

INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO
DIRECCIÓN DE GESTIÓN Y ASESORÍA TURÍSTICA
ESTUDIO
PLAZO DE CONSOLIDACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS
Junio, 2010

Se publica en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011.

1. ANTECEDENTES

Costa Rica ha pasado por varias fases en su desarrollo turístico, luego de haber estado precedido por una Junta de Turismo, el 9 de agosto de 1955, mediante la Ley N° 1917, se crea el Instituto Costarricense de Turismo, como institución rectora en materia turística.

Según se establece en la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo, esta entidad fue creada con el propósito principal de incrementar el turismo en el país para lo cual, entre otras finalidades, debe promover la construcción y mantenimiento de lugares de habitación y recreo para uso de los turistas, así como el promover y vigilar la actividad privada de atención al turismo. La Ley N° 2706 del 2 de diciembre del 1960, en su artículo 1, declaró el turismo industria de utilidad pública.

Los datos de los indicadores más representativos de actividad turística en los últimos 10 años con sus respectivos porcentajes de variación anual, se muestran en los cuadros 1 y 2.

Cuadro N° 1
Costa Rica: Indicadores turísticos 2000-2008

INDICADOR	AÑOS								
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
N° Turistas	1088,0	1131,4	1113,3	1237,9	1452,9	1679,0	1725,2	1979,7	2089,1
Divisas	1229,2	1095,5	1078,0	1199,4	1358,5	1570,1	1620,9	1927,4	2144,2
Inv. Aprobada	38.064	47.734	172.881	59.808	56.172	143.624	160.931	259.100	366.758
N° Habitaciones	2,3	7,5	4,5	5,7	3,7	6,7	5,4	1,3	1,0

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo

Cuadro N° 2
Costa Rica: Cambios porcentual de Indicadores Turísticos 2000-2008

INDICADOR**AÑOS**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
N° Turistas	5,4	4	-1,6	11,2	17,4	15,6	2,8	14,7	5,4
Divisas	18,6	-10,9	-1,6	11,3	13,2	15,7	3,2	18,9	11,2
Inv. Aprobada	51,40	25,4	262,2	-65,4	-6	155,7	12,9	61,0	168,9
N° Habitaciones	2,3	7,5	4,5	5,7	3,7	6,7	5,4	1,3	1,0

FUENTE: Instituto Costarricense de Turismo.

Sin duda uno de los indicadores más importantes, lo constituye el número de arribos de turistas internacionales, no solo por su efecto directo en la generación de divisas, sino por su incidencia en otras variables como la inversión y empleo en diversas actividades económicas relacionadas. Además como se puede visualizar en el siguiente cuadro, el turismo es el mayor generador de divisas de Costa Rica.

Cuadro N° 3
Ingresos por turismo versus otras fuentes de ingreso de divisas para el Costa Rica.
2004-2008

Rubro	2004	2005	2006	2007	2008
Llegadas de Turistas Internacionales a Costa Rica	1452,9	1679,0	1725,2	1979,7	2089,1
Exportaciones productos tradicionales (Millones \$)	801,1	769,4	915,1	1001,7	1059,3
Café (Millones de \$)	197,6	232,7	225,8	251,9	305,0
Banano (millones de \$)	543,4	481,2	620,3	673,0	689,2
Piña (millones de \$)	256,2	324,7	432,8	484,9	572,9
Productos farmacéuticos	110,0	103,2	113,8	120,0	125,7
Turismo (millones de \$)	1.390,3	1.599,0	1.634,7	1.941,5	2.160,6
Total de Exportaciones (millones de \$)	6.301,5	7.026,4	8.207,3	9.352,7	9.503,7
PIB (millones de dólares)	18.595,6	19.961,0	22.528,7	26.267,3	29.834,5
Relación Turismo/PIB (5)		8,0	7,3	7,	4 7,2

	7,5				
Relación Turismo/Exportaciones (%)	22,1	22,8	19,9	20,8	22,7

FUENTE: Instituto Costarricense de Turismo.

1.1 PROMULGACIÓN DE LA LEY 6990 DE INCENTIVOS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO Y SUS REFORMAS

El 30 de julio de 1985, se promulga la Ley 6990 de Incentivos para el Desarrollo Turístico. El objetivo de la ley fue desde sus inicios establecer un proceso acelerado y racional del desarrollo de la actividad turística costarricense, para lo cual se otorgarían incentivos y beneficios para estimular la realización de programas y proyectos importantes para dicha actividad.

La Ley 6990 en su versión original contempló las siguientes actividades:

- a.** Servicio de hotelería.
- b.** Transporte aéreo de turistas, internacional y nacional.
- c.** Arrendamientos de vehículos a turistas extranjeros y nacionales.
- d.** Servicio de gastronomía de establecimientos dedicados a la actividad turística, a juicio del Instituto Costarricense de Turismo, cuya inversión mínima sea el equivalente en moneda nacional a \$50.000, previa aprobación de la Comisión Reguladora de Turismo que se crea en el artículo 4.
- e.** Transporte acuático de turistas.
- f.** Turismo receptivo de agencias de viajes que se dediquen exclusivamente a esta actividad.

La Ley 6990 de Incentivos para el Desarrollo Turístico, sin lugar a dudas vino a dinamizar la industria turística, ya que favoreció el cumplimiento del objetivo para la cual fue creada, considerando que en solo diez años el número de habitaciones con Declaratoria Turística se elevara por encima del doble, el número de turistas creciera en 200%, los ingresos en divisas aumentarían en un 268% y el porcentaje de participación de los turistas de Estados Unidos representó un 36.63% para el año 1995.

Los beneficios que contemplaba dicha legislación en su promulgación fueron los siguientes:

a)- Servicio de Hotelería:

i) Exoneración de todo tributo y sobretasa que se aplique a la importación o compra local de artículos indispensables para el funcionamiento o instalación de empresas nuevas, o de aquellas que, estando establecidas, ofrezcan nuevos servicios, así como para construcción, ampliación o remodelación del respectivo edificio.

Esta exoneración no podrá otorgarse para la importación de aquellos bienes similares que se fabriquen localmente, de calidad y precios competitivos, a juicio del Ministerio de Hacienda.

Estas empresas únicamente podrán importar vehículos, y sus avíos, para el transporte colectivo de personas, con una capacidad mínima de ocho pasajeros.

Si las empresas demostraran que poseen instalaciones adecuadas para el atraque, embarque y desembarque de pasajeros, propios o comunes, podrá otorgarse la exoneración mencionada para la compra de yates o veleros que se destinarán exclusivamente para alquilarlos a turistas, a juicio periódico de la Comisión Reguladora de Turismo la cual realizará un control periódico de tales naves.

ii) Exención total del impuesto sobre la renta, sobre las utilidades no distribuidas, hasta por un período de doce años, a los establecimientos nuevos y a los que estén en operación.

iii) Depreciación acelerada de los bienes que por su uso y naturaleza se extinguen con mayor rapidez, previa aprobación de la Dirección General de la Tributación Directa.

iv) Concesión de las patentes municipales que requieren las empresas para el desarrollo de sus actividades. Las municipalidades deberán conceder estas patentes en el plazo máximo de los treinta días posteriores a la presentación de la solicitud y cobrarán el impuesto correspondiente. No se podrán conceder patentes para salas de juego prohibidas por otras leyes.

v) Autorización del Banco Central de Costa Rica que empresas hoteleras costarricenses dedicadas a la atención del turismo internacional, sean contratadas como cajas auxiliares de dicha institución para la compra de divisas a los turistas extranjeros. Las operaciones se realizarán en nombre y por cuenta del Banco Central, el cual establecerá en el Convenio respectivo los plazos y condiciones en que los hoteles le traspasan las divisas que reciban mediante esta actividad.

vi) Exoneración del impuesto territorial, hasta por un período de doce años, a partir de la firma del contrato, a aquellos establecimientos instalados o por instalarse fuera de la región metropolitana establecida por el Ministerio de Planificación.

b)- Transporte aéreo de turistas, internacional y nacional

i) Exención total del impuesto sobre la renta, sobre las utilidades no distributivas hasta por un período de doce años, a las empresas nuevas y a las que están en operación. Esta exención se aplicará exclusivamente a aquellas empresas que transporten turistas en las rutas internacionales, y en las domésticas con vuelos de itinerario.

ii) Depreciación acelerada de los bienes que por su uso y naturaleza se extinguen con mayor rapidez, previa aprobación de la Dirección General de la Tributación Directa.

iii) Suministro de combustible a un precio competitivo no mayor al promedio establecido en el mercado internacional. Este beneficio sólo podrá ser otorgado a las líneas aéreas calificadas de acuerdo con lo dispuesto en el inciso b) del artículo tercero y en el subinciso i) de este artículo.

iv) Exoneración de todo tributo y sobretasa para la importación o compra local de los repuestos necesarios para el correcto funcionamiento de las naves.

c)- Arrendamiento de vehículos a turistas, extranjeros y nacionales

i) Exoneración de todo tributo y sobretasa para la importación o compra local de vehículos automotores de hasta mil seiscientos c.c., destinados exclusivamente para arrendarlos a los turistas.

Estos vehículos deberán estar debidamente autorizados para circular, mediante licencia que otorgará el Instituto Costarricense de Turismo. También deberá identificárseles con la respectiva placa y las calcomanías especiales que extenderá y controlará la Dirección General de Transporte Automotor del Ministerio de obras Públicas y Transportes.

Los vehículos exonerados mediante esta ley deberán renovarse cada tres años, como máximo, previa cancelación de los impuestos correspondientes a la fecha del traspaso, a juicio del Ministerio de Hacienda. Para el caso de los tributos no se cancelaron oportunamente, se entenderá que la deuda tributaria está garantizada por los propios vehículos exonerados, los cuales tendrán preferencia respecto de las restantes garantías que pesaren sobre ellos. En su defecto, o en el caso de que los vehículos no respondieran por la totalidad de la deuda, no se concederán nuevas exoneraciones a la empresa que no la hubiere satisfecho.

Las tarifas y el servicio serán regulados por el Instituto Costarricense de Turismo.

El uso indebido de los vehículos mencionados conlleva la cancelación automática de la licencia indicada y de la respectiva patente comercial de operación. Igualmente se exigirá la cancelación de todos los impuestos no cubiertos y además se impondrá una multa equivalente a diez al monto exonerado.

ii) Exoneración de todo tributo y sobretasas para la importación o compra local de computadoras que se utilizarán exclusivamente en el servicio de arrendamiento de vehículos, previa determinación del Ministerio de Hacienda.

Ch) Servicio de gastronomía de establecimientos dedicados a la actividad turística, a juicio del instituto Costarricense de Turismo, cuya inversión mínima sea el equivalente a \$ 50.000

i) Exención de todo tributo y sobretasa que se aplique a la importación o compra local de equipos y utensilios directamente relacionados con su actividad, debidamente regulada por la Comisión Reguladora de Turismo, siempre y cuando los artículos que se vayan a importar no se fabriquen localmente en condiciones competitivas de precio y calidad.

ii) Depreciación acelerada de los bienes que por su uso y naturaleza se extinguen con mayor rapidez, previa aprobación de la Dirección General de la Tributación Directa.

iii) Exención total del impuesto sobre la renta, sobre las utilidades no distributivas, hasta por un período de doce años, a los establecimientos nuevos y a los que estén en operación.

d)- Transporte acuático de turistas:

a. Exoneración de todo tributo y sobretasa que se aplique a la importación o compra local de naves acuáticas, así como sus avíos, destinados exclusivamente al transporte turístico de pasajeros, para lo que se deberá contar con facilidades adecuadas para el atraque, embarque y desembarque de pasajeros. También podrá aplicarse esta exoneración para la importación o compra local de bienes indispensables para la construcción, ampliación o desembarque de turistas, así como para la construcción y mantenimiento de marinas, balnearios y acuarios destinados a la atención del turismo, siempre y cuando los bienes y naves que se vayan a importar no se fabriquen localmente en condiciones competitivas de precio y calidad, a juicio del Ministerio de Hacienda.

b. Exención total del impuesto sobre la renta, sobre las utilidades no distributivas hasta por un período de doce años, a los establecimientos nuevos y a los que están en operación.

c. Depreciación acelerada de los bienes que por su uso y naturaleza se extinguen con mayor rapidez, previa aprobación de la Dirección General de la Tributación Directa.

e)- Turismo receptivo de agencias de viajes que se dediquen exclusivamente a esta actividad:

i) Exoneración de todo tributo y sobretasa para la importación o compra local de vehículos, y sus avíos, para el transporte colectivo de personas, con una capacidad mínima de ocho pasajeros.

Si estas agencias demostrasen que cuentan con instalaciones adecuadas para el atraque, embarque y desembarque de pasajeros, propios o comunes, podrá otorgárseles la exoneración mencionada para la importación de yates o veleros, que se destinarán exclusivamente para su alquiler a turistas, a juicio de la Comisión reguladora de Turismo la que efectuara un control periódico sobre esas naves. Lo anterior siempre que tales naves no se fabriquen localmente en condiciones competitivas similares, a juicio del Ministerio de Hacienda.

ii) Exoneración de todo tributo y sobretasas para la importación o compra local de computadoras que se utilizarán exclusivamente en la actividad de estas agencias, a juicio del Ministerio de Hacienda.

El traspaso de los bienes exonerados por esta ley que efectúen las empresas turísticas beneficiarias a terceros, en cualquier tiempo, sólo podrá hacerse previo pago, por parte de dichas empresas de los tributos y sobretasas correspondientes. El Poder Ejecutivo, en el reglamento de esta ley, establecerá los controles adecuados para la correcta aplicación de las normas contenidas en este artículo.

Así mismo, la Ley 6990 de Incentivos para el Desarrollo Turístico en su artículo 8, contemplaba lo siguiente:

“Las personas físicas o jurídicas que, previamente autorizadas por el Instituto Costarricense de Turismo, destinen recursos al pago de programas vacacionales de turismo, dentro del territorio nacional, en beneficio de sus empleados, podrán deducir esos gastos del monto imponible del impuesto sobre la renta.

Los gastos que se originan en programas vacacionales no estarán sujetos a deducción por concepto de cuotas obrero – patronales de la Caja Costarricense de Seguro Social, del Banco Popular, del Instituto Nacional de Aprendizaje, o por cualquier otro tipo de carga social.”

En el artículo 9; se establece:

“Las autoridades competentes equiparán las tasas o tarifas por prestación de servicios y procedimientos que afecten a los barcos denominados cruceros turísticos y yates turísticos, que atraquen en puertos costarricenses, a las que se apliquen en puertos de otros países de la región.”

De igual forma el artículo 11 de la ley de mareas, permitía:

“Será deducible del impuesto sobre la renta, el cincuenta por ciento del monto invertido en actividad turística de las señaladas en el artículo tercero de esta ley, previa autorización de la Comisión Reguladora de Turismo. Cuando dicha inversión se lleva a cabo a través de empresas ya constituidas la inversión deberá realizarse por medio de compra de acciones nominativas de sociedades domiciliadas en el país con contrato turístico firmado.

Las acciones así adquiridas deberán quedar en fideicomiso en un banco del estado o en la Bolsa Nacional de Valores, por un plazo no menor de dos años, sin posibilidad de disponer más que de los dividendos que se produzcan. Cuando la inversión se realice en empresas nuevas, se deberá cumplir con los requisitos que en cada caso exija la Comisión Reguladora de Turismo de acuerdo con el tipo de inversión.

En todo caso, no podrá deducirse por este concepto más de un cincuenta por ciento de la renta bruta del período en que se realice la inversión indicada.”

Este mecanismo permitió que la inversión creciera de forma significativa ya que permitió la construcción de nuevas habitaciones, remodelaciones y ampliaciones.

2- REFORMAS REALIZADAS A LA LEY 6990

1.2.1- PRIMERA REFORMA LEY 7293 DEL AÑO 1992

La primera reforma a la Ley 6990 de Incentivos para el Desarrollo Turístico, se realiza en el año de 1992, por medio de la Ley 7293, publicada en el diario oficial La Gaceta N° 66 del 03 de abril de 1992. Entre las principales modificaciones que presenta dicha legislación se encuentra que la misma deroga el beneficio de la exoneración del impuesto de renta para las actividades de Hospedaje, Transporte Aéreo de turistas internacional y nacional, gastronomía y transporte acuático.

De igual forma de deja de incentivar la actividad gastronómica como parte de las actividades contempladas en la Ley 6990.

Por otra parte el beneficio del impuesto territorial a la actividad hospedaje, disminuye de 12 años a 6 años.

Para la actividad de Arrendamiento de vehículos a turistas extranjeros y nacionales, el porcentaje de exoneración disminuye del 100% al 50%. Así mismo se elimina el límite de la cilindrada.

1.2.2- SEGUNDA REFORMA: LEY 8114: LEY DE SIMPLIFICACIÓN Y EFICIENCIA TRIBUTARIA DEL AÑO 2001.

La Ley N° 8114, señala que las empresas que cuenten con contrato turístico se ven sometidas al pago del impuesto de ventas, se excluyen de esta disposición a las

empresas que vayan a realizar un nuevo proyecto, con lo cual la inversión inicial para adquirir artículos indispensables y materiales para la construcción de instalaciones destinadas a poner en operación cada proyectos, no pagarán el impuesto de ventas.

A continuación se presenta un análisis comparativo, entre los beneficios que contemplaba cada una de estas legislaciones:

ANALISIS COMPARATIVO ENTRE LA LEY 6990 Y SUS MODIFICACIONES

Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 del 30 de julio de 1985. Artículo 75	Modificaciones realizadas por la Ley No. 7293 del 03 de abril de 1992 Artículo 7	Otras Modificaciones
a)-Servicio de Hotelería	a)-Servicio de Hotelería	a)-Servicio de Hotelería
Exoneración de todo tributo y sobretasa que se apliquen a la importación o compra local de artículos indispensables para el funcionamiento o instalación de empresas nuevas, o de aquellas que, estando establecidas, ofrezcan nuevos servicios, así como para la construcción, ampliación o remodelación del respectivo edificio. Esta exoneración no podrá otorgarse para a importación de aquellos bienes similares que se fabriquen localmente, de calidad y precios competitivos, a juicio del Ministerio de Hacienda. Estas empresas únicamente podrán importar vehículos, y sus avíos, para el transporte colectivo de personas, con una capacidad mínima de ocho pasajeros. Si las empresas demostraran que poseen instalaciones adecuadas para el atraque, embarque y desembarque de pasajeros, propios o comunes, podrá otorgarse la exoneración mencionada para la compra de yates o	-Se mantiene la exoneración de los impuestos, para la importación o compra local de artículos indispensables para el funcionamiento o instalación de empresas nuevas, o de aquellas que, estando establecidas, ofrezcan nuevos servicios, así como para la construcción, ampliación o remodelación del respectivo edificio. No obstante, se indica que esta exención no se aplicará a la importación de aquellos bienes similares que se fabriquen en el territorio de los países signatarios del convenio sobre el Régimen Arancelario y Aduanero Centroamericano, en igualdad de condiciones en cuanto a calidad, cantidad y precios a juicio del Ministerio de Economía, Industria y Comercio. Se elimina la exoneración de impuestos para la compra de los vehículos automotores y combustible. Se elimina la exoneración de impuestos sobre la compra de yates o veleros.	-La Ley N° 8114 del 09 de julio del 2001, en su artículo 17, inciso b) deroga todas las exenciones del pago del impuesto sobre las ventas contenidas en el artículo 7 de la Ley de Incentivos Turísticos. El artículo 18 de la citada ley, indica que las empresas que brinden servicio de hotelería amparados a los beneficios referidos en la Ley de Incentivos Turísticos para el Desarrollo Turístico, N° 6990 y sus reformas, gozarán de la exención en cuanto a la inversión inicial para adquirir artículos indispensables y materiales para la construcción de instalaciones destinadas a poner en operación cada proyecto. Todas las adiciones, ampliaciones, remodelaciones o adquisiciones de equipo estarán sujetas al pago del impuesto de ventas; sin embargo, en estos casos procederá el crédito fiscal sobre el impuesto realmente pagado, según las disposiciones vigentes a la entrada en vigencia de esta ley.

Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 del 30 de julio de 1985.	Modificaciones realizadas por la Ley No. 7293 del 03 de abril de 1992 Artículo 7	Otras Modificaciones
---	---	-----------------------------

Artículo 75		
veleros que se destinaran exclusivamente para alquilarlos a turistas, a juicio periódico de la Comisión Reguladora de Turismo, la cual realizará un control periódico de tales naves. -Exención total del impuesto sobre la Renta, sobre las utilidades no distribuidas, hasta por un período de doce años, a los establecimientos nuevos y a los que estén en operación.	-Se elimina la exención del impuesto de Renta.	
-Depreciación acelerada de los bienes que por uso y naturaleza se extinguen con mayor rapidez, previa aprobación de la Dirección General de la Tributación Directa.	-Se mantiene el método de Depreciación acelerada, de conformidad con la ley del impuesto sobre la Renta.	-Se elimina el beneficio de depreciación acelerada. (Ley 8114 del 09 de julio del 2001)
-Concesión de las patentes municipales que requieran las empresas para el desarrollo de sus actividades. Las municipalidades deberán conceder estas patentes en el plazo máximo de los treinta días posteriores a la presentación de la solicitud y cobrarán el impuesto correspondiente. No se podrán conceder patentes para salas de juego prohibidas por otras leyes.	-El cambio radica en que se establece que los 30 días como naturales.	

Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 del 30 de julio de 1985. Artículo 75	Modificaciones realizadas por la Ley No. 7293 del 03 de abril de 1992 Artículo 7	Otras Modificaciones
-Autorización del Banco Central de Costa Rica para que empresas hoteleras costarricenses dedicadas a la atención de turismo internacional, sean contratadas como cajas auxiliares de dicha institución para la compra de divisas a los turistas extranjeros. Las operaciones se realizarán en nombre y por cuenta del Banco Central, el cual establecerá en el convenio respectivo los plazos y condiciones en que los hoteles le	-Se mantiene la contratación como cajas auxiliares del Banco Central de Costa Rica. -El período de aplicación de la exoneración del Impuesto Territorial, se disminuye a 6 años.	-Se elimina el beneficio por medio de la Ley N° 7509, Ley de Impuesto sobre Bienes Inmuebles, publicada en La Gaceta del 19 de junio de 1995.

traspasarán las divisas que reciben mediante esa actividad. -Exoneración del Impuesto Territorio, hasta por período de doce años, a partir de la firma del contrato, a aquellos establecimientos instalados o por instalarse fuera de la Región Metropolitana establecida por el Ministerio de Planificación.		
---	--	--

Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 del 30 de julio de 1985. Artículo 75	Modificaciones realizadas por la Ley No. 7293 del 03 de abril de 1992 Artículo 7	Otras Modificaciones
b)- Transporte Aéreo de Turistas, Internacional y Nacional	b)- Transporte Aéreo de Turistas, Internacional y Nacional	b)- Transporte Aéreo de Turistas, Internacional y Nacional
-Exención total del impuesto sobre la Renta, sobre las utilidades no distribuidas, hasta por un período de doce años, a las empresas nuevas y a las que estén en operación. Esta exención se aplicará exclusivamente a aquellas empresas que transporten turistas en las rutas internacionales, y en las domésticas con vuelo de itinerario.		
-Depreciación acelerada de los bienes que por su uso y naturaleza se extinguen con mayor rapidez, previa aprobación de la Dirección General de Tributación Directa.	-Se mantiene el método de Depreciación acelerada, de conformidad con la ley del impuesto sobre la Renta.	-Se elimina el beneficio de depreciación acelerada. (Ley 8114 del 09 de julio del 2001)
-Suministro de combustible a un precio competitivo no mayor al promedio establecido en el mercado internacional. Este beneficio sólo podrá ser otorgado a las líneas aéreas calificadas de acuerdo con lo dispuesto en el inciso b) del artículo 3° y en sub-inciso i) de este artículo.	-Se mantiene el suministro del combustible a un precio competitivo no mayor al promedio establecido en el mercado internacional.	-La Ley 8114 Ley de Simplificación y Eficiencia Tributarias, establece en el artículo 1, la exención del impuesto único por tipo de combustible a las líneas aéreas comerciales. El suministro del combustible a un precio competitivo a las líneas aéreas domésticas con vuelo itinerario, en concordancia de lo establecido en la Ley 7293, artículo 7, inciso b ii.

Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 del 30 de julio de 1985. Artículo 75	Modificaciones realizadas por la Ley No. 7293 del 03 de abril de 1992 Artículo 7	Otras Modificaciones
-Exoneración de todo tributo y sobretasa para la importación o compra local de los repuestos necesarios para el correcto funcionamiento de las naves.	-Se mantiene la exoneración de tributos y sobretasa para la importación o compra local de repuestos necesarios para las naves.	
c)- Arrendamiento de vehículos a turistas extranjeros y nacionales -Exoneración de todo tributo y sobretasa para la importación o compra local de vehículos automotores de hasta mil seiscientos CC, destinados exclusivamente para arrendarlos a turistas. Estos vehículos deberán estar debidamente autorizados para circular, mediante licencia que otorgará el Instituto Costarricense de Turismo. También deberán identificárseles con la respectiva placa y las calcomanías especiales que extenderá y controlará la Dirección General de Transportes Automotor del Ministerio de Obras Públicas y Transportes. Los vehículos exonerados mediante esta ley deberán renovarse cada tres años, como máximo, previa cancelación de los impuestos	c)- Arrendamiento de vehículos a turistas extranjeros y nacionales -Se registran dos modificaciones: (1) El porcentaje de exoneración disminuye del 100% al 50%. (2) Se elimina el límite de la cilindrada. Se mantiene el mismo texto. Se mantiene la obligatoriedad de la renovación de los vehículos cada tres años. En el texto no se contempla lo referente a la no cancelación oportuna de tributos, garantizándose que la deuda tributaria este respaldada por los propios vehículos y en los que el Estado tendrá preferencia respecto a las restantes garantías que pesaren sobre ellos. No obstante en las Disposiciones Reguladoras para la Actividad de las Empresas de Arrendamiento de Vehículos a Turistas Nacionales y Extranjeros, en artículo 17, inciso a) se presenta una nueva tabla de depreciación acelerada.	c)- Arrendamiento de vehículos a turistas extranjeros y nacionales La Ley N° 8114 del 09 de julio del 2001, en su artículo 17, inciso b) deroga todas las exenciones del pago del impuesto sobre las ventas contenidas en el artículo 7 de la Ley de Incentivos Turísticos.

Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 del 30 de julio de 1985. Artículo 75	Modificaciones realizadas por la Ley No. 7293 del 03 de abril de 1992 Artículo 7	Otras Modificaciones
correspondientes a la fecha del	Se mantiene el texto.	

traspaso, a juicio del Ministerio de Hacienda. Para el caso de que los tributos no se cancelaren oportunamente, se extenderá que la deuda tributaria está garantizada por los propios vehículos exonerados, los cuales tendrán preferencia respecto de las restantes garantías que pesaren sobre ellos. En su defecto, o en el caso de que los vehículos no respondieren por la totalidad de la deuda, no se concederán nuevas exoneraciones a la empresa que no la hubiere satisfecho. Las tarifas y el servicio serán regulados por el Instituto Costarricense de Turismo. -El uso indebido de los vehículos mencionados conlleva la cancelación automática de la licencia indicada y de la respectiva patente comercial de operación. Igualmente se exigirá la cancelación de todos los impuestos no cubiertos y además se impondrá una multa equivalente a diez veces el monto exonerado.	Se mantiene el texto. Se mantiene el texto.	
--	---	--

Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 del 30 de julio de 1985. Artículo 75	Modificaciones realizadas por la Ley No. 7293 del 03 de abril de 1992 Artículo 7	Otras Modificaciones
-Exoneración de todo tributo y sobretasa para la importación o compra local de computadoras que se utilizarán exclusivamente en el servicio de arrendamiento de vehículos, previa determinación del Ministerio de Hacienda.	-Se elimina la exoneración de impuestos para la importación o compra local de computadoras.	
Ch)-Servicio de gastronomía de establecimientos dedicados a la actividad turística a juicio del Instituto Costarricense de Turismo, cuya inversión mínima sea el equivalente a US\$ 50.000,00.	Ch)-Servicio de gastronomía de establecimientos dedicados a la actividad turística a juicio del Instituto Costarricense de Turismo, cuya inversión mínima sea el equivalente a US\$ 50.000,00.	Ch)-Servicio de gastronomía de establecimientos dedicados a la actividad turística a juicio del Instituto Costarricense de Turismo, cuya inversión mínima sea el equivalente a US\$ 50.000,00.
-Exoneración de todo tributo y sobretasa para la importación o compra local de equipos y utensilios directamente relacionados con su	-Se elimina la exención de impuestos para la importación o compra local de equipos y utensilios.	

actividad, debidamente regulada por la Comisión Reguladora de Turismo, siempre y cuando los artículos que se vayan a importar no se fabriquen localmente en condiciones competitivas de precio y calidad.		
-Depreciación acelerada de los bienes que por su uso y naturaleza se extinguen con mayor rapidez, previa aprobación de la Dirección General de Tributación Directa.	-Se elimina la aplicación del método de Depreciación Acelerada.	

Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 del 30 de julio de 1985. Artículo 75	Modificaciones realizadas por la Ley No. 7293 del 03 de abril de 1992 Artículo 7	Otras Modificaciones
-Exención total del impuesto sobre la Renta, sobre las utilidades no distribuidas, hasta por un período de doce años, a los establecimientos nuevos y a los que estén en operación.	-Se elimina la exención del impuesto sobre la renta.	
d)- Transporte acuático de turistas	d)- Transporte acuático de turistas	
-Exoneración de todo tributo y sobretasa para la importación o compra local de naves acuáticas, así como sus avíos, destinados exclusivamente al transporte turístico de pasajeros, para lo que se deberá contar con facilidades adecuadas para el atraque, embarque y desembarque de pasajeros. También podrá aplicarse esta exoneración para la importación o compra local de los bienes indispensables para la construcción, ampliación o remodelación de muelles y otros lugares destinados al embarque o desembarque de turistas, así como para la construcción y mantenimiento de marinas, balnearios y acuarios destinados a la atención del turismo, siempre y cuando los bienes y naves que se vayan a importar no se fabriquen localmente en condiciones competitivas de precio y calidad, a juicio del Ministerio de Hacienda.	-Se realizan tres cambios en cuanto: (1) La exoneración de todo tributo y sobretasa se mantiene únicamente para la importación o compra local de bienes indispensables para la construcción, ampliación o remodelación de muelles y de otros lugares destinados al embarque o desembarque de turistas, así como para la construcción y mantenimiento de marinas, balnearios y acuarios destinados a la atención del turismo, siempre y cuando los bienes que se vayan a importar no se fabriquen en el territorio de los países signatarios del Convenio sobre el Régimen Arancelario y Aduanero Centroamericano, en condiciones competitivas de precio, cantidad, calidad y oportunidad, a juicio del Ministerio de Economía, Industria y Comercio.	-La Ley N° 8114 del 09 de julio del 2001, en su artículo 17, inciso b) deroga todas las exenciones del pago del impuesto sobre las ventas contenidas en el artículo 7 de la Ley de Incentivos Turísticos.

Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 del 30 de julio de 1985. Artículo 75	Modificaciones realizadas por la Ley No. 7293 del 03 de abril de 1992 Artículo 7	Otras Modificaciones
	-(2) Se excluye de la exención de impuestos, los derechos arancelarios, a la importación cuya tarifa se fija en un 20%, a la importación o compra local de naves acuáticas. Por tanto, el beneficio disminuye del 100% al 80%. (3) Se excluye la exoneración de avíos.	
-Exención total del impuesto sobre la Renta, sobre las utilidades no distribuidas, hasta por un período de doce años, a los establecimientos nuevos y a los que estén en operación.	- Se elimina la exención del impuesto sobre la renta.	
-Depreciación acelerada de los bienes que por su uso y naturaleza se extinguen con mayor rapidez, previa aprobación de la Dirección General de Tributación Directa.	-Se mantiene el Método de Depreciación acelerada de conformidad con la Ley del Impuesto sobre la renta.	-Se elimina el beneficio de depreciación acelerada. (Ley 8114 del 09 de julio del 2001)
e)- Turismo receptivo de agencias de viajes que se dediquen exclusivamente a esta actividad.	e)- Turismo receptivo de agencias de viajes que se dediquen exclusivamente a esta actividad.	e)- Turismo receptivo de agencias de viajes que se dediquen exclusivamente a esta actividad.
-Exoneración de todo tributo y sobretasa para la importación o compra local de vehículos, y sus avíos, para el transporte colectivo de personas, con una capacidad mínima de ocho pasajeros.	-Se realizan dos modificaciones: (1) El porcentaje de exoneración de los tributos y sobretasa, disminuye del 100% al 95%, al contemplarse que si la tarifa del impuesto ad valorem supera el 5%, se exonerará la obligación tributaria correspondiente a dicho exceso tarifario.	-La Ley N° 8114 del 09 de julio del 2001, en su artículo 17, inciso b) deroga todas las exenciones del pago del impuesto sobre las ventas contenidas en el artículo 7 de la Ley de Incentivos Turísticos.

Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 del 30 de julio de 1985. Artículo 75	Modificaciones realizadas por la Ley No. 7293 del 03 de abril de 1992 Artículo 7	Otras Modificaciones
---	---	-----------------------------

-Si estas agencias demostraran que cuentan con instalaciones adecuadas para el atraque, embarque y desembarque de pasajeros, propios o comunes, podrá otorgárseles la exoneración mencionada para la importación de yates o veleros, que se destinarán exclusivamente para su alquiler a turistas, a juicio de la Comisión Reguladora de Turismo, la que efectuará un control periódico sobre esas naves. Lo anterior siempre que tales naves no se fabriquen localmente en condiciones competitivas similares, a juicio del Ministerio de Hacienda.	(2) La capacidad de los vehículos se aumenta para 15 pasajeros. -Se elimina la exoneración de impuestos para la compra de yates y veleros.	
- Exoneración de todo tributo y sobretasa para la importación o compra local de computadoras que se utilizarán exclusivamente en la actividad de estas agencias, a juicio del Ministerio de Hacienda.	-Se elimina la exoneración de impuestos para la compra de computadoras.	
Artículo 8: Las personas físicas o jurídicas que, previamente autorizadas por el Instituto Costarricense de Turismo, destinen recursos al pago de programas vacacionales de turismo, dentro del territorio nacional, en beneficio de sus empleados, podrán deducir esos gastos del monto imponible del impuesto sobre la Renta.	-Se mantiene el beneficio de deducción de gastos del monto imponible del impuesto sobre la Renta, de los recursos destinados a programas vacacionales de turismo.	-Derogado por la Ley N° 8114 del 09 de julio del 2001.

Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 del 30 de julio de 1985. Artículo 75	Modificaciones realizadas por la Ley No. 7293 del 03 de abril de 1992 Artículo 7	Otras Modificaciones
Los gastos que se originen en programas vacacionales no estarán sujetos a deducción por concepto de cuotas obrero-patronales de la CCSS, Bco. Popular, INA, o cualquier tipo de carga social.		

Artículo 9: Las autoridades competentes equiparán las tasas o tarifas por prestación de servicios y procedimientos, que afecten a los barcos denominados cruceros turísticos y yates turísticos, que atraquen en puertos costarricenses, a las que se apliquen en puertos de otros países de la región.	-Se mantiene la equiparación de tasas y tarifas.	
Artículo 11: Será deducible del impuesto sobre la Renta, el 50% del monto invertido en actividades turísticas de las señaladas en el artículo 3 de esta ley, previa autorización de la Comisión Reguladora de Turismo. Cuando dicha inversión se lleve a cabo a través de empresas ya constituidas, la inversión deberá realizarse por medio de compra de acciones nominativas de sociedades domiciliadas en el país con contrato turístico firmado.	Derogado	

Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico No. 6990 del 30 de julio de 1985. Artículo 75	Modificaciones realizadas por la Ley No. 7293 del 03 de abril de 1992 Artículo 7	Otras Modificaciones
Las acciones así adquiridas, deberán quedar en fideicomiso en un banco del Estado o en la Bolsa Nacional de Valores, por un plazo no menor de dos años, sin posibilidad de disponer más que los dividendos que produzcan. Cuando la inversión se realice en empresas nuevas, se deberá cumplir con los requisitos que en cada caso exija la Comisión Reguladora de Turismo, de acuerdo con el tipo de inversión. En todo caso, no podrá deducirse por este concepto más de un veinticinco por ciento de la renta bruta del período en que se realice la inversión indicada.		

1.3 SOBRE LOS PLAZOS DE LOS CONTRATOS TURISTICOS

El artículo 21 del Reglamento a la Ley 6990 de Incentivos para el Desarrollo Turístico establece:

“Los plazos máximos de vigencia de los contratos turísticos serán el caso de Servicio de Hotelería, 25 años, para Transporte Aéreo de Turistas, Internacional o Nacional, 12 años; para Turismo Receptivo de Agencia de Viaje, 12 años y para Transporte Acuático de Turistas, 12 años; contados a partir de la firma del mismo, pudiendo ser renovados automáticamente a su vencimiento por períodos iguales, a menos que una de las partes manifieste lo contrario dentro del plazo de dos meses anteriores a su vencimiento”.

1.3.1 Informes y procedimientos:

La División de Fiscalización Operativa y Evaluativa, del Área de Servicios Financieros, Economía y Comercio, de la Contraloría General de la República emite el informe DFOE-FEC-12-2004, de fecha 6 de setiembre del 2004, referente a la Concesión de Incentivos Fiscales a Empresas Turísticas, con Fundamento en la Ley 6990 de Incentivos para el Desarrollo Turístico.

El objeto del estudio fue el evaluar las políticas y procedimientos aplicados para la Declaratoria Turística y el Contrato Turístico, así como el procedimiento utilizado para la autorización de bienes exonerados al amparo de la Ley N° 6990 y sus Reglamento.

Cabe resaltar, algunos de los resultados de dicho estudio:

a. Los contratos turísticos no pueden ser por tiempo indefinido, como lo plantea el artículo 21 del Reglamento a la Ley de Incentivos Turísticos, al establecer plazos de vigencia de los mismos en las actividades de hotelería por 25 años y de 12 años en el transporte aéreo de turistas, turismo receptivo de agencias de viaje y transporte acuático de turistas; siendo dichos plazos prorrogables, si alguna de las partes no indica lo contrario.

b. Lo anterior excede los límites establecidos por la Ley 6990, ya que el contrato turístico debe otorgarse para la consecución de un proyecto en particular y estar vigente únicamente por el tiempo que dure su ejecución.

c. En página 13 se indica “...los beneficiarios no derivan derechos adquiridos ni situaciones jurídicas consolidadas respecto de los incentivos otorgados al amparo de la Ley N° 6990 antes de las reformas, por cuanto éstos pueden ser variados por leyes posteriores.

d. En la modalidad de hotelería se establece que aunque el I.C.T. ha otorgado incentivos en diferentes momentos –durante la construcción de la infraestructura de las instalaciones hoteleras y su posterior equipamiento, así como en la etapa de

funcionamiento u operación- considerando que así lo permite la Ley; debe por el contrario aplicarse el criterio de que los beneficios fiscales de este régimen no amparan inversiones referidas al funcionamiento normal de la empresa ni a los gastos de capital que su desempeño origine una vez que ya el proyecto está operando (C-233-98 del 6 de Noviembre de 1998; Dictamen de la Procuraduría General de la República).

e. En cuanto a los servicios de alimentación de una empresa hotelera, la exclusión de las exoneraciones a la actividad de gastronomía contenida en la ley 7293 –misma que modificó los artículos 3 y 7 de la Ley N° 6990 excluyendo de los incentivos la actividad de Servicios de Gastronomía-; implica que pese a que la definición de hospedaje contempla los servicios de alimentación, subsiste lo señalado anteriormente en cuanto a que sólo podrá ser sujeto de contrato turístico el proyecto para construir un hotel – incluido sus restaurantes donde haya “integralidad (sic) funcional”, no así la actividad de gastronomía una vez concluido el proyecto e iniciado su funcionamiento. Estos límites temporales de los incentivos de la Ley 6990, deben también ser aplicados a las demás actividades incentivadas mediante contrato turístico.

f. En la actividad de Transporte Acuático de Turistas, el Informe considera que el “Reglamento de Naves Acuáticas dedicado al Transporte Turístico de Pasajeros”, Decreto Ejecutivo N° 25833-H-TUR , al establecer en su artículos 1 y 2 que las embarcaciones cuya importación puede ser exonerada mediante contrato turístico - siempre y cuando presten el servicio de transporte acuático de turistas con viajes previamente definidos y programados- incluyen las motos acuáticas, los kayak, las balsas y los botes sin especificar tamaño; se apartó de lo dispuesto en la Ley 6990, ya que ésta exonera únicamente aquellas embarcaciones que según criterio técnico del Ministerio de Obras Públicas y Transporte, son aptas para el transporte de pasajeros.

g. Ello excluye los kayak, balsas, motos acuáticas y los botes según su tamaño, “ya que no se proporcionan las condiciones mínimas de calidad de servicio, seguridad, estabilidad, confortabilidad y comodidad requerida para una travesía de personas en un medio acuático.” (Oficio N° DNS-03-0920 del 10 de Diciembre de 2003, M.O.P.T.)

h. Asimismo se consideran inobservantes del incentivo establecido en el artículo 7 inciso c), sub inciso iii) para Transporte Acuático las exoneraciones aplicadas por el Instituto Costarricense de Turismo, mediante contrato turístico a las actividades de pesca deportiva, rafting y alquiler de motos acuáticas. Ello porque dichas actividades no califican como transporte acuático de turistas según el Ministerio de Obras Públicas y Transportes, al definir lo siguiente:

“...El transporte acuático de pasajeros presupone la necesidad de trasladarse que requieren los usuarios de un servicio de esta naturaleza desde el punto de origen hasta un punto de destino, a lo largo de un litoral: Costero, fluvial o de aguas interiores (lagos), todo bajo condiciones formales enmarcadas en la prestación del servicio bajo principios básicos de seguridad física de los usuarios, así como: tarifa mínima,

regularidad de horario, ruta y tiempo de viaje definido, estabilidad, confortabilidad y comodidad durante la travesía, calidad en la atención de los usuarios, entre otros.”

i. Por tanto, dado que su objeto no es el transporte de punto a punto con tarifas e itinerarios definidos por el Estado, sino que son de índole puramente recreativa y en el caso particular de la pesca deportiva existe el agravante de que la Ley Reguladora de Todas las Exoneraciones vigentes, su Derogatoria y sus Excepciones N° 7293, excluye de toda exoneración para la actividad pesquera a la pesca deportiva.

1.3.2 Dictamen de la Procuraduría General de la República C-150-2005 del 25 de abril del 2005.

La Procuraduría General de la República, en respuesta a la consulta planteada por el Instituto Costarricense de Turismo, en oficio DM-195-05 del 11 de febrero del año 2005, procede a emitir el dictamen C-150-2005 fechado 25 de abril del 2005, en el cual señala entre sus conclusiones las siguientes:

a. “Los incentivos fiscales a la industria turística son expresión de un régimen de privilegio, por lo que este régimen debe ser excepcional y otorgarse sólo por el plazo necesario para el que el proyecto turístico se consolide.”

b. De lo anterior se concluye que la administración deberá fijar un plazo razonable de vigencia del contrato turístico, el cual debe cubrir los distintos beneficios de puede recibir la empresa de acuerdo con el proyecto sometido a evaluación.

c. Los incentivos no es una medida proteccionista, al tener como objeto estimular un proyecto, el contrato turístico no puede ser un medio para que el estado sufrague indefinidamente las necesidades de la empresa titular del proyecto. El plazo no puede ser indefinido.

d. “No se puede incentivarse el funcionamiento normal de la empresa beneficiada, salvo cuando de la Ley N° 6990 se derive que el incentivo ha sido otorgado para cubrir también ese funcionamiento.”

e. En el caso de las agencias de arrendamiento de vehículos a turistas la obligación de renovar determina que la exoneración para compra de vehículos cubre la operación de la empresa durante el plazo del contrato.

f. La Ley N° 7293 del 31 de marzo de 1992, señala que no se puede incentivar el establecimiento o funcionamiento de restaurantes, por lo que en el caso de los servicios de alimentación de un hotel, para considerar que éstos son parte de dicha empresa de hospedaje y no un restaurante, ese servicio tendría que estar destinado en forma exclusiva al huésped del hotel, de manera que a él no pueda acceder un tercero aún cuando sea turista.

g. Los incentivos previstos por el legislador para la operación de los proyectos en las actividades de transporte aéreo o arrendamiento de vehículos a turistas deben ser disfrutados dentro del plazo del contrato, sin que ello signifique que todo el funcionamiento u operación normal de dichas empresas sean objeto de incentivo por parte del Estado.

h. En cuanto a la actividad de transporte acuático, la definición que establece el Ministerio de Obras Públicas y Transportes para la actividad, conlleva a que no se pueda incentivar la adquisición de embarcaciones de tipo kayak, rafting, y pesca deportiva.

i. Cabe anotar, que de acuerdo a la definición de transporte acuático emitido por el Ministerio de Obras Públicas y Transportes, ningún proyecto turístico, más aún los deportes acuáticos, podría optar por los incentivos que establece la Ley 6990.

j. En virtud del principio de jerarquía normativa y de razonabilidad, la Procuraduría recomienda al Poder Ejecutivo reformar el Decreto Ejecutivo N° 25833 de 10 de febrero de 1997, en tanto permite incentivar la adquisición de embarcaciones para actividades como el kayak, el rafting y la pesca deportiva.

1.3.3 Dictamen C-195-2006 de la Procuraduría General de la República, fechado el 17 de mayo del 2006

En respuesta a la nota DM-227-06 del día 23 de marzo del 2006, en la que el Instituto Costarricense de Turismo, plantea solicitud de aclaración sobre el Dictamen C-150-2005, la Procuraduría General de la República emite el dictamen C-195-2006 fechado el 17 de mayo del 2006, en el que se transcribe las siguientes conclusiones:

a) El Instituto Costarricense de Turismo, al suscribir un “contrato turístico” debe fijar el plazo razonable por el cual se otorga el régimen fiscal a favor.

b) Escapa de la competencia técnico – jurídico de la Procuraduría determinar cuál es el plazo de consolidación de proyectos dentro de cada una de las actividades turísticas a que se refiere los artículos 3 y 7 de la Ley de Incentivos para el desarrollo Turístico.

c) Indica que el plazo de vigencia del “contrato turístico” debe ser definido a partir del período de consolidación de la empresa y que su definición atañe al Instituto Costarricense de Turismo, a partir de los principios de la razonabilidad establecidos en los artículos 15 y 16 de la Ley General de la Administración Pública.

d) Es razonable otorgar los incentivos que son susceptibles por su naturaleza de aplicarse para la fase de operación de la empresa, durante la vigencia del contrato (fase de consolidación) Esto incluye el beneficio del artículo 7, inciso a), sub-inciso i) en proyectos hoteleros nuevos; excepción expresa del Impuesto de ventas que por ley especial se aplica solo a la construcción de establecimientos hoteleros nuevos.

e) En la modalidad de arrendamiento de vehículos y a pesar de lo establecido por el Voto 1830-99, se le debe imponer una vigencia al contrato turístico de acuerdo al período de consolidación.

f) En cuanto al beneficio de patentes y contrato turístico, aquellas referidas al funcionamiento se mantienen durante toda la operación del establecimiento. Las de licores se mantienen por el plazo del contrato y al fenecer éste la empresa debe sujetarse a lo que establece el artículo 12 de La Ley sobre la Venta de Licores.

1.4- SITUACIÓN ACTUAL:

En acatamiento de las recomendaciones y conclusiones emitidas en el informe DFOE-FEC-12-2004, de fecha 6 de setiembre del 2004 de la Contraloría General de la República, así como de las respuestas a consultas y aclaraciones brindadas por la Procuraduría General de la República, en sus dictámenes C-150-2005 fechado 25 de abril del 2005 y C-195-2006 del día 17 de mayo del 2006, la Comisión Reguladora de Turismo ha establecido las siguientes normas:

1.4.1 No se aprueban contratos para empresas de transporte acuático si no se ajustan al criterio técnico de la Dirección de Navegación y Seguridad del Ministerio de Obras Públicas y Transportes.

1.4.2 No se otorgan incentivos a las empresas que brinden las actividades de pesca deportiva, motos acuáticas, rafting, kayak, balsas y botes.

1.4.3 Cabe anotar, que de acuerdo a la definición de transporte acuático emitido por el Ministerio de Obras Públicas y Transportes, sería difícil que algún proyecto turístico, más aún los deportes acuáticos, puedan optar por los incentivos que establece la Ley 6990.

1.4.4 No se conceden exoneraciones para la construcción ni equipamiento de las áreas gastronómicas para los proyectos de hospedaje, con la excepción de que la empresa presente la Declaración Jurada, para disfrute únicamente de huéspedes para esa área como lo establece el informe de la Procuraduría General de la República.

1.4.5 Se rechazan todas las solicitudes de renovación de mobiliario y equipo para empresas con contrato turístico que están en operación.

1.4.6 Toda empresa en operación que contemple nuevos servicios, deben de cumplir con los requisitos del trámite de un contrato turístico (Planos constructivos, Estudio Económico y Documentación Legal), al cual se le brindará los beneficios específicamente para el proyecto de ampliación o remodelación. Lo anterior, a que no se realizan addendum a los contratos. Se ha de anotar, que dichas ampliaciones y remodelaciones no son sujetas a la aplicación de la exención del impuesto de ventas.

1.4.7 Los contratos turísticos para proyectos hoteleros, se les ha definido como plazo de vigencia, el tiempo que se contemple en el cronograma de construcción, sea esta la fecha de inicio de construcción y la fecha de inicio de operaciones.

1.5 JUSTIFICACIÓN PARA LA DEFINICIÓN DEL PLAZO DE CONSOLIDACIÓN:

De los hechos apuntados anteriormente y en lo que atañe directamente al plazo de vigencia de los contratos turísticos, se puede determinar:

1.5.1 Dadas las condiciones actuales, la determinación del plazo de consolidación de las empresas, aparte de los aspectos legales y de cumplimiento, se constituye en un factor clave para el desarrollo turístico del país.

1.5.2 Se desprende del informe DFOE-FEC-12-2004, de fecha 6 de setiembre del 2004, de la Contraloría General de la República, que para la actividad de hospedaje, los contratos turísticos deben amparar solamente la construcción y el equipamiento del proyecto, no el plazo que establece el artículo 21 del Reglamento.

1.5.3 De acuerdo al informe antes citado el estímulo del incentivo turístico se aplica únicamente en el período de construcción del proyecto, eliminándose cualquier posibilidad de exonerar bienes para la operación normal de las empresas con contrato turístico.

1.5.4 Ratifica la Procuraduría General de República, en sus dictámenes C-150-2005 del 25 de abril del 2005 y Dictamen C-195-2006 de la Procuraduría General de la República, fechado el 17 de mayo del 2006 sus criterios en orden a la necesidad de que al suscribir un "contrato turístico", la Administración fije el plazo razonable por el cual se otorgan los incentivos.

1.5.5 Por lo que es necesario el determinar el plazo de consolidación de las empresas turísticas, que contempla el artículo 3 de la Ley 6990 de Incentivos para el desarrollo Turístico.

1.5.6 Que Costa Rica desde el punto de vista competitivo en materia de inversiones debe de contar con lineamientos claros que permitan la atracción de inversión, bajo políticas que brinden seguridad jurídica al inversionista.

1.5.7 Los incentivos turísticos deben de convertirse en un estímulo para la atracción de la inversión en Costa Rica, los cuales deberán ajustarse a las condiciones reales de la actividad en la que se desarrolle.

1.5.8 A pesar que la Ley 6990 y su reglamento NO se han modificado, en la actualidad se están acatando las recomendaciones de la Contraloría General de la República.

2- OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar del plazo de consolidación de las empresas turísticas, de acuerdo con las características de las diferentes modalidades de actividad turística, competitividad de la oferta, Plan Nacional de Desarrollo Turístico, las políticas de atracción de inversiones, la normativa actual y los pronunciamientos de la Contraloría General de la República y la Procuraría General de la República.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

2.2.1 Definir el concepto de Período de Consolidación.

2.2.2 Identificar las variables que influyen en la determinación del plazo de consolidación.

2.2.3 Conocer la percepción de los interesados sobre la importancia de los incentivos, con relación al Plazo de Consolidación de las empresas.

2.2.4 Establecer las variables que serán aplicadas en el análisis que permitirán determinar el Plazo de Consolidación.

2.2.5 Determinar el modelo o propuesta para obtener el plazo de consolidación, que se ajuste a los requerimientos competitivos de la oferta del país en congruencia con las políticas de atracción de inversiones.

2.3 ALCANCES

Dada la situación actual, los objetivos planteados y los recursos disponibles:

2.3.1 Análisis de los estudios de factibilidad y económicos presentados por las empresas que optan por los beneficios establecidos en la Ley 6990 de Incentivos para el Desarrollo Turístico y sus reformas, los cuales son elaborados por un profesional en Ciencias Económicas, debidamente inscrito en el Colegio respectivo y a su vez avalados por los empresarios.

2.3.2 Evaluación de los proyectos o establecimientos en operación de la actividad de Hospedaje que ostentan el Contrato Turístico, según su ubicación en concordancia con la Unidad de Planeamiento Turístico.

2.3.3 Se analizará los proyectos o establecimientos en operación de la actividad de Agencia de Viajes Receptiva, que hayan recibido el Contrato Turístico, según su ubicación en concordancia con la Unidad de Planeamiento Turístico.

2.3.4 Se evaluarán los proyectos o establecimientos en operación de la actividad de Marinas, registradas con los beneficios de la Ley 6990 de Incentivos para el Desarrollo Turístico, según su ubicación en concordancia con la Unidad de Planeamiento Turístico.

2.3.5 Se evaluarán los proyectos o establecimientos en operación de la actividad de Transporte Acuático, registradas con los beneficios de la Ley 6990 de Incentivos para el Desarrollo Turístico.

2.3.6 Se evaluarán los proyectos o establecimientos en operación de la actividad de Renta de Autos, registradas con los beneficios de la Ley 6990 de Incentivos para el Desarrollo Turístico, según su ubicación en concordancia con la Unidad de Planeamiento Turístico.

2.3.7 Las Líneas Aéreas no se consideran dentro de este estudio, ya que son empresas que utilizan el incentivo por el período de tiempo, que el Consejo de Aviación Civil les conceda en el permiso de operación correspondiente, mediante la concesión de un Certificado de Explotación Aeronáutico. El plazo del contrato sería el mismo, de la vigencia del permiso, este último como referencia, en vista de que las líneas aéreas, que deciden la operación en un destino ya se encuentra consolidadas y la operación de una nueva vía es parte de las políticas de expansión. Además, que por medio de la Ley 8114, igualmente este tipo de empresas pueden obtener incentivos sobre el precio del combustible, independientemente de un plazo de consolidación.

2.3.8 Se tomarán en cuenta la opinión de expertos en la materia de cada una de las actividades de interés, así como de académicos, consultores, banqueros y otros profesionales relacionados.

2.3.9 Se evaluarán estudios relacionados con la materia, que se puedan obtener de las cámaras u otras instituciones.

2.3.10 Para evaluar la competencia se analizarán las leyes generales específicas relacionadas con turismo, por lo que no se incluye el análisis de reglamentos adjuntos o legislación tributaria.

2.4 LIMITACIONES

2.4.1 La disposición de recursos para este tipo de estudios, son limitados por lo que fue necesario reorganizar funciones con el sacrificio de atraso en los trámites usuales del Proceso de Gestión y Asesoría Turística.

2.4.2 Carencia de bibliografía en el país sobre el tema de consolidación en las empresas turísticas propiamente.

2.4.3 La bibliografía relacionada se localizó en el INCAE, con la dificultad que la misma, solamente está disponible en las instalaciones de Nicaragua.

2.4.4 Mediante la consulta a librerías nacionales, se determinó que no hay disponibilidad en el país, aún sobre temas relacionados, por lo que la compra debería hacerse por Internet.

2.4.5 Las entidades relacionadas con la gestión turística no cuentan con estudios al respecto.

2.4.6 La información que contienen los estudios de factibilidad o económicos, presentados para la obtener los beneficios del Contrato Turístico, se realizan con base a proyecciones financieras y económicas, tomando como base el comportamiento que mostraba el mercado en ese momento.

2.4.7 Los requisitos a presentar por las empresas que optan por el Contrato Turístico han cambiado en el tiempo, es por lo anterior, que en algunos de los casos no se cuenta con las proyecciones financieras y económicas de sus estados financieros.

2.4.8 La institución no está facultada legalmente para solicitar la información de los estados financieros, por lo que el análisis de la información real, no se consideró como opción, ya que en la mayoría de los casos los empresarios consideran este tipo de datos, como confidenciales.

2.4.9 La consulta a los empresarios se planea, bajo la condición de que de acuerdo con la experiencia institucional, la respuesta en otros proyectos es siempre insipiente.

2.4.10 Con respecto a las marinas se cuenta con dos empresas, pudiéndose analizar solamente una de ellas, ya que en uno de los casos no se contó con las proyecciones financieras y económicas.

2.4.11 Se utilizaron los expedientes de transporte acuático de compañías, que tienen vigente el contrato y que se encuentran en actividad, ya que a una parte de estas que fueron beneficiadas por la Ley 6990, se les canceló el contrato.

2.4.12 En lo que corresponde a las empresas de Renta de Autos, el análisis de expedientes, se basó en la información de aquellas empresas que estaba completa y que están en operación.

3. FUNDAMENTO TEORICO

3.1 CONCEPTO DEL TERMINO PLAZO DE CONSOLIDACION

En relación con el concepto teórico sobre consolidación de una empresa, se encuentran definiciones relacionadas, pero enfocados a diferentes áreas, de tal manera

que podemos encontrar los siguientes conceptos, tomando como **base que la consolidación en cualquier ámbito que se trate, se afirma en su relación con alcanzar fortalecer, afianzar, asegurar y la permanencia de cualquier negocio.**

3.1.1 Consolidación Contable- Financiera:

Los estados financieros consolidados tienen por objeto presentar, en su conjunto, la situación financiera y los resultados de operación de dos o más entidades económicas, jurídicamente independientes; para la toma de decisiones correctas y logran objetivos preestablecidos.

3.1.2 Consolidación de deudas:

La consolidación de la deuda es aquella decisión que toman personas con varios préstamos acumulados, consistente en combinarlas todas las deudas en un nuevo préstamo.

3.1.3 Consolidación en el mercado:

Está relacionado con el ciclo de vida del producto en sus diferentes etapas: introducción, crecimiento, madurez y declive, posicionamiento, segmento de mercado y competencia.

3.1.4 Consolidación de Sistemas Informáticos:

La consolidación de los sistemas tiene que ver con el logro del manejo óptimo de las aplicaciones, almacenamiento y servidores, de una organización.

3.1.5 Consolidación de Procesos Operativos:

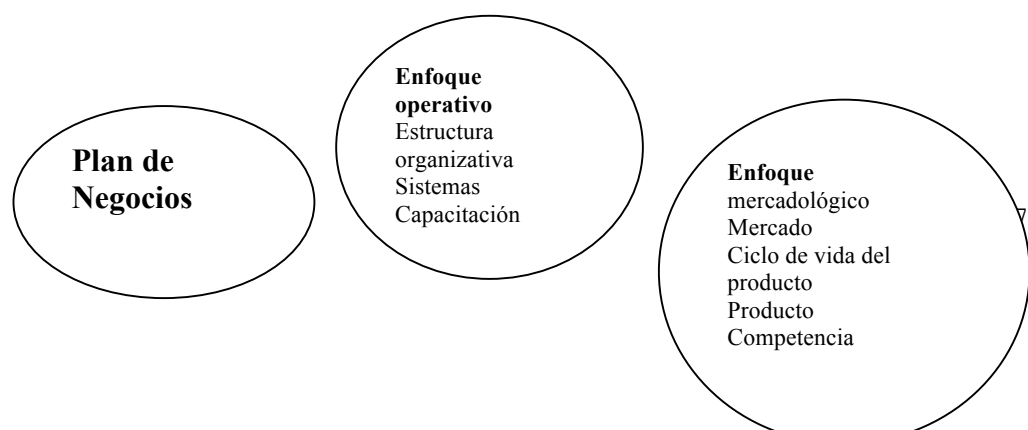
Los procesos de una empresa están vinculados con los procedimientos, estructura organizativa y manuales y protocolos que se tengan para lograr los objetivos.

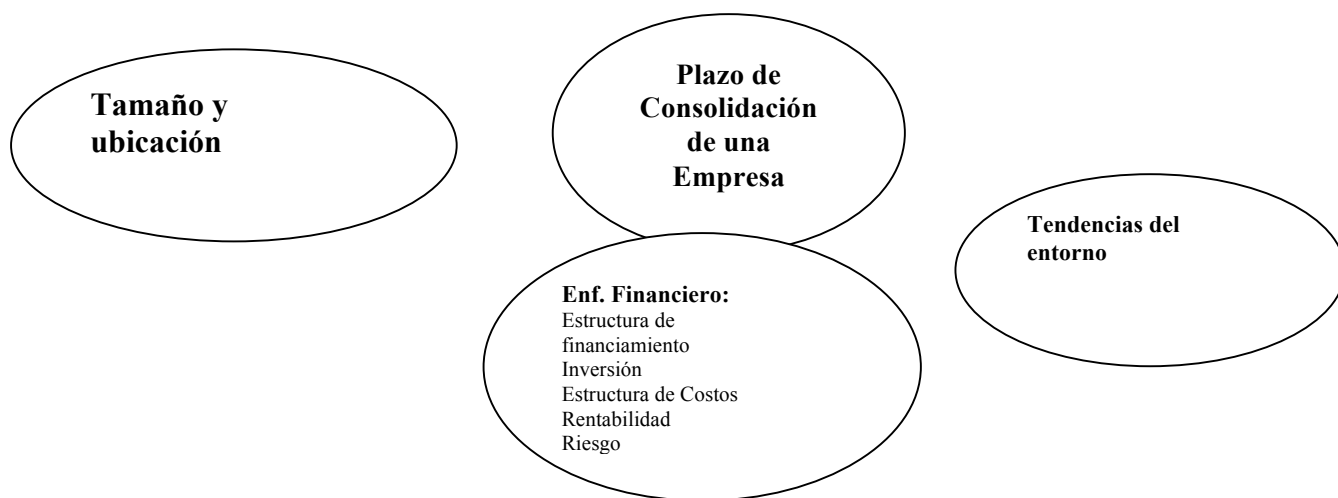
3.1.6 Consolidación de Capacitación del Personal:

En sistemas donde el servicio y /o la calidad técnica son factores críticos, la consolidación de los recursos humanos se vuelve de vital importancia.

De tal manera que el tema de consolidación de una empresa nos conduce dentro del ámbito teórico, a tomar las definiciones antes mencionadas, para construir o determinar un concepto a partir de la siguiente relación, la cual estaría definida por el tipo de empresa y la Planeación Estratégica de la misma:

Figura N° 1





3.2 Definición de Plazo de consolidación establecido dentro de los pronunciamientos:

“Por plazo de consolidación entiéndase el "alcance del punto de equilibrio y el cumplimiento de los objetivos que determinan el establecimiento del régimen fiscal de favor”

3.3 Propuesta de definición de Plazo de Consolidación de las Empresas Turísticas:

Con el objetivo de iniciar este estudio y específicamente el desarrollo de la investigación, se elaboró un concepto, que no se contrapone a lo anterior pero sin embargo, lo incluye presentando, una visión más integral de la gestión empresarial y que además sirviera como punto de partida, en el intercambio de conceptos, entre el sector turismo y la Institución. Este se estableció así:

“El plazo de consolidación se define como el período en que las empresas consolidan su gestión de forma integral, de manera que una vez alcanzado este punto; la empresa podría realizar sus inversiones, sin el uso de los incentivos turísticos amparados a la Ley 6990.”

4. ENFOQUE METODOLOGICO:

La metodología se determinó con la asesoría directa del Subproceso de Administración de la Información de la Institución, tomando en consideración los aspectos mencionados en el capítulo de antecedentes y de objetivos planteados para el presente estudio.

Las propuestas y conclusiones que se presentan en este documento estarán basadas en el siguiente enfoque metodológico:

4.1 Entrevistas a profundidad a expertos:

El objetivo que se plantea en esta es el obtener la visión de personas de experiencia en el ámbito y la definición de aquellas variables a tomar en cuenta en los instrumentos de investigación.

4.2 Encuesta general a empresas que han sido beneficiadas del contrato:

El objetivo de esta actividad es poder obtener la opinión y datos concretos de los beneficiados con el Contrato Turístico, mediante consulta general.

4.3 Recopilación y análisis de otros estudios:

El objetivo que en este aspecto se plantea es el retomar información adicional sobre el tema, principalmente sobre la competencia.

4.4 Análisis de los estudios de factibilidad y económicos presentados por las empresas que ostentan el Contrato Turístico:

El objetivo de esta actividad, es poder comparar los resultados de las variables apuntadas por los expertos y empresarios como posibles índices de medición del plazo de consolidación, con la información que se obtenga de las proyecciones que se presentan en los Estados Financieros proyectados.

A continuación se detallan los resultados de las actividades de investigación llevadas a cabo:

4.1 Entrevistas a profundidad:

Dentro de esta actividad se procedió a realizar las siguientes actividades:

4.1.1 Se procedió a definir una lista de expertos que se desempeñan en diferentes áreas relacionadas con el turismo, tales como: académicos, desarrolladores de hoteles y marinas, hoteleros, gerentes de agencias de viajes, gerentes de empresas de transporte acuático, gerentes de empresas de renta de autos, consultores y banqueros.

4.1.2 En total se realizaron 38 entrevistas, distribuidas en 7 consultores, 7 desarrolladores, 6 gerentes de hotel, 3 gerentes de agencias de viajes, 2 gerentes de transporte acuático, 7 gerentes de empresas de renta de auto, 4 banqueros incluyendo al Gerente de Proyectos de FONATUR de México, un gerente de Marinas y representantes de la Cámara Costarricense de Hoteles y la Cámara Nacional de Turismo.

4.1.3 Se diseñó una entrevista de 5 preguntas, las cuales fueron debidamente revisadas y avaladas por el Subproceso de Administración de la Información de la

Institución, la cual puede verse en el Anexo 1 y el detalle de las respuestas se puede observarse en el Anexo 2.

4.1.1. Resumen de respuesta de los consultores:

4.1.1.1 Ante la pregunta que se refiere a la definición del concepto de Plazo de Consolidación, la mayoría coincide en que este concepto, para los diferentes tipos de empresas, está relacionado con el punto de equilibrio financiero¹, el flujo de caja de la empresa, la recuperación de la inversión para los socios, el momento en que las empresas operan sin pérdidas y la posibilidad de las empresas de poder realizar programas de reinversión para mantener la calidad del servicio, lo que les proporcionará competitividad nacional e internacional y su permanencia en el tiempo.

4.1.1.2 Con respecto a la segunda pregunta, sobre las variables que influyen o afectan el período de consolidación de una empresa, el grupo de consultores, opinaron con más frecuencia, que los factores que influyen son: Estructura de financiamiento, programa de reinversiones, ubicación y tamaño de la empresa, segmento de mercado a que se dirige y en menor cantidad, las utilidades de la empresa.

4.1.1.3 En relación con el tipo de análisis que realizarían para obtener o medir el plazo en mención, la mayoría de las personas consideraron que la medición se podría llevar a cabo por medio del análisis de: Punto de equilibrio, recuperación de la inversión², niveles de ocupación, flujos de caja y medidas de rentabilidad y viabilidad como el valor actual neto ³ (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR)⁴. Por otra parte, se presentó otro factor adicional, como los aspectos sociales y económicos, impacto en la generación de empleo y en el desarrollo de las zonas.

4.1.1.4 Sobre la importancia de los incentivos para el logro de la consolidación empresarial, las respuestas se orientaron básicamente en dos sentidos, el primero sobre su impacto en la reducción del costo de inversión inicial, lo cual incide directamente en que las empresas tengan un inicio menos fuerte y afecte el período de recuperación en forma positiva. El segundo enfoque radica en el hecho, que los incentivos juegan un papel importante, porque brindan la posibilidad de tener mayor competitividad, mediante la renovación del producto, mantener calidad y atraer inversiones.

¹ Se define como el nivel de ventas en que se logran cubrir tanto los gastos operativos.

² Se puede definir como el tiempo en que una empresa logra recuperar su inversión

³ El Valor Actual Neto se puede definir como: representa la ganancia neta a valor actual del proyecto y se obtiene, de la suma de los flujos netos de efectivo, descontados a la tasa de capital, menos la inversión inicial.

⁴ La Tasa Interna de Retorno se define como: la tasa de de rentabilidad de un proyecto, o bien como la tasa de descuento que iguala los flujos de efectivo, con la inversión inicial del proyecto.

4.1.1.5 Consideran el grupo de consultores entrevistados que los plazos deberían ser los siguientes: En el caso de las agencias de viajes la respuesta más frecuente es que sea de cinco años, igual que los Rent a Car. (3 años).

Para los hoteles, las respuestas se ubican en los rangos de: 4 a 10 años, 5 a 10 años, 2 a 10 años, de 1 a 3 años de 4 a 5 años y de 1 a 3 años. Por otra parte, se propone se defina de acuerdo a los estándares internacionales de reinversión y para los desarrollos de marinas el plazo indicado es de 6 años y de 7 a 8 años.

4.1.2. Resumen de respuesta de los desarrolladores hoteleros:

4.1.2.1 La mayoría de los desarrolladores consultados coinciden en que el concepto de plazo de consolidación está unido al período de recuperación de la inversión, la capacidad de hacer frente a la carga financiera y la generación de utilidades, pero también se aporta el elemento, sobre la posibilidad de que las empresas puedan realizar las reinversiones con fondos propios, para su permanencia en el mercado, de acuerdo con las tendencias y exigencias del mercado. Dos de ellos opinan que los hoteles nunca se consolidan, porque siempre tienen que realizar inversiones para renovarse y ser competitivos.

4.1.2.2 Como las principales variables que afectan la consolidación, los desarrolladores consultados, destacaron: Tamaño, Ubicación, competencia, factores externos, tendencias del mercado en cuanto a renovación del producto, niveles de ocupación, tarifas y segmento de mercado a que se dirige.

4.1.2.3 Como tipos de análisis a realizar en su mayoría mencionaron: el punto de equilibrio financiero, recuperación de la inversión, participación en el mercado y niveles de ocupación. Por otra parte uno de los entrevistados, manifestó la idea de realizar un análisis de impacto social y otro considera la necesidad de que el análisis se debería dar en función del aporte a la economía de la empresa, de manera que se beneficien de los incentivos únicamente las empresas que estén en constante cambio y renovación.

4.1.2.4 Sobre la importancia de los incentivos, se pudo determinar que la mayoría de los desarrolladores que se consultaron respondieron que con incentivos, este período se puede hacer más corto y por otro lado también lo valoran importante para mantener la calidad y las posibilidades de atraer inversiones. No obstante, uno de los entrevistados respondió que pueden ser buenos, pero el trámite es engorroso. Por otro lado, también se hizo mención a los impuestos de los insumos de la industria, lo que provoca distorsiones, si esto no diera los incentivos no serían necesarios, porque se podría competir en igualdad de condiciones.

4.1.2.5 La mayoría consideran que el plazo de consolidación de un hotel podría darse en el rango de 5 a 10 años, considerando los programas de reinversión y los plazos de financiamiento a excepción de uno que manifestó que el plazo es de 15 años.

4.1.3. Resumen de la respuesta de los hoteleros:

4.1.3.1 De manera similar a los anteriores grupos, la tendencia sobre el concepto de plazo de consolidación está enfocado a la recuperación de la inversión y el punto de equilibrio, lo cual debe de considerar la constante renovación de activos para poder competir y como aporte adicional se añade, la importancia de definir e integrar la consolidación de mercado, operativo y financiera. Una de las respuestas apunta a que el concepto planteado no es el correcto porque las empresas no tienen consolidación, en vista de su continua renovación para ser competitivos.

4.1.3.2 Con respecto a los factores que intervienen en el plazo de consolidación, este grupo de entrevistados indicaron los siguientes: estructura de financiamiento, requerimientos de renovación tecnológica y de infraestructura, personal capacitado, ubicación, planificación, riesgo y condiciones del país. Además una de las observaciones relaciona las variables incentivos y los impuestos que se cargan los insumos que se cargan a la actividad, los cuales son mayores que la competencia y que les resta competitividad.

4.1.3.3 Como instrumentos de análisis los que mencionaron en orden de frecuencia son: El punto de equilibrio, el período de recuperación de la inversión, utilidad operacional, niveles de ocupación (35% a 60% de la ocupación), análisis de flujo de caja, viabilidad del proyecto, cobertura de pasivos y tasa interna de retorno.

4.1.3.4 Este grupo en su mayoría considera que los incentivos ayudan en el momento de la inversión inicial y para mantener la capacidad de reinversión, especialmente en cadenas que deben de cumplir con estándares de calidad. Sin embargo, se presentó la opinión, sobre la necesidad de revisar los impuestos a insumos y lo engorroso de los trámites. También se hizo referencia a los efectos positivos para la economía por la generación de empleo y el valor agregado a las pequeñas empresas.

4.1.3.5 Como respuesta a la pregunta sobre cual debería de ser el período de consolidación se presentaron tres enfoques:

a. El primero se direcciona a la necesidad de cumplir con los estándares de calidad y por lo tanto se debe establecer en función del momento en que es necesario realizar las reinversiones: Equipo menor (televisores, exteriores, lencería, camas, alfombras) de 3 a 5 años, equipos medianos después de los 5 años hasta los 10 años, donde se realizan cambios a la infraestructura por lo que se debería considerar el plazo donde es necesario realizar las inversiones.

b. El segundo enfoque se realiza en determinar los años en que se logra el punto de equilibrio y se resume que el punto de equilibrio operativo se logra de 2 a 6 años, el de mercado en 4 años y el financiero en 6 y 8 años.

c. El tercero es que se apliquen incentivos por 20 años, con los debidos controles.

d. Cabe indicar que el resultado de la entrevista aplicada a las Cámaras la tendencia es que debería ser de 15 a 20 años.

4.1.4 Resumen de la respuesta sobre los proyectos de marinas:

4.1.4.2 En primer lugar la persona entrevistada expresó estar de acuerdo con que el período de consolidación se puede definir como el período en que las empresas consolidan su gestión de forma integral, de manera que una vez alcanzado este punto; la empresa podría realizar sus inversiones, sin el uso de los incentivos turísticos amparados a la Ley 6990.

4.1.4.3 Como variables que intervienen en este tipo de negocio, para lograr el plazo en cuestión se deben de considerar: La inversión total del proyecto y la zona en donde se va a desarrollar.

4.1.4.4 Se debe realizar tanto análisis financiero, económico y además social, ya que, si bien es cierto la valoración monetaria es uno de los aspectos importantes a considerar en la factibilidad económica de cualquier proyecto, se puede decir que es una opción delimitada si no se toma en cuenta el aspecto social.

4.1.4.5 Para nadie es un secreto que el aumento significativo en la oferta turística y el desarrollo turístico del país, que ha experimentado en las últimas décadas, se debe a los incentivos turísticos, y por lo tanto se puede afirmar que los incentivos han influido positivamente en la reducción de estos plazos de consolidación, ya que al reducir los costos de la inversión inicial del proyecto, la rentabilidad de éste se pueden percibir en un menor tiempo.

4.1.4.6 El plazo de consolidación debe ser el plazo en donde las Empresas logran su punto de equilibrio. Sin embargo es importante que sea el ICT, que determine el plazo de consolidación por cada una de las actividades que califican para los incentivos turísticos. No se definió un plazo en específico.

4.1.5 Resumen de la respuesta sobre las Agencias de Viajes:

4.1.5.1 Con relación al concepto de plazo de consolidación los entrevistados opinaron que este se logra cuando se da lo siguiente:

- Cuando se consolida en el mercado y logra tener una cartera de clientes que le permita utilidades. Para más de 9 pasajeros por buseta es rentable.
- Cuando logra una producción sostenida en el tiempo que le permite cubrir sus obligaciones y tener capacidad de endeudamiento para expandirse.

- Cuando se está por encima del punto de equilibrio operativo y financiero y se logra tener utilidades.

4.1.5.2 Respecto a las variables que influyen apuntaron: La consolidación en el mercado, segmento de mercado, sistema de operación, cartera de clientes, factores externos, competencia interna y externa, políticas de desarrollo, acceso a recurso humano capacitado, reconocimiento de oferentes y poder de negociación, capital para renovación de equipo.

4.1.5.3 Los análisis que este grupo llevaría a cabo son: Análisis de costos, flujo de caja, rentabilidad, nivel de ventas, endeudamiento (crecimiento nuevos proyectos), punto de equilibrio operativo y financiero, posibilidad de crecer, punto de equilibrio financiero, metas de rentabilidad, recuperación de la inversión y porcentaje de uso de equipo en el año.

4.1.5.4 Sobre la importancia de los incentivos para que la empresa logre su consolidación, los resultados no son positivos, de acuerdo con las siguientes respuestas:

- Los incentivos existentes no son prácticos y no son rentables. Los permisos y formas de operación son engorrosas y no son atractivas, porque no facilitan la operación. La solicitud de pago de impuestos para poder vender vehículos es imposible y deja pérdidas. Muchas veces necesitan 4x4 para menos pasajeros y no se tiene la posibilidad de exonerar.
- No lo consideran importante, porque es mejor tener placa de bus y no de turismo. Es importante si ayudaran a mantener servicio y calidad. Es mejor rentar equipo de transporte público. Necesitan otros incentivos como impuesto de la renta. No es vital porque pueden alquilar. Las condiciones en que el I.C.T., ofrece el servicio no representan ninguna ayuda.
- Ayudarían si los trámites fueran expeditos y se dieran para repuestos, lo que se ahorran en la exoneración no es significativa.

4.1.5.5 La opinión otorgada para definir un plazo se concentró en los siguientes aspectos:

Por cinco años ya que es el período de tiempo en que se debe de realizar el cambio de flotilla, se podría seguir el modelo de las empresas arrendadoras de vehículos. Por otra parte, expresaron que el plazo debería de ser de cuatro años de acuerdo con financiamiento que generalmente es a 5 años para otorgar incentivos al inicio y por una segunda vez según la perspectiva del negocio.

4.1.6 Resumen de respuestas de entrevistas realizadas a gerentes de empresas de transporte acuático:

4.1.6.1 Con relación al concepto plazo de consolidación manifestaron que obedece a un proceso, en que intervienen la inversión, el financiamiento, posicionamiento en el mercado y la operación marítima, terrestre y alimenticia. Por otra parte, se expresó que el concepto propuesto es correcto, en vista de que toda empresa debe de consolidarse independientemente de los incentivos.

4.1.6.2 Respecto a los factores que los expertos, consideran que intervienen en el logro de una consolidación, se encuentran: El financiamiento, mercado, costos de operación, logística de operación, impuestos de importación de naves, recurso humano capacitado y zona de operación.

4.1.6.3 Entre los análisis que realizan para medir la operación de las empresas utilizan punto de equilibrio, porcentaje de ocupación, costo-beneficio, indicadores de encuestas, equilibrio de calidad y servicio, rentabilidad y viabilidad del proyecto e influencias en el desarrollo social y económico.

4.1.6.4 Los entrevistados opinan que los incentivos son importantes porque bajan el costo de inversión y de financiamiento, dan posibilidades de crecimiento y de desarrollar zonas nuevas y da la posibilidad de competir en calidad.

4.1.6.5 Uno de los entrevistados expuso que el plazo debería de ser de 10 años y de 5 a 7 años.

4.1.7 Resumen de las repuestas de entrevistas realizadas a gerentes de empresas de Renta de Autos.

4.1.7.1 La mayoría de los entrevistados están de acuerdo en el concepto de plazo de consolidación planteado, agregan que se relaciona en la capacidad de las empresas en consolidar los sistemas operativos, posicionamiento en el mercado, capacidad de reinversión y los impuestos sobre los vehículos, que afectan las empresas aunque estén consolidadas. Uno de los empresarios opinó que no se consolidan por tratarse de un negocio que en las inversiones son continuas.

4.1.7.2 Consideran los entrevistados que los aspectos que influyen para lograr el nivel de consolidación son: Plan de negocios, segmento del mercado, marca, financiamiento, tamaño de la empresa, impuestos, endeudamiento, sistemas operativos, planes de regionalización y costos operativos. En este servicio la oferta está dividida en empresas que pertenecen a franquicias internacionales y de estas existen algunas unidas a importadoras de carros importantes, por lo que para estas se encuentran en ventaja desde el punto de vista financiero y de mercado.

4.1.7.3 Las mediciones que estas empresas utilizan están orientadas al análisis de presupuestos, proyecciones de venta, período de reparación, producción por carro por mes, días de ocupación, tarifas, rendimiento y en este tipo de servicio, es muy importante el control de los costos de operación.

4.1.7.4 Sobre la importancia de los incentivos, todos los interesados coinciden en que estos son beneficiosos, desde el punto de vista financiero, pero además proporciona posibilidades de crecimiento, operación regionalizada y de cumplir con los estándares de calidad internacionales.

4.1.7.5 Con respecto al plazo sugerido, se concluye que si bien es cierto puede existir un plazo de consolidación, en medio de este período se deben de realizar reposiciones de flotilla correspondientes a la renovación de los vehículos. De esta manera se sugiere lo siguiente: Mientras existan los impuestos actuales y los altos derechos de circulación es difícil que las empresas se consoliden, de 6 a 5 años con renovaciones cada dos años, de 7 a 8 años con renovaciones de cada 2 años, 10 años con cambios de flotilla cada 2 años, cada 6 años con renovaciones de cada 2 años y dos de los entrevistados no se atreven a dar un plazo.

4.1.8 Resumen de respuesta a entrevistas realizadas a entidades financieras:

4.1.8.1 Desde el punto de vista de los entrevistados nacionales, el plazo de consolidación tiene que definirse tomando en consideración el alcance de los niveles operativos y financiero (capacidad de pago), donde la empresa pueda realizar las reinversiones con fondos propios y por otra parte opinan que el concepto debe de integrar la gestión operativa, financiera y de posicionamiento del producto en el mercado. Por otra parte, el representante del ente intencional añade que es necesario involucrar en el concepto de plazo de consolidación operativo y para los socios.

4.1.8.2 Las cinco personas consultadas concuerdan con que los factores que influyen son el tamaño, la ubicación, mercadeo, planificación del proyecto, experiencia de los dueños y endeudamiento.

4.1.8.3 Dentro de los análisis que estas personas tomarían en cuenta para definir un plazo de consolidación están la planeación, estrategia de mercadeo, experiencia de los socios, análisis financieros como VAN, TIR, puntos de equilibrio, período de recuperación de la inversión, ocupación del 45% para punto de equilibrio y en punto crítico del 38%, localización, programa de reinversión, política de distribución de utilidades y controles operativos.

4.1.8.4 Si la empresa no tiene la planificación correcta y no logra penetrar en el mercado los incentivos serían permisivos, con empresas que no son competitivas y operacionalmente no logran el equilibrio. En condiciones normales los incentivos ayudan a que las empresas se consoliden más rápido. Además, se podría valorar otros beneficios tal como los plazos sobre el período de gracia de los intereses y

amortizaciones que deben de enfrentar los empresarios turísticos en el desarrollo de su producto. Actualmente la normativa de SUGEF, no permite un plazo de gracia mayor a los 6 meses. Así mismo, los créditos deberían de contemplar la reserva para la cancelación de los intereses por el plazo de construcción del proyecto. Se agrega por parte de uno de los entrevistados que cuando el destino tiene la suficiente demanda no se necesitan, a diferencia de las zonas están poco desarrolladas, que si lo necesitan, lo cual depende del estudio de mercado y ubicación.

4.1.8.5 La respuesta con respecto a cuál debería ser el plazo de consolidación fue la siguiente:

a- 5 años porque es el período en que se logra alcanzar el punto de equilibrio financiero y el momento en que deben de iniciar la reposición de activos.

b- Para una franquicia de 5 a 7 años, para independientes de 7 años, esto en vista de que en la franquicia, la gestión empresarial se consolida (2 años) más rápidamente que uno independiente, pero para la recuperación de la inversión se necesita más tiempo debido al monto invertido. Por otra parte los independientes necesitan más tiempo para su consolidación empresarial (4 años) lo que incide en su período de recuperación de la inversión, dado los niveles de ocupación que logre.

c- Hoteles: 2 a 3 años; Marinas con demanda suficiente solamente por la fase de construcción y las que no y en desarrollo cuando se consoliden en el mercado.

d- Se debe de tomar en consideración muchas variables, no obstante se estima un plazo de 7 a 8 años.

4.2 Resultados de la encuesta sobre Plazo de Consolidación de las Empresas

Después de enviar el cuestionario (Anexo 3), realizada por correo electrónico a 99 agencias de viajes, 11 empresas de transporte acuático y a 284 hoteles, se obtuvo respuesta de 6 agencias, 1 de transporte acuático y de 38 hoteles a pesar de que se les envió en tres oportunidades desde el Instituto y una vez por medio de la Cámara Costarricense de Hoteles.

Seguidamente se presenta un resumen de los resultados obtenidos:

4.2.1 Agencia de Viajes

La cantidad de empleados para las seis agencias de viajes que respondieron al cuestionario, se encuentra en un rango de 2 hasta 35, con un promedio de 13,2 empleados.

En cuanto a las provincias, se tiene que tres de las agencias de viajes están ubicadas en San José, una en Alajuela, una en Heredia y una en Puntarenas.

4.2.1.1 Al preguntarle a los empresarios de las agencias de viajes si la definición propuesta coincidía con el concepto de plazo de consolidación utilizado por ellos, se obtuvo que tres sí estuvieron de acuerdo y los tres restantes indicaron que no, con los siguientes comentarios:

1. Con la Internet hay una competencia muy fuerte de precios y la ganancia es muy pequeña, por lo tanto se nos debe extender el uso de los incentivos turísticos.

2. No, para mí todo en Costa Rica es separado, de hecho existen empresas que tienen diferentes servicios que son operados independientemente y no precisan de esta ley para consolidarse.

4.2.1.2 Con respecto a los factores que consideran se deberían de tomar en cuenta para establecer un plazo de consolidación, se seleccionaron como los más importantes: El período de recuperación de la inversión, los factores externos (tendencias de mercado, economía) y el tamaño de la empresa.

Gráfico N° 1
Principales factores que se deben de tomar en cuenta en el Plazo de Consolidación en las Agencias de Viajes

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

El monto de la inversión, el punto de equilibrio financiero, las estrategias de mercadeo (segmento, competencia, producto) y la ubicación del establecimiento, se ubican con una importancia media, ya que tres personas indicaron que se deberían de tomar en cuenta los factores anteriores, y tres indicaron que no.

Los factores que se ubican como menos importantes según las respuestas obtenidas son: La planificación de la empresa, los indicadores financieros de rentabilidad (VAN, TIR) y la estructura financiera de la empresa.

Gráfico N° 2
Principales factores que se ubican como menos importantes en el Plazo de Consolidación en las Agencias de Viajes

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

4.2.1.3 Al preguntar cada cuanto es que realizan reinversión en activos, según la experiencia de los encuestados en el caso de los equipos, el dato menor se refiere a un año y el máximo a cinco años, para un promedio de tres años, pero si se trata de la infraestructura el promedio aumenta a un poco más de cuatro años, con dos años como mínimo y cinco años como el dato máximo, según las respuestas obtenidas.

Cuadro N° 3

Período de Reinversión y Plazo de consolidación

Ver cuadro en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

En cuanto al plazo de consolidación adecuado, dos de los encuestados indicaron que este debía ser de más de 10 años. Para los que opinaron que debía ser de 10 años o menos se obtuvo un promedio de 7 años en donde los valores mínimos y máximos registrados son 3 y 10 años respectivamente.

4.2.1.4 Finalmente; al preguntar ¿Cómo afectan o influyen los incentivos turísticos, al amparo de se obtuvo la siguiente comentario adicional:

a. Hay muchos vacíos en esta ley 6990 que no permiten del todo una consolidación en el campo en que me desempeño que es la agencia de turismo receptivo porque no existe una consolidación en mi empresa si hay que comprar vehículos de un min. de 15 pasajeros para obtener una exoneración. Por lo que creo que no es suficiente la Ley 6990.

4.2.2 Hospedaje

4.2.2.1 La cantidad de habitaciones de los 38 hoteles que respondieron al cuestionario, se encuentran en un rango de 6 hasta 328, para un promedio de 55,7 habitaciones.

4.2.2.2 En cuanto a las provincias, se tiene que 14 de los hoteles están ubicados en Alajuela, ocho en San José, 6 en Guanacaste, igual número en Puntarenas, dos en Heredia, uno en Cartago y uno en Limón.

4.2.2.3 Al preguntarles a los hoteleros si la definición propuesta coincidía con el concepto de Plazo de Consolidación propuesto, se obtuvo que 21 sí estuvieran de acuerdo, 13 indicaron que no y los 4 restantes no quisieron dar respuesta a la pregunta.

De la pregunta anterior se obtuvieron los siguientes comentarios:

- a.** Nunca utilizamos los incentivos turísticos para consolidar la empresa, sin embargo un plazo razonable podría ser de 5 a 8 años plazo máximo tiempo que una empresa de hospedaje requiere para comenzar a generar ganancias y realizar sus inversiones.
- b.** En este punto es muy importante que se brinde asistencia en todo sentido al inversionista nacional especialmente al pequeño y mediano, ya que algunas veces se tiene desconocimiento.
- c.** Es muy relativo con el tamaño y la fuente de la inversión que se esté realizando en cada empresa, así por ejemplo una empresa de capital extranjero no debería estar amparada a los incentivos. Deberían dirigirse a PYMES no a grandes hoteles o empresas.
- d.** No se trata si la empresa está consolidada o no; más bien de que el país compite en forma globalizada y existe clara desventaja con otros destinos; el término de consolidación en la industria hotelera es un término "infinito", mientras persistan distorsiones.
- e.** No se liga el plazo de consolidación con la materia de incentivos. La industria hotelera tiene una alta inversión en activos fijos y debe mantenerse en el tiempo actualizada. El otorgamiento o no de incentivos no deviene, necesariamente del período de consolidación.
- f.** La consolidación de una empresa a nuestro entender es cuando el punto alcanzó satisfacer la demanda en tiempo y oferta / (cantidad) adecuada para la operación del establecimiento y satisfacción del cliente.
- g.** El plazo de consolidación en empresas turísticas no tiene, necesariamente que ver con otorgar o no incentivos. Ofrecer incentivos tiene que ver con la decisión país del tipo de producto hotelero que se desea y las distorsiones con otros destinos.
- h.** Si bien es cierto la empresa goza de un incentivo pero este no contribuye a su consolidación, más bien los socios han hecho grandes esfuerzos para mantener la calidad del servicio y así poder atraer al Turismo beneficio que Costa Rica recibe por este esfuerzo.
- i.** El período de consolidación, en el contexto que se indica - ligado a incentivos -, será aquel que permita a la empresa competir en condiciones paralelas en el mercado globalizado y con aquellos destinos que son o pueden llegar a ser su competencia como país.

j. Nuestro hotel solicitó la declaratoria turística y el contrato turístico en 1993, actualmente no contamos con ningún beneficio fiscal, la consolidación de la gestión integral es un concepto ambiguo si se toman en cuenta algunos aspectos como la creciente oferta de hospedaje, renovación de equipos e infraestructura para ser más competitivos, los beneficios fiscales debería mantenerse de forma vitalicia, en aquellos casos en que la utilidad no representa un propulsor real para el crecimiento del comercio.

k. La definición que incluye el término "integral" no permite hacer ninguna delimitación esto podría ser peligroso, por eso no concuerdo con ella. Ahora, en nuestro caso y dados los cambios en la ley, en la práctica fue únicamente el período de construcción.

l. ¿Estos plazos depende mucho del movimiento en que dicha empresa y a veces no se puede definir con exactitud por falta de ingresos o una meta que no se pudo cumplir.

m. El Plazo es indefinido al parecer.

n. El incentivo siempre debe estar presente ya que los hoteles por clima, tiempo, uso, pérdida y demás están permanentemente en proceso de actualización de activos (fijos y operacionales) no porque el hotel no goza de incentivos turísticos.

o. Una vez que un hotel "paga" su inversión inicial, se enfrenta a la renovación de su producto; el producto hotelero es alto en inversión de activo fijo y debe mantenerse en constante renovación: la normal anualmente, equipos cada 4, de infraestructura cada 7 años.

4.2.2.4 Con respecto a los factores que consideraron se deberían de tomar en cuenta para establecer un plazo de consolidación, se seleccionaron como los más importantes; el período de recuperación de la inversión, el monto de la inversión, el punto de equilibrio financiero y el tamaño de la empresa.

Grafico N° 3
Factores más importantes a considerar en el Plazo
de Consolidación de las Agencias de Viajes

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

Los indicadores financieros de rentabilidad y viabilidad (VAN, TIR), la ubicación del establecimiento y los factores externos (tendencias de mercado, económicas) se ubican con una importancia media, ya que una cantidad similar de personas indicaron que son importantes así como que no se deben de tomar en cuenta los factores anteriores para establecer un plazo de consolidación.

Gráfico N° 4
Factores de importancia media a considerar en el Plazo de Consolidación del Hospedaje

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

Los factores que se ubican como menos importantes según las respuestas obtenidas son; las Estrategias de mercadeo (segmento, competencia, producto), la Planificación de la empresa, y la Estructura financiera.

Gráfico N° 5
Factores menos importantes a considerar en el Plazo de Consolidación de del Hospedaje

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

4.2.2.5 Al preguntar cada cuanto es que realizan reinversión en activos, según la experiencia de los encuestados, para el caso de los equipos una persona no dio respuesta y para el resto se obtuvo un valor mínimo de un año y el máximo de diez años, para un promedio de 3,5 años. Pero si se trata de la infraestructura, una persona no contestó, dos de los encuestados indicaron que el plazo para realizar reinversión en activos debía ser mayor a 10 años y para los que indicaron un plazo de 10 años o menos, se obtuvo un promedio de 5,9 años, con un año como mínimo y diez años como el dato máximo, según las respuestas obtenidas.

Cuadro N° 4
Respuesta sobre períodos de Reinversión y Plazo de Consolidación de hospedaje

Hoteles	Reinversión		
	Equipo	Infraestructura	Plazo de Consolidación
No respondieron	1	1	6
Más de 10 años		2	6
10 años o menos			
Promedio	3.5	5.9	6.3
Min	1	1	2

4.2.2.6 En cuanto al plazo de consolidación adecuado, seis personas no dieron respuesta a esta pregunta, otras seis personas indicaron que el plazo adecuado debía ser de más de 10 años. El resto de los encuestados opinaron que debía ser de 10 años o menos, obteniendo un promedio de 6,3 años en donde los valores mínimos y máximos registrados son 2 y 10 años respectivamente.

4.2.2.7 Finalmente; al preguntar ¿Cómo afectan o influyen los incentivos turísticos, al amparo de la Ley 6990 de Incentivos para el Desarrollo Turístico en la determinación del plazo de consolidación?, nueve personas no dieron respuesta, cinco personas indicaron que se trataba de algo negativo, cinco personas indicaron que no les afecta y 19 de los encuestados indicaron que era algo Positivo.

También se registraron los siguientes comentarios adicionales:

a. Debe establecerse un plan de desarrollo y priorizar las áreas en donde se desea incentivar la actividad hotelera y turística, ya que no tiene sentido ofrecer incentivos a empresas en regiones donde ya hay una sobre explotación, con el consiguiente deterioro del entorno y perdida acelerada de atractivo. Si el estado va a dar incentivos que sea dirigido a zonas económicamente deprimidas.

b. Volvemos al punto si mi empresa tuviera un incentivo más completo que beneficiara mas el servicio de Hotelería que brindamos estaríamos mejor, podríamos orientar los recursos que utilizamos para actualizar nuestros activos en promocionar mas a Costa Rica, hacer mas mercadeo donde todos nos beneficiamos.

c. Debido a los lentos trámites para exonerar bienes, es mejor y más rápido realizar compras en lugares libres de impuestos o importarlos directamente. Actualmente la Ley 6990 no genera ningún beneficio significativo. En nuestra empresa hace muchos años que no utilizamos ningún beneficio amparados a la ley en mención o sea no existen incentivos turísticos actualmente.

d. Para tener una consolidación más rápida es necesario que se tenga menos burocracia a la hora de obtener el visto bueno para que le acrediten incentivos, hay que poner más atención a los pequeños y medianos inversionistas especialmente a los nacionales, ya que en algún sentido se tiene desconocimiento de cómo manejar mejor las obligaciones de la Empresa, nosotros los nacionales sentimos que estamos menos incentivados que los extranjeros, por el motivo yo pienso que ellos manejan para su bien otras opciones por eso es que al final los nacionales terminamos vendiendo al extranjero los negocios. También se me ocurre que el ICT, debe tener regionales no solo estar en el Edificio Central señores.

e. En el hotel, no se ha hecho uso de los incentivos, pues no ha sido necesario, sin embargo es importante tomar en consideración que para una empresa que inicia funciones, los incentivos pueden ayudar para que el periodo de consolidación y estabilización se alcance más rápido.

f. Nos interesa saber si existe este tipo de incentivos para ampliación de una sección nueva del Hotel. Ley (6990)

g. El sector turismo no pasa por su momento más atractivo la oferta no es equiparada a la demanda, el ingreso de las grandes cadenas ponen franca desventaja a los hoteles medianos y pequeños, las cargas obrero patronales, el alto costo de los equipos, la necesidad de constante renovación de equipos e infraestructura, entre otros aspectos representan inversiones elevadas y el esfuerzo por mantener los negocios competitivos en relación tarifa-servicio-producto, no conlleva a ganancias elevadas, el negocio es atractivo y es nuestro actual motor económico; por lo tanto debería generar más beneficios a dichos empresarios, permitiendo ofrecer un producto-servicio más razonable con una utilidad atractiva, por lo antes mencionado y otros, es difícil definir con certeza este periodo de consolidación, los incentivos reales de cualquier tipo no deben representar traba alguna para la consolidación del sector, todo lo contrario, y lógicamente deben de estar ligados al tamaño de cada empresa.

h. Lo que sí afecta, como fue en nuestro caso, es la inseguridad jurídica que se vive durante el proceso y después...en nuestro caso hablamos de la Setena (Secretaría Técnica Ambiental), el cambio en las leyes, en especial la Ley 6990, y de otras instituciones gubernamentales, excluido el ICT.

i. Al preguntar también depende del movimiento en dicha empresa por el uso de equipos y el plan de mantenimiento de los equipos en cuestión. Cada empresa es diferente y el movimiento se cambia de temporada a temporada. Esto es un factor que se debe tomar en cuenta también.

j. Es muy evidente que los incentivos los aprovechan los empresarios más fuertes, ya que cuando se solicita una prórroga la niegan por ser una pequeña empresa, todo es burocrático en este país.

k. Debería ser más rápido los procesos para la utilización del incentivo, igual debería abarcar todo tipo de equipo que utilizan los establecimientos, de hecho cuando hemos importado preferimos no pasar por los trámites para obtener el beneficio.

l. Porque los trámites son lentos debido al exceso de requisitos que se solicitan para cumplir estos trámites.

m. Los incentivos se pueden dar, si Costa Rica como país decide que desea tener un producto hotelero que se mantenga como nuevo, vigente y de punta. Una empresa

puede estar consolidada, pero esto no significa que pueda ir al ritmo de renovación necesario y competitivo, si tiene claras desventajas con otros destinos que ofrecen mejores condiciones para el turista.

n. Creemos que la necesidad de incentivos está "amarrada" a otros factores, como los impuestos, facilidades de trámites - plazos, formularios preelaborados, reglas claras y uso de tecnología-; no entramiento interinstitucional; la competitividad a nivel internacional y lo que como país se defina qué se quiere y cómo se quiere ofrecer - destino país caro, accesible, etc.

o. El proceso actual de CONTRATO TURISTICO, se mide el interés y conveniencia para el país para aprobar o improbar un proyecto hotelero. El estudio económico y demás requisitos que se solicitan ofrecen una clara perspectiva cómo dicho proyecto beneficiará al país. Existen diferentes incentivos que serán convenientes mientras internacionalmente existan desventajas.

p. El plazo de consolidación, como una guía o parámetro, puede ser útil; sin embargo, cuando se ha hablado de este plazo, siempre había quedado la alternativa de "renovación". Lo anterior para poder revisar si las condiciones que hicieron que se otorgaban los incentivos, prevalecen o fueron superadas. El producto hotelero es un "hogar", y como tal, necesita atención siempre.

q. Nosotros habíamos empezado el trámite de pedido de exoneración de impuestos para la construcción de nuestro *lodge*. Recibiendo la primera respuesta de parte del ICT con lo que nos pareció tanta burocracia (sistema de reembolso de los impuestos que deben ser pagados, presentar pedido de reembolso, sin saber si este reembolso va a ser aprobado, y eso caso por caso, material por material, mucho manejo de papeles) o temas que pensábamos no tener ninguna relación directa con el dicho pedido, hemos pagado con mucho gusto todos los impuestos.

r. Un plazo de consolidación adecuado sería 25 años; si en ese plazo se mantienen distorsiones con el mercado internacional - por ejemplo barreras arancelarias -; se podría renovar el plazo. Puede existir una condición en el plazo, sea, la existencia de las condiciones distorsionantes que merman competitividad internacional.

4.2.3 Transporte acuático

Seguidamente se presenta un resumen de los resultados obtenidos:

4.2.3.1 Están de acuerdo con el concepto de plazo de consolidación

4.2.3.2 No dieron repuesta con respecto a las variables que influyen en el plazo.

4.2.3.3 De acuerdo con la experiencia de la empresa, las reinversiones embarcaciones se realizan cada 4 años y en infraestructura también cada 4 años.

4.2.3.4 Consideran que los incentivos son negativos por entramamientos burocráticos.

4.2.3.5 Proponen un período de 4 años como un plazo de consolidación adecuado.

a. Hemos pagado con mucho gusto todos los impuestos.

b. Un plazo de consolidación adecuado sería 25 años; si en ese plazo se mantienen distorsiones con el mercado internacional - por ejemplo barreras arancelarias -; se podría renovar el plazo. Puede existir una condición en el plazo, sea, la existencia de las condiciones distorsionantes que merman competitividad internacional.

4.2.4 Renta de Autos

En este caso no se realizaron encuestas generales vía correo electrónico, en vista de la poca respuesta encontrada y se procedió a contactar el mayor número posible de empresas, que han hecho uso de los incentivos, que se encontraban vigentes y que se cuenta con información completa en el expediente.

4.3 ANALISIS COMPARATIVO ENTRE COSTA RICA Y LA COMPETENCIA EN MATERIA DE INCENTIVOS

Con el fin de conocer los incentivos que se ofrecen en cada uno de los países, a continuación se procede a presentar un resumen de las secciones de las leyes, que se consideran de interés para efectos del presente análisis, la información presentada corresponde a Centroamérica con excepción de Guatemala que no tiene ley de incentivos, República Dominicana y México que presenta una situación particular tal y como se expone continuación:

4.3.1 Diferencias en lo referente al tipo empresas que cubren las leyes:

4.3.1.1 Panamá, Nicaragua y Honduras, incluyen dentro de sus actividades el rescate patrimonial y los dos últimos incentivan las empresas de artesanías, asimismo Nicaragua incentiva además las producciones folklóricas.

4.3.1.2 República Dominicana, establece como objeto de su ley, empresas afines a la actividad turística, pero no menciona el alquiler de autos, transporte y agencias, sin embargo incluye, plantas ornamentales, artesanías, constructoras de acueductos, plantas de tratamiento, saneamiento ambiental y tratamiento de basuras además de los campos de golf, zoológicos, actividades de promoción de cruceros, artesanías y acuarios.

4.3.1.3 República Dominicana, Panamá, Nicaragua y Honduras, contemplan los centros de convenciones para toda clase de espectáculos y en el caso de Panamá y Nicaragua, lo amplía con la cobertura a empresas que se dediquen a la filmación de carácter internacional.

4.3.1.4 Panamá posee una ley de incentivos bastante amplia e incluye la actividad residencial y comercial, que se ubiquen en los conjuntos monumentales e históricos.

4.3.1.5 México de acuerdo con la Ley Federal de Turismo, en comparación con las actividades turísticas definidas por Costa Rica, agrega los campamentos y paradores de casas rodantes y empresas con servicios de intercambio turístico. No define las empresas de transporte.

4.3.1.6 Nicaragua incorpora las actividades de micro, pequeñas y medianas empresas y empresas dentro de áreas protegidas.

Cuadro N° 5
Diferencias en lo referente al tipo empresas que cubren las leyes

República Dominicana	México	Panamá	Nicaragua	El Salvador	Honduras
República Dominicana, aparte de las empresas y actividades que Costa Rica, considera además: instalaciones para ferias, festivales, congresos, espectáculos y conciertos, acuarios, campos del golf, artesanías, promoción de cruceros, plantas ornamentales, granjas, empresas de acueductos, plantas de tratamiento, saneamiento ambiental, recogida de basura y desechos sólidos. Cabe indicar que no se hace mención a empresas de ningún tipo de transporte y agencias operadoras.	La Ley Federal de Turismo de este país, agrega en el caso del hospedaje, campamentos y paradores de casas rodantes. Por otra parte, incluye empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos, pero no hace mención a las empresas de transporte de ningún tipo.	Panamá incluye: construcción, rehabilitación, restauración, remodelación y expansión de inmuebles, para uso comercial o residencial que estén dentro de los Conjuntos Monumentales Históricos y de monumentos históricos, zoológicos, ecoturismo, talleres de artesanía y empresas que se dediquen a la producción de filmaciones de carácter internacional.	Nicaragua en su ley establece como parte de las empresas objeto de incentivos a diferencia de Costa Rica: Restauración, ingeniería, diseño y construcción y la preservación histórica, desarrollo de la artesanía, producciones de eventos de música y bailes folklóricos, filmación de películas, pequeñas, medianas y microempresas y de otras relacionadas con la	Básicamente las mismas que Costa Rica, más empresas de información	Honduras considera proyectos de rescate patrimonial y conservación natural, artesanía, centros recreativos y centros de convenciones.

			actividad, que estén dentro de la zona de planeamiento turístico.		
--	--	--	---	--	--

4.3.2 Comparación en lo referente a las veces se puede hacer uso incentivo:

4.3.2.1 Al estudiar este aspecto, se puede comprobar que en casi todos los casos de los países analizados, los incentivos son básicamente para proyectos nuevos y ampliaciones.

4.3.2.2 Nicaragua y Honduras incluyen renovaciones, remodelaciones, o reposición.

4.3.2.3 Panamá no especifica.

Cuadro N° 6
Comparación en lo referente a las veces se puede hacer uso del incentivo

Costa Rica	República Dominicana	Panamá	Nicaragua	El Salvador	Honduras
Solo proyectos nuevos y ampliaciones	Solo para proyectos nuevos, después de la promulgación de la ley	No específica	Proyectos nuevos, ampliaciones y renovaciones sustanciales	Proyectos nuevos y ampliaciones durante un período de 5 años	Proyectos nuevos, ampliaciones, remodelaciones o reposiciones

4.3.3 Comparación de los principales incentivos y sus plazos:

4.3.3.1 Las leyes que presentan mayor apertura de actividades e incentivos especialmente son las de Panamá y Nicaragua.

4.3.3.2 En nuestro país, en cuanto al hospedaje el incentivo se reduce a la exención de impuestos para construcción y equipo y obtención de patente, mientras que los otros

países que tienen incentivos, otorgan beneficios relacionados con los impuestos sobre la renta, bienes inmuebles, el capital y otros.

4.3.3.3 En lo que se refiere al transporte aéreo, los incentivos son similares, siendo Panamá quien ofrece el no pago de impuesto sobre la renta y en República Dominicana, la ley no especifica el tratamiento para este tipo de empresas.

4.3.3.4 Si comparamos el tema de empresas dedicadas al transporte acuático, Costa Rica ofrece la exención de impuestos a bienes indispensables para la construcción, ampliaciones o remodelación de muelles y otros lugares destinados al embarque y desembarque de turistas, no obstante, países como Panamá y Nicaragua, otorgan incentivos adicionales, para actividades pesqueras y de buceo, además Nicaragua exonera de impuestos a los yates de turismo que visiten sus puertos. Pero por otra parte, Honduras y el Salvador ofrecen exoneración de impuestos sobre la renta.

4.3.3.5 Las agencias de viajes receptoras en nuestro país reciben el beneficio fiscal del 95% de los impuestos de importación de vehículos de transporte con capacidad mínima de 15 pasajeros, mientras que República Dominicana, no lo especifica en su ley, en Panamá y Nicaragua son similares, mientras que Honduras y El Salvador, la ley los faculta a este tipo de empresas para que puedan hacer uso de incentivos en el pago de los impuestos sobre la renta.

4.3.3.6 Si se revisa la actividad del arrendamiento de vehículos, se presenta la misma situación anterior.

4.3.3.7 Otra diferencia importante se presenta en el hecho de que todos los países exoneran otras actividades, adicionales a las que Costa Rica, como la actividad gastronómica, artesanías, centros de convenciones, filmaciones, materiales promocionales y otros.

4.3.3.8 Un aspecto importante a resaltar es que República Dominicana, ofrece incentivos al financiamiento nacional y extranjero, para la inversión.

4.3.3.9 En lo que se refiere a los plazos, vemos que Panamá es el país que ofrece un mayor plazo (20 años), seguido por Nicaragua, República Dominicana y Honduras que establecen 10 años, mientras que El Salvador tiene un plazo de 5 años.

Cuadro N° 7
Comparación de los principales incentivos y sus plazos
República Dominicana Ley 158-01

República Dominicana Ley 158-01
a) 100% impuesto sobre la renta.

- b) 100% impuestos Nacionales, municipales, construcción y compras de terreno.
 - c) 100% impuestos de importación y otros.
 - d) No están sujetos de pago de impuestos ni retenciones a los financiamientos internacionales y nacionales, ni los intereses de estos.
 - e) Exención total y absoluta a maquinaria y equipos para lograr calidad del producto.
- La exención es por un período de 10 años y se da un período de 3 años para iniciar la operación.**

Panamá Ley 8

- a) **Servicio de hospedaje:** Exoneración por 20 años de impuestos de importación, contribución, gravamen o derechos, exoneración de impuestos de bienes inmuebles por 20 años, exoneración de impuestos o gravámenes sobre capital, exoneración de impuestos de muellaje y aeropuerto dentro de los terrenos del establecimiento, exoneración de impuesto sobre la renta sobre los intereses de los acreedores de inversiones dedicadas a este rubro.
- b) **Inversiones a los Conjuntos Monumentales Históricos:** Exoneración por 10 años del impuesto de inmuebles sobre el terreno y 30 años por las mejoras, exoneración de impuesto sobre la renta por 5 años, exoneración de impuestos de importación de materiales y equipos.
- c) **Turismo Receptivo:** Exoneración de impuestos de importación, de equipo de transporte terrestre y acuático, repuestos y equipo.
- d) **Transporte:** Exoneración de impuestos de importación de vehículos.
- e) **Restaurantes y centros nocturnos:** Exoneración de impuestos de materiales de construcción y equipo, por 3 años.
- f) **Filmación de películas, actividades artísticas, deportivas o de otra índole transmitidas en el exterior:** Exoneración de pago de impuestos sobre la renta, exoneración de impuestos nacionales, exoneración temporal de impuestos de importación, contribución o gravámenes de equipos, exoneración de impuestos sobre la renta deportistas artistas y exoneración de impuestos de importación de material promocional.
- g) Se exonera de impuestos sobre la renta: **La explotación de naves y aeronaves,**
- h) **Centros de convenciones, parques recreativos, zoológicos, ecoturismo, marinas:** Exoneración de impuestos de introducción de materiales de construcción y equipos, depreciación por 10 años y exoneración de impuestos sobre los bienes inmuebles por un período de 20 años.
- i) **Zonas con potencial turístico pero que no cuenta con infraestructura básica para el desarrollo:** Exoneración de impuestos sobre bienes inmuebles por 20 años, exoneración del impuesto sobre la renta por 15 años, exoneración del impuesto de importación de materiales de construcción y equipo por 20 años, exoneración de impuesto sobre la renta sobre los intereses de los acreedores de inversiones dedicadas a este rubro y exoneración de impuestos o gravámenes sobre capital, exoneración de impuestos de muellaje y aeropuerto dentro de los terrenos del establecimiento.
- j) **Para empresas fuera del área metropolitana:** Existe la opción de obtener certificados de empleos de turismo, los cuales pueden ser utilizados para el pago del impuesto sobre la renta, por un período de 3 años.
- k) Para propiciar la inversión y financiamiento fuera del área metropolitana, podrán emitir instrumentos nominativos de inversión turística por un período de 10 años y serán tomados en un 50% para deducción del impuesto sobre la renta de las sumas invertidas.
- l) Exoneración de cualquier clase de impuesto por concepto de arribo de yates de turismo que visitan puertos de Panamá.

Nicaragua

Nicaragua

a) Servicios de la industria hotelera: Exoneración de derechos e impuestos de importación y del impuesto general al valor (I.G.V) en la compra local de los materiales de construcción y de accesorios fijos de la edificación, exoneración de derechos e impuestos de importación y/o del Impuesto General al Valor (I.G.V) en la compra local de enseres, muebles equipos, naves, vehículos automotores de doce (12) pasajeros o más, y de carga, exoneración del Impuesto sobre Bienes Inmuebles (I.B.I), por el término de diez (10) años, exoneración del Impuesto General al Valor (I.G.V) aplicables a los servicios de diseño/ingeniería y construcción, exoneración parcial del ochenta por ciento (80%) del Impuesto sobre la Renta, por el término de diez (10) años.

b) Dentro del período concedido para las exoneraciones, si la empresa decide hacer una ampliación y/o renovación sustancial del proyecto, el período de exoneración se extenderá por otros diez (10) años.

c) Para estas empresas que invierten en instalaciones turísticas que cumplan con los criterios y normas especiales dictados bajo el Programa auspiciado por el INTUR para fomentar e impulsar la creación de una red nacional de “Paradores de Nicaragua”, se les otorgarán gratuitamente incentivos específicos de promoción y mercadeo.

d) Para los fines del cómputo de depreciación sobre los bienes, se procederá de conformidad con la Ley de Justicia Tributaria y Comercial y su Reglamento.

e) Proyectos situados en las Áreas Protegidas del SINAP designadas como Monumentos Nacionales e Históricos, Parques Nacionales, Otras Áreas Protegidas de Interés Turístico, y en Sitios Públicos de Interés Turístico y Cultural, y en la restauración de propiedades privadas que forman parte de los Conjuntos de Preservación Histórica: Exoneración del Impuesto Sobre Bienes Inmuebles (I.B.I) por el término de diez (10) años, exoneración del Impuesto Sobre la Renta de las utilidades, exoneración por una sola vez de los derechos e impuestos de importación y del Impuesto General al Valor (I.G.V) en la compra local de materiales, equipos y repuestos que se utilicen para construcción, restauración y equipamiento de la propiedad, exoneración del Impuesto General al Valor (I.G.V) aplicable a los servicios de diseño/ingeniería y construcción.

f) Empresas de Transporte Aéreo: Exoneración de derechos e impuestos a la importación y/o del Impuesto General al Valor (I.G.V), en la compra local de equipos de aviación; materiales y equipos de informática y telecomunicación; y otros equipos relacionados directamente a la aviación y a los servicios proporcionados a los pasajeros, material promocional, publicitario y papelería del uso exclusivo de la empresa de transporte aéreo, equipos necesarios para la atención de los servicios de rampa, combustible de aviación de cualquier clase.

g) Actividades del Transporte Acuático: Exoneración de derechos e impuestos a la importación, o del Impuesto General al Valor (I.G.V) en la compra local de embarcaciones nuevas de más de doce (12) plazas, y de accesorios nuevos que se utilizan para el transporte marítimo colectivo de pasajeros, exoneración de derechos e impuestos, excepto el I.G.V para la importación de hidronaves, lanchas recreativas para fines turísticos, yates, veleros, lanchas de pesca, aperos de pesca y embarcaciones no motorizadas u otros accesorios recreativos (tales como planchas de surf y vela, eskis, equipos de buceo, etcétera) utilizados para el deporte acuático, exoneración de tasas, impuestos y servicios, en concepto de arribo y fondeo para los yates de turismo que visiten los puertos de Nicaragua, cuya estadía no exceda de noventa (90) días.

h) Empresas que se dediquen a operar Turismo Interno y Receptivo (Agencias de viaje), (Tours Operadores) y Transporte Colectivo Turístico-Terrestre entre aeropuertos, muelles, hoteles y otros destinos turístico en la República de Nicaragua: Exoneración de los derechos e impuestos de importación y del Impuesto General al Valor (I.G.V) de vehículos nuevos o usados en perfecto estado mecánico como buses, microbuses de doce (12) pasajeros o más; de vehículos nuevos de doble tracción y de más de seis (6) pasajeros, exoneración de derechos e impuestos a la importación y del Impuesto General al Valor (I.G.V), en la adquisición de equipos de informática y sus accesorios, exoneración de derechos e impuestos a la importación y del Impuesto General al Valor (I.G.V) en la adquisición de armas de fuego para cacería, municiones y avíos para la pesca deportiva.

i) Empresas que se dediquen a Servicios de Alimentos, Bebidas, y Diversiones en Restaurantes,

bares, mesones gastronómicos, discotecas y clubes nocturnos: Exoneración de derechos de impuestos de importación y/o del Impuesto General al Valor (I.G.V) en la compra local de los materiales de construcción y de accesorios fijos de la edificación, exoneración de derechos e impuestos de importación y/o del Impuesto General al Valor (I.G.V) en la compra local de enseres, muebles, equipos, lanchas y/o vehículos automotores de doce (12) pasajeros o más, nuevos o usados en perfecto estado mecánico y de carga, exoneración del Impuesto Sobre Bienes Inmuebles (I.B.I), por el término de diez (10) años, exoneración del Impuesto General al Valor (I.G.V) de los servicios de diseño/ ingeniería y de construcción.

El Salvador Decreto 899

- a)** Exención del impuesto sobre transferencia de bienes raíces que afecte la adquisición del inmueble o inmuebles que serán destinados al proyecto por un período de 5 años.
- b)** Exención de los derechos e impuestos, incluyendo el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, en la importación de sus bienes, equipos y accesorios, maquinaria, vehículos, aeronaves o embarcaciones para cabotaje y los materiales de construcción para las edificaciones del proyecto, por un período de 5 años.
- c)** Exención del pago del Impuesto Sobre la Renta por el período de 10 años, contados a partir del inicio de operaciones.
- d)** Exención parcial de los impuestos municipales por el período de 5 años, contados a partir del inicio de operaciones, relativas a las actividades turísticas hasta por un 50% de su valor.

Honduras

- a)** Exoneración del pago de Impuesto Sobre la Renta por diez (10) años a partir del inicio de operaciones. Este incentivo será otorgado exclusivamente a proyectos nuevos., entendiéndose como tales, aquellos establecimientos turísticos que inicien operaciones por primera vez y que no impliquen ampliación, remodelación, cambio de dueño, cambio de nombre, razón o denominación social o cualquier otra situación similar;
- b)** Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación de los bienes y equipos nuevos necesarios para la construcción e inicio de operaciones de los proyectos enmarcados en las actividades enumeradas en el Artículo 8 de esta Ley.
- c)** Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación de todo material impreso para promoción o publicidad de los proyectos o del país como destino turístico;
- d)** Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación para la reposición por deterioro de los bienes y equipos, durante un período de diez (10) años, previa comprobación.
- e)** Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación de vehículos automotores nuevos, como: Bus, pick-up, panel, camión y los que adquieran las arrendadoras de vehículos automotores.
- f)** Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación de aeronaves o embarcaciones nuevas y usadas, para el transporte aéreo, marítimo y fluvial, siempre que reúnan los requisitos de seguridad, comodidad y calidad.
- g)** Los comerciantes individuales o sociales establecidos o existentes cuyo giro se encuentre en el marco de las actividades turísticas, podrán gozar de los beneficios contenidos en el punto anterior numerales b), c), d), e), e) de la presente Ley.
- h)** Por excepción, se exonerará del pago de impuestos de bienes inmuebles Municipal para proyectos

de rescate patrimonial y de conservación natural.

México

- La Ley Federal de Turismo no prevé incentivos fiscales.
- Esta Ley establece como medio de incentivo la creación de FONATUR, ente que a través de sus políticas de financiamiento y funciones como inmobiliaria, llevan a cabo las actividades que consideran necesarias para fomentar el desarrollo de la oferta.

Guatemala

- No tiene ley de incentivos, pero tiene un sistema de impuestos que les permite realizar un crédito fiscal por las compras de la construcción.
- Se está gestionando en el Congreso un Proyecto de Ley.

4.3.4 Comparación de trámites, principales controles y sanciones, indicados en la ley.

4.3.4.1 República Dominicana y Panamá establecen 60 días para dar respuesta.

4.3.4.2 Siendo Panamá uno de los países con una de las leyes más abiertas, solicita, la contratación de personal panameño y garantía de cumplimiento.

4.3.4.3 Todos los países trabajan el control de los incentivos, ministerios de turismo, conjuntamente con los homólogos del Ministerio de Hacienda nuestro y las empresas son sometidas a las inspecciones e inspección de estos.

Cuadro N° 8

Comparación de trámites, y principales controles y sanciones, indicados en la ley

República Dominicana

- a)** La aplicación de la ley corresponde al Consejo de Fomento Turístico, presidida por el Secretario de Estado de Turismo, quienes aprueban los proyectos que se presenten y tienen un plazo que no excederá a los 60 días.
- b)** Este órgano será responsable de que ningún proyecto se desarrolle en áreas protegidas.
- c)** La Secretario de Estado de Turismo velará por el cumplimiento de la ley de acuerdo con los informes de los inspectores.
- d)** La violación a la ley implica la pérdida de los incentivos y devolución de los incentivos recibidos.
- e)** Los requisitos que se solicitan son: Estudio de Impacto Ambiental y un anteproyecto arquitectónico.
- f)** Plan de contingencia para manejo de combustibles.
- g)** Garantía bancaria para recuperar gastos por daños al ambiente.
- h)** La falta de calidad y cantidad de servicios señalada durante el período de exención puede implicar la pérdida de los incentivos.

Panamá

- a)** Las empresas o personas deberán inscribirse en el Registro Nacional de Turismo, mediante la presentación de un formulario y un estudio de factibilidad, planos y estudios técnicos que el proyecto requiera.
- b)** El Instituto Panameño de Turismo deberá aprobar el proyecto, en un plazo no mayor de 60 días calendario, y extenderá el certificado de inscripción en el registro, lo cual acredita al interesado para hacer uso de los incentivos.
- c)** Las empresas se obligan a iniciar la construcción en un plazo de seis y la operación en un plazo que no excederá los tres años.
- d)** Los bienes exonerados podrán ser inspeccionados por personeros del Instituto y Hacienda.
- e)** Deben de presentar una garantía de cumplimiento por un 1% de la inversión.
- f)** Contratar y capacitar personal panameño.

Nicaragua

- a)** Las empresas interesadas se deben inscribir en el Registro de Turismo.
- b)** Se deberán presentar los documentos que el Intur y otras oficinas interesadas consideren necesarios, tales como planos, documentos de compra e información económica.

--

El Salvador
1) Las empresas o personas deberán inscribirse en el Registro de Turismo, administrado y controlado por Corsatur. 2) Los solicitantes deberán presentar toda la información y documentos que les soliciten, de acuerdo con los reglamentos. 3) Una vez que obtienen la inscripción, deberán presentar modificaciones o cambios, usar los incentivos de acuerdo con lo aprobado, permitir las inspecciones de la Secretaría de Estado y de Hacienda. 4) De no cumplir con lo estipulado se someterá la empresa al régimen de sanciones.

Honduras
a) Los trámites son similares a los de Costa Rica en cuanto a la presentación de documentos, los cuales serán aprobados por la Secretaría del Estado en el Despacho de Turismo y los incentivos se solicitan a la Secretaría del Estado, despacho de Finanzas. b) De no cumplir con lo otorgado, se puede perder el derecho de acogerse nuevamente a los incentivos y el cierre aparte de lo estipulado en el código tributario.

4.3.5 Cargas tributarias en Centroamérica, México y Centroamérica

4.3.5.1 México presenta una situación interesante en cuanto a que no cuenta con incentivos fiscales, tiene los impuestos aeroportuarios más altos, un impuesto al hospedaje bajo, pero un impuesto de ventas del 15% y sobre los activos un impuesto del 1.8%.

4.3.5.2 Dominicana tiene el impuesto sobre las ventas más alto, (16%) dentro de los países analizados, mientras que el impuesto al hospedaje es bajo, tiene incentivos por impuestos de renta e inmuebles.

4.3.5.3 Panamá otorga beneficios de exoneración, los impuestos de salida son los más bajos, junto con el impuesto de ventas, mientras que el hospedaje es del 10%.

4.3.5.4 Costa Rica aunque el impuesto de hospedaje y los aeroportuarios están dentro de los más bajos, no ofrece como incentivo el impuesto de renta y de capital.

4.3.5.5 Siendo Nicaragua uno de los países que tiene mayores beneficios, no es la misma situación en cuanto a los impuestos aeroportuarios, hospedaje y ventas.

4.3.5.6 Honduras y El Salvador, indican situaciones similares, sus impuestos aeroportuarios, hospedaje y ventas.

Cuadro N° 9
Cargas tributarias en Centroamérica, México y Centroamérica

País	Impuestos de Salida	Impuestos de Hospedaje	Impuestos sobre la renta	Impuestos de venta	Impuestos Bienes Inmuebles	Impuestos Sobre el activos
México	\$42.06	3%	35%	15%	2%	1.8
Rep. Dominicana	\$30.00	3%	Exonera	16%	Exonera	N.A tienen
Guatemala	\$33.00	11%	36%	12%	2% al 9%	
Honduras	\$32.00	4%	Exonera	12%	Exonera proyectos de conservación patrimonial y natural	1.25%
El Salvador	\$42.00	5%	Exonera	13%	Exonera	N.R
Nicaragua (1)	\$39.00	15%	Exoneración parcial	15%	Exonera	N.A
Costa Rica (2)	\$26.00	3%	30%	13%	1.5%	N.A
Panamá	\$25.00	10%	Exonera	5%	Exonera	N.A
Belice	\$36.00	7%	N.R.	N.R.	N.R.	N.R

Fuente: Consulados y Embajadas, Ministerios de Turismo y Hacienda

4.4 Resultado del análisis de expedientes

Como parte integral del Estudio de Consolidación se determinó la necesidad de analizar los expedientes de empresas en operación y proyectos que ostentan el Contrato Turístico, con el objetivo tal y como antes se mencionó, de poder comparar los resultados de las variables apuntadas por los expertos y empresarios como posibles índices de medición del plazo de consolidación, con la información que se obtenga de las proyecciones presentadas por las empresas, para obtener el contrato, mediante el análisis de algunos de los indicadores financieros, que inciden en la viabilidad y rentabilidad de éstos, tomándose como base de información los estados financieros proyectados en los estudios de factibilidad y económicos presentados por las empresas que brindan sus servicios en la actividad de hospedaje, Agencias de Viajes Receptivas, Marinas, Transporte Acuático y Renta de Autos.

4.4.1 Muestra utilizada

Con la asesoría del Proceso de Administración de la Información se estableció que para el análisis de la información de los Estudios Financieros y Económicos era necesario el determinar la muestra, sobre la población de las empresas de hospedaje y agencias de viajes en operación, que obtuvieron el Contrato Turístico y a las cuales no se les haya sido cancelado.

El método estadístico aleatorio aplicado para determinar la muestra de expedientes a utilizar en el muestreo de los hoteles y agencias de viajes, es el siguiente:

$$n = \frac{(z_{\alpha/2})^2 * p * q}{d^2}$$

Nivel de significancia = **5** %
($\alpha = 0,05$)

Nivel de confianza = **95,00** %

$z_{\alpha/2} = 1,96$

$p = \frac{50}{100}$ % ($0,5$)
 $q = \frac{50}{100}$ % ($0,5$)

Precisión (d) = **7** % ($0,07$)
(Error máximo permisible)

$n_0 = 195,99$

Si se conoce
 $N = \mathbf{587}$

Corrección por finitud

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

n = 146,93

Una vez aplicada la fórmula del Muestreo Irrestricto Aleatoria (MIA), con un nivel de confianza del 95 % y con un error máximo permisible del 7% (precisión), asumiéndose varianza máxima, el tamaño de muestra estimado es de 147 aumentándose la muestra a 150 expedientes.

Se utilizó la misma distribución de la Población (587), para distribuir la muestra de los 150 expedientes, en donde 48 corresponden a las Agencias de Viajes (31,9% de la muestra seleccionada) y 102 a empresas de Hospedaje. En el caso de las marinas, transporte acuático y renta de autos se tomó la decisión de tomar toda la población de empresas en operación y con contrato vigente.

Cuadro N° 10 Distribución de los Expedientes

	N	%	N
Total	623	100	172
Agencias de Viajes	187	30.0	48
Hospedaje	400	64,2	102
Transp. Acuático	15	2,4	12
Renta de Autos	21	3,4	3,4

Tomándose en cuenta la localización de las empresas de hospedaje, la distribución de los expedientes, se conforma de la siguiente forma:

Cuadro N°11
Distribución de los Expedientes Hospedaje, según Provincia

	N	N	N/n	%
Total	400	102	3,9 %	25,5
Alajuela	57	15	3,8	26,3
Cartago	4	4	1	100
Guanacaste	94	20	4,7	21,3
Heredia	28	10	2,8	35,7
Limón	23	8	2,9	34,8
Puntarenas	100	20	5,0	20,0
San José	94	25	3,8	25,6

La muestra de las 102 empresas de hospedaje seleccionadas, representa el 25,5% del total de la población existente. Al contemplar la distribución por provincia, se obtiene que en Cartago, se utilizó el 100% (4/4) de su oferta de hospedaje, seguida por Heredia y Limón con un 35,7% y 34,8%; Guanacaste con un 21,3% (20/94); San José con un 25,6% (25/94); Alajuela con un 26,3% (15/57); y Puntarenas con el 20% (20/100).

En cuanto a la selección de la muestra de agencias de viajes, ésta se conforma de la siguiente manera:

Cuadro N° 12
Distribución de los Expedientes Agencia de Viajes, según Provincia

	N	N	N/n	%
--	---	---	-----	---

Total	187	48	3,9	25,7
Alajuela	12	6	2,0	50,00
Cartago	2	2	1	100
Guanacaste	3	3	1	100
Heredia	7	7	1	100
Limón	2	2	1	100
Puntarenas	10	8	1	80,0
San José	151	20	7,6	13,2

La actividad de agencias de viajes receptoras, se encuentra representada por 48 expedientes (25,67% de la población), distribuidos en las siete provincias. Tal como se aprecia en el cuadro N°12 en Cartago, Guanacaste, Heredia y Limón se analizó el 100% de su población, en Puntarenas el 80%; Alajuela el 50% (6/12) y San José con un 13,2% (20/151).

De la muestra de 102 expedientes de empresas de hospedaje seleccionada, se obtuvo la información para su análisis en 94 de ellos (92,16%), en los restantes 8 expedientes (7,84%) no se obtuvo los datos necesarios para su análisis, debido especialmente a que se presentaba únicamente los estados financieros reales de los últimos dos períodos fiscales, lo que no permitía el determinar indicadores de viabilidad y rentabilidad de la inversión en el tiempo. En otros casos, las proyecciones de los estados financieros se realizaron por un plazo corto en relación al período de recuperación de la inversión.

Cuadro N° 13
Distribución de los Expedientes Transporte Acuático, según Unidad de Planeamiento

	Población en Estudio	Cobertura	%
Total	15	12	
U. T. Puntarenas e Islas	6	6	100,00
U. T. Pacífico Sur	2	1	50,00
U. T. Caribe Norte	1	1	100,00
U. T. Guanacaste Sur	3	2	67,67
U. T. Llanuras del Norte	1	1	100,00
U. T. Pacífico Medio	2	1	50,00

La cobertura de la actividad de transporte acuático, se encuentra representada por 12 empresas (80% de la población), distribuidos en seis Unidades de Planeamiento. Tal como se aprecia en el cuadro 1, Puntarenas e Islas se encuentra representada por 6 empresas, obteniéndose una cobertura del 100%, de igual forma se obtiene en Caribe Norte y Llanuras del Norte, cada una de ellas con una (1) empresa, mientras que en el Pacífico Sur y Pacífico Medio se registra una cobertura del 50%, debido al análisis de una de las dos compañías que brindan el servicio en estas unidades de planeamiento; en Guanacaste Sur, se obtiene una cobertura del 67,67% (2/3).

Las empresas de renta de autos, no se distribuyen por las unidades de planeamiento ya que la mayoría de ellas tienen su centro de operaciones principal, en San José y Alajuela por su cercanía con el Aeropuerto y dependiendo de su estrategia, tienen sus sucursales en diferentes unidades de planeamiento turístico, se analizaron el 50% de los expedientes (10 de 21 empresas que contenían información completa).

Cabe anotar que para las actividades de Renta de Autos y Transporte Acuático, no se uso en el muestro aleatorio, sino que se utilizó toda la población disponible.

Gráfico N° 6 **Tamaño de muestra establecida vs muestra efectiva**

Ver gráfico en el Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

Las empresas de hospedaje a las cuales no fue posible realizar el estudio, son las siguientes:

- ü Hotel Turire
- ü Cabinas Villas Huetares
- ü Hotel Puerto Soley
- ü Hotel Casa Alberta
- ü Hotel Yadrán
- ü Hotel Ambassador
- ü Hotel San José Palacio; y
- ü Hotel Presidente

Asimismo, se analizaron 46 expedientes (95,83%) de los 48 seleccionados en la muestra de la actividad de agencia de viajes receptiva. Los restantes 2 expedientes (4,17%) no se obtuvo la información, lo anterior, se debe a que para el trámite del contrato turístico se presentan estados financieros reales de los dos últimos períodos fiscales, o bien las proyecciones son a un corto tiempo, no permitiendo el análisis de los indicadores financieros por el período de recuperación de la inversión.

Estas agencias son:

- Entreviajes; y
- Agencia de Viajes Tierra Aventura

Por lo tanto, la muestra “efectiva” de expedientes analizados asciende a 140, distribuidas en 94 empresas de hospedaje y 46 agencias de viajes receptoras, que en términos de participación de la muestra, se encuentra representado en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 7 Distribución de la Muestra

Ver gráfico en el Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

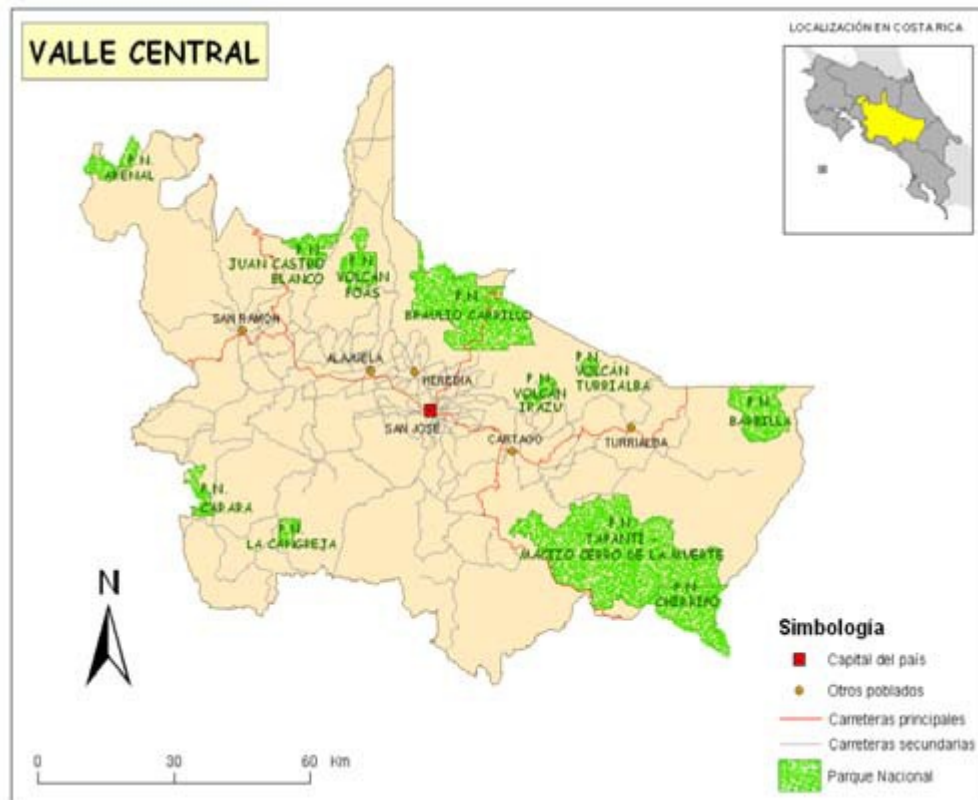
Para el ingreso de la información obtenida, esta se registra según la localización del establecimiento, en concordancia al espacio turístico de las 10 Unidades de Planeamiento Turístico, en que se distribuye el País, según lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible 2005-2012. Las Unidades de Planeamiento Turístico son las siguientes:

Delimitación de Unidades de Planeamiento Turístico de Costa Rica



UNIDAD TURÍSTICA VALLE CENTRAL

El Valle Central es la unidad de planeamiento de mayor tamaño, reúne una gran cantidad y diversidad de atractivos. Una planta turística altamente desarrollada y una infraestructura de acceso a los principales atractivos. Tiene además un amplio potencial para el turismo de: negocios, salud, incentivos y de convenciones.



Ubicación:

Abarca un extenso territorio que se extiende, al Oeste desde la ciudad de San Ramón hasta Turrialba al Este y desde el Volcán Poás al Norte, hasta la Zona de los Santos al Sur. El Centro Turístico principal es la ciudad de San José y las ciudades de Alajuela, Cartago y Heredia funcionan como centros secundarios.

Productos y actividades:

Entre los principales productos turísticos identificados en la unidad turística, tenemos aquellos que tiene relevancia para los segmentos de naturaleza; aventura, negocios, incentivos, convenciones, descanso, salud y rural.

Sobresalen las actividades de caminatas por senderos de reservas privadas y parques nacionales; deslizamiento por los rápidos, desplazamiento entre las copas de los

Cruz. Abarca el sector continental de los cantones de La Cruz, Liberia, Carrillo, Bagaces y Cañas- Abangares. El sector Sur-Oeste de Tilarán, el cantón de Santa Cruz hasta el límite con el Río Verde y siguiendo hacia la confluencia con la Quebrada Danta. En el cantón de Nicoya su límite comprende la Fila de Cal llegando hasta el Estero Letras.

Productos y actividades:

El principal producto turístico está referenciado a los segmentos de playa, mar y sol asociado a naturaleza, además de deportes acuáticos, pesca deportiva, aventura, luna de miel y descanso.

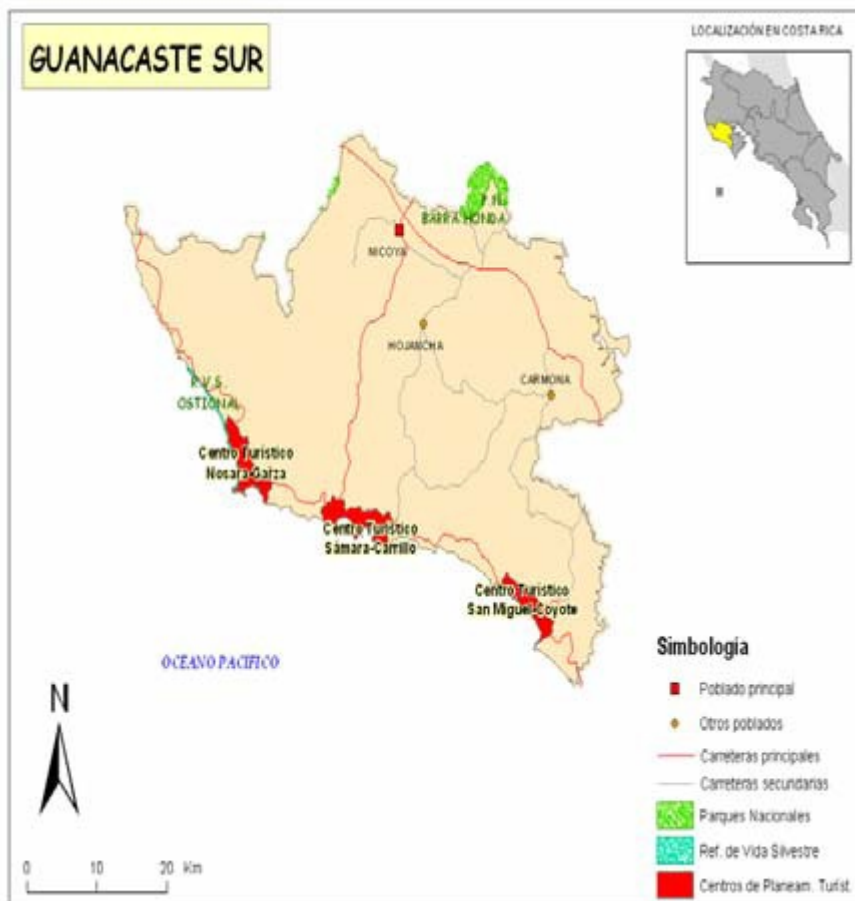
Las actividades que se pueden realizar en la unidad están senderismo, observación de flora y fauna, natación, surfing, kayakismo, buceo, snorkel, buceo con tanque de aire comprimido, visita de áreas silvestres protegidas tanto privadas como estatales, deslizamiento por la copa de los árboles, pesca de marlin, pez vela y pez gallo entre otros, paseos en cuatriciclo, paseos en moto acuática, y paseos a caballo.

Centros de desarrollo:

El proceso de planificación ha identificado 3 centros de desarrollo turístico:

1. Santa Elena - Santa Cecilia.
2. Liberia - Papagayo
3. Huacas - Tamarindo

UNIDAD TURISTICA GUANACASTE SUR



Guanacaste Sur comprende buena parte de la provincia de Guanacaste. Los cantones incluidos son: Santa Cruz, Hojancha, Nandayure y Nicoya.

Ubicación:

Esta Unidad comprende el litoral Suroeste de la Península de Nicoya, limitando al Norte con Punta Cerritos y al Sur con la desembocadura del Río Bongo, con una longitud aproximada de 110 kilómetros. En el sector continental, se incluyen las ciudades de Nicoya, Hojancha, Carmona y los cerros aledaños, incluyendo parte del Parque Nacional Barra Honda.

Productos y actividades:

Los principales productos turísticos de la unidad son aquellos que tiene relevancia para los segmentos de segmentos de playa, mar y sol, complementado con naturaleza, además de los deportes acuáticos, pesca deportiva, aventura, luna de miel y descanso.

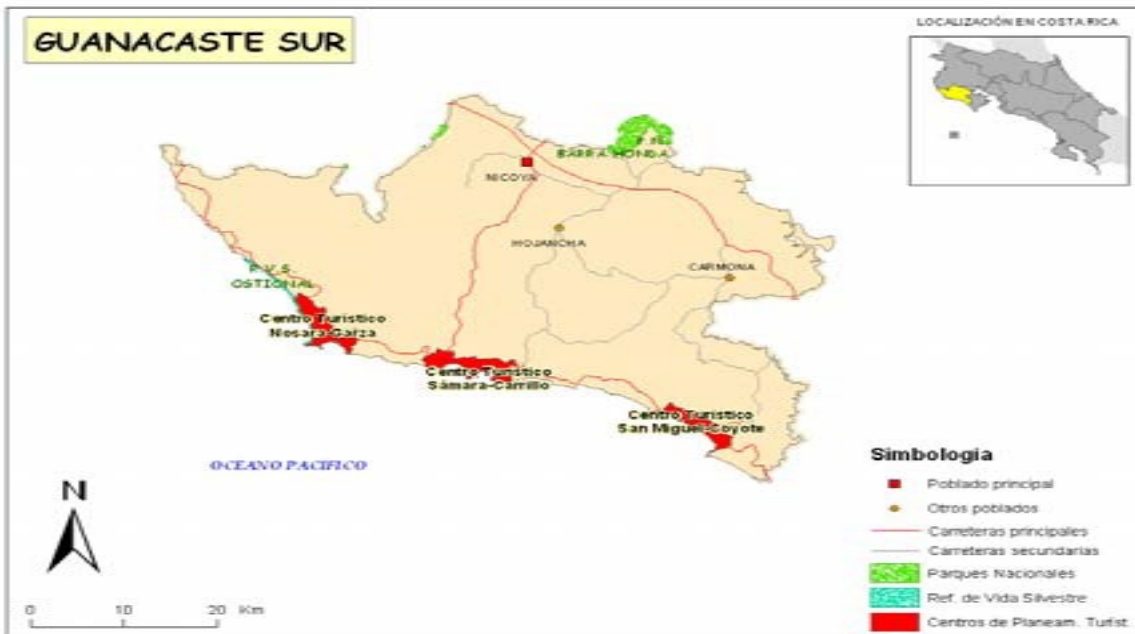
Las actividades que se pueden realizar en la unidad son observación de arribada de tortugas marinas, senderismo, observación de flora y fauna, natación, surfing, kayakismo, buceo, snorkel, buceo con tanque de aire comprimido, visita de áreas silvestres protegidas tanto privadas como estatales, deslizamiento por la copa de los árboles, pesca de marlin, pez vela y pez gallo entre otros, paseos en cuatriciclo, paseos en moto acuática, y paseos a caballo.

Centros de desarrollo:

Los centros de desarrollo turístico identificados son:

1. Nosara-Garza
2. Sámara-Carrillo
3. San Miguel-Coyote

UNIDAD PUNTARENAS E ISLAS DEL GOLFO



Puntarenas e Islas del Golfo comprende todos los distritos del cantón de Montes de Oro, Esparza y Puntarenas exceptuando el distrito de Monteverde. El límite Sur de la Unidad lo constituye la desembocadura del Río Grande de Tárcoles.

Ubicación:

Esta Unidad comprende dos sectores del litoral del Golfo de Nicoya y las Islas Chira, Refugio de Vida Silvestre San Lucas, Bejuco, Venado, Caballo, Muertos, Cedros, Negritos, Zopilote, Tolinga y Jesucita.

Productos y actividades:

Los productos principales son aquellos que tiene relevancia para los segmentos de playa mar y sol; naturaleza, aventura, pesca deportiva y deportes acuáticos.

Sobresalen las siguientes actividades disfrute de playa, mar y sol, observación de aves, observación de flora y fauna, caminatas cortas, pesca de fauna pelágica y canotaje, natación, surfing, kayakismo, buceo, snorkel, buceo con tanque de aire comprimido, visita de áreas silvestres protegidas tanto privadas como estatales, deslizamiento por la copa de los árboles, paseos en cuadraciclo, paseos en moto acuática, y paseos a caballo.

Centros de desarrollo:

Se han identificado tres centros de desarrollo turístico sostenible:

1. Santa Teresa-Ario
2. Montezuma-Tambor
3. San Lucas-Puntarenas

UNIDAD TURISTICA PACIFICO MEDIO

Aspectos generales:

La Unidad Turística Pacífico Central comprende los cantones de Garabito, Parrita, Aguirre con una población de 38,671 habitantes en toda la Unidad. En general, se trata de una zona heterogénea en condiciones sociales y de condiciones medias en temas de infraestructura turística tales como vías de acceso, puentes y comunicaciones.

Ubicación:

En el frente costero se extiende desde la desembocadura del Río Grande de Tárcoles y hasta la boca del Río Barú. Combina playas longitudinales y de mar abierto con pequeñas bahías y una extensión de más de 130 kilómetros. Hacia el continente incluye las Montañas de Carara, la fila Chonta y la cuenca media y baja de los Ríos Tusubres, Parrita, Naranjo y Savegre.

Los principales productos son aquellos que tienen relevancia para los segmentos de sol y playa, naturaleza, aventura, luna de miel, descanso, deportes acuáticos y comunidades rurales. Sobresalen las actividades tales como senderismo, observación de flora y fauna, toma de fotografías, actividades productivas en fincas, natación, surfing, kayakismo, buceo, snorkel, buceo con tanque de aire comprimido, visita de

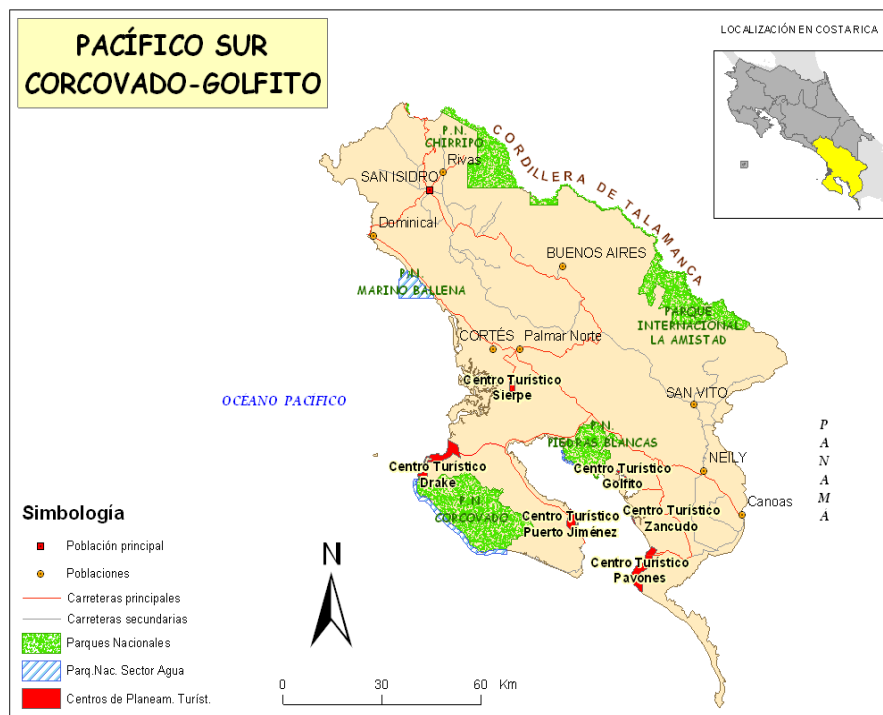
áreas silvestres protegidas tanto privadas como estatales, deslizamiento por la copa de los árboles, pesca de marlin, pez vela, pez gallo y dorado entre otros, paseos en cuatriciclo, paseos en moto acuática, y paseos a caballo.

Centros de desarrollo:

Se estructura en cuatro centros de desarrollo turístico:

1. Punta Leona-Herradura
2. Jaco-Hermosa
3. Quepos-Silencio-Londres
4. Matapalo-Barú.

UNIDAD TURISTICA PACIFICO SUR



Aspectos generales:

La Unidad Turística comprende el sector Sur de la provincia de Puntarenas y San José. Los cantones incluidos son: Golfito, Corredores, Osa, Buenos Aires, Coto Brus y Pérez Zeledón.

Ubicación:

En el frente costero se extiende desde la desembocadura del Río Barú y hasta Punta Burica y el no costero hasta las estribaciones de la Cordillera de Talamanca.

Productos y actividades:

Los principales productos turísticos ubicados en la zona son aquellos que tiene relevancia para los segmentos de sol y playa, naturaleza, aventura, deportes acuáticos, arqueología, comunidades rurales y comunidades indígenas.

Sobresalen las siguientes actividades disfrute de la playa, senderismo, observación de mamíferos marinos, observación de arribada de tortugas marinas, observación de flora y fauna, senderismo, pesca de marlin, pez vela, pez gallo y dorado entre otros, natación, buceo, snorkel, buceo con tanque de aire comprimido, kayakismo y surfing, deslizamiento por la copa de los árboles, paseos a caballo, toma de fotografías, actividades productivas en fincas, observación de esferas precolombinas, visita a áreas silvestres protegidas tanto privadas como estatales.

Centros de desarrollo:

Los centros de desarrollo turístico identificados son:

1. Dominical- Uvita; Chirripó
2. Sierpe-Drake
3. Puerto Jiménez-Golfito
4. Zancudo-Pavones
5. San Vito.

UNIDAD TURISTICA CARIBE NORTE



Ubicación:

Se extiende desde la desembocadura del Río San Juan por el Norte y hasta la boca del Río Banano al Sur en el frente costero. Integra la ciudad de Limón, Matina, Guápiles, Guácimo, y Siquirres.

Productos y actividades:

Los principales productos aquellos que tiene relevancia para los segmentos de: naturaleza; playa- mar y sol; aventura, deportes acuáticos y cultura.

Destacan las siguientes actividades canotaje, natación, kayaking y fotografía, observación de flora y fauna, estudio – investigación, disfrute de la playa, mar y sol caminatas por la playa, pesca deportiva en el mar y canales de sábalo, picudo, róbalo y wahoo entre otros, tour de ciudad y paseo del mar, observación de arribada de tortugas marinas y vivencia de expresiones multiétnicas.

Centros de desarrollo:

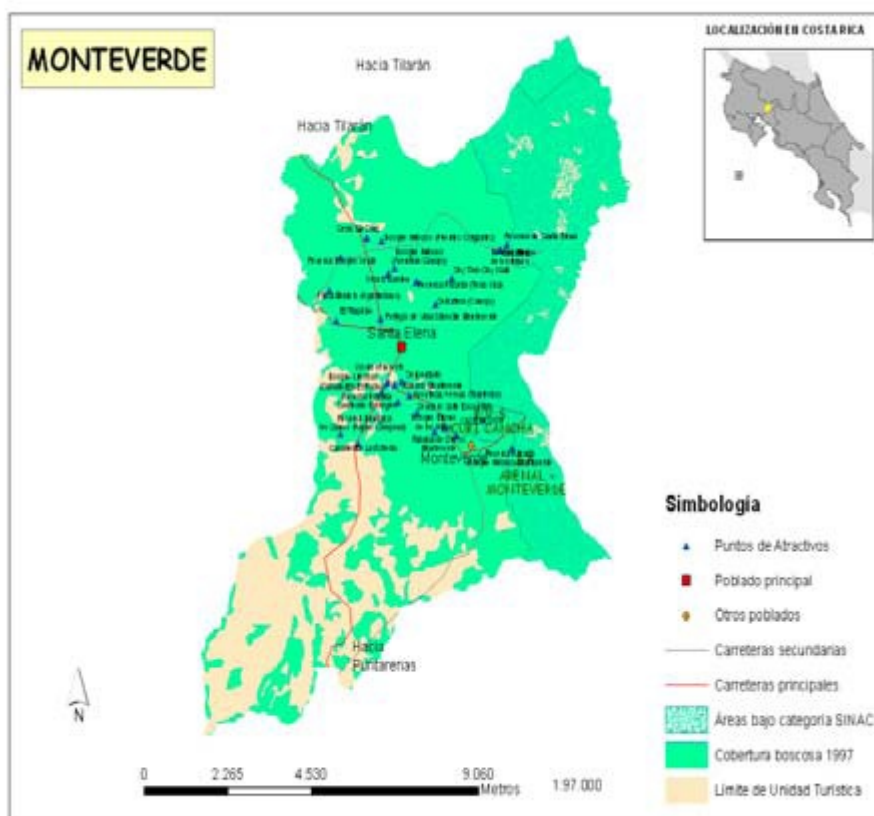
Se identificaron 4 centros de desarrollo turístico sostenible:

baula, observación de delfines, observación de arrecifes, migración de gavilanes, kayakismo, surfing, disfrute de la playa, mar y sol, visita a áreas silvestres protegidas tanto privadas como estatales, vivencia de expresiones multiétnicas y visita a reservas indígenas.

Centros de desarrollo:

1. Centros de desarrollo turístico sostenible se han identificado:
2. Cahuita
3. Puerto Viejo

UNIDAD TURISTICA MONTEVERDE



Aspectos generales:

Es el centro de desarrollo ecoturístico modelo de Costa Rica en donde su historia de conservación se conjuga con el establecimiento de empresa de servicio altamente exitosa que contribuye directamente en aumentar la calidad de vida de los pobladores locales. La calidad del producto turístico que vende es entre muy buena y excelente.

Ubicación: Esa Unidad comprende el distrito de Monteverde del cantón central de Puntarenas además del sector Noreste del distrito de Sierra por la carretera que conduce a la Quebrada Tornos y perteneciente al cantón de Abangares. Del cantón de Tilarán una porción del distrito de Quebrada Grande cuya frontera es la línea divisoria de aguas hasta llegar al Río San Gerardo del distrito de Tronadora.

Productos y actividades:

En la zona destacan los siguientes productos turísticos que tiene relevancia para los segmentos de: naturaleza, aventura y agroturismo. Las principales actividades que se pueden realizar son caminatas largas, caminatas cortas, tours educativos para la concientización ambiental, deslizamiento por el dosel del bosque, cabalgatas, degustación de café orgánico y participación en vida rural campesina (formas de vida, procesamiento de leche, cosechas de café), visita a áreas silvestres protegidas tanto privadas como estatales.

Centros de desarrollo:

Los centros de desarrollo turístico sostenible identificados son:

- 1- Monteverde -San Luis
- 2- Santa Elena
- 3- San Gerardo - La Cruz

UNIDAD TURISTICA LLANURAS DEL NORTE



Aspectos generales:

Llanuras del Norte es la unidad de planeamiento de gran heterogeneidad de atractivos entre los que sobresale el Parque Nacional Volcán Arenal, Río Celeste y el cantón de Sarapiquí. La planta hotelera Turística está altamente desarrollada y tiene una infraestructura de acceso adecuada a los principales atractivos. Tiene además potencial para atraer turismo científico, rural, aventura y de naturaleza.

Ubicación:

Abarca un extenso territorio que recorre el paso entre el Parque Nacional Volcán Poás vertiente Caribe y el Parque Nacional del Agua Juan Castro Blanco, hasta Zarcero. Surca por el Norte la Cordillera Volcánica de Tilarán y por el Sur del la Cordillera de Guanacaste hasta las faldas del Macizo del Volcán Tenorio, pasando entre éste último y Macizo del Volcán Miravalles. Recorre el Norte de los Macizo del Miravalles y Rincón de la Vieja proyectándose hacia las llanuras del Norte cerca de la frontera con Nicaragua. Bordea los pueblos de Upala, Caño Negro y Los Chiles por el Norte y la carretera que comunica este último con el cantón de San Carlos hasta la cuenca del Río Infiernito donde se proyecta hacia el Este hasta el Río San Carlos. Desde la Boca del Río San Carlos, recorre hacia el Sur hasta el distrito de Río Cuarto de Grecia, prosigue hacia el cantón de Sarapiquí donde bordea tanto la carretera entre la Virgen y Horquetas como el Río Sarapiquí y continúa recorriendo la parte Norte del Parque Nacional Braulio Carrillo y la Cordillera Volcánica Central en su lado Este hasta el límite entre los Parques Nacionales Poás y Juan Castro Blanco.

Productos y actividades:

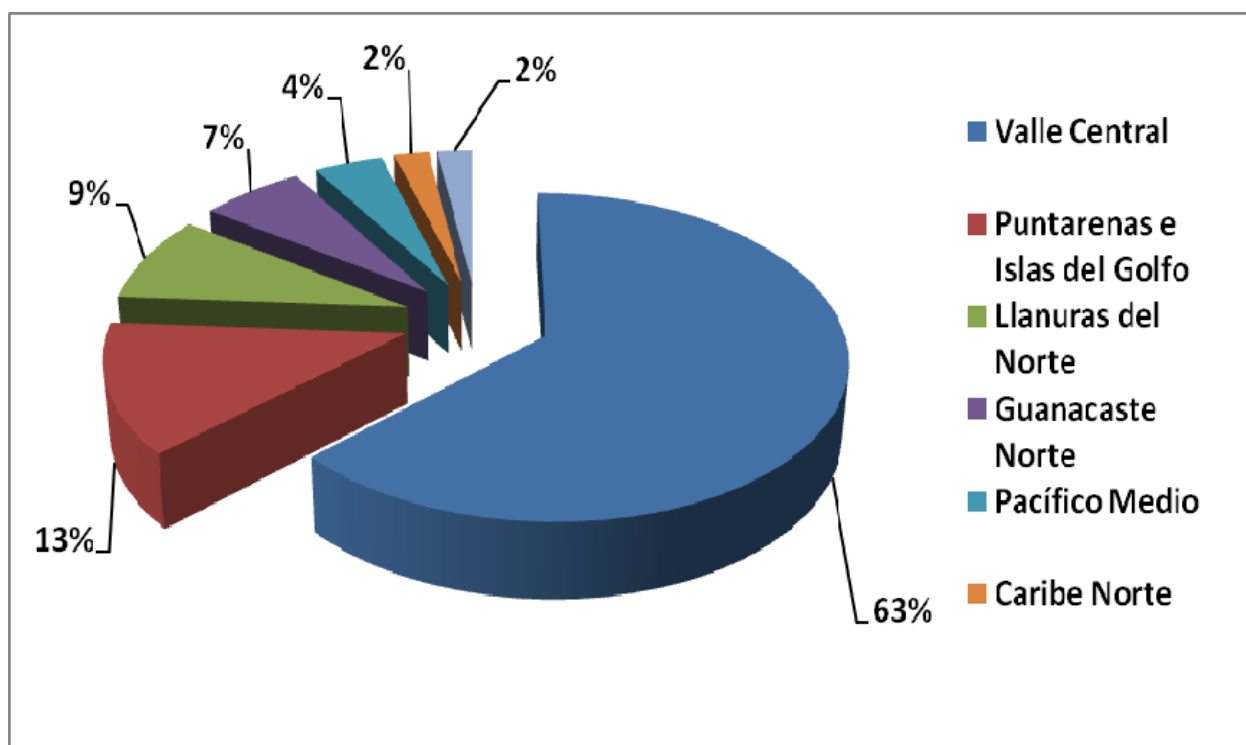
Los principales productos en la zona tienen relevancia para los segmentos de naturaleza, salud y aventura.

Las principales actividades son senderismo, investigación científica, deslizamiento por la copa de los árboles, cabalgatas, visita a comunidades rurales y recorridos por pueblos indígenas.

Distribución de la muestra por regiones:

En el caso concreto de las 46 agencias de viajes receptoras, estas se encuentran distribuidas en siete Unidades de Planeamiento Turístico, no se registra oferta de agencias de viajes receptiva con Contrato Turístico en la Unidad de Planeamiento Guanacaste Sur, asimismo en las Unidades de Monteverde y Caribe Sur, no se registro la información necesaria para su análisis en los expedientes de las empresas seleccionadas en la Muestra. La distribución se expone en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 8
Distribución por Región
Agencia de Viajes

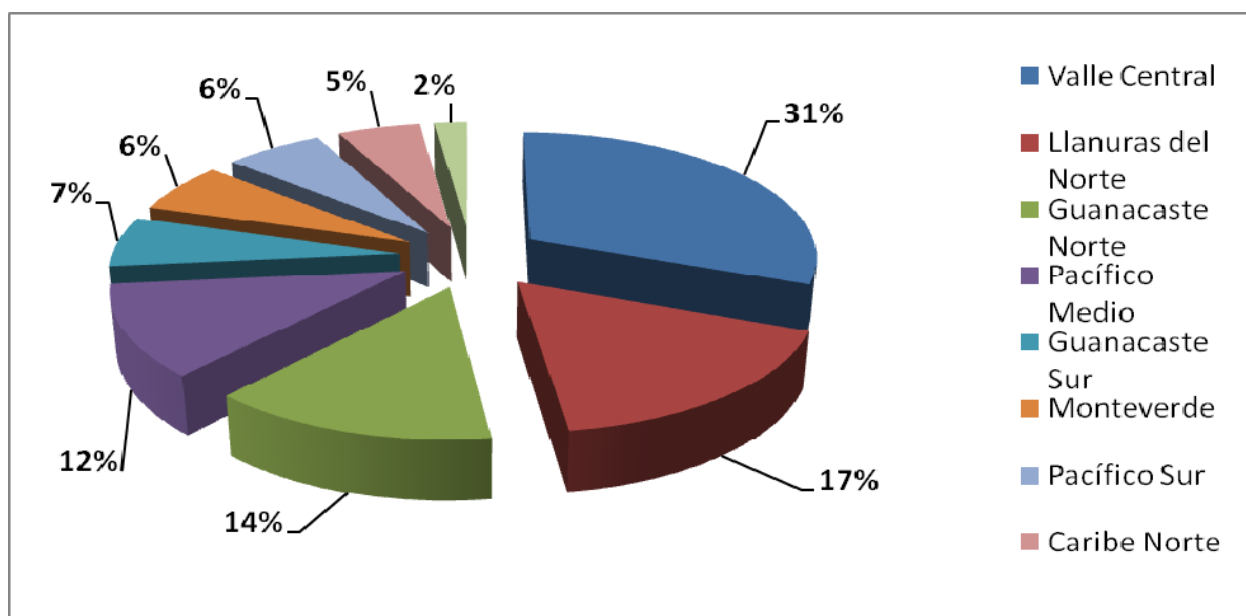


Se desprende que el 63% (29) de las agencias de viajes receptoras que conforman la muestra efectiva se localiza en la Unidad de Planeamiento Valle Central, 6 (13%) en Puntarenas e Islas del Golfo, un 9% (4) en Llanuras del Norte, 3 (7%) en Guanacaste Norte, 2 (4%) en Pacífico Medio y una en las Unidades de Caribe Norte y Pacífico Sur.

En cuanto a la actividad de hospedaje, la distribución de las 94 empresas se encuentran en nueve Unidades de Planeamiento Turístico, exceptuándose la Unidad de Puntarenas e Islas del Golfo, en la que no se registra empresa alguna, debido a que los establecimientos seleccionados en la muestra fueron los establecimientos Hotel Casa Alberta y Hotel Yadrán y tal como se comentó en líneas atrás, estos no presentaban la información necesaria para el respectivo análisis.

La Unidad de Planeamiento Valle Central, es la mayor representación con 29 empresas (31%), el 16% (17 hospedajes) se encuentran en Llanuras del Norte, 13 establecimientos (14%) en Guanacaste Norte, 11 (12%) en Pacífico Medio, un 7% (6) en la Unidad de Guanacaste Sur, en un 6% (6 Compañías) en las Unidades de Monteverde y Pacífico Sur, 5 (5%) y 2 (2%) en el Caribe Norte y Caribe Sur, tal como se demuestra a continuación:

Gráfico N° 9
Distribución por Región
Hospedaje



De acuerdo a las diez Unidades de Planeamiento Turístico y la distribución general de la cobertura efectiva, identifica a Puntarenas e Islas con una participación del 50% (6 empresas), Guanacaste Sur con un 16,7% (2 compañías), mientras que Guanacaste Sur, Pacífico Medio, Llanuras del Norte y Pacífico Sur con un registro del 8,33% (1 empresa).

Gráfico N° 10

Distribución por Región de Muestra Efectiva Transporte Acuático

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

Para el análisis de las variables e indicadores financieros, se seleccionaron razones de endeudamiento, viabilidad y rentabilidad, tales como el apalancamiento financiero, período de recuperación de la inversión, valor actual neto, tasa interna de retorno y punto de equilibrio financiero.

Asimismo, se analizaron variables tales como localización de la inversión y generación de empleo, según la información que proporciona el estudio de factibilidad o económico presentado por las empresas que optan por el Contrato Turístico.

4.4.2 Estructura de Financiamiento:

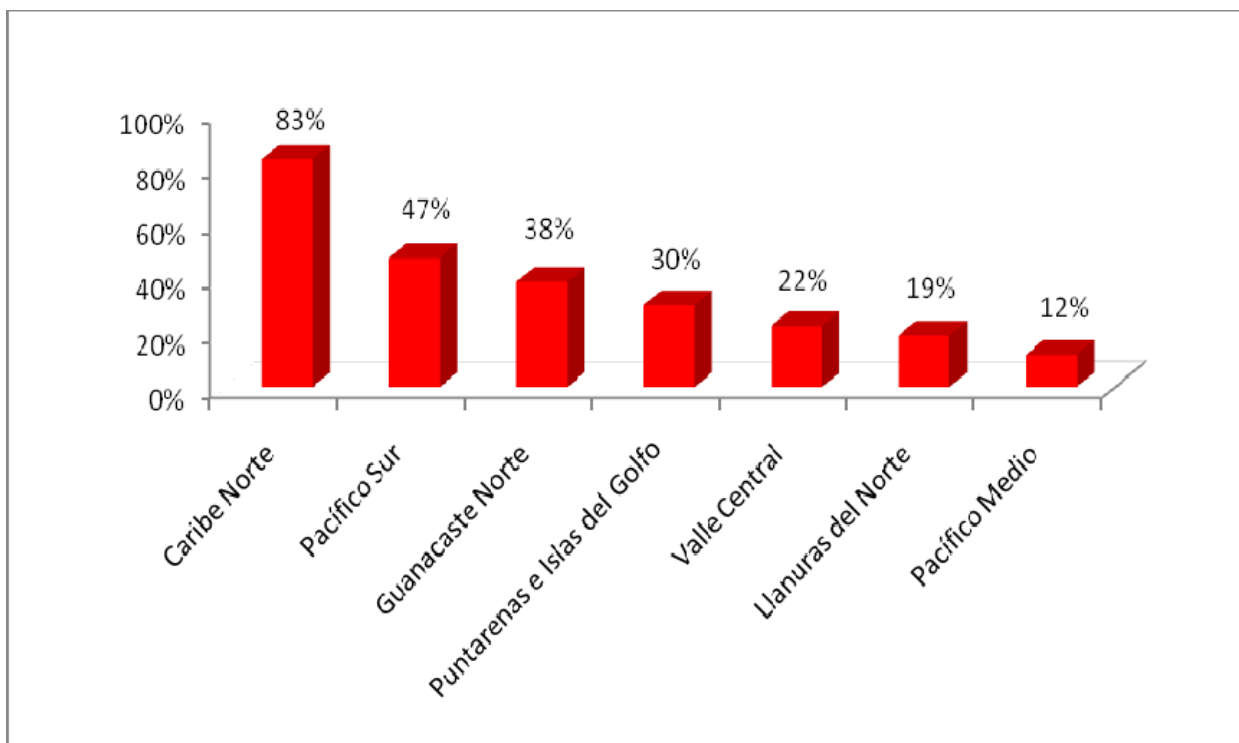
El análisis de este aspecto, considera la composición de la estructura de financiamiento, así como las fuentes de este. Cabe anotar, que los resultados obtenidos del análisis de la variable, se presentan de acuerdo a la actividad, localización según Unidad de Planeamiento, ampliándose en la actividad de hospedaje a la tipología de establecimiento y cantidad de habitaciones.

Gráfico N° 11
Estructura de Financiamiento
Indicador General Promedio

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

Específicamente, la estructura de financiamiento utilizada por actividad, identifica que en promedio la inversión en hospedaje dispuso de un endeudamiento del 40%, mientras que las agencias de viajes en un 25%, el transporte acuático y la renta de autos utilizaron crédito en un 86% y 69%, respectivamente.

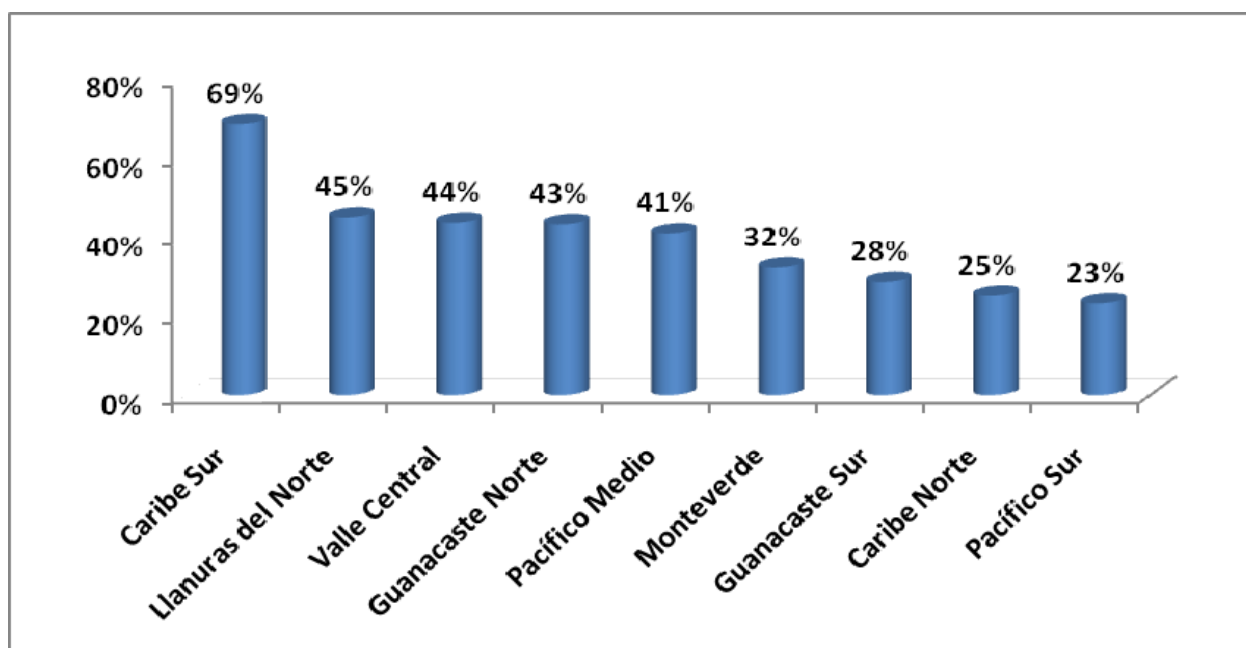
Gráfico N° 12
Estructura de Financiamiento
Indicador General Por Regiones
Agencias de Viaje



En vista de que las agencias de viajes en su mayoría se ubican en el Valle Central, el resultado más representativo corresponde a esta Unidad de Planeamiento del Valle Central, donde de acuerdo con la muestra utilizada, se hizo uso de un 22% de endeudamiento para realizar la inversión. La información obtenida de las demás zonas, no puede ser generalizada, por la cantidad de casos analizados.

Por otra parte, la inversión en Hospedaje, se identifica que la relación de endeudamiento en promedio que oscila entre un 45% en las Llanuras del Norte y un 23% el Pacífico Sur, ya que la Unidad del Caribe Sur, presenta un resultado extremo, afectado por los datos obtenidos de únicamente dos empresas.

Gráfico N° 13
Estructura de Financiamiento
Indicador General Por Regiones
Hospedaje



Por otra parte, al asumir la tipología de empresa de hospedaje, se obtiene que en promedio, la relación de pasivos contables represente el 42% de la estructura de financiamiento en proyectos o establecimientos cuyo servicio e infraestructura cumplen con la tipología de albergue, mientras que las empresas de hospedaje tipo Hotel, registran un 37% de endeudamiento y los apartoteles presentan un 52%. En el caso de las cabinas, no se puede generalizar a partir del número de expedientes analizados.

Gráfico N° 14
Estructura de Financiamiento
Indicador General Promedio
Tipo de Empresa de Hospedaje

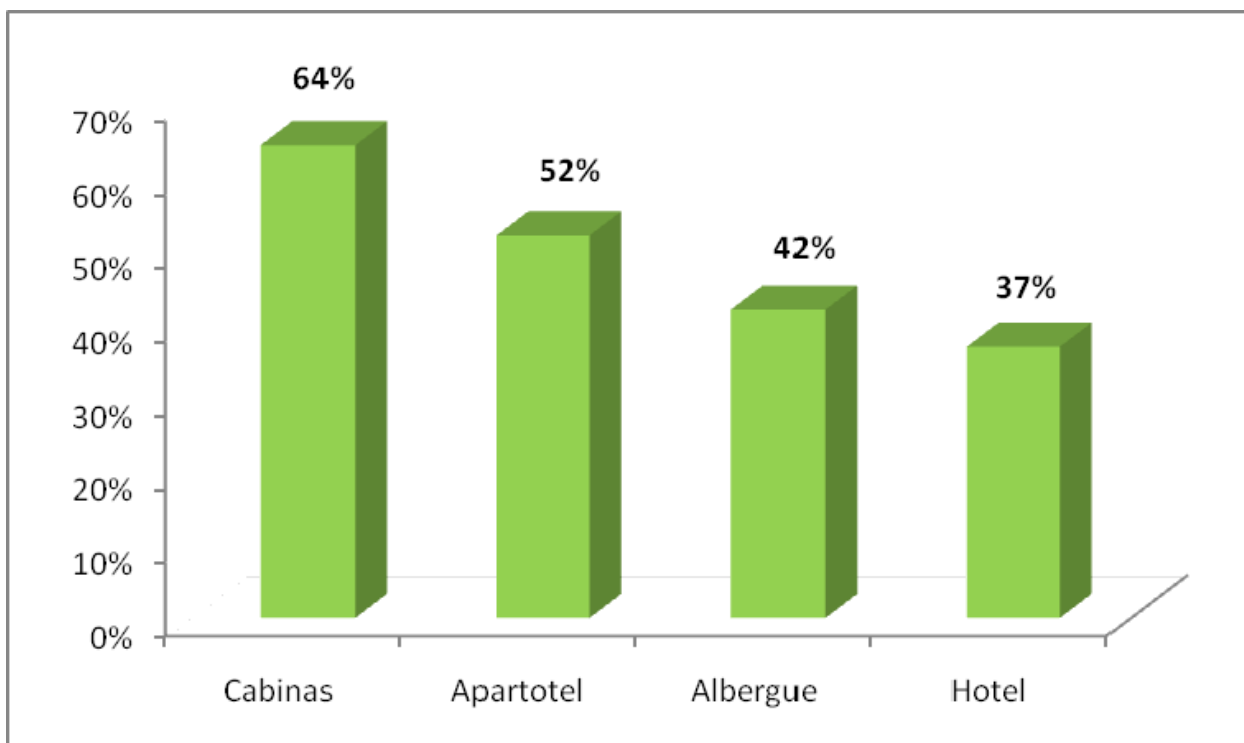


Gráfico N° 15
Estructura Financiera
Indicador General Promedio por
Regiones
Transporte Acuático

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

La composición financiera utilizada por seis de las empresas de transporte acuático que conforman la cobertura efectiva, demuestra que para la implementación de la inversión, ésta contó en promedio con un 86% de apalancamiento financiero. Cabe anotar, que tal composición financiera corresponde únicamente a 6 empresas que contrajeron deuda para la realización del plan de inversión.

Al analizar la estructura financiera de éstas 6 empresas, según la Unidad de Planeamiento, señala que el 99,8% en promedio de la inversión realizada en la Unidad Pacífico Medio (1) aplicó a algún instrumento financiero de endeudamiento, seguido por

Puntarenas e Islas (2), con un 90%; Guanacaste Sur (2) con el 85,7% y Llanuras del Norte (1) con un 64,5%

Gráfico N° 16
Estructura de financiamiento de las arrendadoras de vehículos

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

En promedio las empresas que se dedican a la renta de autos, de acuerdo con la información proporcionada, utilizaron un 69% de deuda.

4.4.3 Período de Recuperación de la Inversión:

Para determinar el período de la recuperación de la inversión, se utilizaron los siguientes indicadores de viabilidad:

- ü Período de recuperación de la inversión (PR); y el
- ü Valor Actual Neto

El período de recuperación de la inversión (PR), el mide el tiempo de una inversión de capital para sus flujos de efectivo recuperen el monto invertido.

Es un método de apoyo, enfocado hacia la liquidez, al evaluar el riesgo con base al menor tiempo de recuperación de la inversión.

No obstante, se procede a aclarar que el cálculo mediante el método financiero del Valor Actual Neto, se realiza y presenta en la matriz que se encuentra en el Anexo 3.

Por tanto, al analizar los resultados de la muestra efectiva, se obtiene que en promedio el período de recuperación de las inversiones (PR), sea de 3,45 (Aproximadamente 3 años, 5 meses).

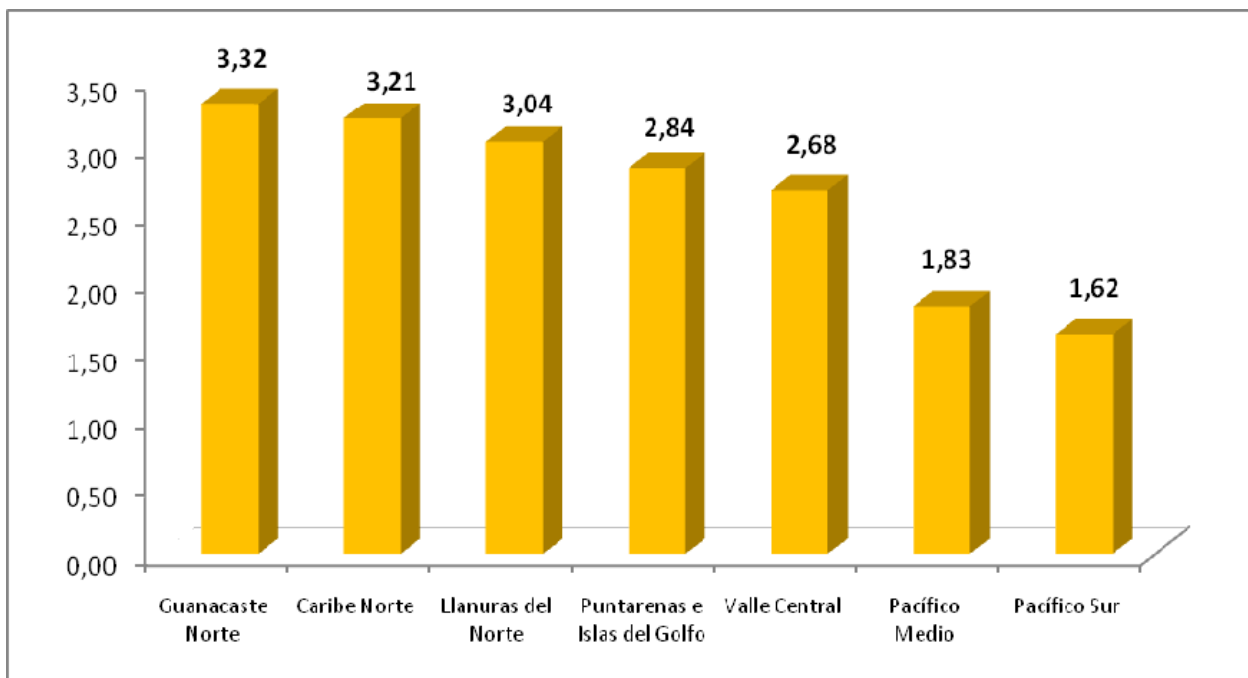
Siendo específicos, la actividad de Agencias de Viajes Receptivas, registra un promedio de 2,73 (Aproximadamente 2 años, 8 meses) y las empresas de hospedaje 3,80 (Aproximadamente 3 años, 9 meses), 3 años para la renta de autos y 2,9 en el caso del transporte acuático, tal como se representa en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 17
Periodo de Recuperación
Indicador General Promedio

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

En términos del indicador en evaluación, el período de recuperación de la inversión en la actividad de Agencia de Viajes Receptivas, de nuevo se presenta el caso de que la concentración de las agencias se ubica en el Valle Central, donde se obtuvo un período de recuperación de 2,68 años, siendo este el dato más representativo.

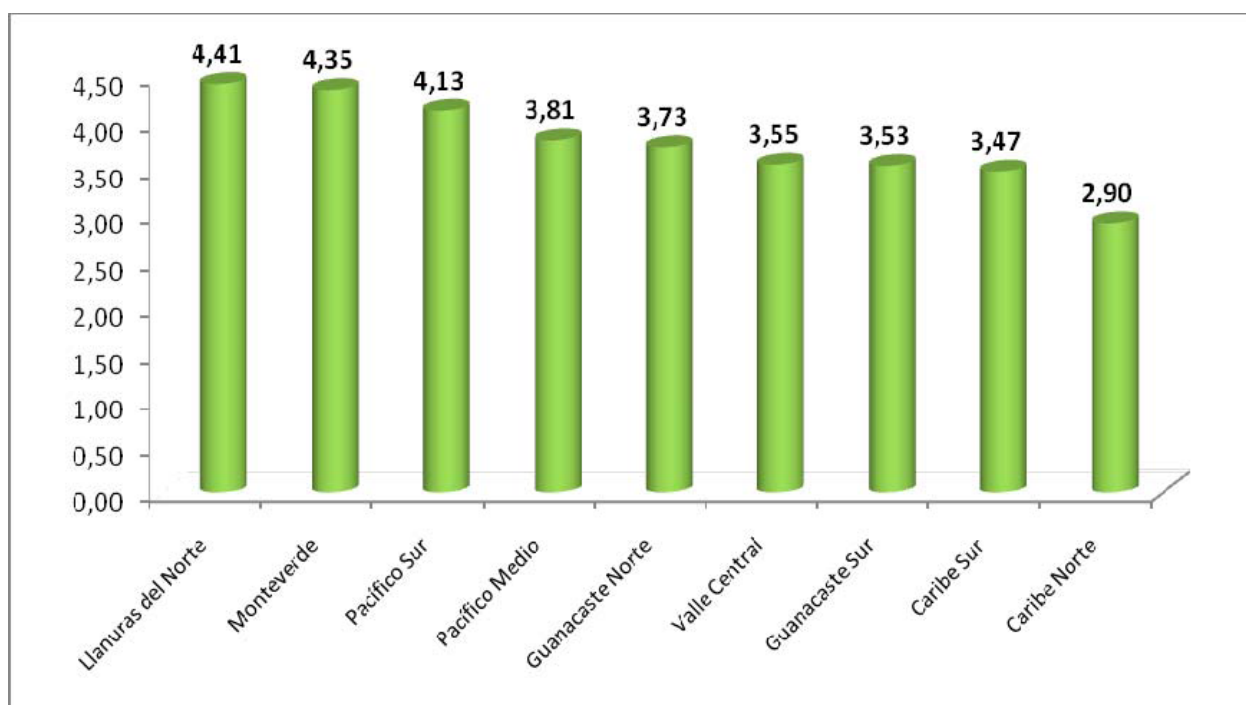
Gráfico N° 18
Período de Recuperación
Indicador General Promedio por Regiones
Agencia de Viajes



En cuanto a la inversión en Hospedaje, los resultados reflejan que en la Unidad de Planeamiento Llanuras del Norte, la inversión es recuperada en el transcurso de 4 años, 5 meses (4,41), en el Caribe Norte en un tiempo de 2 años, 11 meses (2,90), lo que refleja que dependiendo de la localización del proyecto u establecimiento, el

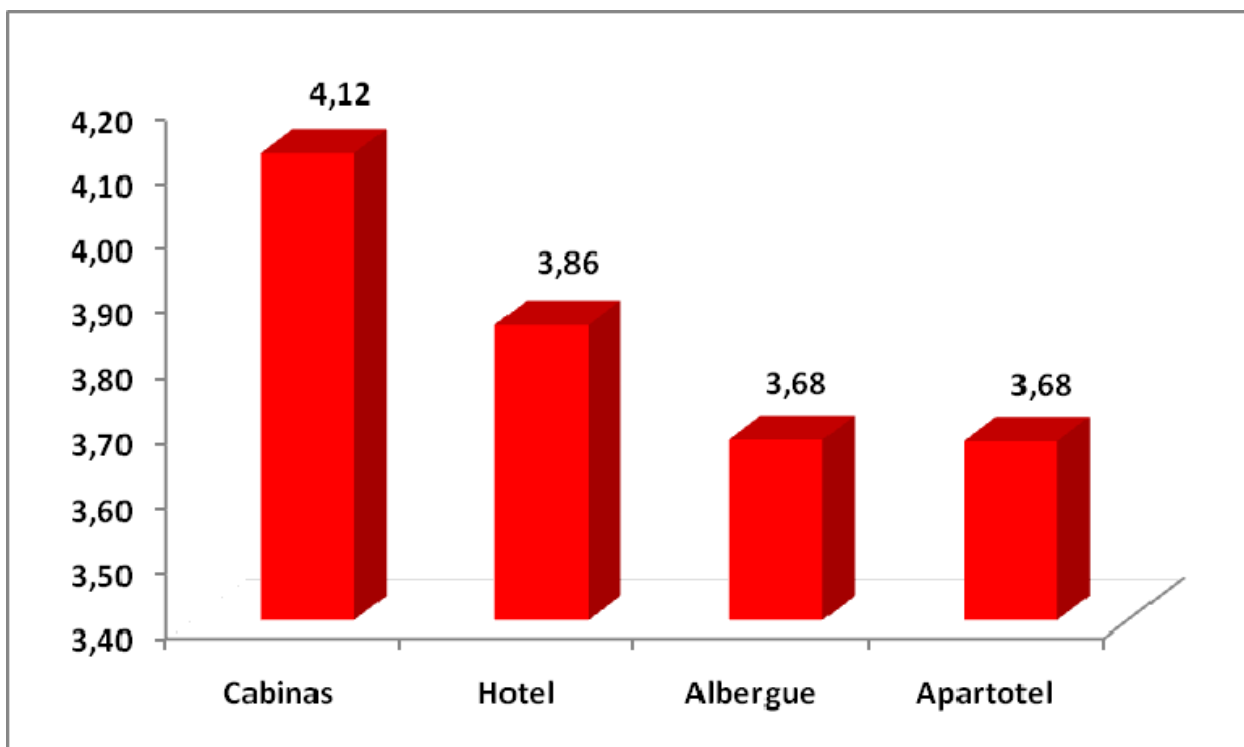
período de recuperación puede ser menor o mayor. No obstante, el indicador promedio induce a un período de recuperación del 3,80 (Aproximadamente 3 años, 9 meses).

Gráfico N° 19
Período de Recuperación
Indicador General Promedio por Regiones
Hospedaje



Asimismo, al tomar en cuenta la tipología de empresa de hospedaje, arroja resultados que oscilan de acuerdo a los servicios e infraestructura que se brinde o se pretenda ofrecer, 3,68 (Aproximadamente 3 años, 8 mes) para las tipologías de “Albergue” y “Apartotel” y de 3,86 para los hoteles. La clasificación de “Cabinas” no se compara con el resto, por el número de empresas estudiadas, bajo esta tipología.

Gráfico N° 20
Período de Recuperación
Indicador General Promedio por Regiones
Hospedaje



El período de recuperación de la inversión en Transporte Acuático, varía según la unidad de planeamiento en donde se realice la misma. Se ha de considerar que dicho período es una referencia sobre la actividad en general y no a lo específico, ya que se tendría que evaluar proyectos de inversión en igualdad de condiciones según las unidades de planeamiento turístico. No obstante, el período de recuperación de la inversión se sitúa en un promedio del 2,09 (Aproximadamente 2 años 1 meses).

Gráfico N° 21
Período de Recuperación de las empresas arrendadoras de autos

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

El período en que este tipo de empresas, recuperan la inversión es de 3 años, lo cual coincide con los años en que realizan las renovaciones de flota.

4.4.4 Punto de Equilibrio Financiero:

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los variables.

En primer lugar hay que mencionar que esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, sino que sólo es una importante referencia que debe tenerse en cuenta, además de que tiene las siguientes desventajas.

- Para su cálculo no se considera la inversión inicial que da origen a los beneficios calculados, por lo que no es una herramienta de evaluación económica.

- Es difícil delimitar con exactitud si ciertos costos se clasifican como fijos o variables, y esto es muy importante, pues mientras los costos fijos sean menores se alcanzará más rápido el punto de equilibrio.

Por lo general se entiende que los costos fijos son aquellos que son independientes del volumen de producción, y que los costos directos o variables son los que varían directamente con el volumen de producción, aunque algunos costos, como salarios y gastos de oficina, pueden asignarse a ambas categorías.

- Es inflexible en el tiempo, esto es, el equilibrio se calcula con unos costos dados, pero se éstos cambian, también lo hace el punto de equilibrio.

Sin embargo, la utilidad general que se le da es que puede calcular el punto mínimo de generación de ingresos que debe de generarse para no incurrir en pérdidas.

El punto de equilibrio financiero, toma en cuenta además de los costos fijos y variables, la carga financiera compuesta por intereses y amortizaciones sobre deuda, que ha sido necesaria para la realización e implementación de la inversión.

Por lo tanto, el cálculo del punto de equilibrio financiero, toma en consideración las partidas de ingresos y egresos operativos, proyectados en los estados financieros, en concordancia al servicio (s) que se brinda (n) y a los supuestos financieros registrados en los estudios de factibilidad y económicos, así como a parámetros de mercado, clasificando las partidas de gastos operativos y financieros en costos fijos, variables y semi-variables, según el origen del costo y actividad. Posteriormente se descontó el rubro de las partidas de intereses y amortización.

Por lo tanto, para el cálculo del indicador, los flujos de caja aplicados, son aquellos a los que no se ha descontado los impuestos, es decir, el flujo de caja resultante utilizado es aquel que se obtiene antes de impuestos.

Analizada la información sobre el punto de equilibrio financiero mínimo, se registra que en promedio, la muestra efectiva, obtiene dicho punto generando un 63,37% de los ingresos proyectados.

Específicamente al analizar la actividad de Agencia de Viajes Receptivas, sus costos operativos y financieros representan el 67,32% de los ingresos esperados o recibidos, mientras que la actividad de hospedaje registra una relación del 61,33% para cubrir sus costos y deuda. Por otra parte, el transporte acuático logra este punto con un 61,7% de las ventas y la renta de autos con un 60,4%.

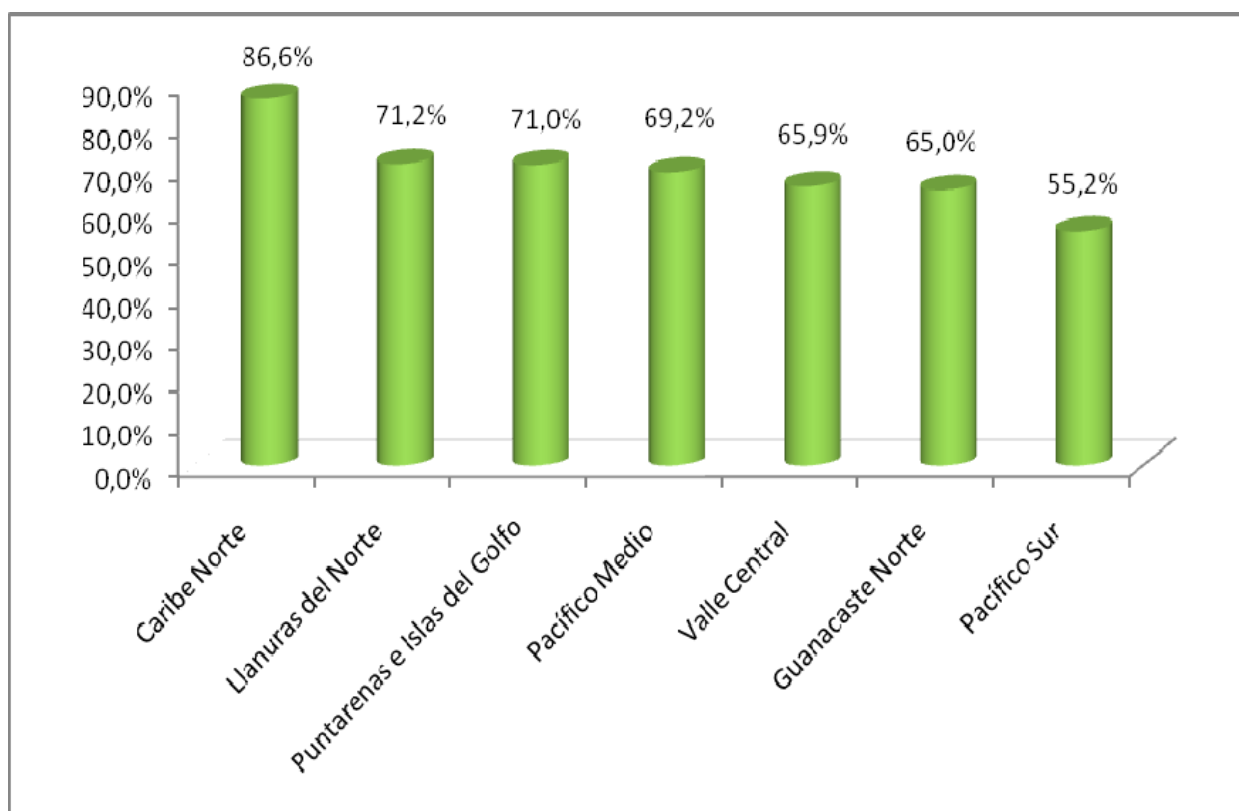
Gráfico N° 22
Punto de Equilibrio Financiero
Indicador General Promedio

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

De manera similar al análisis de los anteriores indicadores, cuando se analizan los datos la actividad de Agencias de Viajes Receptivas, versus localización de la inversión, los resultados no son comparables, por la concentración de este tipo de empresas en el Valle Central, donde se registra el mayor índice de repercusión de los costos operativos y financieros con relación a la obligación de generación de ingresos al reportarse un 65,9%, antes de impuestos.

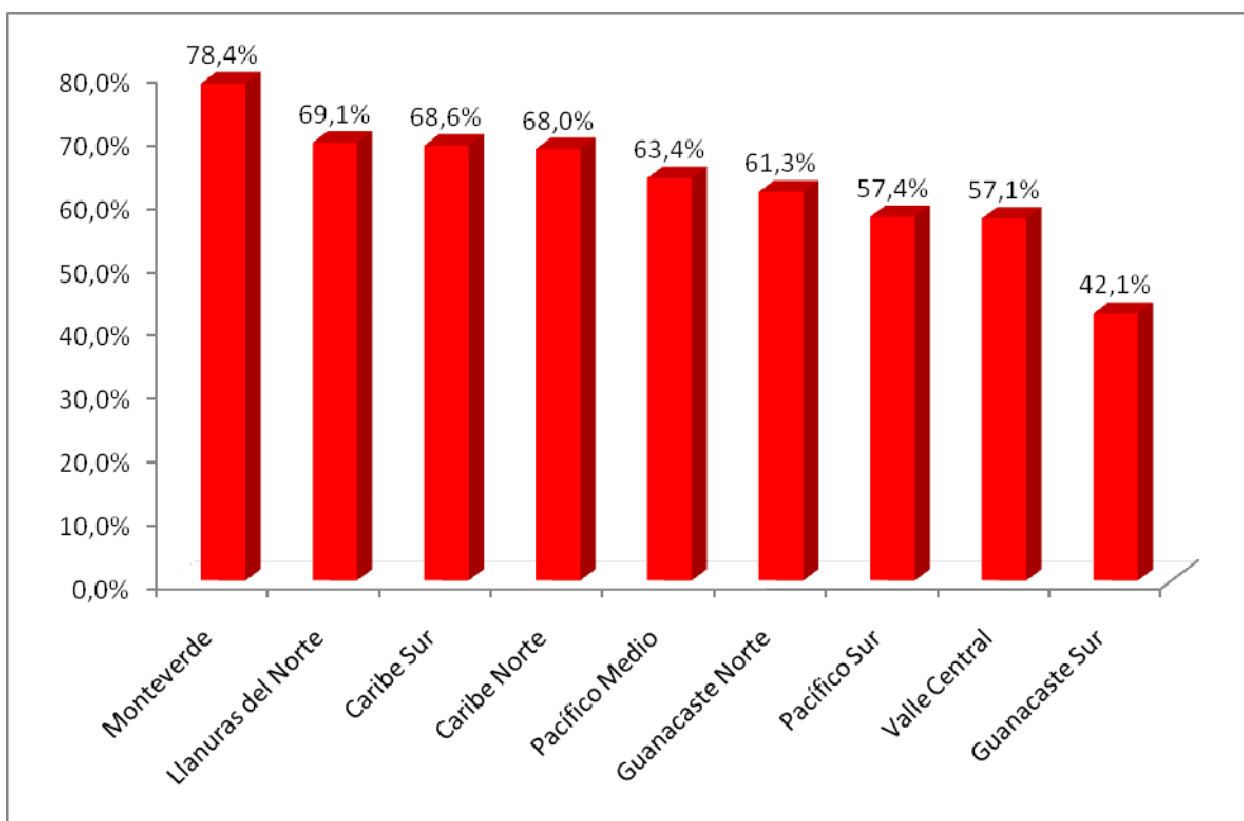
Si se analiza de manera general, el punto de equilibrio financiero de una Agencia de Viajes Receptiva en promedio es del 67,32% es decir, se debe de generar un 67% de los recursos proyectados para no obtener pérdidas, o bien, representa que el margen de utilidad promedio antes de impuestos es del 32,68%.

Gráfico N° 23
Punto de Equilibrio Financiero
Indicador General Promedio por Regiones
Agencias de Viaje



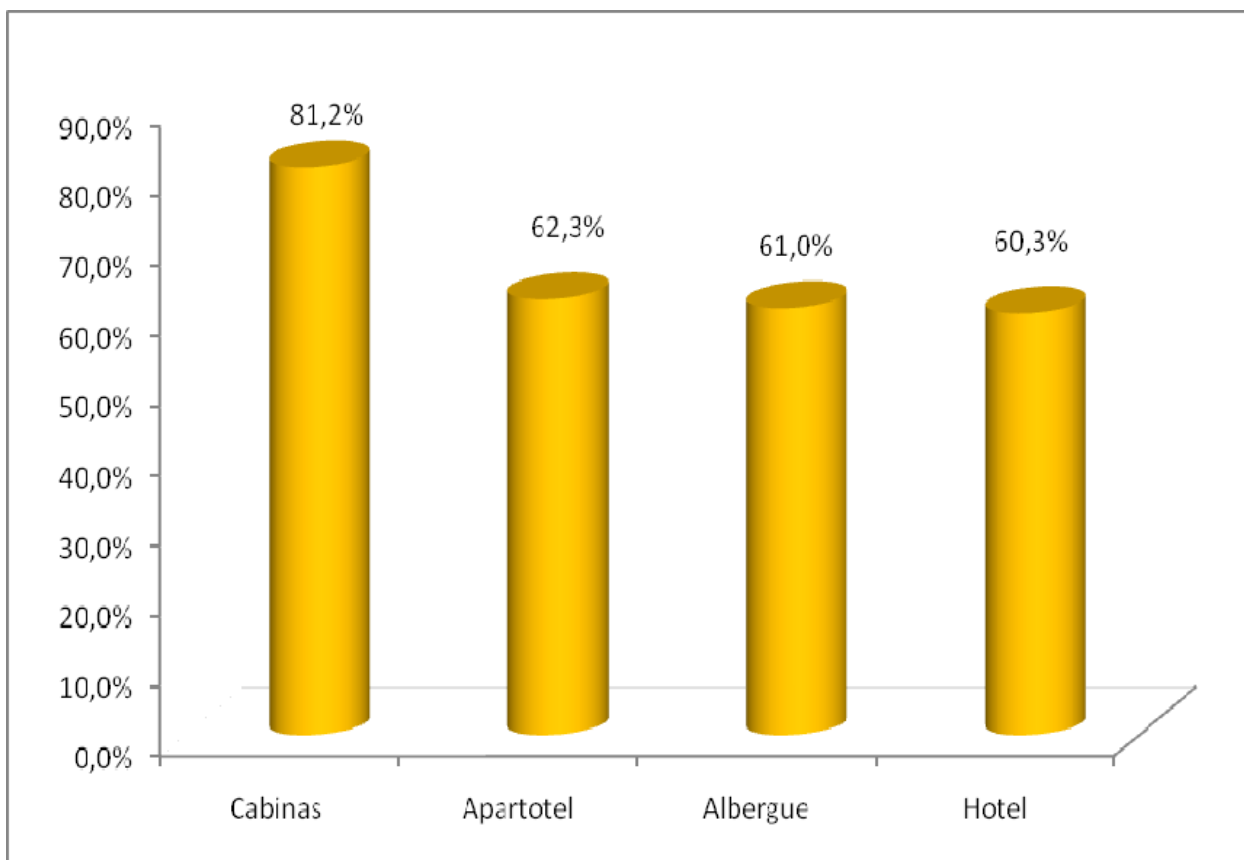
Mientras tanto, para la actividad de hospedaje, el punto de equilibrio financiero, varía según la Unidad de Planeamiento, tal como se anota en el Gráfico 24, en la Unidad Turística Monteverde, los costos operativos y financieros representan el 78, 4% de los ingresos. En otras unidades, la obligatoriedad de generación de recursos para cubrir los gastos operativos y financieros oscila entre el 57, 1% y 42, 1%.

Gráfico N° 24
Punto de Equilibrio Financiero
Indicador General Promedio por Regiones Hospedaje



Igualmente el punto de equilibrio financiero, cambia según la tipología de empresa de hospedaje, ya que para una empresa cuyo servicio es de tipo “Hotel”, su relación de equilibrio es del 60,3%, en los apartoteles es de 62,3% y para una tipo “Albergue”, la relación asciende al 61%, siendo estos tres los más representativos. Se ha de anotar, que la actividad registra un promedio del 61,33%, lo que significa que los costos fijos, variables y semi-variables que se generen de la prestación de los servicios, y que al sumar la carga financiera, representan el 61,33% de los ingresos proyectados.

Gráfico N° 25
Punto de Equilibrio Financiero
Indicador General Promedio
Tipo de Empresa de Hospedaje



Para la actividad de Transporte Acuático, versus localización de la inversión, es variable según la Unidad de Planeamiento en donde se implemente, en el caso de la Unidad Llanuras del Norte, es donde se registra el mayor índice de repercusión de los costos operativos y financieros con relación a la obligación de generación de ingresos al reportarse un 91,4%, mientras tanto en la Unidad Pacífico Sur, la relación es del 26,9%.

Analizada la información sobre el punto de equilibrio financiero mínimo, se registra que en promedio, se obtiene dicho punto generando un 61,7% de los ingresos proyectados.

Gráfico N° 26
Punto de Equilibrio Financiero
Indicador General Promedio por Regiones
Transporte Acuático

Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

Gráfico N° 27
Punto de equilibrio de las empresas arrendadoras de autos

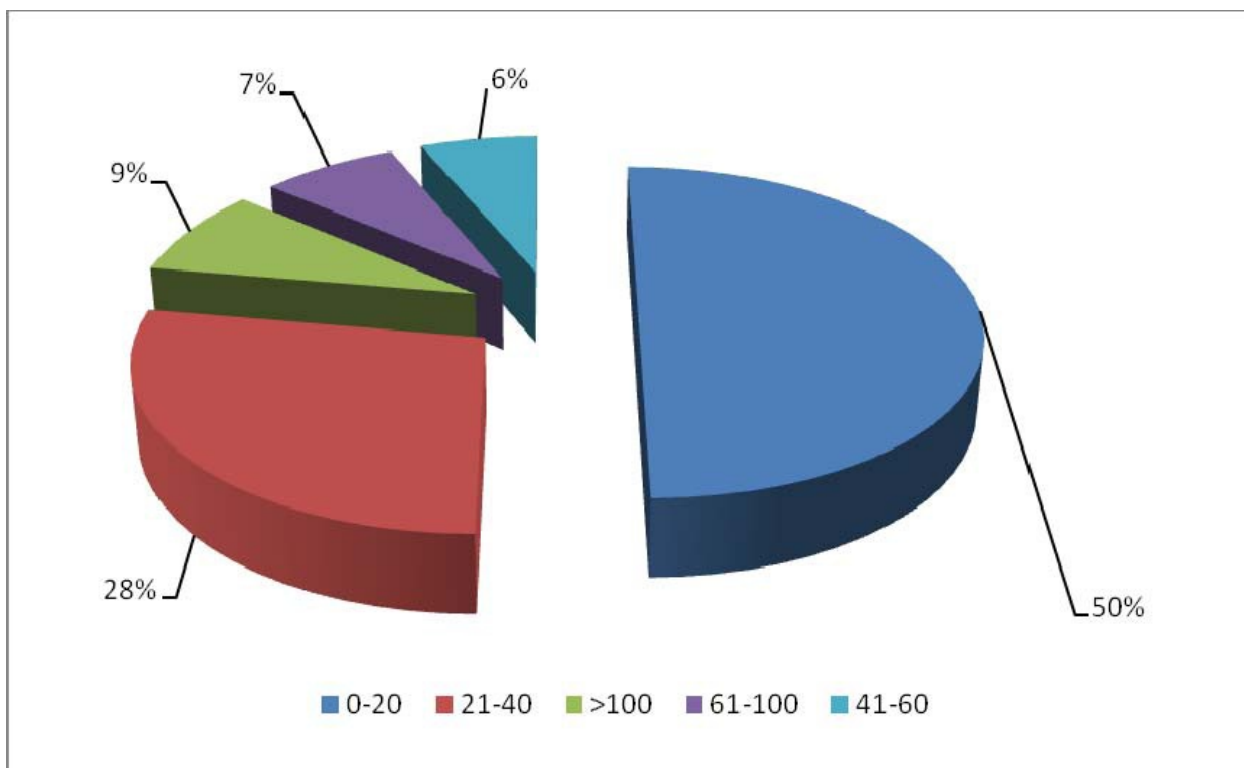
Ver gráfico en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

Como antes se mencionó el punto de equilibrio para las empresas que rentas autos se alcanza con un 60,4 de las ventas.

4.4.5 Indicador por Rango de habitaciones:

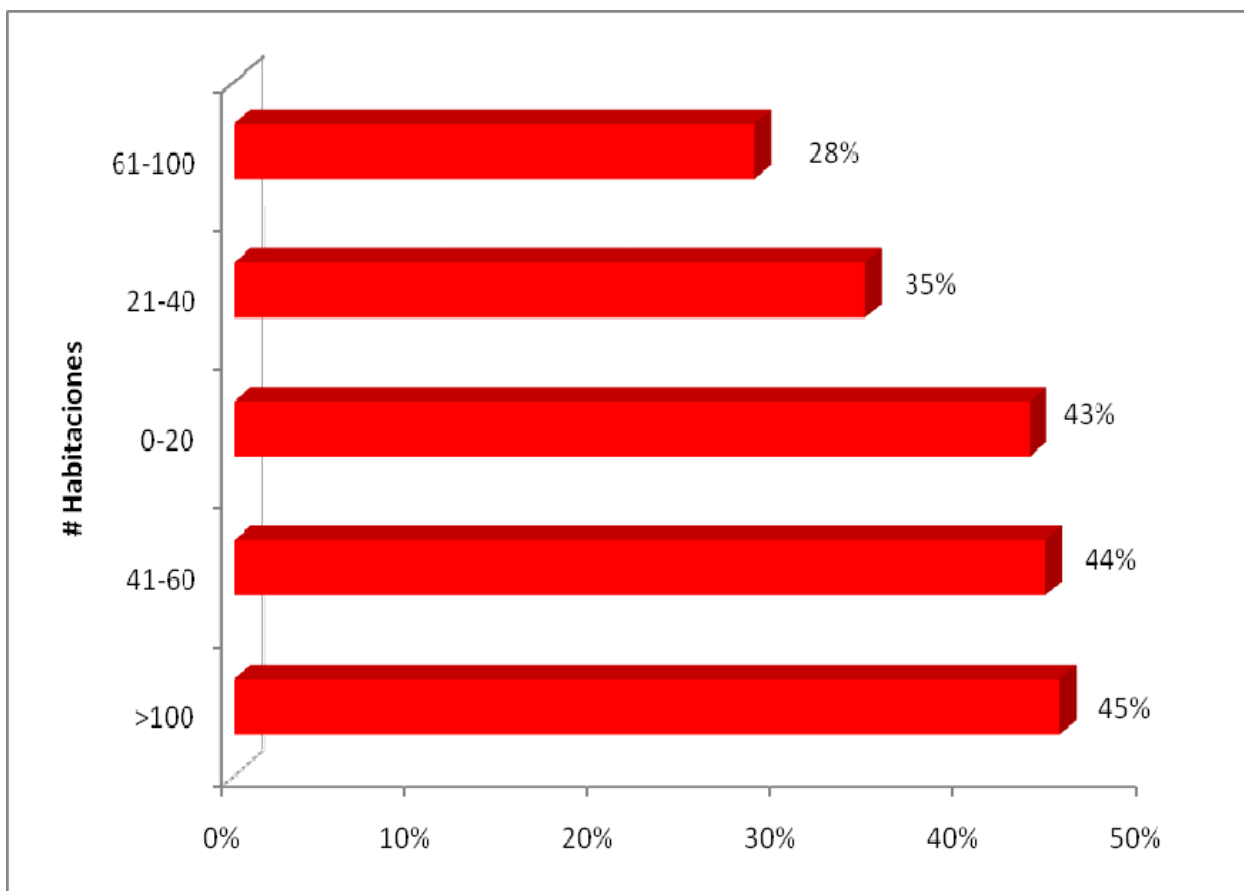
De la muestra efectiva, se logra identificar la distribución de empresas de hospedaje, según el número de habitaciones, en donde 47 empresas (50% del total de la muestra efectiva), disponen de una oferta máxima de 20 habitaciones, seguida por 26 establecimientos con una capacidad habitacional de 21 a 40 unidades (28%), 8 empresas con al menos 100 habitaciones, así como 7 y 6 empresas que registran una capacidad de hospedaje entre 61- 100; y 41-60 unidades de habitación.

Gráfico N° 28
Distribución de Empresas de Hospedaje
Según Número de Habitaciones



Según el rango de cantidad de habitaciones, y la estructura financiera, se logra determinar que el grado de endeudamiento para una empresa de hospedaje con más de 100 habitaciones es en promedio del 45%, mientras que para las empresas con un rango de habitaciones de 61 a 100 unidades es del 28%. Se resalta, la relación porcentual de deuda registrada por las compañías con un máximo de 20 habitaciones y los 41 a 60 unidades, las cuales presentan una diferencia de un 1% al reportar su relación de pasivos del 43% y 44% del total de la inversión. No se omite, el recordar que como promedio los establecimientos de hospedaje apalancan sus proyectos o establecimientos con endeudamiento hasta en un 40%:

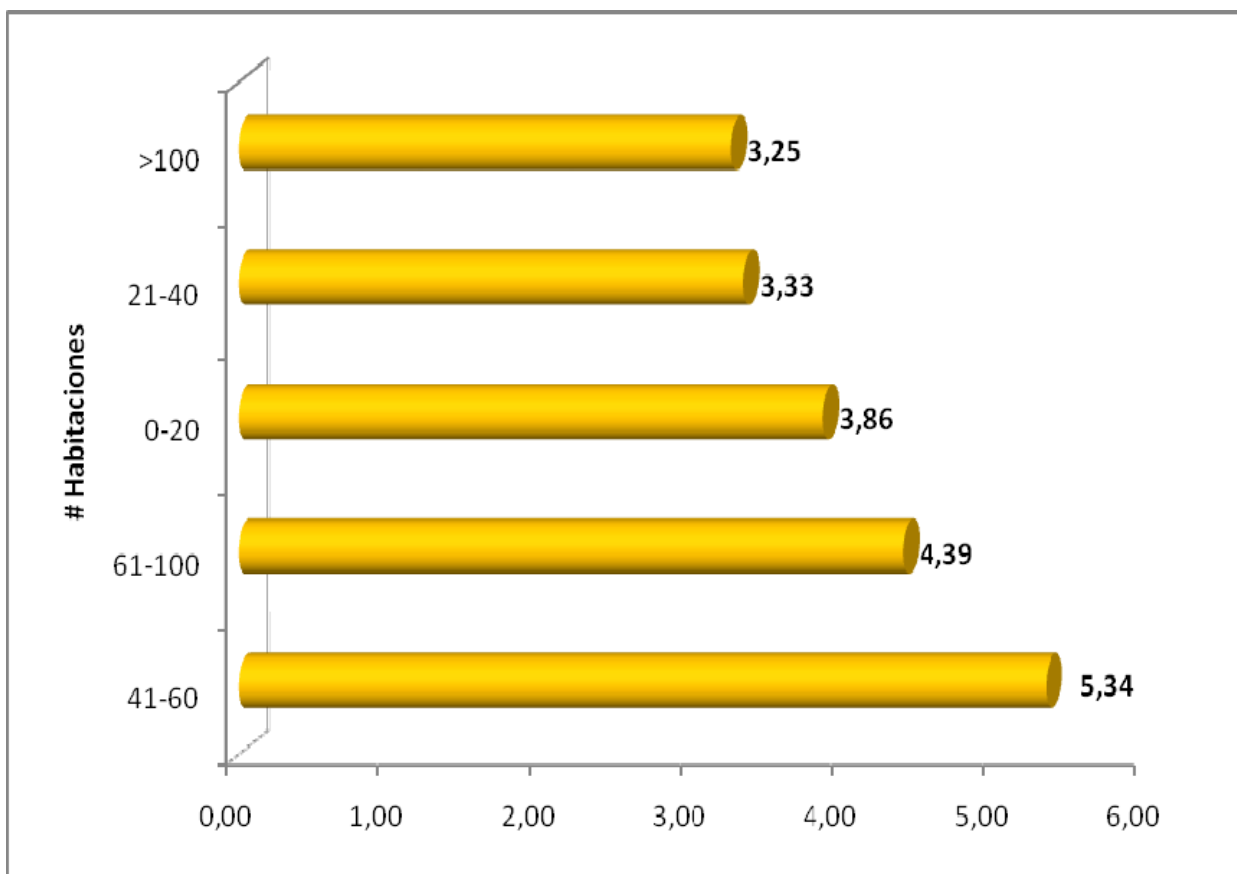
Gráfico N° 29
Estructura de Financiamiento
Indicador General Promedio por Rango de Habitaciones



Así como se influye en la Unidad de Planeamiento en donde se desarrolle la inversión, o de la tipología de empresa de hospedaje, existirá también variación en el período de recuperación de la inversión, al tomarse en cuenta la cantidad de habitaciones.

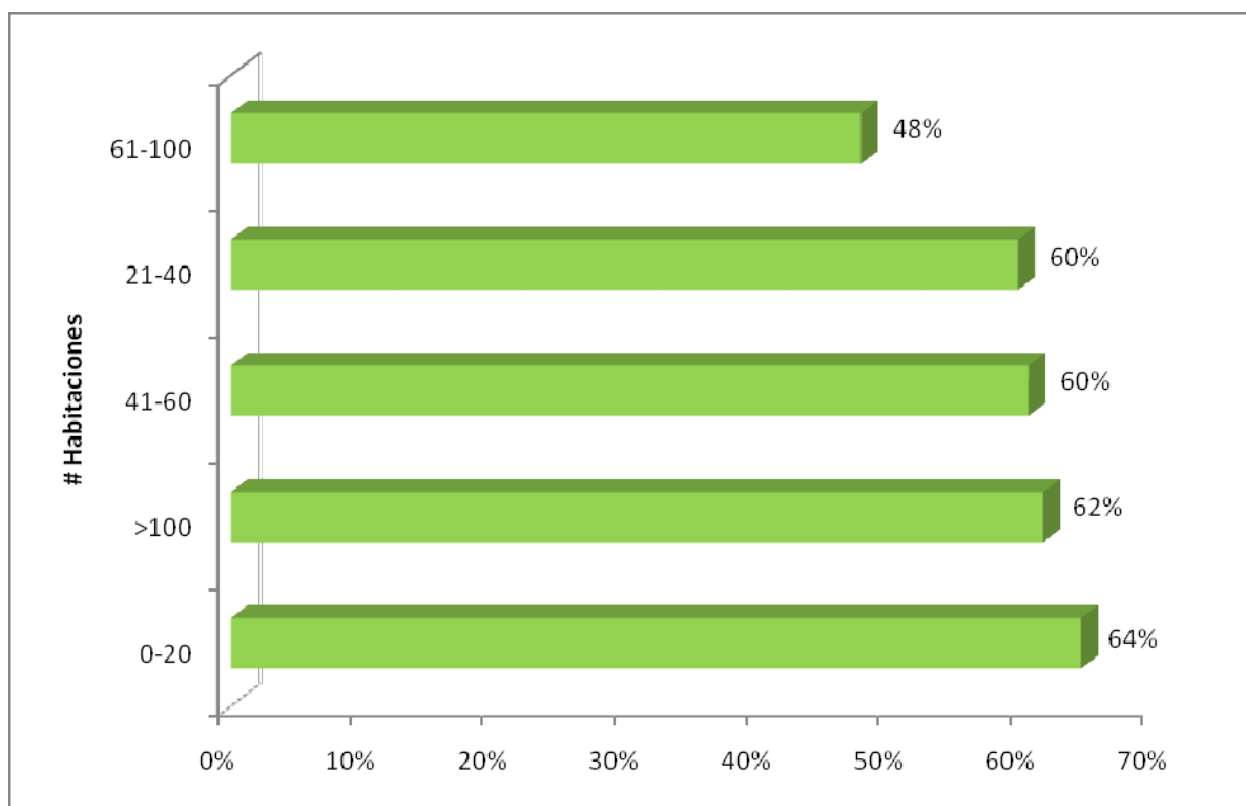
Dependiendo de la cantidad de habitaciones, el tiempo para recuperar lo invertido oscilará entre 3,25 (Aproximadamente 3 años 3 meses) y 5,34 (Aproximadamente 5 años 4 meses), tal como lo registran establecimientos con una capacidad de unidades habitacionales entre 41 a 60 o más de 100 unidades. Se ha de anotar, que como promedio general, los establecimientos de hospedaje, recuperan su inversión mediante el cálculo del (PR) en 3,80 (3 años y 9 meses).

Gráfico N° 30
Periodo de Recuperación
Indicador General Promedio por Rango de Habitaciones



Tal como lo muestra el Gráfico 29, los costos operativos y financieros de un proyecto o establecimiento con una oferta de 61 a 100 habitaciones, representan en promedio un 48% de los ingresos generados, aumentando hasta el 64% en empresas con un máximo de 20 unidades, siendo congruente con el punto de equilibrio financiero promedio registrado por las compañías de hospedaje, el cual es del 61,33%.

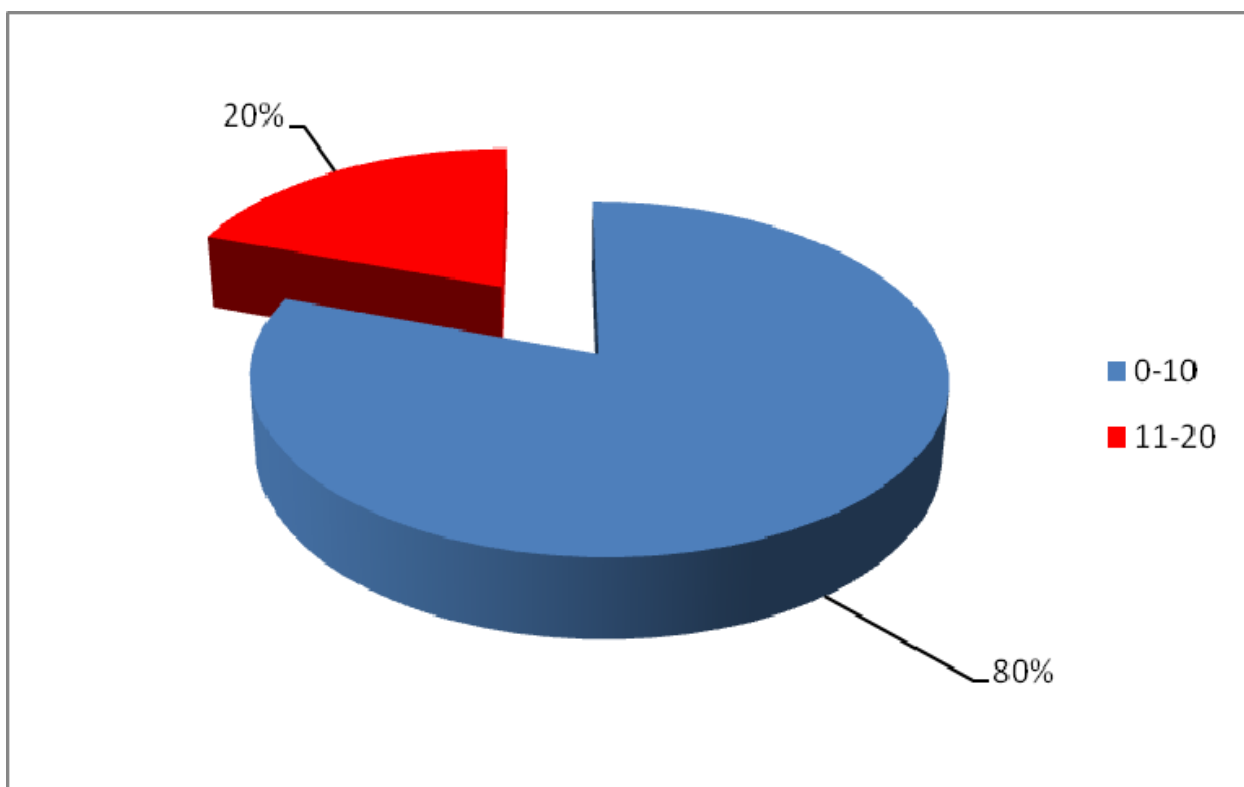
Gráfico N° 31
Punto de Equilibrio
Indicador General Promedio por Rango de Habitaciones
4.4.6 Indicadores por Rango de empleo:



Los resultados obtenidos al analizar la variable de rango de empleo, presentan la tendencia de otros indicadores sobre la sensibilidad en su comportamiento, al registra la siguiente información:

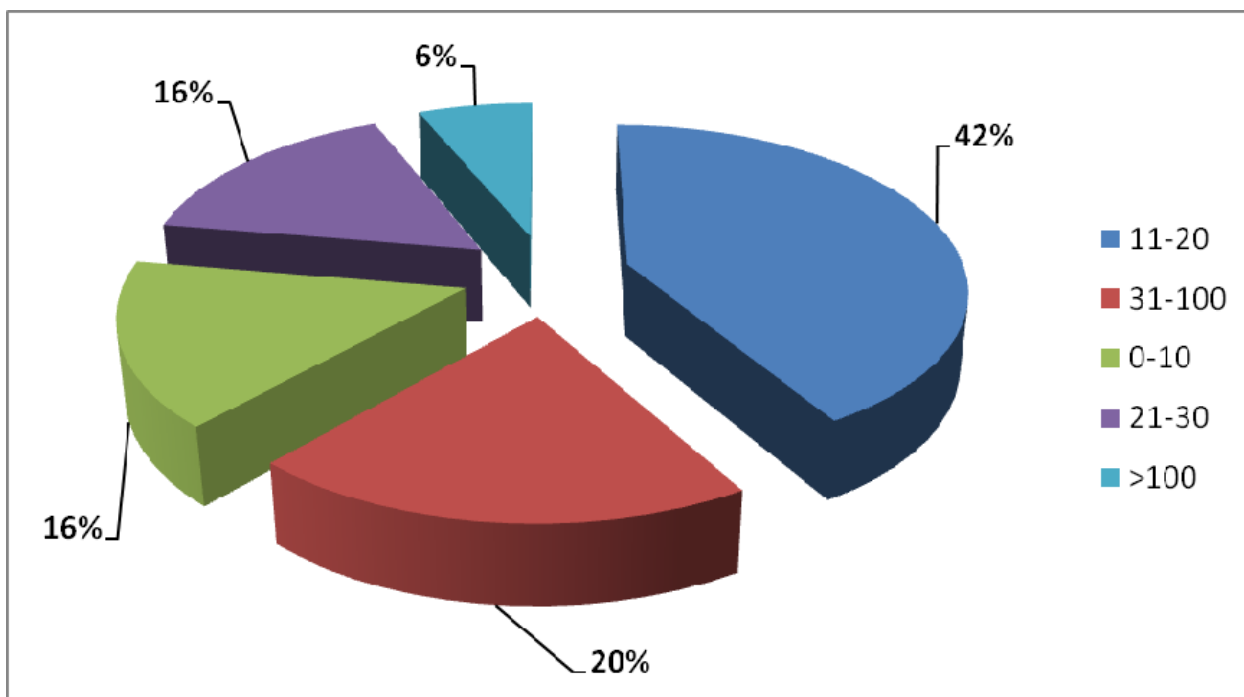
Al evaluar la generación de empleo, específicamente en la actividad de Agencia de Viajes, se identifica que un 80% (37 empresas), generan en promedio de 1 a 10 empleos directos, mientras que el restante 20% (9) reporta la generación directa de 11 a 20 plazas.

Gráfico N° 32
Población Muestreada por Rango de Empleo
Agencia de Viaje



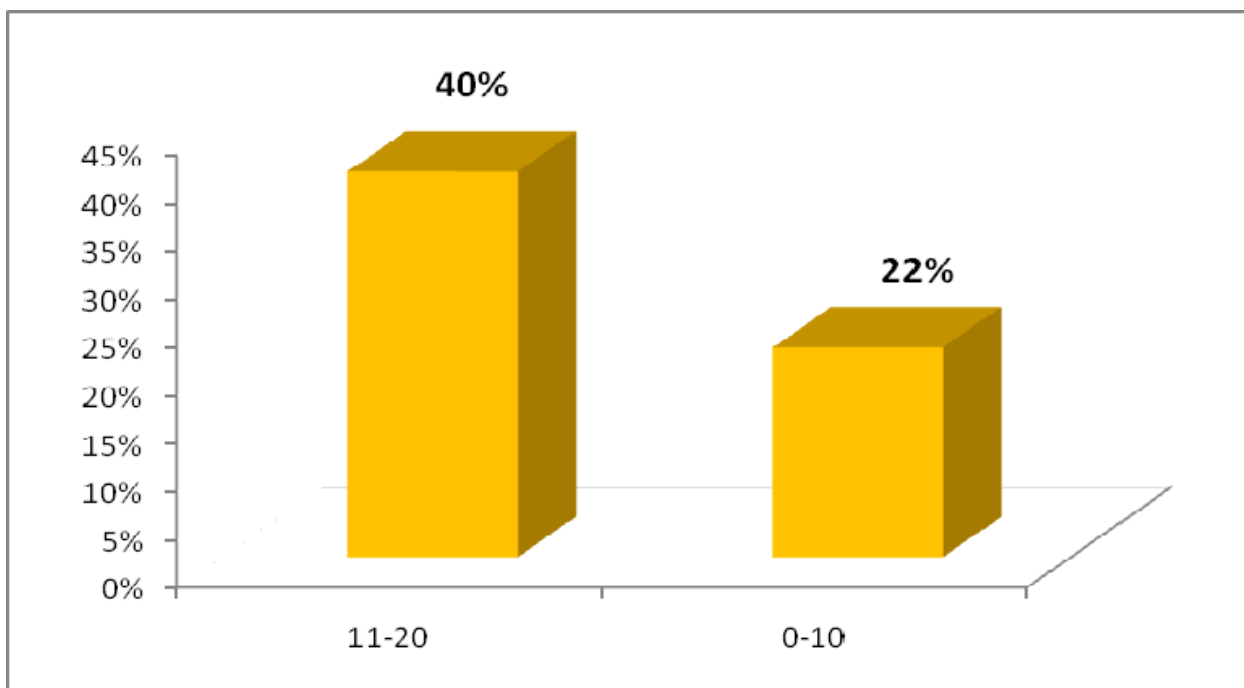
En referencia a la actividad de hospedaje, esta presenta una mayor distribución en cuanto a la generación de empleos directos, ya que como se presenta en el gráfico 27, existe 30 empresas (42%) que para la prestación de sus servicios, les es necesario la contratación directa de 11 a 20 empleos, seguida por 19 establecimientos (20%) con un registro de 31 a 100 puestos de trabajo directo, así como dos grupos de 15 compañías (16%) con una anotación de 1 a 10 empleos y de 21 a 30 plazas. La muestra de empresas de hospedaje se encuentra representada en un menor grado por empresas (6) que generan más de 100 puestos de trabajo directo.

Gráfico N° 33
Población Muestreada por Rango de Empleo
Hospedaje



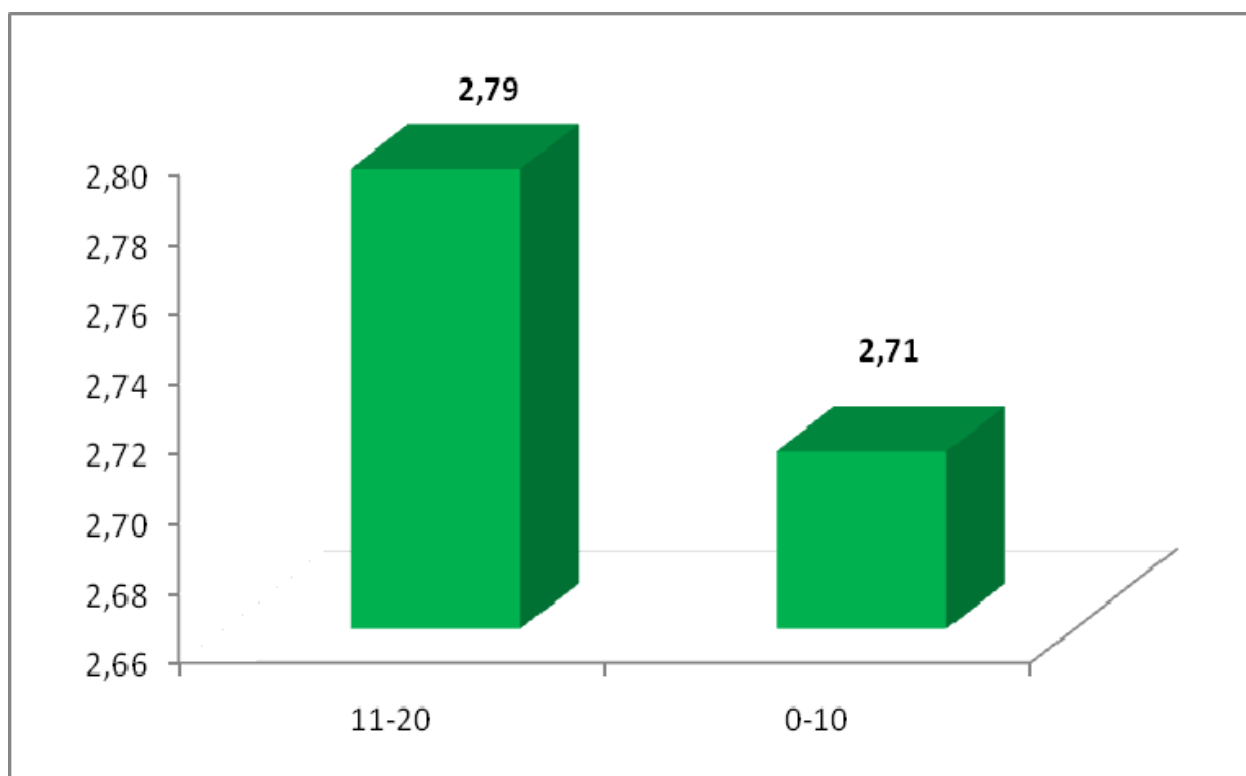
Para la actividad de Agencia de Viajes Receptiva, se muestra en el gráfico 36 que los establecimientos con una generación de empleo en un rango de 11 a 20 puestos, incurrieron en financiamiento mediante deuda en un 40%, disminuyendo en empresas de mayor generación de plazas, al reportarse en su estructura de inversión un 22% de endeudamiento. Si se relaciona el tamaño de la agencia con la generación de empleo, se podría concluir, que entre más pequeño es el proyecto o establecimiento, más aplica el financiamiento con deuda para el desarrollo de la inversión.

Gráfico N° 34
Estructura de financiamiento
Indicador General Promedio por Rango de Empleo
Agencia de Viajes



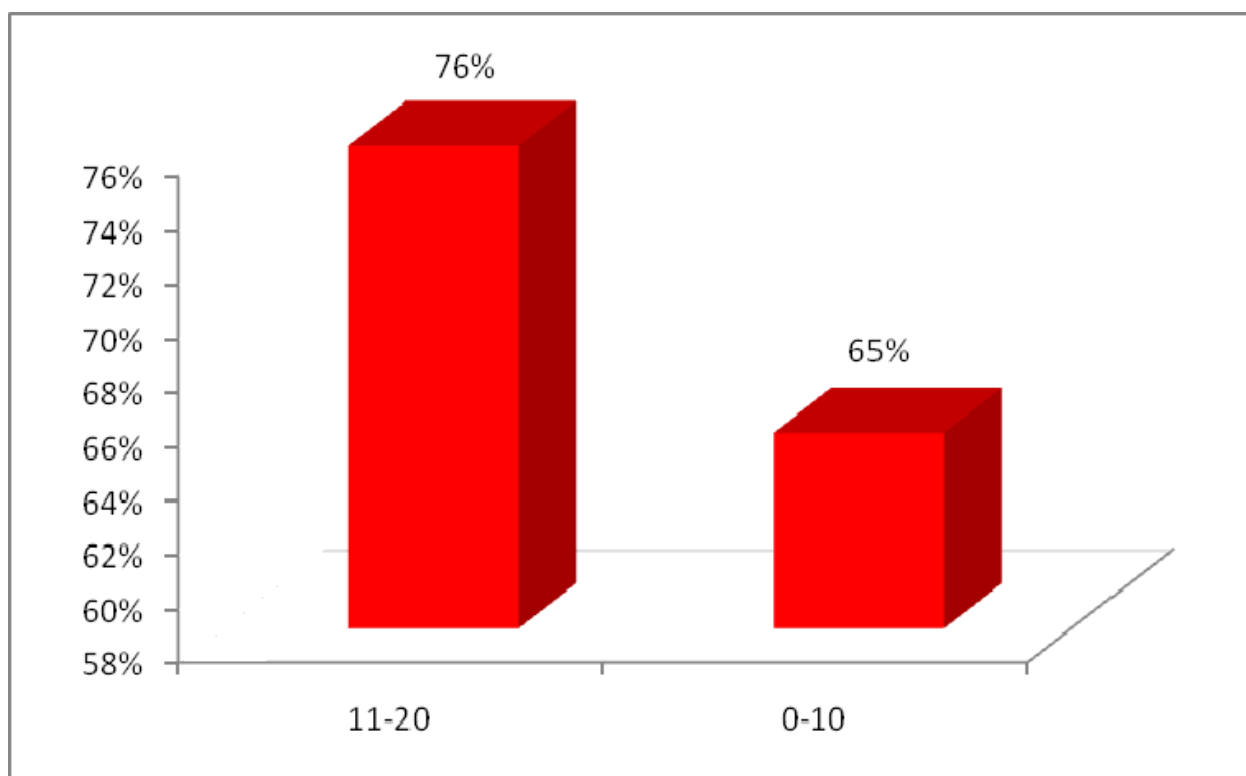
Al relacionarse la variable de la generación de empleo directo con el período de recuperación de la inversión, y asumiéndose que entre mayor sea la cantidad de empleo generado, más grande será la empresa, se podría concluir que entre mayor cantidad de empleo se genere, más se tarda en la recuperación de la inversión, según los resultados expuestos en el gráfico 29.

Gráfico N° 35
Período de Recuperación
Indicador General Promedio por Rango de Empleo
Agencia de Viajes



Al evaluarse, el indicador del punto de equilibrio, se registra que las empresas con un rango de generación de empleo directo que oscile entre 11 y 20 puestos de trabajo, sus costos operativos y financieros representan el 76% de los ingresos esperados. Asimismo, los establecimientos con el rango de 0 a 10 plazas, no registran pérdidas al generar el 65% de los ingresos.

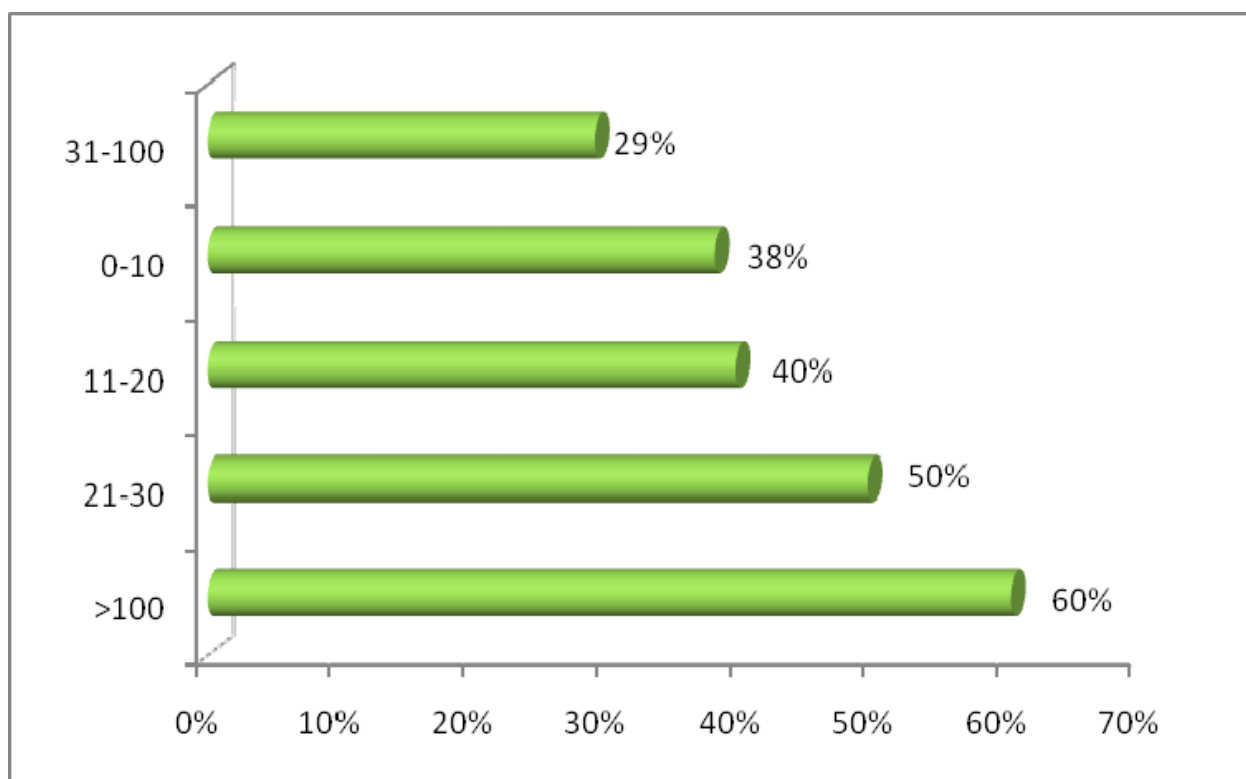
Gráfico N° 36
Punto de Equilibrio Financiero
Indicador General Promedio por Rango de Empleo
Agencia de Viajes



Analizándose las variables de generación de empleo directo con la estructura de financiamiento, utilizada para llevar a cabo la inversión, se obtiene que para la actividad de hospedaje, la relación de endeudamiento oscila entre el 29% y 60% de la inversión inicial, en donde los establecimientos con rango de 31 a 100 puestos de trabajo, y de más de 100 plazas se encuentran en los extremos, mientras que las empresas con al menos 10 empleos directos, y las que registran rangos de 11- a 20 unidades y de 21 a 30 puestos, registran relaciones de deuda del 38%, 40% y 50%.

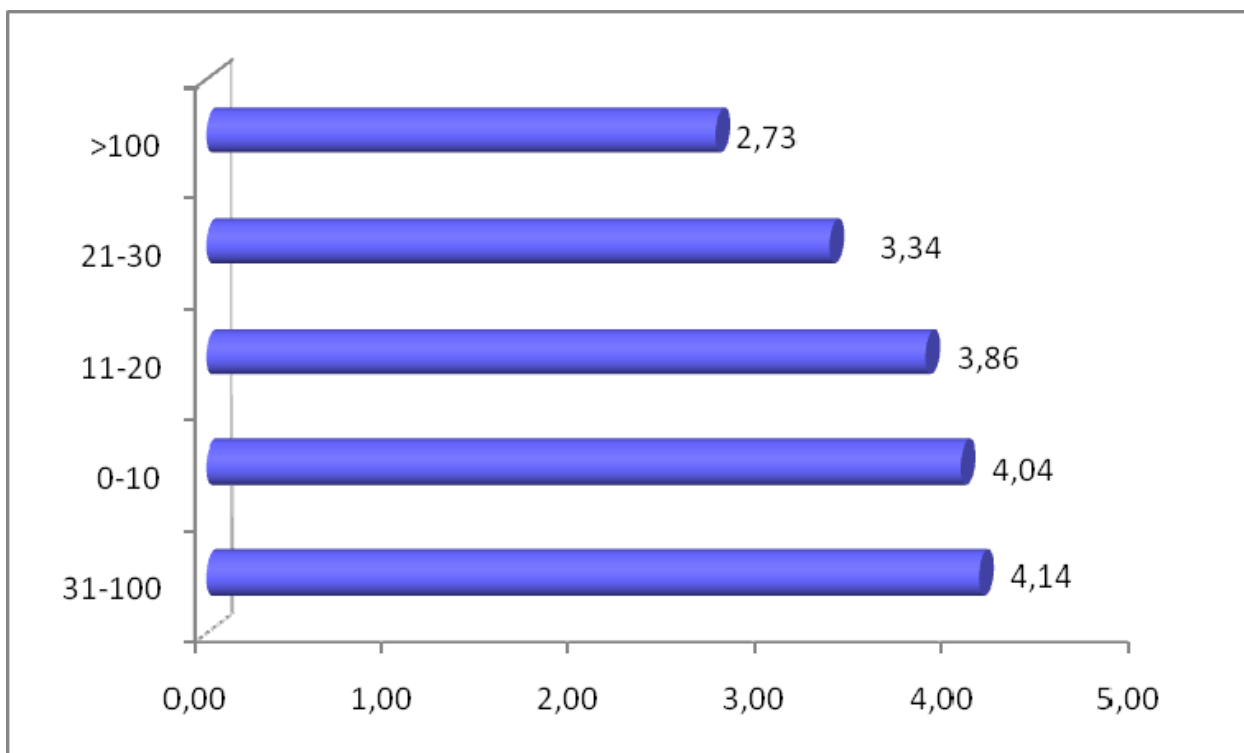
Nuevamente con la excepción de los proyectos y establecimientos con un rango de 31 a 100 habitaciones, se podría determinar que entre mayor sea la generación de empleo, la relación de deuda de la inversión se incrementa.

Gráfico N° 37
Estructura de Financiamiento
Indicador General Promedio por Rango de Empleo
Hospedaje



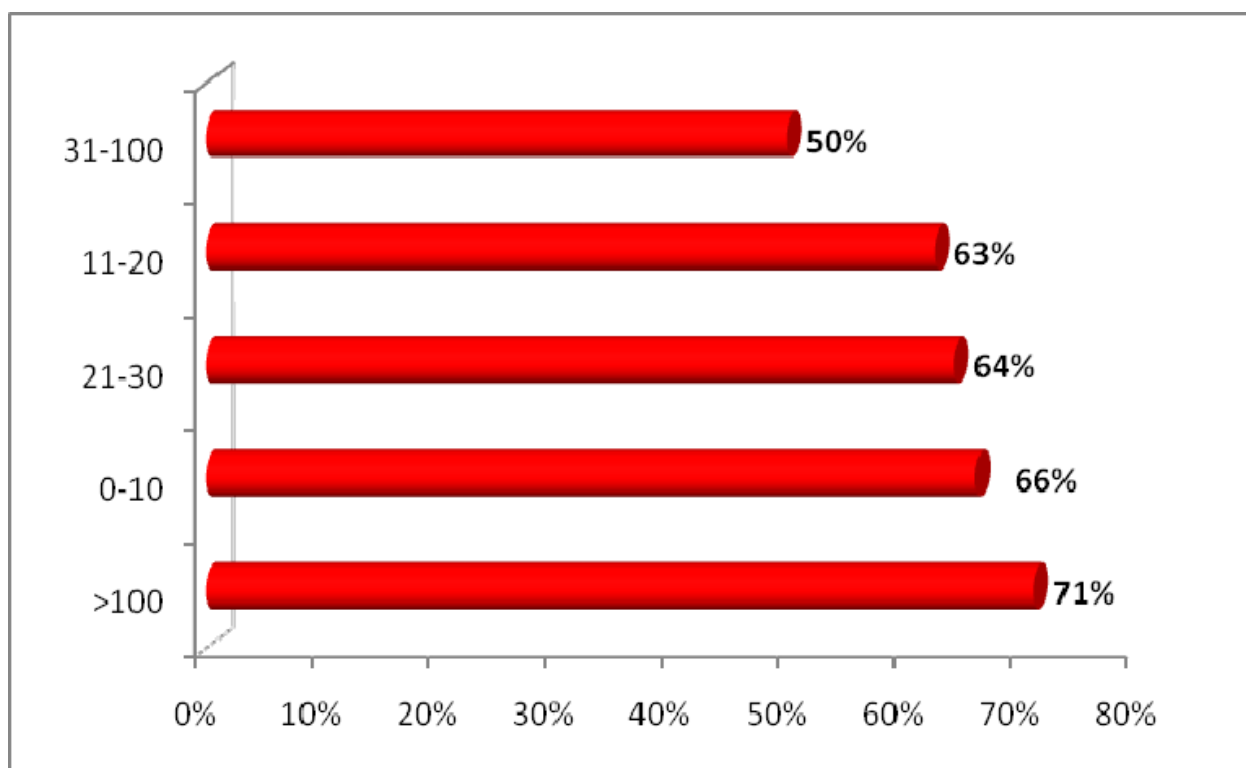
Asimismo, con respecto al período de recuperación de la inversión, y la generación de empleo de trabajo directo, se obtiene relaciones que oscilan entre 2,73 (Aproximadamente 2 años, 8 meses) y 4,14 (Aproximadamente 4 años y 1 mes), para aquellas empresas que registran una generación de empleos mayor a 100 y entre un rango de 31 a 100 personas, tal como se presenta a continuación:

Gráfico N° 38
Período de Recuperación
Indicador General Promedio por Rango de Empleo
Hospedaje



Evaluándose la variable del punto de equilibrio financiero con relación a la generación de empleo directo, se obtiene que para aquellas empresas cuya generación de puestos de trabajo es mayor a 100, la cobertura de los costos operativos y financieros es del 71%, mientras que para proyectos o establecimientos con un rango de empleo de 31 a 100, su margen de equilibrio se logra al generar el 50% de los recursos proyectados.

Gráfico N° 39
Punto de Equilibrio Financiero
Indicador General Promedio por Rango de Empleo
Hospedaje



5. PROPUESTA PARA DETERMINAR EL PERÍODO DE CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

5.1 Identificación de variables:

En vista de las limitaciones de tipo teórico, el concepto de consolidación de empresas turísticas, no fue posible documentarlo, se procedió a la construcción de un concepto, que involucrara la realidad de las empresas turísticas de manera que se integraran todas las variables, que intervienen en una gestión empresarial y que principalmente fueron aportadas por los expertos en el tema, según lo demuestran las entrevistas realizadas, y la encuesta aplicada.

En la figura N° 2 se pueden apreciar las siguientes variables que fueron identificadas coincidentemente, por los entrevistados y que se podrían generalizar para los diferentes tipos de actividades turísticas:

Figura No. 2

Ver figura en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

Como se puede visualizar en la figura anterior para las empresas turísticas, toman un papel preponderante los siguientes aspectos en orden de importancia:

5.1.1 Enfoque financiero: (Estructura de financiamiento, recuperación de la inversión, puntos de equilibrio y rentabilidad): La estructura de financiamiento, tiene su incidencia directa por el costo y la exigibilidad de la deuda, lo cual a su vez repercute en la rentabilidad, recuperación de la inversión y el logro del punto de equilibrio financiero. Esto también va unido a los niveles de ocupación, tarifas, servicios, estructura de costos operativos y análisis de flujo de caja.

5.1.2 Capacidad de reinversión para mantener estándares de calidad: Los estándares de calidad se miden en el caso de la hotelería en el estado de: exteriores, habitaciones y baños, marketing y branding y otros como alimentación, seguridad, servicios de Internet y comunicación. Para las agencias de viajes el equipo de transporte y servicios complementarios. En el caso de las marinas, en sus obras de abrigo, puestos de atraque e infraestructura complementaria de prestación de los servicios.

5.1.3 Enfoque Mercadológico: (Segmento, competencia, producto, precios): Las variables que constituyen una estrategia de mercadeo asertiva, es uno de los aspectos que definirán, la estabilización de una empresa de este tipo, considerándose como puntos clave, el posicionamiento del producto, la competencia y el segmento de mercado.

5.1.4 Operación: (Sistemas operativos, procesos, capacitación de personal): La eficacia de la operación y un personal capacitado, influyen directamente en la calidad del producto y le permite dar pasos firmes en la permanencia de la empresa y su posicionamiento.

5.1.5 Tamaño y ubicación de la empresa: Por el tipo de servicio e infraestructura con que se cuenta (tamaño, ejemplo: En el caso de empresas de hospedaje, según cantidad de habitaciones y servicios complementarios) y su ubicación según la Unidad de Planeamiento, puede afectar la consolidación del producto – servicio, en el mercado y en la posición financiera. De la misma manera se podría suponer que dependiendo del tamaño de la empresa, el plazo de consolidación podría variar.

5.1.6 Tendencias del entorno: Los factores sociales, económicos y políticos que afecten tanto al mundo como a nuestro país, tienen incidencia en el proceso de consolidación de una empresa turística, de forma directa, aunque no pueden ser controlados, se pueden tomar medidas para sobrellevarlos.

5.1.7 Plan de negocios: La planeación estratégica de la empresa es de vital importancia en este tipo de empresas, por el tipo y costo de las inversiones fijas y las implicaciones de la consolidación en el mercado internacional.

5.1.8 Políticas de atracción de inversiones e incentivos: Estos elementos aunque no son el factor determinante, para alcanzar la consolidación de una empresa, se constituyen en aspectos relevantes, para brindar soporte a las empresas en el inicio de operaciones y la implementación de programas de reinversión, para mantener su calidad y realizar proyectos de ampliación.

5.2 Indicadores relevantes

5.2.1 Agencias de Viajes:

Como se mencionó en el capítulo anterior dentro de los indicadores que mencionaron los entrevistados con más frecuencia son los siguientes:

- § Período de Recuperación
- § Punto de equilibrio operativo y financiero
- § Metas de rentabilidad
- § Flujos de caja y
- § Estructura Financiera de la empresa

5.2.2 Hospedaje:

De la misma manera, de acuerdo con los aportes de los entrevistados, los indicadores en que coincidieron son:

- Punto de equilibrio financiero
- Recuperación de la inversión
- Participación en el mercado y niveles de ocupación
- Análisis flujo de caja y por último
- Medidas de viabilidad y rentabilidad como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Ubicación

5.2.3 Marinas:

- Análisis financiero
- Análisis económico y
- Análisis social

5.2.4 Renta Autos:

- § Costos de operación
- § Recuperación de la inversión
- § Presupuestos
- § Tarifas

5.2.5 Transporte Acuático:

- Recuperación de la inversión
- Costos de operación
- Financiamiento

5.3 Período de reinversión

5.3.1 Hospedaje:

ü Para los hoteleros entrevistados, la reinversión en equipo menor (televisores, exteriores, lencería, camas, alfombras) se realiza entre los 3 a 5 años, los equipos medianos después de los 5 años hasta los 10 años, donde se realizan cambios a la infraestructura por lo que se debería considerar el plazo donde es necesario realizar las inversiones.

ü Para los encuestados la reinversión en equipo y mobiliario es de 3,5 años y de infraestructura de 5,9 años.

5.3.2 Agencias de viajes:

- La tendencia de los expertos entrevistados es de 5 años
- Por otra la encuesta tiende a un plazo de reinversión en equipo de 3 años y en la infraestructura de 4,3.

5.3.3 Transporte Acuático:

Las reinversiones en embarcaciones se realizan cada 4 años y en infraestructura también cada 4 años.

5.3.4 Renta de vehículos:

Cada dos años de acuerdo a los estándares internacionales de cambio de vehículos.

5.4 Definición del período de consolidación de empresas turísticas

5.4.1 Hospedaje:

Como resultado de las consultas, sobre el concepto se concluye, que en su mayoría estuvieron de acuerdo en el concepto propuesto, pero plantearon la necesidad de unirlo a:

- Recuperación de la inversión.
- Capacidad de hacer frente a la carga financiera y la generación de utilidades.
- Programa de reinversiones para lograr su permanencia en el mercado, de acuerdo con las tendencias y exigencias del mercado y la posibilidad de realizarlo con fondos propios.
- Importancia de integrar la consolidación en el mercado, en donde el posicionamiento incide a nivel operativo, financiero y en la viabilidad y rentabilidad de la inversión.

- La relación o la influencia de los impuestos a la industria.
- Capacidad de ser competitivos.

5.42 Agencias de Viajes:

De manera similar al caso de los Hoteles, la opinión sobre el concepto, no fue desechada y aportaron otros factores como:

- Consolidación en el mercado.
- Producción sostenida en el tiempo que le permite cubrir sus obligaciones y tener capacidad de endeudamiento para expandirse.
- Punto de equilibrio operativo y financiero ¿y se logra tener utilidades?.
- Competitividad.

5.4.3 Marinas:

La información obtenida sobre la propuesta fue aceptada y no se aportaron conceptos adicionales.

5.4.3 Transporte Acuático

Un período de 4 años como un plazo de consolidación adecuado.

5.4.5 Renta de Autos

Para esta actividad se sugirieron plazos que van desde los 5 años hasta los 10 años.

5.5 Propuesta de Concepto de Plazo de Consolidación

Para conformar un concepto integral basado en el análisis anterior, se considera necesario partir de los siguientes conceptos que inciden en el Proceso de Plazo de Consolidación, con base en la investigación realizada:

a. Consolidación en el mercado:

Cuando la empresa logra posicionarse en el segmento de mercado definido y logra alcanzar sus metas de venta.

b. Consolidación operativa:

Cuando las empresas logran el punto de equilibrio operativo, se logra con una operación del servicio satisfactoria y una estructura de costos aceptable, congruente con los ingresos, o sea los ingresos cubren los gastos operativos.

c. Consolidación financiera:

Las empresas logran el punto de equilibrio financiero, cuando logran cubrir sus gastos operativos y financieros, permitiendo con ello valorar la posibilidad de **reinvertir principalmente en equipo y mobiliario para mantener la calidad, de acuerdo con las tendencias del mercado, estándares de calidad y la competencia.**

d. Consolidación para el inversionista:

Cuando las empresas recuperan la inversión y la empresa puede **iniciar planes de ampliación y remodelaciones estratégicas.**

Figura N. 3 PROCESO PLAZO DE CONSOLIDACION DE LAS EMPRESAS TURISTICAS

Ver figura en Alcance No. 83 a La Gaceta No. 206 del 27 de octubre del 2011, o en la página web del ICT: www.visitcostarica.com

5.6 Definición de Plazo de consolidación de las empresas turísticas

Se propone para efectos de la presente investigación, definir el plazo de consolidación como.

El período en que las empresas consolidan su gestión de forma integral: en el mercado mediante el posicionamiento del producto- servicio, así como en el campo operativo, administrativo, financiero, para lograr la generación del rendimiento al inversionista. De tal manera, que una vez alcanzado este punto; la empresa podría realizar sus inversiones periódicas, ya sea en mobiliario y equipo o cambios en la infraestructura, para mantener su calidad y competitividad, sin el uso de incentivos turísticos.

5.7 Importancia de los incentivos para alcanzar el Plazo de Consolidación

5.7.1 Hospedaje

-Las conclusiones en este sentido nos orienta a enfocarnos que desde el punto de vista de los empresarios, los incentivos son importantes por su impacto en la reducción del costo de inversión inicial, lo cual incide directamente en que las empresas tengan un inicio menos fuerte y afecte el período de recuperación en forma positiva y un segundo enfoque radica en el hecho que los incentivos juegan un papel importante, porque brindan la posibilidad de tener mayor competitividad, mediante la renovación del producto, mantener calidad y atraer inversiones.

- No obstante, la posición de las entidades financieras nos indican que si la empresa no tiene la planificación correcta y no logra penetrar en el mercado, los incentivos serían permisivos con empresas que no son competitivas y que operacionalmente no logran el equilibrio y que además por otra parte, cuando el destino tiene la suficiente demanda no se necesitan, a diferencia de las zonas que están poco desarrolladas, que si lo necesitan, lo cual depende del estudio de mercado y ubicación.

5.7.2 Agencias de Viajes

-Para este tipo de actividad los incentivos no son atractivos desde el punto de vista financiero, los trámites para su obtención y luego la tramitología que se debe de cumplir para venderlos al término de su vida útil o bien por efectos de mejoramiento del producto y calidad de prestación del servicio, conlleva a que las empresas no lo valoren como un factor positivo en la implementación de la inversión. En resumen, actualmente no representa ninguna ayuda.

5.7.3 Marinas

-Desde esta perspectiva, el desarrollo turístico del país que ha experimentado en las últimas décadas, se debe a los incentivos turísticos, y por lo tanto se puede afirmar que los incentivos han influido positivamente en la reducción de estos plazos de consolidación, ya que al reducir los costos de la inversión inicial del proyecto, la rentabilidad de éste se pueden percibir en un menor tiempo.

5.7.4 Transporte Acuático

Consideran que los incentivos son negativos por entramamientos burocráticos.

5.7.5 Renta de Autos

Estos son beneficiosos e importantes pero tienen entramamientos.

5.8 Propuesta de plazo

5.8.1 Comparación de tendencias de acuerdo a la investigación realizada

Actividad	Fuentes consultadas
------------------	----------------------------

	ANÁLISIS DE EXPEDIENTES PERIODO DE RECUPERACIÓN	ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	ENCUESTAS VÍA E-MAIL	COMPETENCIA
		Valor medio del rango		Valor medio del rango
HOSPEDAJE	3,8		6.3	
		1		20
		2		5
		2,5		10
		4		
		4,5		
		5		
		6		
		7		
		7,5		
		8,5		
		10		
		15		
		20		
PROMEDIO SIMPLE		8,1		11,0
AGENCIAS DE VIAJES	2,73	5		7
		3		
		1	1	

Actividad	Fuentes consultadas
-----------	---------------------

	ANÁLISIS DE EXPEDIENTES PERIODO DE RECUPERACIÓN	ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	ENCUESTAS VÍA E-MAIL	COMPETENCIA
PROMEDIO SIMPLE		3,9		
MARINAS		7,5 1	NI	11
		6 1		
		6,8		
PROMEDIO TRANSPORTE ACUATICO	2	6 1,0	4	11
		10	1,0	
			8,0	
RENT A CAR		7,5 1,0		
		10 1,0		
		5,5 1,0		
		5, 1,0		
		7,0		

Como se puede observar en el cuadro anterior, la variable utilizada como base de comparación, del resultado del análisis de expedientes, es el Período de Recuperación de la Inversión, siendo esta la variable que la investigación por medio de entrevistas y encuestas, se indicó como punto de coincidencia. Además, que para llegar a este punto, los empresarios habrán tomado en cuenta los índices de rentabilidad e involucra o implica la consolidación operativa financiera y de mercado.

A continuación se presenta el resumen comparativo de las tendencias aplicando el promedio de punto medio de rangos, utilizado en análisis estadísticos, para distribución de frecuencias.

Actividad	Fuentes consultadas
-----------	---------------------

	ANÁLISIS DE EXPEDIENTES PERIODO DE RECUPERACIÓN	ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	ENCUESTAS VÍA E-MAIL	COMPETENCIA
HOSPEDAJE	4	8	6	11

AGENCIAS DE VIAJES	3	4	7	11
MARINAS	6	7	NI	11
TRANSPORTE ACUÁTICO	2	8	4	11
RENTA DE AUTOS	3	7	NI	11

5.8.2 Diferentes escenarios

a. Cálculo de Plazo de Consolidación utilizando el promedio simple

Actividad	Fuentes consultadas				
	ANÁLISIS DE EXPEDIENTES PERIODO DE RECUPERACIÓN	ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	ENCUESTAS VÍA E-MAIL	COMPETENCIA	PROMEDIO SIMPLE
HOSPEDAJE	4	8	6	11	7,3
AGENCIAS DE VIAJES	3	4	7	11	6,3
MARINAS	6	7	NI	11	8,0
TRANSPORTE ACUÁTICO	2	8	4	11	6,3
RENTA DE AUTOS	3	7	NI	11	9,0

Este escenario arroja como resultado un período de consolidación de 7, 3 años(Aproximadamente 7 años, 3 meses) para la actividad de hospedaje, 6 años para las agencias de viajes y para las marinas de 8 años, donde se le da el mismo peso a cada una de las fuentes de consulta, cuyos resultados se obtienen a través de un promedio simple, que aunque se ve afectado por valores extremos, no implica tomar en consideración, en mayor o menor proporción el resultado de una fuente en particular, además de no toma en cuenta las limitantes de cada una de las fuentes.

Cálculo de Plazo de Consolidación utilizando el promedio ponderado

Actividad	Fuentes consultadas				
------------------	----------------------------	--	--	--	--

	ANÁLISIS DE EXPEDIENTES PERIODO DE RECUPERACIÓN	ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	ENCUESTAS VÍA E-MAIL	COMPETENCIA	PROMEDIO SIMPLE
PESO	0,25	0,40	0,15	0,20	1,00
HOSPEDAJE	4	8	6	11	7,3
AGENCIAS DE VIAJES	3	4	7	11	5,6
PESO	0,25	0,50		0,25	1.00
MARINAS	6	7	NI	11	7,8
PESO	0,25	0,40	0,15	0.20	1,00
TRANSPORTE ACUÁTICO	2	8	4	11	6,5
PESO	0	0,50		0,5	1,00
RENTA DE AUTOS	3	7	NI	11	9,0

Bajo este escenario se le dio un valor a cada una de las fuentes, de acuerdo con la confiabilidad de la fuente, el mayor peso se le da a las entrevistas realizadas a los expertos (40%), por su experiencia y capacidad para brindar información real y actualizada sobre el comportamiento de las inversiones, según la actividad. Por otra parte, la importancia relativa a los resultados de expedientes (25%), se asignó con base en que la información presentada, es avalada por los propietarios de la inversión, y elaboradas por un Profesional Incorporado al Colegio de Profesionales en Ciencias Económicas de Costa Rica, siendo preparados los estudios de factibilidad y económicos bajo supuestos y proyecciones, los cuales a su vez, pueden haber variado con el paso del tiempo. A los datos correspondientes a la competencia, se les da un valor considerando, que Costa Rica no puede descuidar su posición en materia de atracciones de inversiones, en relación con la competencia. Por último, el peso más bajo se adjudicó a las encuestas vía e-mail (15%), por la baja respuesta obtenida.

Tomando en cuenta lo anterior, el promedio ponderado para el plazo de consolidación de las empresas de Hospedaje sería de 7,3 años (Aproximadamente 7 años, 3 meses), para las agencias de 5,6 años y 7,8 años (Aproximadamente 7 años y 9 meses) para las marinas, 7,8 años para el transporte acuático y 9 años para las arrendadoras de autos.

Cabe aclarar que en el caso de las marinas no se le asigna ponderación a las encuestas, ya que el universo que se tenía era el mismo de las encuestas a profundidad y de los expedientes.

Con respecto a las arrendadoras de vehículos, el período de recuperación se arrojado mediante el estudio de expedientes, corresponde al momento en que se deben de hacer las renovaciones de flotilla, lo que según el estudio realizado no es exactamente el período de consolidación, por lo que el ponderado se obtuvo dándole valor a las fuentes de entrevistas y la información sobre la competencia.

6- Conclusiones

A partir de los resultados expuestos en los capítulos anteriores se concluye lo siguiente:

6.1 Se determinó que existe la tendencia a que las variables que influyen en el plazo de consolidación están ligadas a los siguientes aspectos en orden de importancia: Enfoque financiero, capacidad de reinversión para mantener estándares de calidad, enfoque mercadológico, operación, tamaño y ubicación de la empresa, tendencias del entorno, plan de negocios y políticas de atracción de inversiones e incentivos.

6.2 Que el plazo de consolidación es un proceso en el que intervienen: La consolidación en el mercado, consolidación operativa - administrativa, consolidación financiera y rentabilidad para el inversionista y que por lo tanto obedece al análisis integral de la empresa, lo cual debe de tomarse en cuenta para determinar tanto el concepto como el cálculo.

6.3 Las conclusiones con respecto a la importancia de los incentivos para la actividad de hospedaje, nos orienta a enfocarnos que desde el punto de vista de los empresarios relacionados con el hospedaje, los incentivos son importantes por su impacto en la reducción del costo de inversión inicial, lo cual incide directamente en que las empresas tengan un inicio menos fuerte y afecte el período de recuperación en forma positiva y en segundo enfoque radica en el hecho que los incentivos juegan un papel importante, porque brindan la posibilidad de tener mayor competitividad, mediante la renovación del producto, mantener calidad y atraer inversiones. No obstante, la posición de las entidades financieras nos indican que si la empresa no tiene la planificación correcta y no logra penetrar en el mercado, los incentivos serían permisivos con empresas que no son competitivas y que operacionalmente no logran el equilibrio y que además por otra parte, cuando el destino tiene la suficiente demanda no se necesitan, a diferencia de las zonas que están poco desarrolladas, que si lo necesitan, lo cual depende del estudio de mercado y ubicación.

6.4 Para las Agencias de Viajes, la operación actual de los incentivos no representa ninguna ayuda, de acuerdo con la información obtenida.

6.5 En el caso de las marinas, los incentivos son positivos en influyen para el logro del plazo de consolidación de la inversión.

6.6 Que para las empresas de renta de autos en este momento por el costo de la administración del incentivo y la complejidad de los trámites no representa una ayuda.

6.7 Del análisis de las respuestas de los entrevistados el promedio simple de plazo de consolidación sugerido es de 8 años en la hotelería, para las agencias de viajes es de 3 años, 6,3 para el transporte acuático, 9 para la renta de autos y de 6,8 años para las marinas.

6.8 Las encuestas arrojaron que el plazo de consolidación debería ser de: 6 años para la actividad de hospedaje, 7 años para las agencias de viajes y para los demás no se obtuvo información relevante.

6.9 La información de los expedientes, es avalada por los propietarios de la inversión, y elaboradas por un Profesional Incorporado al Colegio de Profesionales en Ciencias Económicas de Costa Rica. No obstante, los estudios de factibilidad y económicos, son elaborados bajo supuestos y proyecciones, los cuales a su vez, pueden haber variado con el paso del tiempo.

6.10 Con base al análisis de los Estudios de Factibilidad y Económicos, se puede determinar que en promedio el período de recuperación de la inversión en la actividad de hospedaje es de 3,80 años (Aproximadamente 3 años y 9 meses), mientras que para la actividad de agencias de viajes receptiva es de 2,73 (Aproximadamente 2 años 8 meses), para la marina es de 6 años, el transporte acuático requiere 2 años y la renta de vehículos 3 años, este corresponde con el período en que se hacen las renovaciones de flotilla.

6.11 Específicamente la actividad de Agencia de Viajes Receptivas, sus costos operativos y financieros representan el 67,32% de los ingresos esperados o recibidos, mientras que la actividad de hospedaje registra una relación del 61,33% para cubrir sus costos y deuda. Por otra parte, el transporte acuático lo logra en el 61,7% y la renta de autos en el 60,4%.

6.12 En lo que se refiere a los plazos, vemos que Panamá es el país que ofrece un mayor plazo (20 años), seguido por Nicaragua, República Dominicana y Honduras que establecen 10 años, mientras que El Salvador tiene un plazo de 5 años.

6.13 El cálculo del plazo de consolidación basado en el promedio simple del resultado de todas las fuentes consultadas es de 7,3 para los hoteles, 6 años para las agencias, 6,3 en el caso del transporte acuático , 9 para la renta de autos y 8 años para las marinas.

6.14 El cálculo del plazo de consolidación basado en el promedio ponderado como resultado de todas las fuentes consultadas es de 7,3 para los hoteles, 5,6 años para las agencias y 7,8 años para las marinas, 9 para las rentas de autos y 6,5 para el transporte acuático.

7. Recomendaciones

1 Que se defina el Plazo de consolidación como:

El período en que las empresas consolidan su gestión de forma integral: en el mercado mediante el posicionamiento del producto- servicio, así como en el campo operativo, administrativo, financiero, para lograr la generación del rendimiento al inversionista. De tal manera, que una vez alcanzado este punto; la empresa podría realizar sus inversiones periódicas, ya sea en mobiliario y equipo o cambios en la infraestructura, para mantener su calidad y competitividad, sin el uso de incentivos turísticos.

7.2 Determinar el plazo de consolidación de acuerdo al cálculo de promedio ponderado, como se expone en el siguiente cuadro:

Actividad		Fuentes consultadas			
	ANÁLISIS DE EXPEDIENTES PERIODO DE RECUPERACIÓN	ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	ENCUESTAS VÍA E-MAIL	COMPETENCIA	PROMEDIO SIMPLE
PESO	0,25	0,40	0,15	0,20	1,00
HOSPEDAJE	4	8	6	11	7,3
AGENCIAS DE VIAJES	3	4	7	11	5,6
PESO	0,25	0,50		0,25	1.00
MARINAS	6	7	NI	11	7,8
PESO	0,25	0,40	0,15	0.20	1,00
TRANSPORTE ACUÁTICO	2	8	4	11	6,5
PESO	0	0,50		0,5	1,00
RENTA DE AUTOS	3	7	NI	11	9,0

De manera que se sugieren los siguientes plazos:

HOSPEDAJE: 7 años

AGENCIAS: 5 años

MARINAS: 7 años

TRANSPORTE ACUATICO: 6

RENTA DE AUTOS: 9

Lo anterior, debido a que por medio de este método se obtienen las siguientes ventajas:

- Se baja el impacto de los puntos extremos en el promedio.
- Se le da el peso, a cada uno de los resultados de la investigación de acuerdo con su importancia, asociada a la respuesta y vigencia actual.
- Toman en cuenta los períodos de reinversión para mantener la calidad y competitividad, de acuerdo con los estándares de calidad exigidos y las repuestas de los entrevistados.
- Contempla el proceso de consolidación de manera integral: Mercado, operativo, financiero y para el inversionista.
- Proporciona un tiempo adecuado para que tanto grandes como pequeñas empresas consoliden su gestión.
- Dado que la mayoría de las empresas utilizan financiamiento, con esta propuesta de plazos, las empresas logran alcanzar su consolidación financiera.
- La puesta en marcha de este plazo indirectamente ubica a las empresas en un proceso desde su inicio, que promueve la planificación de la empresa, de acuerdo con su tamaño.
- La propuesta ubica al país en un punto competitivo con respecto a los países de Centroamérica.
- La propuesta ubica al país en un punto competitivo con respecto a los países de Centroamérica.

7.3 Propuesta de aplicaciones

7.3.1 Hospedaje:

Para la actividad de hospedaje, el plazo de consolidación será de siete años.

En los casos que la solicitud del contrato turístico se realice para un proyecto (Aún no ha iniciado la construcción o operación) los incentivos fiscales, se otorgaran por un período de 7 años a partir de la fecha de suscripción del Contrato Turístico.

Para las empresas en operación (Que han iniciado la prestación del servicio), el plazo de vigencia del Contrato Turístico se determinará tomándose en consideración la fecha de inicio de operaciones (Emisión de la patente comercial) y el tiempo restante para cumplir los 7 años. La diferencia de tiempo entre la fecha de inicio de operaciones y el cumplimiento de los siete años, será el tiempo por el cual se le otorgaría el Contrato Turístico.

Para los establecimientos en operación que aún se encuentren dentro del período de consolidación (Siete años), que ostentan el Contrato Turístico, podrán solicitar una modificación al Contrato Turístico originalmente otorgado por la Comisión Reguladora de Turismo, con fin de establecer la fecha final de vigencia del mismo, que será por el tiempo restante para el cumplimiento del período de consolidación. (La fecha de inicio de vigencia del Contrato Turístico será aquella que consta en el contrato originalmente aprobado en concordancia con la fecha de inicio de construcciones, indicada en el cronograma de construcción).

Para los establecimientos en operación que aún se encuentren dentro del período de consolidación (Siete años), que ostentan el Contrato Turístico, y que presenten un plan de ampliaciones, podrán suscribir un nuevo contrato turístico, por el tiempo restante para el cumplimiento del período de consolidación.

Para las ampliaciones y remodelaciones de establecimientos en operación que hayan sobrepasado el tiempo de consolidación (Siete años), se le otorgaría los beneficios fiscales por una única vez, en concordancia al tiempo que contemple el Cronograma de Construcción, el cual deberá de especificar la fecha de inicio, conclusión y costo de cada etapa, debidamente firmado por el profesional responsable. Así mismo se deberá de indicar la fecha de inicio de operaciones.

No obstante, de conformidad con el artículo 17 de la Ley 8114, en el que se derogan las exenciones del pago del impuesto sobre las ventas contenidas en el artículo 7 de la Ley N° 6990, se hace excepción para las empresas de hotelería en cuanto a la inversión inicial para adquirir artículos indispensables y materiales para la construcción de instalaciones destinadas a poner en operación cada proyecto. Todas las adiciones, ampliaciones, remodelaciones o adquisiciones de equipo estarán sujetas al pago del impuesto sobre las ventas.

7.3.2 Agencias de Viajes Receptivas:

Para la Actividad de Agencias de Viajes Receptiva, el período de consolidación será por un período de 5 años. En los casos que la solicitud del contrato turístico se realice para un proyecto (Aún no ha iniciado la construcción o operación) los incentivos fiscales, se otorgaran por un período de 5 años a partir de la fecha de suscripción del Contrato Turístico.

Para las empresas en operación (Que han iniciado la prestación del servicio), el plazo de vigencia del Contrato Turístico se determinará tomándose en consideración la fecha de inicio de operaciones (Emisión de la patente comercial) y el tiempo restante para cumplir los 5 años. La diferencia de tiempo entre la fecha de inicio de operaciones y el cumplimiento de los cinco años, será el tiempo por el cual se le otorgaría el Contrato Turístico.

Para los establecimientos en operación que aún se encuentren dentro del período de consolidación (cinco años), que ostentan el Contrato Turístico, podrán solicitar una modificación al Contrato Turístico originalmente otorgado por la Comisión Reguladora de Turismo, con fin de establecer la fecha final de vigencia del mismo, que será por el tiempo restante para el cumplimiento del período de consolidación. (La fecha de inicio de vigencia del Contrato Turístico será aquella que consta en el contrato originalmente aprobado).

Para la (s) ampliaciones de flotilla de establecimientos en operación que hayan sobrepasado el tiempo de consolidación (cinco años), se les otorgará los beneficios fiscales por una única vez.

No obstante, se ha de tomar en consideración lo que señala el artículo 17 de la Ley 8114, en el que se derogan las exenciones del pago del impuesto sobre las ventas contenidas en el artículo 7 de la Ley N° 6990.

7.3.3 Marinas:

Para la Actividad de Marinas, el período de consolidación será por un período de 7 años. En los casos que la solicitud del contrato turístico se realice para un proyecto (Aún no ha iniciado la construcción o operación) los incentivos fiscales, se otorgaran por un período de 7 años a partir de la fecha de suscripción del Contrato Turístico.

Para las empresas en operación (Que han iniciado la prestación del servicio), el plazo de vigencia del Contrato Turístico se determinará tomándose en consideración la fecha de inicio de operaciones (Emisión de la patente comercial) y el tiempo restante para cumplir los 7 años. La diferencia de tiempo entre la fecha de inicio de operaciones y el cumplimiento de los siete años, será el tiempo por el cual se le otorgaría el Contrato Turístico.

Para los establecimientos en operación que aún se encuentren dentro del período de consolidación (Siete años), que ostentan el Contrato Turístico, podrán solicitar una

modificación al Contrato Turístico originalmente otorgado por la Comisión Reguladora de Turismo, con fin de establecer la fecha final de vigencia del mismo, que será por el tiempo restante para el cumplimiento del período de consolidación. (La fecha de inicio de vigencia del Contrato Turístico será aquella que consta en el contrato originalmente aprobado, en concordancia con la fecha de inicio de construcciones, indicada en el cronograma de construcción).

Para los establecimientos en operación que aún se encuentren dentro del período de consolidación (Siete años), que ostentan el Contrato Turístico, y que presenten un plan de construcción, ampliaciones o remodelaciones (de muelles y otros lugares destinados al embarque y desembarque de turistas, así como para la construcción y mantenimiento de marinas, balnearios y acuarios destinados para la atención del turismo) podrán suscribir un nuevo contrato turístico, por el tiempo restante para el cumplimiento del período de consolidación.

Para las ampliaciones y remodelaciones de establecimientos en operación que hayan sobrepasado el tiempo de consolidación (Siete años), se le otorgaría los beneficios fiscales por una única vez, en concordancia al tiempo que contemple el Cronograma de Construcción, el cual deberá de especificar la fecha de inicio, conclusión y costo de cada etapa, debidamente firmado por el profesional responsable. Así mismo se deberá de indicar la fecha de inicio de operaciones.

No obstante, se ha de tomar en consideración lo que señala el artículo 17 de la Ley 8114, en el que se derogan las exenciones del pago del impuesto sobre las ventas contenidas en el artículo 7 de la Ley N° 6990.

7.3.4 Transporte Acuático de Turistas:

Para la Actividad de Transporte Acuático, el período de consolidación será por un período de 6 años. En los casos que la solicitud del contrato turístico se realice para un proyecto (Aún no ha iniciado la construcción o operación) los incentivos fiscales, se otorgaran por un período de 6 años a partir de la fecha de suscripción del Contrato Turístico.

Para las empresas en operación (Que han iniciado la prestación del servicio), el plazo de vigencia del Contrato Turístico se determinará tomándose en consideración la fecha de inicio de operaciones (Emisión de la patente comercial) y el tiempo restante para cumplir los 6 años. La diferencia de tiempo entre la fecha de inicio de operaciones y el cumplimiento de los seis años, será el tiempo por el cual se le otorgaría el Contrato Turístico.

Para los establecimientos en operación que aún se encuentren dentro del período de consolidación (Seis años), que ostentan el Contrato Turístico, podrán solicitar una modificación al Contrato Turístico originalmente otorgado por la Comisión Reguladora de Turismo, con fin de establecer la fecha final de vigencia del mismo, que será por el

tiempo restante para el cumplimiento del período de consolidación. (La fecha de inicio de vigencia del Contrato Turístico será aquella que consta en el contrato originalmente aprobado).

Para los establecimientos en operación que aún se encuentren dentro del período de consolidación (Seis años), que ostentan el Contrato Turístico, y que presenten un plan de ampliación de flotilla, podrán suscribir un nuevo contrato turístico, por el tiempo restante para el cumplimiento del período de consolidación.

Para las ampliaciones de flotilla en establecimientos en operación que hayan sobrepasado el tiempo de consolidación (Seis años), se le otorgaría los beneficios fiscales por una única vez.

No obstante, se ha de tomar en consideración lo que señala el artículo 17 de la Ley 8114, en el que se derogan las exenciones del pago del impuesto sobre las ventas contenidas en el artículo 7 de la Ley N° 6990.

7.3.5 Arrendamiento de Vehículos a turistas extranjeros y nacionales:

Para la Actividad de arrendamiento de vehículos a turistas extranjeros y nacionales, el período de consolidación será por un período de 9 años. En los casos que la solicitud del contrato turístico se realice para un proyecto (Aún no ha iniciado la construcción o operación) los incentivos fiscales, se otorgaran por un período de 9 años a partir de la fecha de suscripción del Contrato Turístico.

Para las empresas en operación (Que han iniciado la prestación del servicio), el plazo de vigencia del Contrato Turístico se determinará tomándose en consideración la fecha de inicio de operaciones (Emisión de la patente comercial) y el tiempo restante para cumplir los 9 años. La diferencia de tiempo entre la fecha de inicio de operaciones y el cumplimiento de los seis años, será el tiempo por el cual se le otorgaría el Contrato Turístico.

Para los establecimientos en operación que aún se encuentren dentro del período de consolidación (Nueve años), que ostentan el Contrato Turístico, podrán solicitar una modificación al Contrato Turístico originalmente otorgado por la Comisión Reguladora de Turismo, con fin de establecer la fecha final de vigencia del mismo, que será por el tiempo restante para el cumplimiento del período de consolidación. (La fecha de inicio de vigencia del Contrato Turístico será aquella que consta en el contrato originalmente aprobado).

Para los establecimientos en operación que aún se encuentren dentro del período de consolidación (Nueve años), que ostentan el Contrato Turístico, y que presenten un plan de ampliación de flotilla, podrán suscribir un nuevo contrato turístico, por el tiempo restante para el cumplimiento del período de consolidación.

Para las ampliaciones de flotilla en establecimientos en operación que hayan sobrepasado el tiempo de consolidación (Nueve años), se le otorgaría los beneficios fiscales por una única vez.

No obstante, se ha de tomar en consideración lo que señala el artículo 17 de la Ley 8114, en el que se derogan las exenciones del pago del impuesto sobre las ventas contenidas en el artículo 7 de la Ley N° 6990.

7.3.6 Transporte Aéreo Internacional y Nacional de Turistas.

Los beneficios fiscales que contempla la Ley N° 6990 de Incentivos Turísticos para el Desarrollo Turístico para la actividad de transporte aéreo internacional y nacional de turistas, será en concordancia al tiempo que se indique en el Certificado de Explotación Aérea, emitido por el Consejo de Aviación Civil.

ANEXOS ANEXO 1

ESTUDIO SOBRE EL PLAZO DE CONSOLIDACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS GUIA DE ENTREVISTA A EXPERTOS

ESTUDIO SOBRE EL PLAZO DE CONSOLIDACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS GUIA DE ENTREVISTA A EXPERTOS

NOMBRE:	PUESTO:
EMPRESA O INSTITUCION:	

INICIO :	FIN:
-----------------	-------------

GUIA DE INTRODUCCIÓN La Contraloría General de República, realizó un estudio sobre los incentivos fiscales amparados a la Ley 6990, como parte de sus conclusiones indicó expresamente que, los incentivos no se podrían otorgar por un período indefinido. Por otra parte, ante la consulta formulada a la Procuraduría General de la República, ésta estableció que debía determinarse para las actividades contempladas en el artículo 3 de la Ley 6990, períodos de consolidación de las empresas, para que dichos plazos queden así establecidos en los contratos turísticos, que se suscriban entre el ICT y los empresarios turísticos. Para efectos de la presente investigación, se ha propuesto definir el plazo de consolidación como el período en que las empresas consolidan su gestión de forma integral, de manera que una vez alcanzado este punto; la empresa podría realizar sus inversiones, sin el uso de los incentivos turísticos amparados a la Ley 6990. En cumplimiento a lo anterior y en vista de es una de las prioridades de la Junta Directiva y la
--

Presidencia Ejecutiva, este proceso ha iniciado el estudio correspondiente. Como parte de la investigación, es que se planteó la necesidad de contar con la opinión de diferentes expertos.

CUESTIONARIO

1- La definición de plazo de consolidación que usted utiliza coincide con el concepto antes mencionado, o por el contrario lo simplificaría o ampliaría?

2- Que factores considera usted que se deberían tomar en cuenta para establecer el plazo de consolidación?

3- Que tipo de análisis (financiero, económico, social o de otra naturaleza), se podría realizar para determinar o aproximar el plazo de consolidación?

4- Como considera usted que afectan o influyen en los Incentivos Turísticos en la determinación del plazo de consolidación?

Tomando en cuenta lo comentado por usted y con la idea de tratar de resumir este asunto, concretamente cual piensa usted que debería ser el plazo de consolidación para una empresa de hospedaje y /o agencia de viajes?

Elaborado por:

Fecha:

ANEXO 2 RESUMEN DE RESPUESTAS DE ENTREVISTAS A EXPERTOS

Estudio Plazo de Consolidación

Marzo 2007

Estimado empresario del Sector Turismo

El Instituto Costarricense de Turismo está realizando un estudio sobre el Plazo de Consolidación en las empresas turísticas. Sus respuestas al presente cuestionario son muy importantes para nosotros, por lo que agradecemos su colaboración.

1. Seleccione el tipo de establecimiento:

2. Total de

3. Nombre del establecimiento.

4. Seleccione la provincia en donde se ubica:

5. Favor indicar la dirección:

Plazo de Consolidación :

Para efectos de la presente investigación, se ha propuesto definir el plazo de consolidación como el período en que las empresas consolidan su gestión de forma integral, de manera que una vez alcanzado este punto; la empresa podría realizar sus inversiones, sin el uso de las incentivos turísticos amparados a la Ley 6990.

6. La anterior definición ¿Coincide con el concepto de Plazo de Consolidación que usted utiliza?

7. De los factores que se muestran a continuación, ¿Cuál o cuáles considera usted se deberían de tomar en cuenta para establecer un plazo de consolidación?

- a. Monto de la inversión
- b. Estructura financiera
- c. Período de recuperación de la inversión
- d. Punto de equilibrio financiero
- e. Planificación de la empresa
- f. Indicadores financieros de rentabilidad (VAN, TIR)
- g. Estrategias de mercadeo (segmento, competencia, producto)
- h. Factores externos (tendencias de mercado, economía)
- i. Ubicación del establecimiento
- j. Tamaño de la empresa

8. Según su experiencia Cada cuanto se debe realizar reinversión en activos?

a. En equipo:

b. En Infraestructura:

9. En su opinión, ¿Cuál debe ser un plazo de consolidación adecuado?

10. ¿Cómo afectan o influyen los incentivos turísticos, al amparo de la Ley 6990 en la determinación del Plazo de Consolidación?

Comentario adicional:

ANEXO 4 RESUMEN DE RESULTADOS DE ANALISIS DE EXPEDIENTES

ANEXO 5

FORMULAS:

1- VALOR ACTUAL NETO

$VAN = -I + \frac{F_n}{(1+k)^n}$

Donde:

I= Inversión inicial

F= Flujos de efectivo

K= Costo de capital

n= Número de años de duración del proyecto.

2- TASA INTERNA DE RETORNO

3- PERIODO DE RECUPERACION

I= Inversión Inicial

R= Flujo de efectivo anual

En el caso de flujos desiguales, la forma más aproximada de calcular el período de recuperación se expresa a continuación:

PR= Número de períodos antes de alcanzar la **I** + **Suma no cubierta antes de I**

Flujo del período donde se alcanza

4- PUNTO DE EQUILIBRIO

PEFmínimo = $(CF + GF + \text{Amortización}) / MC$

MC = **PR** - **CV**

En donde:

PEFmínimo = Punto de equilibrio financiero mínimo

CF = Costo Fijo

GF = Gastos financieros por pago de intereses

Amortizaciones = Pagos de cancelación de deuda

MC = Margen de contribución

PR = Precio (ingresos)

CV = Costos variables.