.
  - Comunicación eficaz y transparente.
  - Mejor manejo de la información.
  - Dinámico y sencillo.
  - Facilidad en la revisión.
  - Mayor orden y mejor control.

- c. Los participantes del plan piloto, ante la pregunta ¿Cómo calificaría el tener acceso a un sistema de forma electrónica a través de la página Web del ICT?, respondieron:  
El 62% muy bueno.  
El 38% bueno.

##### 6.5.2 Exoneración a Pasaportes Diplomáticos.

Se está solicitó colaboración del Departamento de Inmidades del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, para que permitiera a funcionarios del ICT consultar la base de datos donde registran la información de todos los diplomáticos acreditados en Costa Rica. Se hicieron las gestiones con el Ministerio de Hacienda, para acceder al sistema Con PGI-0609-2015, se está solicitando la creación del programa para exoneraciones de pasaportes diplomáticos. Dicho requerimiento está en revisión por la Jefatura del Departamento de Ingresos.

##### 6.5.3 Exoneración a boletos para Empleados ICT.

Con PGI-0610-2015 se está solicitando la creación del programa para exoneraciones por compra de boletos a funcionarios del ICT. Dicho requerimiento está en revisión por parte de la Jefatura del Departamento de Ingresos.

#### 6.6 Sistema Rectificativa:

Con PGI-0507-2015 se presentó requerimiento a TI para el desarrollo del sistema. Este sistema permitirá que los administrados poder rectificar una declaración registrada en el sistema de declaraciones, los contribuyentes tendrán acceso al sistema por medio de la WEB.

#### 6.7 Sistema Inteligencia Tributaria:

El requerimiento de este sistema se realizará una vez que estén desarrollados los demás sistemas, ya que este permitirá el cruce de variables de todos los demás sistemas, por tanto, primero deben estar desarrollados los sistemas involucrados.

7. Adicionalmente se lograron realizar todas las actividades programadas con el siguiente detalle:

- 7.1. Se realizaron 49 Auditorias Sustantivas a diferentes agentes de percepción. Confirmando el cumplimiento de la normativa tributaria.
- 7.2. Se realizaron 5 Auditorias de para verificar el trámite de reembolsos realizados por las siguientes empresas: Avianca, American Airlines, United Airlines, Condor, Us Airways, confirmando la aplicación de la normativa que existe para esos efectos.
- 7.3. Se realizaron fiscalizaciones en los aeropuertos Internacionales Juan Santamaría y Daniel Oduber Quirós en las oficinas de las diferentes líneas aéreas, para verificar el cumplimiento de la normativa tributaria correspondiente.

8. Se realizaron arquezos de Caja Chica de forma trimestral en las diferentes Oficinas Regionales, esto con la finalidad de mantener un control permanente del buen uso de los recursos que administran esas oficinas.

9. Se tramitaron en la oficina 7.509 exoneraciones para agencias de viaje para un total exonerado de ₡149 millones de colones.

#### DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

1. Se realizó una revisión integral a los Manuales Institucionales del 2006 y se presentó a la Junta Directiva una propuesta con ajustes importantes a los cargos, actualmente el documento se encuentra en estudio de la Secretaría Técnica de la Autoridad Presupuestaria.
2. Se impulsó un cambio en la tramitología del control de asistencia, a efectos de que las Jefaturas contaran con un control mensual de la asistencia de sus colaboradores; asimismo, las boletas de justificación se presentan en forma digital, evitando la impresión de aproximadamente 1.200 hojas mensuales.
3. Se consolidó el SIRH (Sistema Integrado de Recursos Humanos), por lo que se tramitan ya únicamente los mantenimientos necesarios para el mejor aprovechamiento.
4. A partir de la consolidación del SIRH, se inició el proceso de capacitación del personal en el tema de Gestión por Competencias, como eje primordial para iniciar el proceso de transformación de la Gestión de Recursos Humanos a socio estratégico de la institución en la dirección estratégica del Recurso Humano, Gestor del cambio, experto administrativo y Asesor de Recursos Humanos, en el ICT.
5. En este sentido, el Departamento de Recursos Humanos participó en un taller de alineamiento estratégico en el cual se definieron las competencias CORE o competencias claves a partir de la misión, visión, valores y objetivos, ya que esto es el cimiento sobre el cual se construye el presente y futuro de la institución en materia de Talento Humano. De igual forma se trabajó en la cadena de valor para conocer la incidencia e impacto de las unidades en relación con la CORE. A partir de la definición de esas competencias se inició la creación de los perfiles por competencias (se concluyó un puesto en el Depto. de Recursos Humanos).





**Tecnologías  
de la  
Información**

*esencial*  
**COSTA  
RICA**

# TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Durante el año 2015 el Proceso de Tecnologías de Información ha continuado con la implementación de los cambios necesarios en los Sistemas Financieros para adecuarlos a las normas contables NICSP que promueve la Contabilidad Nacional, y ha mantenido la plataforma tecnológica que utilizan todos los sistemas automatizados de la Institución, así como los servicios de correo e Internet, en buenas condiciones de funcionamiento para permitir a las diferentes dependencias usuarias su operación y administración brindando el apoyo necesario para el cumplimiento de sus funciones y al desarrollo e implementación de nuevos, de acuerdo con lo formulado en el Plan Operativo Institucional (POI). Entre los principales logros alcanzados se mencionan los siguientes:

**1. Implementación del sistema de Bienes Duraderos o Activos Fijos.**

Este sistema permite controlar y administrar la información de los Bienes Duraderos en forma integrada y además cumplir con lo solicitado por las normas NICSP en cuanto al manejo del devengado de gastos. Los principales beneficios o ventajas que presenta este sistema son:

- a. Manejo integrado de la información de los bienes duraderos con el resto de sistemas como por ejemplo: Sistema de Compras, Sistema de Cuentas por Pagar, Contabilidad, logrando que el registro de los activos sea en forma automática, con
- b. base en la información registrada en las órdenes de compra o contratos y generando la cuenta por pagar junto con la afectación contable en el momento en que se registra y aprueba la entrada de los activos. Esto permite mejorar la calidad de la información registrada en el sistema y los controles.
- c. Permite registrar y aprobar los traslados de activos electrónicamente y mantener un control actualizado sobre el responsable de cada activo, permitiendo mejorar el control y seguimiento de los activos.
- d. Calcula en forma automática la depreciación de cada activo y genera el asiento contable respectivo, esto mejora el control de información y minimiza errores en la digitación.
- e. Genera una conciliación entre el auxiliar de los activos y la cuenta contable.
- f. Permite el registro de ajustes y genera en forma automática el asiento contable correspondiente.
- g. Registra en bitácoras los movimientos realizados a cada activo, lo cual mejora el control y seguimiento de las transacciones.

**Consulta de Bienes Duraderos**

**Datos Generales**

Id Activo: 701 Descripción: MOTOCICLETA AÑO 2011 MOTOR M28U000030 PLACA #157-136 Placa: 100030  
 Serie: 9CJMD15G08R30095 Boleta: 5776 Modelo: CT-2000 Cheque: 55973 Fecha Adq.: 23-12-2010  
 Clase: 206 [2] Motocicleta Policia Turistica Orden: 13553  
 Marca: 60 HONDA  
 Estado: 17 ACTIVO Tipo Bien: 1 Bien Mueble Estado Uso: 1 BUENO  
 Garantia: [ ]

**Datos Ubicación**

Área: 5 Oficinas Contables Oficina: 65 Proceso de Servicio al Turista  
 Activo padre: [ ] Respon.: 25 VICTOR MANUEL RAMIREZ MONTERO

**Datos Contabilidad**

Capitalizable (S/N): [S] Vida Util en Años: 10.00 % Desecho: 10 Valor Rescate: 235,661.19  
 Valor Inicial: 2,356,611.90 Depreciación: 1,942,800.81 # Ajustes: 00 Valor Actual: 1,373,811.09

**Depreciaciones**

Fecha	Monto
01-01-2011	17,674.60
01-03-2011	17,674.60
01-04-2011	17,674.60
01-05-2011	17,674.60
01-06-2011	17,674.60
01-07-2011	17,674.60
01-08-2011	17,674.60
01-09-2011	17,674.60
01-10-2011	17,674.60
01-11-2011	17,674.60
01-12-2011	17,674.60
01-01-2012	17,674.60
01-02-2012	17,674.60
01-03-2012	17,674.60
01-04-2012	17,674.60
01-05-2012	17,674.60
01-06-2012	17,674.60
01-07-2012	17,674.60
01-08-2012	17,674.60
01-09-2012	17,674.60
01-10-2012	17,674.60
01-11-2012	17,674.60
01-12-2012	17,674.60
<b>Total</b>	<b>1,942,800.81</b>

**Movimientos**

id	Nombre	Fecha	Usuario	Motivo	Ajuste	Traslado	Entrada	Nuevo Tipo	Asiento
107	ASIGNACION DEL B. ACTIVO	27-01-2015	ERRAYO	SE ASIGNA EL B. ACTIVO, PARA CUMPLIR CON LAS RECOMENDACIONES					
101	BASE DE CLASE DE ACTIVO	23-06-2014	ERRAYO	SEGUN DEPURACION DE ACTIVOS SE AJUSTA ID #1001 SE TRASLADAN			206	2	2014 24670

**Consulta de Movimientos**

**Movimientos**

Id	Tipo movimiento	Fecha	Usuario	Motivo	Ajuste	Entrada	Traslado	Tipo activo destino	Asiento
1534	17 CONFIRMACION DE AJUSTE	14-01-2016	ERRAYO	Confirma ajuste no 74	74				
1533	14 REGISTRO DE AJUSTE	14-01-2016	ERRAYO	Registro de ajuste no 74		74			
1532	17 CONFIRMACION DE AJUSTE	14-01-2016	ERRAYO	Confirma ajuste no 73	73				
1531	14 REGISTRO DE AJUSTE	14-01-2016	ERRAYO	Registro de ajuste no 73		73			
1530	16 APROBACION DE AJUSTE	14-01-2016	ERRAYO	Aprobacion de ajuste no 72					2016 121
1529	17 CONFIRMACION DE AJUSTE	14-01-2016	ERRAYO	Confirma ajuste no 72	72				
1528	14 REGISTRO DE AJUSTE	14-01-2016	ERRAYO	Registro de ajuste no 72		72			
1527	10 APLICACION DE TRASLADO	14-01-2016	ERRAYO	Traslado de Activos			405		
1526	12 APLICACION DE TRASLADO	14-01-2016	ARRORDO	Traslado de Activos			427		
1525	12 APLICACION DE TRASLADO	14-01-2016	RODRIGU	Activos de Office Standard O			390		

**Activos Afectados**

Id Activo	Placa	Descripción	Tipo activo anterior
8842	13884	Impresora multifuncional marca Epson modelo T2200 serie LFK219420Inkjet y buffer inhouse largos white	
5801	14249	CPU MODELO 3800 MT S/ 80US/174817344 B	
8844	14248	MONITOR MODELO LE2201W S/ DMS280VOC	

2. En el Sistema de Presupuesto se desarrolló una aplicación que permite analizar la ejecución presupuestaria, desde el punto de vista de inversión en Promoción. Con esta aplicación los niveles ejecutivos de la Institución pueden analizar la inversión que realiza el área de Mercadeo en cada continente, país, y dentro de estos por producto, actividades y medios, previamente definidos. Esta información se pueda exportar a Excel para realizar diferentes análisis y obtener otros datos.

Lineas	Comprometido	Gastado	Ejecutado
CONTINENTES			
EUROPA	140,807,479.80	7,214,829.47	140,022,309.27
SUBDIVISIONES			
EUROPA	140,807,479.80	7,214,829.47	140,022,309.27
PAISES			
ESPAÑA	140,807,479.80	4,511,845.95	140,319,325.75
PAISES BAJOS	0.00	2,702,983.52	2,702,983.52
AMERICA	3,181,309.69	53,626,894.86	50,808,204.66
SUBDIVISIONES			
AMERICA DEL NORTE	3,181,309.69	45,361,181.91	40,562,491.60
PAISES			
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	3,181,309.69	45,361,181.91	40,562,491.60
AMERICA CENTRAL	0.00	8,265,712.95	8,265,712.95
PAISES			
COSTA RICA	0.00	8,265,712.95	8,265,712.95
<b>Total Operativo</b>	<b>143,988,789.49</b>	<b>69,841,724.33</b>	<b>204,830,513.82</b>

3. Implementación del Sistema de Compras Anuales en su primera etapa.

Este sistema permite la generación del plan anual de compras por parte de cada Unidad y posteriormente su integración a nivel de la Institución, para que de esta forma la Proveduría pueda publicar el plan anual de compras, así como la administración y control del mismo.

Los principales cambios efectuados al sistema permiten lo siguiente:

- a. Se integró con el sistema de Presupuesto para mostrar las Partidas Presupuestales con sus respectivos códigos de Cuenta, Sub Cuenta y Cuenta Hija, y al mismo tiempo el Presupuesto, Asignado y Disponible para dicha partida.
- b. Controlar y valida que no se digiten montos superiores a lo presupuestado, indicando el saldo disponible de la partida en el momento. Además se controla que se asigne en su totalidad el monto presupuestado para que no queden partidas sin completar o con saldos.
- c. Se integró con el Sistema del Plan Anual Operativo (PAO) para mostrar las metas asociadas con cada partida presupuestaria.
- d. Se desarrollaron opciones para que la Proveduría pueda obtener información por Unidades, Partidas, Mercancías y otros, con la opción de exportarlos a Excel.

4. En el Sistema de Compras se realizó un cambio importante para permitir adjudicar al proveedor que queda en segundo lugar de la contratación.

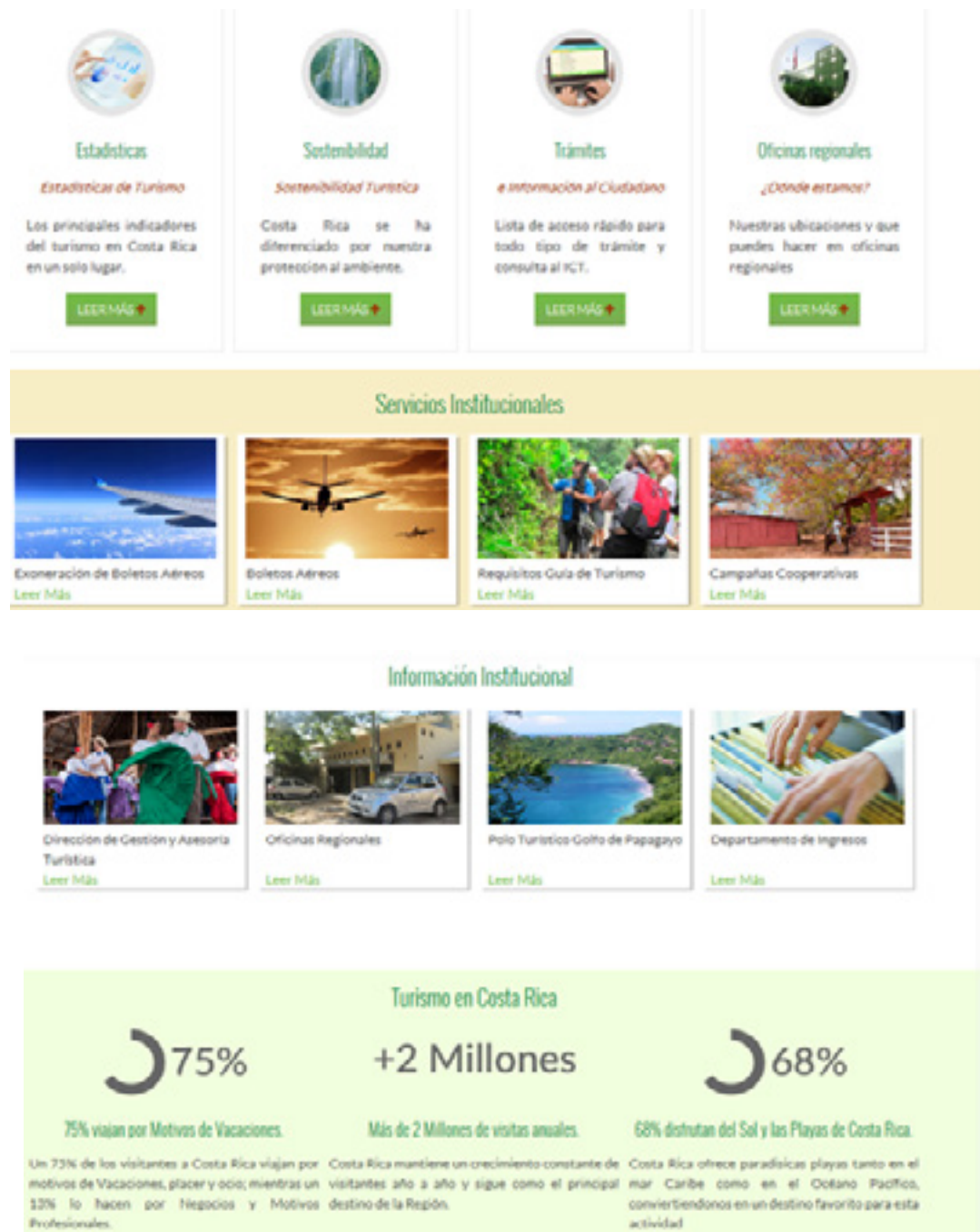
Esta mejora es para cuando se presenta un incumplimiento por parte del proveedor que quedó en primer lugar, en la entrega de bienes y servicios. De esta forma se puede anular un contrato y hacer otro para un nuevo proveedor.

5. Se diseñó, desarrolló e implementó junto con la empresa Digital Arts, el nuevo Sitio Institucional del ICT [www.ict.go.cr](http://www.ict.go.cr).

Este nuevo sitio posee un diseño moderno que se ajusta a cualquier dispositivo móvil (diseño responsive) y la información que se muestra es más estructurada presentando nuevas opciones con respecto a los servicios que ofrece la Institución, como por ejemplo: solicitud de información, envío de hojas de vida por parte de interesados, campañas cooperativas, evaluación de servicios, etc. Para este trabajo se realizaron varias reuniones de trabajo con las jefaturas de las distintas Unidades, para determinar la información que se quería mostrar, los servicios a incluir así como la revisión de los datos y la funcionalidad del sitio.

Por otro lado también se desarrolló e implementó un nuevo sitio para el Control de Documentos de Junta Directiva, el cual cuenta con una interfaz más amigable, permitiendo la búsqueda y visualización de los documentos para cada sesión ordinaria o extraordinaria. El sitio puede ser accedido a través el Sitio Institucional [www.ict.go.cr](http://www.ict.go.cr) por cualquier dispositivo móvil logrando que el director pueda disponer de la información en todo momento. Además el administrador del sitio puede realizar la actualización del mismo de una forma más dinámica y eficiente, facilitando las labores relacionadas con los documentos de la Secretaría de Actas y Junta Directiva. Además el sitio posee procesos de validación relacionados con aspectos de seguridad, bitácoras, así como de respaldo.





6. Atención de solicitudes de mantenimiento a Sistemas.

Con el propósito de brindar información íntegra, oportuna y accesible, de forma que la Institución pueda mejorar sus servicios, y la promoción turística fue necesario mantener los Sistemas Institucionales en operación y ajustados tanto a las nuevas necesidades de los usuarios como a los cambios y exigencias del entorno y a las directrices de los entes externos relacionados con la Institución, se atendieron y realizaron 37 cambios en Sistemas, lo cual permite mantenerlos actualizados y respondiendo a las necesidades actuales

De estas solicitudes de mantenimiento las Unidades para las que más cambios se atendieron fueron: Dpto. Financiero (19), Planificación (8) e Ingresos (6).

7. Mantener en óptimas condiciones de operación la plataforma tecnológica existente en un 97.5% del tiempo total anual en horas.

El logro de esta actividad permitió que la plataforma tecnológica del ICT para el uso de sus sistemas, bases de datos, correo electrónico, Internet y red de datos estuviera disponible en un 97.5% del tiempo total en el año para las labores que requieren efectuar los funcionarios de la Institución, basados en los servicios de T.I., reduciendo al mínimo la no disponibilidad de los mismos. Salvo casos de emergencia fue necesario bajar o suspender los servicios por un corto tiempo para poder solucionar algún problema que se presentaba en los servicios, ya que muchas de estas labores que interfieren con los servicios se realizan en horas no laborales.

Para lo anterior se efectuaron las siguientes actividades:

a. Atención de reportes de fallas: Estos corresponden a la atención de solicitudes realizadas por los usuarios con respecto a boletas por trabajos realizados en hardware, software, red, correo, Internet, etc. En el 2015 se atendieron un total de 568 boletas de las cuales las dependencias que más solicitudes realizaron fueron: Promoción (71), Financiero (53) y Gestión y Asesoría Turística (42).

b. Se duplicó la velocidad del enlace principal a internet a través de los proveedores del servicio de Internet (ICE, RACSA), pasando de 20 Mb a un enlace de 40Mb, con lo cual fue posible mejorar la velocidad con que se transmite la información tal como el correo, y la navegación por Internet. Además se asigna más ancho de banda a las diferentes aplicaciones que requieren el uso de internet, como por ejemplo Merlink. El beneficio de este incremento es que se aumenta la capacidad del acceso para los diferentes servicios que utilizan Internet. De igual forma el enlace de respaldo fue duplicado en cuanto a su velocidad, con lo cual se garantiza que en caso de requerirse que este entre en funcionamiento, el rendimiento de los servicios que requieren internet no se vea afectado o desmejorado.

c. Contar con adecuados contratos de mantenimientos para servidores, red de datos y UPS, así como para dispositivos de comunicación como routers, asas, switches, etc., con que cuenta el Dpto. para permitir que estos equipos se mantengan en adecuadas condiciones de funcionamiento y operación.

d. Se mantuvo una protección constante contra virus, los cuales se propagan principalmente por correo electrónico o a través de Internet cuando se accesa algún sitio. Se brindó una atención especial a este problema, así como al correo Spam, pues se detuvo o rechazó la entrada de más de 8.363.853 correos de este tipo, para lo cual fue necesario instalar versiones de filtros, antivirus, mantener actualizadas en forma automática, las definiciones de antivirus en las máquinas de los usuarios, así como poner en lista negra ciertos dominios desde donde se originan este tipo de amenazas.

e. Se realizaron gestiones relacionadas con la adquisición de nuevos equipos y servidores, con el fin de sustituir aquellos por obsolescencia, daños y para atender nuevas necesidades, que representó una inversión de más de 45 millones de colones y una compra de 50 nuevas y modernas computadoras para las diferentes dependencias de la Institución.



**Comisión Inter-  
institucional de  
Marinas y Atra-  
caderos (CIMAT)**

*esencial*  
**COSTA  
RICA**

# CIMAT



Con la Ley 7744 "Concesión y operación de marinas y atracaderos turísticos" y su Reglamento, se crea la CIMAT, Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos, órgano técnico especializado, encargado de la vigilancia, control y fiscalización permanente de las actividades relacionadas con la concesión, construcción y operación de los proyectos que se desarrollen en el país.

Como órgano desconcentrado, tiene su sede en el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), el cual brinda los recursos necesarios para el cumplimiento de sus funciones. La CIMAT, además del ICT, cuenta con la participación de representantes del MOPT, INVU, MINAE y Ministerio de Salud.

La CIMAT se constituye en el principal ejecutor, por parte de la Administración de las disposiciones legales que regulan la materia. En este sentido, existe un compromiso claro con el medio ambiente, toda concesión se otorgará resguardando el ambiente y los recursos naturales de la zona, cumplir con los compromisos ambientales durante la construcción y operación del proyecto e implementar procesos sostenibles en la prestación de sus servicios.

Las marinas turísticas se desarrollan para brindar servicios de resguardo a las embarcaciones, suministro de agua potable, energía eléctrica, internet, combustible, mantenimiento y reparaciones menores de las embarcaciones, planta de tratamiento de aguas residuales, recolección y disposición de desechos y comercio turístico, dirigido a sus usuarios y visitantes. Convirtiéndose en una oportunidad económica para las zonas costeras al ser fuentes de empleos directos e indirectos.

Por su parte, los atracaderos, conformado por instalaciones más sencillas, proveen obras necesarias para el arribo de embarcaciones que garantizan el disfrute y seguridad de los turistas. En este contexto, las marinas y atracaderos turísticos bien operados tienen un rol importante en la prevención de la contaminación del mar, al brindar servicios mediante instalaciones y procedimientos aprobados y controlados por parte del Estado.



Durante el año 2015, el Consejo Director sesionó 13 veces y la Unidad Técnica, conformada por los representantes de las diferentes instituciones, sesionó 34 veces, se tomaron y ejecutaron 260 acuerdos.

Se resolvieron el 100% de las solicitudes a nivel de consulta previa, resolución técnica o visado de planos constructivos de manera que se ajusten a la normativa vigente. Velando por la prestación de un servicio de primera calidad, cómo y seguro.

A nivel de consulta inicial, se orientó a los inversionistas sobre sobre el trámite de los siguientes proyectos:

- Atracadero existente The Zancudo Lodge, localizado en Zancudo de Golfito.
- Atracadero existente Mar y Luna en la Ciudad de Golfito.
- Atracadero existente Punta Coral, Paquera Puntarenas.
- Atracadero Turístico La Piña, Punta Banco Pavones de Golfito.
- Atracadero existente Roma del Mar, Paquera de Puntarenas.
- Atracadero Mono Congo Golfito Puntarenas.
- Atracadero La Playa, Kilómetro 3, Ciudad de Golfito.
- Atracadero Crocodile Man Tour, Tárcoles de Garabito.
- Atracadero Jungle Crocodile Safary Tárcoles de Garabito.
- Atracadero Turístico Nicúa Island Resort, Golfo de Nicoya.

A nivel de Viabilidad Técnica, se resolvieron los siguientes casos:

- Modificación de Marina Bahía Escondida, denominada en adelante como Marina Golfito Village, solicitada por la Empresa concesionaria Hacienda El Dorado S. A.



Este proyecto de marina en la zona de Golfito logra retomar el proceso constructivo suspendido desde el año 2008 por efecto de la crisis económica mundial. Convirtiéndose de nuevo en una oportunidad de fuentes de empleo para esa comunidad.



□ Modificación del Atracadero Fish Hook solicitada por la Empresa concesionaria Wacka Correcto Incorporated S. A. aumentando la capacidad de campos barcos, de 4 a 25 puestos.

□ La modificación menor del área del semisótano de Marina Pez Vela, Quepos destinado a parques, para uso de locales, bodegas y oficinas.

Se aprueba además, la modificación para el uso de Villas Turísticas en lugar de los locales destinados a oficinas, localizadas en los Edificios Comerciales frente a la plaza principal de acceso a la marina

A nivel de visado de planos, se aprobaron los planos constructivos de:



□ Marina Pez Vela correspondientes al Diseño Interno Locales Comerciales (Semisótano) de la III Etapa.

□ Marina Bahía Banano en Golfito, se le visa el plano a catastrar que describe las dos áreas en concesión y refiere los terrenos en propiedad privada que forman parte del proyecto.

□ Se realiza la Recepción de Obras de la II Etapa de Marina Pez Vela, que contempla el desarrollo de servicios turísticos en tierra.

Se otorga el aval técnico para el ajuste del plazo de concesión a favor de la Empresa Guapizul Limitada para el proyecto Marina Los Sueños y Hacienda El Dorado S. A. para Golfito Marina Village, según lo establecido en el artículo 44 del Reglamento de la Ley 7744.

Se pone en marcha un plan de visitas a las instalaciones de los atracaderos turísticos existentes a fin de aplicar el procedimiento simplificado aprobado por CIMAT y SETENA para su legalización con base en el Transitorio I del Reglamento.



Durante todo el año se dio seguimiento a las labores de fiscalización y control por medio de visitas de campo y la revisión de los Informes Operacionales a las instalaciones de Marina Los Sueños en Playa Herradura, Marina Pez Vela en Quepos, Marina Papagayo en Liberia, Atracadero Golfito Fish Hook en la Ciudad Golfito y Atracadero Bahía Cocodrilo en Puerto Jiménez, así como a Golfito Marina Village, la cual retomó la etapa constructiva por medio de financiamiento por parte del Banco Nacional.

Con el proceso de fiscalización y control permanente, se procura asegurar que los servicios que ofrecen las marinas y atracaderos se brinden de una forma cómoda y segura para los turistas y con altos estándares de calidad.

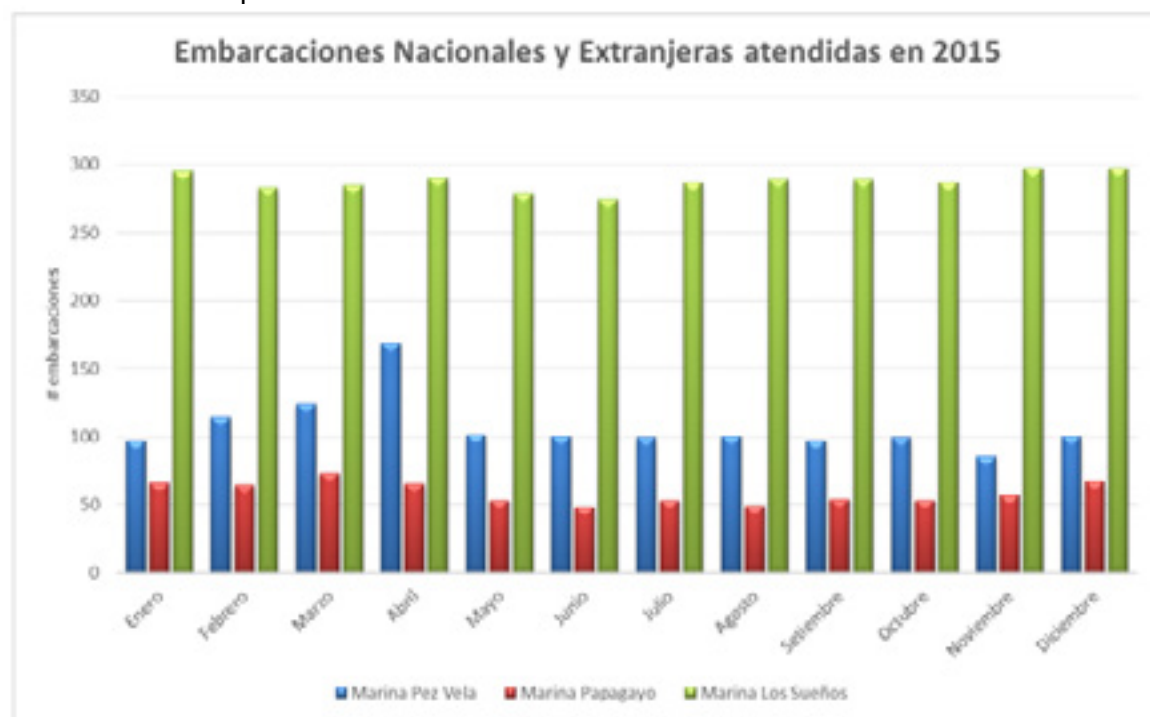
Ha sido prioridad para esta Comisión, mantener un sistema de monitoreo, que permita llevar un registro de la calidad de las aguas marinas en los espacios donde se ubican las marinas turísticas.

Desde el año 2012 se inició con la contratación de un Laboratorio especializado para determinar la presencia de Hidrocarburos, microbiología y metales pesados, en las aguas y sedimento de las marinas y en sitios fuera de éstas.



La demanda de espacios para embarcaciones nacionales y extranjeras se ha incrementado año a año con las facilidades de las marinas.

Durante el 2015 se atendió un promedio de 453 embarcaciones en las tres marinas con un crecimiento del 7.6% con respecto al año anterior.



Marina Pez Vela, Marina Papagayo y Marina Los Sueños han logrado posicionar a Costa Rica en el Mapa Mundial de la Pesca Deportiva, con grandes eventos: el Campeonato Mundial de Pesca (Off-shore World Championship), el torneo Presidencial Challenge y Los Sueños Signature Triple Crown.

Este tipo de eventos realizados gracias a la excelente infraestructura, facilidades y servicios que brindan estas marinas han posicionado a nuestro país como la capital de peces picudos del Mundo. Dentro de los benéficos de estos torneos está el gran provecho para las empresas de hospedaje, gastronómicas, los tour operadores y los pequeños empresarios turísticos quienes tendrán la oportunidad de contar con esta vitrina y ofrecer sus servicios a los pescadores y a sus acompañantes.

El "Offshore World Championship", realizado en Marina Pez Vela en abril del 2015 contó con la participación de 316 pescadores, procedentes de 27 países, distribuidos en 67 equipos, lograron pescar y liberar 2822 velas representando un record mundial.

Además de la participación de Costa Rica, estuvieron presentes Estados Unidos, Australia, Trinidad & Tobago, Angola, México, Fiji, Brasil, Bermuda, Nueva Zelanda, Nueva Guinea, República Dominicana, Barbados, Sudafrica, Panamá, España, Croacia, Canadá y Guatemala.



Marina Papagayo fue el anfitrión del torneo Presidencial Challenge de 28 al 31 de Mayo, 2015. Este año se combinó con una actividad que se le llamó Papagayo Fun Fish Challenge, con el propósito de incentivar a los propietarios de embarcaciones de pequeña eslora. El evento es un esfuerzo para apoyar la pesca deportiva responsable en Guanacaste ya que es un evento de caridad a favor de la Billfish Foundation.

La Triple Crown que se llevó a cabo en los meses de enero, febrero y marzo en Marina Los Sueños recibió turistas de varios países durante las tres ediciones del torneo, por su reconocimiento se le ha nombrado "La mejor competición de pesca deportiva de Las Américas". Para esta edición participaron aproximadamente 39 embarcaciones las cuales lograron liberar más de 5078 peces picudos en los tres eventos realizados, representando un record.





**Polo Turístico  
Golfo Papagayo**

*esencial*<sup>®</sup>  
**COSTA  
RICA**

# POLO TURÍSTICO GOLFO PAPAGAYO

## 1. Convenios:

Se logra concretar la suscripción de los siguientes convenios:

a. Convenio Tripartito para la Donación de Terrenos y Construcción de Obras Necesarias para el Proyecto Acueducto Las Trancas - Papagayo Bahía, entre el Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados, el Instituto Costarricense de Turismo y Grass Land Enterprises Limitada.

b. Convenio Específico de Cooperación Interinstitucional entre el Instituto Costarricense de Turismo y el Ministerio de Seguridad Pública, para la Construcción de un inmueble dentro del Polo Turístico Golfo de Papagayo que será de uso de la Policía Turística.

## 2. Desarrollo de infraestructura:

a. Perforación de dos pozos de agua: Estos pozos corresponden a la I Etapa del Acueducto de Las Trancas - Papagayo Bahía, y con su perforación se pretende determinar el área adecuada para establecer el campo de pozos de donde se desarrollará el acueducto. Las obras se concluyeron en noviembre del 2015.

La construcción futura del proyecto pretende solucionar el problema de la escasez de agua potable tanto para la zona de Papagayo Sur (Papagayo Bahía) como para su área de influencia.

IMAGEN #1  
PERFORACION DE POZOS

POZO TRANCAS #1



POZO TRANCAS#2



## 3. Desarrollo de concesiones:

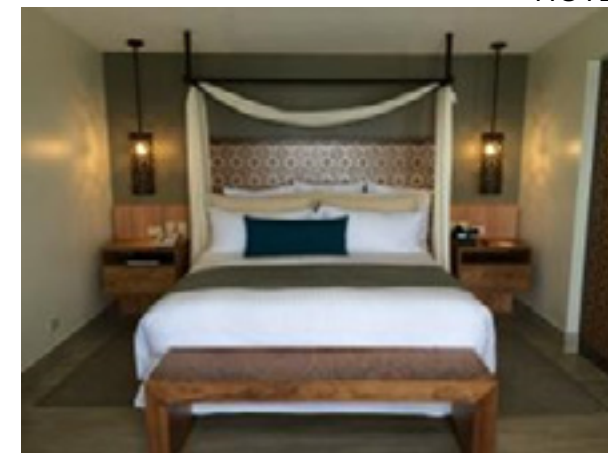
Dentro de los terrenos concesionados a la empresa Hotel Fiesta de Playa S.R.L, cuyo nombre comercial corresponde a Hotel Secrets, se realizó una remodelación que abarcó los meses de mayo a noviembre del 2015 y con un costo aproximado de \$ 18.000.000,00 (según representantes de la empresa.)

Dicha remodelación consideró la intervención en paredes, cielorrasos, además de restauración de palapas, madera, demoliciones, pintura, hojalatería, precintas, vidrios, puertas, aires acondicionados y pisos, entre otros.

Para un mejor servicio al turista, el hotel implementó el acondicionamiento de nuevas barras de alimentos y se remodelaron los cuatro tipos de habitaciones, a saber:

1. King
2. Dobles
3. Tipo 7600
4. Panorámicas

IMAGEN #2  
VISTAS DE AREAS REMODELADAS  
HOTEL SECRETS



#### 4. Responsabilidad Social:

Como parte del trabajo de Responsabilidad Social se ha colaborado con las Concesionarias, Rich Land y Altos del Risco, para generar un grupo de emprendedores en el Pueblo de Panamá (Playa Panamá). Mensualmente se participa en la reunión comunitaria donde se han integrado 3 comités de trabajo:

- Comité de Salud
- Comité de Infraestructura
- Comité de Capacitación y Desarrollo Laboral

La intención es colaborar con las iniciativas del pueblo en la búsqueda de fuentes de desarrollo al alcance de sus capacidades, y ser un facilitador para la gestión ante otros entes públicos.

Los primeros anteproyectos que han desarrollado consisten en; la instalación de un consultorio médico en el actual salón comunal y el desarrollo de un área de recreación y plaza ferial en la plaza actual.

En ambos casos, el ICT por medio de los funcionarios de la Dirección Ejecutiva del Polo Turístico Golfo de Papagayo, han trabajado con el pueblo para la elaboración del anteproyecto de sitio, así como el apoyo ante la Municipalidad de Carrillo para el financiamiento futuro de algunas obras.

IMAGEN #3  
VISTA ACTUAL AREA DE RECREACION  
PUEBLO PANAMÁ.

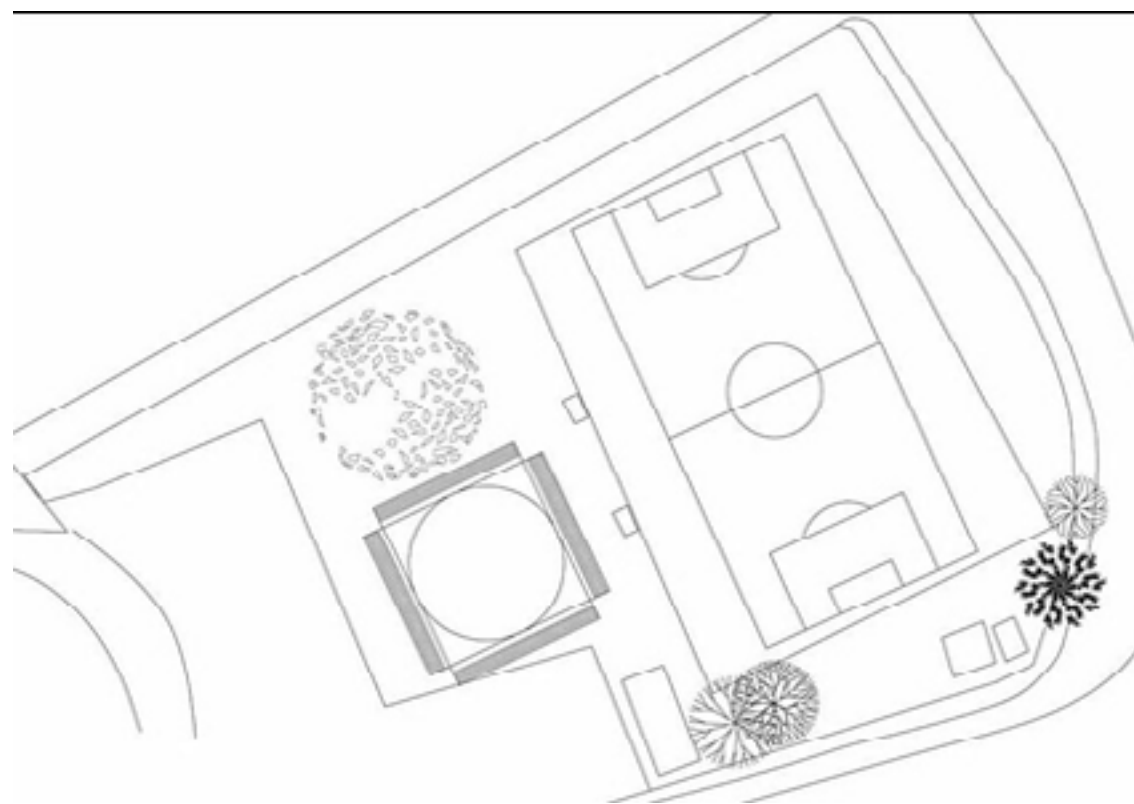


IMAGEN #4  
DISEÑO PROPUESTO PARA AREA DE RECREACION  
PUEBLO PANAMÁ



Adicional, la Dirección Ejecutiva se organizó de forma conjunta con las escuelas de las comunidades de Altos del Roble y El Triunfo, para hacer la fiesta infantil de cierre de fin de año, donde además se contó con la colaboración de concesionarios mediante la donación de; uvas, manzanas y refrigerios, adicional los funcionarios de la Oficina colaboraron con piñatas, decoración y ejecución de los eventos.

IMAGEN#5  
ESCUELA DE EL TRIUFO  
FIESTA DE FIN DE AÑO



IMAGEN #6  
ESCUELA DE ALTOS DEL ROBLE  
FIESTA DE FIN DE AÑO





Elaborado por:  
Marlin Obando Alvarez  
Gerencia General

