

INSTITUTO  
COSTARRICENSE DE  
TURISMO

## Desarrollo Turístico

Viernes 4 de diciembre 2020  
DPD-611-2020

**ASUNTO: Informe de labores a octubre 2020**

### Introducción:

El presente informe brinda una síntesis de los tres componentes de trabajo que tuvieron mayor peso en las acciones realizadas en el ICT durante los 10 años en que forme parte del equipo de colaboradores del Área de Desarrollo Turístico.

**El componente 1: Plataforma Virtual ictcapacita**, se centra en las acciones realizadas en el 2020 debido a que, por las situaciones generadas por la pandemia, se migró de acciones de capacitación presencial a virtual. De marzo a junio los esfuerzos se centraron en construir conjuntamente con TI y la Subcomisión de capacitación, donde la Unidad de Desarrollo Turístico (U.D.T.) participó, el objetivo de la plataforma, el cómo activarla y el mecanismo de funcionamiento.

A partir de lo anterior, se realizaron diversas acciones para su contratación, buscando la mejor opción para brindar un componente técnico robusto y por otra el componente de capacitación de manera que se brindara respuesta a la demanda empresarial e institucional.

De junio a octubre, siendo el componente donde se concentró buena parte de las acciones de este año, no solo por la cantidad de activaciones de capacitación realizadas y todos los detalles generados alrededor de los eventos ejecutados para darle contenido a la misma, si no por el peso que se tuvo en el acercamiento de la institución a los empresarios y la generación de información y conocimientos para el fortalecimiento de la gestión de los mismos y sus colaboradores, durante la pandemia y de cara a la reactivación del sector.

**El segundo componente hace referencia al Programa MIPYMES turísticas y al producto de turismo rural y rural comunitario (T.R.-T.R.C.)** tema que es atendido desde este programa, por lo cual se brinda la información en un solo apartado.

En ambos temas se plantea de manera general las acciones más significativas realizadas, sobretodo en el último año de mis funciones, los resultados concretos y sugerencias sobre el seguimiento a brindar.

A este informe se agregan dos anexos:

- **Anexo 1:** El procedimiento a seguir (paso a paso) para el funcionamiento de la plataforma con el detalle de todas las acciones a realizar para el antes, durante y

## Desarrollo Turístico

después de cada evento de capacitación o webinar, para garantizar los contenidos de la misma.

- **Anexo 2:** Listado de contactos para los dos componentes incluidos en este informe.

Agradezco profundamente al equipo que en el último año bajo mi coordinación en la Unidad de Desarrollo Turístico, conformado por Jorge Duarte, Marjorie Solís, Kembly Moraga y luego Francisco Esquivel se dispusieron a trabajar en equipo y aportando desde diversas acciones fue posible obtener los logros que a continuación se presentan, aunque varias de las acciones ya se realizaban como parte de los procesos de trabajo ejecutados años atrás desde los componentes antes mencionados, se realizaron los ajustes necesarios para responder a las nuevas demandas generadas en el marco del COVID-19.

Y a mis jefaturas don Rodolfo Lizano y Ruth Alfaro, por su confianza y apoyo en cada una de las acciones realizadas durante mi permanencia en el I.C.T.

### Componente 1: Plataforma Virtual ictcapacita

Esta plataforma fue creada durante el primer semestre del 2020 con el objetivo de “Contar con una herramienta de capacitación virtual que permitiera el acercamiento con los diferentes actores turísticos, mediante la transmisión de información y conocimientos que fortalezcan la competitividad de sus empresas y colaboradores”.

La misma se puso en marcha a partir de la última semana de junio, días en que se activaron los primeros cursos, por motivo de vacaciones lectivas se suspendió y se reactivó a partir de la última semana de julio brindando nuevos cursos, el aumento de acciones de capacitación se mantiene permanente hasta la fecha.

Cuando se inició el proyecto de la plataforma, la Jefatura de Desarrollo Turístico, generó una reunión con Eduardo Araya, Director del Núcleo de Turismo del INA, para coordinar la posibilidad de que los Docentes brindaran diversos tipos de capacitación, según las necesidades de los empresarios detectadas a finales del 2019.

Se le brindó seguimiento a esta alianza y bajo la coordinación de la Unidad de Desarrollo Turístico se logró:

1. Grabar 28 cursos durante cinco semanas, todas las grabaciones fueron realizadas en el Centro de Convenciones de Costa Rica (CCCR).
2. Coordinar toda la logística para las grabaciones:
  - Negociar con el encargado de prensa la aprobación del uso del equipo de grabación, camarógrafo y la edición de las grabaciones.

### Desarrollo Turístico

- Coordinar con la administración del CCCR las sesiones de grabación
  - Coordinar con los docentes del INA, expositores privados y compañeros de Desarrollo Turístico y del ICT que participaron como expositores de diversos temas a pregrabar.
  - Coordinar con los compañeros de la Unidad para el apoyo logístico durante las sesiones de grabación.
3. Paralelo se coordinó con la empresa IES quien hizo el montaje de la plataforma, la generación de ajustes en la misma y capacitación para el equipo (Adriana, Jorge, Marjorie y mi persona) para la Administración de la plataforma, su activación y la realización en su momento de los webinar.
  4. Se negoció el financiamiento de 100 horas más de capacitación y asesorías para resolver vacíos que aún se presentaban en el proceso inicial y se desconocía como solucionarlos. Con esta acción se logró fortalecer al equipo de la Unidad de Desarrollo Turístico para administrar la plataforma cada vez con mayor autonomía, logrando eventos 100% exitosos desde el inicio, con el soporte técnico e incondicional de Adriana Rubio, ejecutiva de TI, asignada para esta labor, René Rojas y la disposición de Karen Hernández, Jefa de TI a quienes también se agradece su disposición y entrega a hacer realidad este proyecto.
  5. Para cada uno de estos eventos se solicitaba a la Agencia de Promoción mediante el llenado de la boleta de requerimientos la elaboración de las invitaciones, la revisión y visto bueno de las mismas y el envío a los empresarios mediante dos vías: las redes sociales y el envío masivo a los empresarios desde la Agencia. Lo anterior se refuerza con el envío de correos directos desde la Unidad Desarrollo Turístico a los empresarios que forman parte de las empresas con D.T. y C.S.T.
  6. Por semana se activaban en la plataforma hasta 5 cursos.
  7. Por los altos costos y tiempo invertido en la coordinación para la pregrabación de los cursos y la elaboración de las invitaciones, se migró hacia la realización de los webinar.
  8. Se activaron 7 cursos pregrabados: 2 de Jorge Duarte, 2 de Jimmy Alvarez más 3 coordinaciones que se lograron realizar con empresarios privados. De estos cursos faltan por subir y activar en la plataforma dos pregrabados por Kembly Moraga.
  9. Paralelo a la activación de los cursos pregrabados (28) y para continuar brindando respuesta a las demandas de los empresarios, las acciones se orientaron a garantizar el contenido de la plataforma, por lo cual se inició un proceso de búsqueda de aliados públicos y privados para la realización de los webinar; lo que permitió coordinar para ser brindados de agosto a octubre 37 webinar. Activándose en este período 65 cursos, para un total de 10.183 usuarios.
  10. Además, quedaron programados 23 webinar para brindarse entre noviembre y primera semana de diciembre.

## Desarrollo Turístico

### PARA SEGUIMIENTO:

1. Realizar sondeo de Necesidades de Capacitación Virtual 2021. Aún existen unos pocos temas del 2020 para los cuales no se logró contenido, los que podrían incluirse dentro de la oferta del 21.
2. Preparar los videos de los webinar para que puedan subirse y activarse los cursos cuanto antes. A Adriana Rubio de TI se le hizo la solicitud de que se valore la posibilidad de subir los videos 2 o 3 dos días después de realizados los webinar, esto permitiría hacer una visualización de los cursos y mantener el interés que despiertan los temas que se desarrollan activando este recurso.
3. Revisar constantemente los listados de las empresas para realizar los ajustes que se generan desde Gestión y garantizar listados lo más limpios posibles.
4. Continuar con la oferta de los webinar son más atractivos para los participantes porque ahí mismo pueden hacer sus consultas mediante chat y de menor costo que los pregrabados.
5. Incluir en la oferta de las 2021 capacitaciones modulares que permitan una mayor profundidad en información y conocimientos para los usuarios.
6. Para los temas que pueden convertirse en cursos modulares pero el facilitador por diversas razones no los puede brindar como un solo curso, se desagregarían los temas en varios webinar, brindándose en una serie de acciones de capacitación seguidas de manera que al fin el participante logra tener una visión integral y enriquecida sobre un tema específico. Ya en la programación del 2020 se brindaron dos trilogías con dos consultaras en temas que fueron ricos y de mayor utilidad para los participantes, por el nivel de complementariedad y profundización entre los 3 webinar sobre una misma temática.

### COMPONENTE 2: MIPYMES TURISTICAS, TURISMO RURAL Y RURAL COMUNITARIO

El objetivo de este componente fue brindar información y acompañamiento para que las empresas mejoraran su gestión empresarial, la calidad del servicio y su posicionamiento en la industria turística.



## Desarrollo Turístico

Según el nivel de maduración de la empresa, se llegaron a identificar tres niveles: **el Nivel 1.** empresas incipientes en su oferta, generalmente no formalizadas o aún en proceso de hacerlo. **Nivel 2.** Empresas que tienen una oferta o brindan el servicio turístico pero que por algún requisito o nivel de calidad no pueden optar por la D.T. **Nivel 3.** Las empresas están listas para obtener la D.T. o les faltan detalles que pueden resolverse rápidamente. Estos fueron aplicados para la clasificación de las empresas una vez realizadas las visitas a las mismas.

Según el nivel de maduración de la empresa se orientaban los esfuerzos en diversos temas, teniendo siempre como eje transversal para todos los niveles la capacitación, componente que siempre se orientó al seguimiento y acompañamiento de las empresas para mejorar de su calidad y lograr un mayor posicionamiento.

Metodológicamente el seguimiento brindado a las empresas se orientó a:

**Nivel 1:** Se dirigieron los esfuerzos a la sensibilización y convencimiento sobre la importancia para las empresas a formalizarse, mejorar la calidad de su oferta y su gestión empresarial, para que pudiesen incluirse en la oferta turística de su zona y sobre todo en incluirse en la obtención de la D.T. siempre relacionándolo con los beneficios que adquieren a partir de contar con esta. En esta fase se brinda información, acompañamiento y capacitaciones orientadas a que el empresario se acerque al conocimiento sobre lo que es el turismo, la oferta, la demanda, la diferencia entre un servicio y un producto turístico y las características del producto de T.R.-T.R.C.; luego se agregó el tema de encadenamientos o articulaciones empresariales, enfatizando en el funcionamiento de la industria como tal, para que el empresario se acercara y conociera un poco lo que significa ser parte de la industria turística. Esta charla siempre se acompañaba con una sobre D.T.

Luego se procedió a agregar a los dos temas anteriores, el tema relacionado con la calidad, aunque este tema se incluía en las exposiciones anteriores, se consideró necesario profundizar este tema, como complemento a la de D.T., orientándola a la importancia de la calidad y realizando mediante comparación de diversas situaciones visualizadas mediante fotografías la relación con lo que valora el ICT en el momento de optar por la D.T.

Por la profundidad con que se trataban en esta capacitación los tres temas, se pasó de una sola charla a dos sesiones de capacitaciones independientes, una con el tema de T.R.-T.R.C. y su producto turístico y la otra D.T. y la calidad en las empresas turísticas.

**Nivel 2:** Se brindan capacitaciones, asesoría para la mejora de la calidad o de la gestión empresarial, buscando alianzas con instituciones públicas u organizaciones privadas que pudiesen brindar recursos o asesorías en temas específicos orientadas a que el empresario avance en las mejoras necesarias en infraestructura, aspectos de calidad,

## Desarrollo Turístico

documentación de respaldo sobre el quehacer de la empresa y documentación de formalización; para que las mismas tuviesen la opción de optar por la D.T. y el C.S.T.

**Nivel 3:** Se realizó un proceso de seguimiento vía telefónica y cuando se mostraban los avances o resultados sobre las recomendaciones concretas que se brindaban para mejorar, en casos en que eran varios los cambios y si se hacía una gira por la zona se regresaba en una última visita. Luego de la comprobación de la realización según sugerencias, se le apoya para la revisión del expediente antes de hacer su entrega formal al ICT.

Estos cambios metodológicos se crearon paulatinamente y fueron reflejados en los siguientes aspectos:

1. **El enfoque de atención de los empresarios** en las giras centradas en visitas a las comunidades y empresas para conocer la oferta existente e incluir la oferta de la D.T. fue enriqueciéndose poco a poco, para llegar a “enamorar” al empresario para optar por ella y hacerle ver con ejemplos concretos que tenía posibilidades de lograrlo. De igual manera esto permitía señalarle algunos vacíos para que fuesen corregidos previo la visita de los compañeros de gestión. En los últimos años, parte de los avances se dan también a partir del momento en que se toma el tiempo en las giras para explicar en detalle los requerimientos técnicos y económicos y el manual sobre el cual serían valorados por el ICT. También se refleja en el informe un mayor detalle sobre aspectos a corregir o vacíos, además del seguimiento brindado vía telefónica por la compañera en su momento Kembly Moraga y luego Francisco Esquivel (ambos especialistas en D.T. y calidad en las empresas turísticas) responsables de las visitas; lo que motivó a varios empresarios sobre la base del informe que se les entregaba producto de la visita, a realizar un plan de trabajo sobre aspectos a corregir, que les permitió proyectar en el tiempo los cambios y enriquecer su oferta antes de solicitar la opción de la D.T. e iniciar el proceso con los compañeros de gestión.

Lo anterior se enriquece con los cambios que de forma paralela también realizó el Área de Gestión Turística para incidir en la cantidad de empresas que obtuvieron la D.T. Dicho cambio se relacionó con que los compañeros de gestión pasaron a brindar acompañamiento en el proceso para que las empresas lograsen avanzar en los requisitos y en la presentación de la solicitud y continuaran con el proceso hasta obtenerla.

Este proceso fue un gran avance, porque se creó una masa crítica de empresas de T.R.-T.R.C. que permitieron una mayor presencia en eventos de promoción, como la feria nacional de empresas turísticas (micro, pequeñas y medianas) que en el 2019 contó con una participación de 225 expositores, micro, pequeñas y medianas empresas; además de colectivos de artesanías y cámaras.

## Desarrollo Turístico

2. **Los enfoques sobre el quehacer de las empresas;** reflejado en los énfasis y orientaciones de las capacitaciones, las cuales fueron variando según el nivel de maduración de las empresas, de sus servicios turísticos y del producto de turismo rural y rural comunitario, ya que las necesidades de los empresarios también requerían nuevos componentes de capacitación, además de enfoques orientados a brindar más elementos que garantizaran un avance en la visión estratégica del negocio y su posicionamiento; todo esto inspirado y alineado con los objetivos y estrategias propuestos en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico y del PEI.

A pesar de que las capacitaciones siguen respondiendo a demandas de empresarios individuales y/o organizados en Cámaras de Turismo o de las comunidades inicialmente las exposiciones se orientaron a brindar información detallada sobre el quehacer institucional y la atención integral que brinda el ICT a las empresas que deseaban obtener la D.T.

Luego estas exposiciones se fueron readecuando a nuevas necesidades para fortalecer y ampliar conocimientos sobre el quehacer de la empresa en una industria turística sumamente cambiante, donde también las demandas del cliente cambian apresuradamente y en algunos casos los vacíos que presentaba la oferta iban más allá de lo que en este momento brindaban.

Así se incluyeron nuevos elementos relacionados con la inclusión del tema del producto turístico, sus características, enfatizando en los tres elementos que le componen (autenticidad, identidad y diferenciación) y como estructurarlos de cara a posicionarse y concretar ventas, la necesidad de la relación precio - calidad.

También se incluyó el tema de las articulaciones o encadenamientos empresariales de cara a ir introducir el tema de las cadenas de valor en el turismo. Aquí también se incluían temas de capital social, tejido social en las comunidades, dinamización de la economía local y desarrollo económico local desde el turismo. El tema de mercadeo y promoción digital, temas que en los últimos años se enfatizaron aún más desde ir desagregando y profundizando en diversos subtemas de estrategias del marketing digital.

Se implementó la realización de un Foro Anual de T.R.-T.R.C. para profundizar en enfoques y temáticas que eran ubicadas como necesidades o demandas a profundizar, dentro de estos temas se trabajaron diversas temáticas entre ellas, el producto turístico, la calidad en empresas turísticas, mercadeo y promoción, marketing digital, encadenamientos empresariales, los cuales se desagregaban en diversas temáticas, permitiendo profundizar en las mismas.

## Desarrollo Turístico

Metodológicamente se buscaba enriquecer la transmisión de conocimientos en el empresario, por lo cual las sesiones se caracterizaban por exposiciones combinadas experiencias de empresarios, por lo cual se presentaban charlas por parte de especialistas en las diversas temáticas y empresarios que ya aplicaban acciones sobre las temáticas que se estaban brindando, explicando su experiencia. En estos eventos generalmente participaban entre 60 y 75 empresarios, oferentes de T.R.-T.R.C. de todo el país.

3. **La participación gratuita en EXPOTUR:** inició con 6 empresas en el 2010, cantidad que fue creciendo, al 2019 se contó con 40 apoyadas por el ICT, más 20 que pagaron una pequeña cantidad por su stand. Al 2020, la cantidad de expositores es de 80 empresas representantes de todo el país, con una oferta variada en precio y calidad, todas con el apoyo del ICT para que participen en EXPOTUR VIRTUAL.

En este proceso se realizaron una serie de negociaciones cada año para posicionar la oferta de T.R.-T.R.C. en un mejor espacio dentro de la feria, con el tiempo por la cantidad de empresas participantes y por el peso que fue tomando el T.R.-T.R.C. en la demanda y la necesidad de los organizadores de mostrar innovación en la oferta, incidió y se fueron dando cambios hasta llegar a integrar esta oferta con el resto de expositores.

Otro elemento importante es que los empresarios asumieron la decoración con recursos propios y año a año esta ha venido mejorando y realizando propuestas de decoración novedosas e innovadoras en los stands sean individualizados o compartidos.

El empoderamiento de los empresarios también se evidencia, en el proceso de negociación, al inicio los empresarios se acercaban tímidamente a sus posibles clientes a llegar a participar directamente en la plataforma con su propia clave, les permitió visibilizarse y posicionarse mejor ante la demanda, aprendieron a negociar, a hacer presentaciones y propuestas atractivas, a utilizar diversos mecanismos para brindar su oferta, a construir propuestas multimedios con sus propios recursos; todo eso les permitió llegar a obtener reservas año a año, en cantidades diversas. Este año donde la exposición fue virtual, no fue la excepción ya que varias empresas lograron cerrar contratos con mayoristas para los próximos años.

En todo ese proceso se estuvo presente de manera constante, antes, durante y post feria, durante los 10 años mediante el acompañamiento en la definición y construcción colectiva del concepto de la feria y diversas negociaciones con los organizadores de la feria y promoción del ICT para mejorar la logística, inclusión y



## Desarrollo Turístico

visibilización de los empresarios de T.R.-T.R.C. durante la feria. En la capacitación en diversos temas según los vacíos que se iban detectando año a año en los empresarios, para que lograran empoderarse y posicionarse en los momentos de negociación. Por otra parte, se fueron fortaleciendo las relaciones de colaboración entre los empresarios, por ejemplo, intercambio de colaboradores que a su vez hicieron de traductores para el momento de negociación para los empresarios no bilingües (inglés, francés, alemán), en la solicitud de citas a los mayoristas por medio de la plataforma y en el proceso de decoración de los stand.

Durante este año, se logró realizar una alianza con el TCU de Negocios de la UCR, para brindar un proceso de capacitación y acompañamiento orientado a fortalecer las capacidades de las empresas de cara a la reapertura post-COVID 19.

En este sentido se brindaron capacitaciones y acompañamiento en temas de finanzas, innovación y mercadeo. Logrando una participación de aprox 24 empresas que se inscribieron en el programa.

Con el INS, mediante patrocinio se aportó la pantalla para la feria nacional 2019 para la exposición de las MIPYMES de T.R.-T.R.C. Dicha alianza se mantuvo en el 2020 lográndose el contenido de la oferta de 12 webinar (en temas de seguros y temas de gestión empresarial) brindados en la plataforma ictcapacita. Además de la apertura del capítulo de turismo en la primera feria virtual nacional que realizará el INS durante todo el mes de diciembre, esta participación es gratuita y se estará priorizando a las MIPYMES entre ellas las de T.R.-T.R.C.

Se iniciaron coordinaciones con el Cuerpo de Paz para ubicar voluntarios para el 2021 en los 6 centros donde se priorizó el GIDs; sin embargo, el proceso se frenó producto de la pandemia. Se retomó este contacto para solicitar un voluntario para que trabaje desde el ICT en un tema específico relacionado con marketing y a partir de esa asesoría generar una capacitación para las empresas turísticas micro, pequeñas y medianas. Ante lo cual respondieron que es posible hacerlo con un especialista que realice el trabajo en un tema concreto, esto formará parte un plan piloto que se implementará vía virtual.

Con CENETUR se definió de manera conjunta y basándonos en las necesidades de empresarios turísticos temas de capacitación y acompañamiento, se construyó una propuesta metodológica que hiciera la diferencia combinando los cursos o acciones de capacitación virtual para grupos de 20 y a partir de estos definir para quienes mostraran interés asesorías o acompañamiento para la aplicación de los conocimientos. A partir de esta propuesta CENETUR incluyó en la oferta tres modalidades: una de formación en períodos cortos, capacitaciones para los grupos de empresarios y asesorías. Desde el segundo semestre de este año ya están brindando esos cursos desde su plataforma.

## Desarrollo Turístico

Debido a lo anterior, se definió que se estarían brindando a solicitud del ICT los temas que se priorizaran como webinar en la plataforma ictpacifica y luego desde CENETUR se brindarían las asesorías. Esto quedó pendiente de programar para el 2021 por lo que es un tema a retomar.

A lo interno del ICT se trabajó la propuesta conjuntamente con Kembly, sobre la definición de criterios de clasificación de MIPYMES, para la cual se elaboró un oficio para ser presentada a Sostenibilidad, quienes la presentarían a la Junta Directiva, sobre esto a la fecha no se obtuvo respuesta.

Específicamente en T.R.-T.R.C. y MIPYMES se apoyó cada vez que realizaron una solicitud, en diversas acciones de Capacitación y consolidación de las Cámaras y sus miembros a CANTURURAL y en los últimos 3 años a la Cámara de Experiencias Rurales.

Y a las comunidades, Municipalidades, instituciones y organizaciones que demandaron información, orientación y capacitaciones sobre T.R.-T.R.C. y su producto turístico también se les brindó el apoyo mediante facilitación de información, reuniones y capacitaciones con equipos técnicos y con organizaciones y oferentes turísticos en las diversas comunidades.

Se realizó desde que inicié mi trabajo en el ICT un avance y cambio fundamental en los enfoques de las presentaciones y capacitaciones de T.R.-T.R.C. y MIPYMES, donde según necesidades y demanda se incluyendo temas relacionados con:

1. El enfoque del producto turístico explicando lo que es, sus características y como se estructura desde las MIPYMES turísticas.
2. Articulaciones o encadenamientos empresariales, qué es, beneficios, limitantes, como se puede generar desde las MIPYMES de T.R.-T.R.C.
3. Calidad en las empresas turísticas.
4. La necesidad de la innovación en la oferta de servicios y productos turísticos.

Se realizó el traslado a Francisco Esquivel de los archivos relacionados con T.R. y MIPYMES.

### RECOMENDACIONES:

1. Brindar apoyo, básicamente visitas, capacitación y acompañamiento, mediante sesiones virtuales, telefónicas e in situ a las comunidades, municipalidad y organizaciones que solicitan orientación para el desarrollo de la oferta y producto de T.R.-T.R.C.
2. Dar seguimiento a alianzas y coordinaciones para el 2021 con los siguientes temas:



## Desarrollo Turístico

- I. El INS, capacitación y acciones conjuntas para participación de MIPYMES en ferias y en acercamiento oferta y demanda con Asociaciones Solidaristas a nivel nacional.
- II. Cuerpo de Paz, asesoría a MIPYMES en mercadeo digital. Y seguimiento a empresarios de los Centros de Desarrollo Turístico priorizados (GIDs)
- III. TCU de la UCR,
- IV. Cámara de Empresarios de TI, apoyo directo a empresas sobre herramientas digitales para promoción, incluida la elaboración de páginas www gratuitas para los empresarios.
- V. UNED para apoyo virtual conjunto a empresarios, ubicar puntos de convergencia para plan de acción conjunto, se coordinó para temas de capacitación y en asesorías.
- VI. Brindar seguimiento a CENETUR para retomar la posibilidad de brindar webinar desde la plataforma ictcapacita para reproducir los temas que ya ellos han realizado y desde CENETUR se brindaría la asesoría para grupos más pequeños.

Los detalles de las alianzas y coordinaciones se brindan en el anexo de contactos.

Desde lo realizado en los tres componentes antes mencionados y retomando las acciones realizadas en el último año bajo las nuevas funciones asignadas en el marco de la coordinación de la Unidad de Desarrollo Turístico, se colaboró en el cumplimiento de las siguientes estrategias planteadas en el PNDT 2017-2021:

Objetivo 1, Meta 1.1. "Desarrollo de capacidades locales de gestión turística", desde la capacitación a las empresas y generación de articulaciones empresariales para mejora de la oferta de servicios y producto turístico.

Objetivo 2, Meta 2.1. "Crecimiento de la oferta turística", desde la capacitación, el brindar información y acompañamiento a las empresas para que se dispusieran a realizar los cambios necesarios para optar por la D.T. y ser parte de la oferta registrada en el ICT.

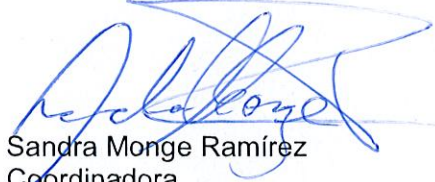
Objetivo 4, Meta 4.1. "Apoyo a la comercialización de MIPYMES" mediante mayor visibilización y participación en diversas ferias organizadas por otras instituciones como la Feria del Gustico, feria de Mipymes del MEIC. Organizada por el ICT como la feria nacional de empresas turísticas y la realización de Trade Show en el marco de la feria nacional con 20 agencias mayoristas europeas. Y apoyo a la participación de las empresas en EXPOTUR, También se crearon diversos materiales de promoción inicialmente impresos para migrar luego a digitales.

## Desarrollo Turístico

“Desarrollo y fortalecimiento de pequeñas empresas” mediante diversos apoyos orientados al fortalecimiento del recurso humano local (empresarios y colaboradores).

En todas estas acciones estuvo presente como componente transversal las acciones de capacitación, asesoría y acompañamiento a empresarios y colaboradores. Además, de la generación de sinergias mediante coordinaciones interinstitucionales y con el sector privado para ejecutar diversas acciones de fortalecimiento al recurso humano local, las empresas turísticas y sus colaboradores.

Atentamente,



Sandra Monge Ramírez  
Coordinadora  
Unidad de Desarrollo Turístico