



INSTITUTO
COSTARRICENSE
DE TURISMO

GOBIERNO
DE COSTA RICA



11 de setiembre de 2025

ALA-980-2025

Sras.
Silvia Rodríguez Araya
Jefa
Departamento Estrategia de Marca y Comunicación

Adriana Vargas H.
Ejecutiva
Departamento Estrategia de Marca y Comunicación

Presentes

Asunto: Criterio legal sobre uso de logotipo de socio en campañas institucionales.
Ref. S o u oficio M&C-0540-2025.

Estimadas señoras:

Nos referimos de seguido al tema de referencia en sus aspectos estrictamente jurídicos.

1. Sobre la consulta.

Indica su oficio de consulta en lo conducente:

“ (...)

Por este medio solicitamos su orientación respecto al uso de logotipos de socios comerciales en nuestras campañas de comunicación.

Como contexto, la institución trabaja bajo dos modalidades principales de campañas de comunicación:

1. Campañas de promoción y publicidad institucionales: financiadas exclusivamente por la institución. Estas campañas tienen como objetivo principal promover a Costa Rica como destino turístico en los distintos mercados de interés.



Como ha sido la norma, en las campañas institucionales solo aparecen las marcas o logotipos del ICT o Costa Rica según corresponda.

2. Campañas integrales y apoyos cooperativos: financiadas por la institución en conjunto con uno o varios socios estratégicos, según el reglamento vigente para este programa. Estas campañas contemplan, por lo general, la inclusión del logotipo tanto de Costa Rica como del socio que corresponda, en la comunicación.

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente surgen las siguientes preguntas:

- ¿Según la normativa vigente, es posible incluir en algunas piezas o mensajes de una campaña institucional, el logotipo o marca de un socio del ICT con quien actualmente se tenga alguna campaña integral con convenio vigente, si surgiera el caso de que ambas campañas se encuentran activas simultáneamente y contemplen mensajes con temáticas similares?*
- En caso afirmativo, ¿existe alguna restricción o recomendación específica respecto al uso del logotipo o marca del socio en una campaña institucional? (...)*

2. Carencia de criterio técnico.

No se aporta a la consulta el requisito del criterio técnico sobre la misma, que identifique si existe alguna necesidad institucional inherente al tema y la procedencia de interpretar alguna norma jurídica para su satisfacción, esto según la circular G-2154-2009- AL-1751-2009 del 8 de setiembre del 2009.

Sin embargo, en aras de colaborar con su departamento, se atenderá la consulta en términos generales y estrictamente jurídicos.

3. Criterio legal sobre la consulta.

Esta Asesoría Legal ya se ha referido a las campañas promocionales o alianzas de marca en las cuales se da una asociación o inclusión de una marca ajena, por lo que reiteramos de seguido lo ya indicado en los criterios legales DL-863-2003, AL-417-2020 y AL-682-2021 dirigidos al entonces Departamento de Promoción y a la Gerencia General.

El artículo 5 de la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo, en su inciso c), dispone:

“ARTÍCULO 5°- El Instituto tendrá las siguientes funciones:



(...)

c) *Promover y estimular cualesquiera actividades comerciales, industriales, de transporte, deportivas, artísticas o culturales, que traten de atraer el turismo, brindándole facilidades y distracciones o que den a conocer el país en sus diversos aspectos, especialmente el folklórico;(...)*”

Si bien el ordenamiento jurídico faculta al ICT a invertir recursos públicos en el desarrollo de campañas de publicidad en el exterior y a nivel nacional con el objetivo único de dar a conocer a nuestro país y sus atractivos turísticos y por ende fomentar el turismo, ello no significa que exista una “obligación legal”, en el sentido que el ICT deba, indiscriminadamente, invertir en todas las campañas promocionales propuestas por el sector privado.

Dado lo anterior, el ICT ha regulado ese tipo de acciones e inversiones promocionales y es precisamente a través de la aprobación y desarrollo del programa de campañas integrales y apoyos cooperativos que se permite, previo estudio técnico, la inversión de fondos de la Hacienda Pública en proyectos conjuntos con el sector privado, garantizándose en todo caso, un aporte equitativo de este último. Esto según lo que dispone el “*Reglamento Interno del Programa de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos de Promoción del Instituto Costarricense de Turismo*”, aprobado por la Junta Directiva del ICT en sesión ordinaria N° 6233, apartado 5, inciso I), celebrada el día 17 de octubre del 2022, acuerdo N° SJD-294-2022 y publicado en el Diario oficial La Gaceta N° 211 del viernes 04 de noviembre de 2022. (en adelante el Reglamento)

Por su parte, el criterio DL-864-2003, reza en cuanto a la asociación de marcas ajenas a las institucionales en campañas promocionales ejecutadas por el Instituto, en su relación con la habilitación establecida en el artículo 5 de la Ley Orgánica del ICT (numeral transcrito supra) :

“Si bien la anterior constituye una norma habilitante que faculta al ICT a invertir recursos públicos en el desarrollo de campañas de publicidad en el exterior y a nivel nacional con el objetivo único de dar a conocer a nuestro país y sus atractivos turísticos y por ende fomentar el turismo, debe tenerse siempre presente que como Institución Pública que es, debe sujetarse al Principio de Legalidad consagrado en el artículo 11 de la Ley General de la Administración Pública.

*A criterio de esta Dirección, **no existe norma alguna que autorice al Instituto Costarricense de Turismo a realizar publicaciones o promociones asociadas***



a alguna marca comercial, ya que ello significaría una violación al principio constitucional de igualdad de trato.

Por otra parte, llevar a cabo publicaciones o promociones asociadas a alguna marca comercial, podría interpretarse como un “aval” o una “aprobación” institucional de la marca o el producto.” (Los resaltados no son del original)

Recapitulando, los elementos legales a considerar en el tema de la asociación y uso de logotipos y/o marcas de un socio privado en acciones promocionales institucionales son los siguientes:

Autorización previa: Debe existir el elemento formal de autorización previa institucional de la inclusión de la marca asociada del socio en la campaña o material publicitario que se pretende. Esto debería incluir la emisión de un criterio técnico previo y positivo por parte de su Departamento y una aprobación final de la Gerencia General o la dependencia competente. En el caso de un socio con una campaña integral o apoyo cooperativo vigente, la acción promocional institucional del caso debe siempre estar incluida en el texto de una campaña integral o apoyo cooperativo y estar justificada técnicamente.

Ausencia de aval o asociación del ICT a la marca o producto privado: En la promoción no debe asociarse al ICT con una marca comercial, de manera que se pueda interpretar como un “aval” o una “aprobación” institucional de la marca o el producto que esta promociona. Además, se reitera que a criterio de la Asesoría Legal, no existe norma legal alguna que autorice al Instituto Costarricense de Turismo a realizar publicaciones o promociones asociadas a alguna marca comercial con un objetivo de lucro a favor de ésta, ya que ello significaría una violación al principio constitucional de igualdad de trato y al principio de legalidad.

Objetivo de promoción turística: La campaña promocional debe tener como objetivo promocionar la marca país, sea, a Costa Rica como destino, de acuerdo al artículo 5 de la Ley Orgánica del Instituto, ya citado y a lo dispuesto en el Reglamento.

En la normativa institucional en el tema, se reitera que el ICT ha regulado ese tipo de inversiones promocionales con fondos públicos, precisamente a través del Reglamento que garantiza el cumplimiento de los principios apuntados. Por lo que las acciones promocionales que el ICT vaya a ejecutar con relación a un socio comercial con campaña integral o acuerdo cooperativo vigente, por regla general



INSTITUTO
COSTARRICENSE
DE TURISMO

GOBIERNO
DE COSTA RICA



deben estar amparadas en dichos instrumentos y cumplir con lo dispuesto en esa normativa especial.

Cordialmente,

Lic. Francisco Coto Meza, MSc.
Asesor Legal

Licda. Rosibel Ureña Cubillo, MSc
Coord. Jurídica Administrativa

ICT | Firmado
Digitalmente
Valide las firmas digitales

Ni 1306

FCM/RUC/ruc: Año 2025/ Consultas

CC/ Gerencia General
archivo