

REGLAMENTO INTERNO DEL PROGRAMA DE CAMPAÑAS INTEGRALES Y APOYOS COOPERATIVOS DE PROMOCIÓN DEL INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO

Se publica en La Gaceta N° 211 del viernes 04 de noviembre de 2022, aprobado por Junta Directiva en sesión ordinaria N°6233, apartado 5, inciso I), celebrada el día 17 de octubre del 2022, acuerdo N° SJD-294-2022.

Considerando:

1°—Que, de conformidad con la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo, N° 1917, del 9 de agosto de 1955, la Institución tiene como finalidad principal el incrementar el turismo en el país.

2°— Que, de conformidad con la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo, N.º 1917, del 9 de agosto de 1955, el Instituto Costarricense de Turismo, es una institución autónoma cuya naturaleza jurídica le confiere la facultad de tutela administrativa de las acciones propias de su competencia, las cuales debe adaptar al cumplimiento de los objetivos que establece la ley en el marco del turismo.

3°— Que el Instituto Costarricense de Turismo, debe procurar la gobernanza que recoge el Código de Gobierno Corporativo procurando como forma de gobernar un sistema de normas, prácticas y procesos por los que una entidad se dirige y controla, pretendiendo esencialmente equilibrar los intereses de las numerosas partes interesadas de una entidad. La gobernanza también proporcionará el marco para alcanzar los objetivos, abarcando todas las esferas de la gestión, desde los planes de acción y los controles internos hasta la medición del rendimiento y la divulgación de información.

4°— Que corresponde a la Junta Directiva de conformidad con lo que dispone el Código de Gobierno Corporativo “Controlar la eficacia de las prácticas de gobierno corporativo del ICT e introducir los cambios necesarios.”

5°— Que de conformidad con el Código de Gobierno Corporativo, para cumplir con sus responsabilidades, la Junta Directiva debe tener acceso a información precisa, pertinente y oportuna y considerar cambios significativos en el sector turismo y actuar de forma oportuna para adaptarse a los cambios en el entorno, con el fin de proteger los intereses a largo plazo de la Institución y sector turismo como su beneficiario final, lo que conlleva a garantizar el ejercicio de una función pública expedita que agilice las actividades internas que se encuentran previamente planificadas y aprobadas.

6 ° -Que, dentro de las atribuciones del Instituto Costarricense de Turismo, se encuentra el “Dirigir y efectuar en el exterior, por todos los medios adecuados la propaganda necesaria para dar a conocer el país, con la finalidad de incrementar la afluencia de visitantes [...] Promover y estimular cualesquiera actividades

comerciales, industriales, de transporte, deportivas, artísticas o culturales, que traten de atraer el turismo [...]"

7°—Que, en cumplimiento de las funciones de promoción que tiene el Instituto Costarricense de Turismo como ente rector del turismo nacional y de su obligación de invertir los recursos de manera eficiente, fomentando la participación del sector privado, se hace necesaria la realización de campañas integrales y apoyos cooperativos.

8°—Que las campañas integrales y los apoyos cooperativos consisten en la participación organizativa y económica del sector público y privado en proyectos para promocionar a Costa Rica, cuyo público meta se compone de agentes de viajes y consumidores finales. **Por tanto,**

Se establece el siguiente:

REGLAMENTO INTERNO DEL PROGRAMA DE CAMPAÑAS INTEGRALES Y APOYOS COOPERATIVOS DE PROMOCIÓN DEL INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1.- El objeto de este Reglamento es regular la presentación, aprobación y ejecución de las campañas integrales y de los apoyos cooperativos de promoción del Instituto Costarricense de Turismo.

Artículo 2.- Para la aplicación de este Reglamento, se entiende por:

- a) Agencias de publicidad, relaciones públicas o comunicación y mercadeo: Agencias que han sido seleccionadas por el ICT o en conjunto con el socio comercial, para prestar servicios en materia de promoción, relacionados con la ejecución de las acciones aprobadas en la campaña integral o en el apoyo cooperativo.
- b) Apoyo Cooperativo: acción promocional puntual que requiere la inversión entre el ICT y los socios en los mercados internacionales de interés, que permite generar mayor exposición del destino o contribuir en el incremento de turistas al país, ello, sin que medie una campaña integral.
- c) Campaña Integral: proyecto promocional que requiere la inversión entre el ICT y los socios en los mercados internacionales de interés. Estas campañas se consideran integrales ya que incluyen diferentes acciones de mercadeo y promoción.
- d) Certificación de Sostenibilidad Turística: Programa Voluntario de Certificación, otorgado por la Comisión Técnica de Verificación del CST

(CTV-CST) a empresas u organizaciones turísticas que cumplan con los requisitos de su reglamento y el estándar CST.

- e) Convenio de campaña integral o de apoyo cooperativo: acuerdo de voluntades entre el Instituto Costarricense de Turismo y socios, para la ejecución de acciones conjuntas a través de campañas integrales o apoyos cooperativos.
- f) Dirección de Mercadeo: instancia del ICT responsable de ejecutar actividades relacionadas con la promoción de Costa Rica como destino turístico, tanto en el ámbito nacional como internacional.
- g) Empresas: organizaciones jurídicas públicas o privadas, legalmente constituidas en el ámbito nacional o internacional, que trabajen directamente en actividades relacionadas con el turismo o para el destino Costa Rica.
- h) Gerencia General: instancia que tiene a su cargo la administración general del ICT.
- i) ICT: Instituto Costarricense de Turismo.
- j) Informe Final: documento que el Socio debe presentar una vez que el plazo convenido en la campaña integral o apoyo cooperativo ha finalizado, el cual es analizado por la Unidad Coordinadora y remitido de forma conjunta con la Dirección de Mercadeo a la Gerencia General.
- k) Jefatura inmediata: Coordinador (a) de Alianzas Estratégicas y Eventos Internacionales.
- l) Jefatura superior: Jefe del Departamento de Promoción del ICT.
- m) Junta Directiva: órgano superior jerárquico del ICT.
- n) Plan de Medios: Conjunto de acciones promocionales incluidos en una campaña integral o de apoyo cooperativo.
- o) Plan General de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos: recomendación técnica de distribución de presupuesto de campañas integrales y apoyos cooperativos por mercado de interés, en determinado período, que incluirá objetivos, metas e indicadores de resultados.
- p) Propuesta: proyecto que se presenta al ICT para que la Unidad Coordinadora lo evalúe y presente la recomendación técnica a la instancia superior correspondiente para su aprobación y ejecución.
- q) Socio: empresa que, una vez aprobada la campaña integral o el apoyo cooperativo por la instancia correspondiente, participa organizativa y económicamente en la ejecución de las acciones promocionales.
- r) Unidad Coordinadora: área de campañas integrales y de apoyos cooperativos del Departamento de Promoción del ICT.

Artículo 3.- El ICT, en su programa de campañas integrales y apoyos cooperativos, se plantea el siguiente objetivo general: Implementar campañas integrales o apoyos cooperativos con socios de la cadena de comercialización turística de Costa Rica en los mercados de interés, que generen beneficios en materia de conectividad aérea, promoción del destino y movilización de pasajeros, según los criterios y prioridades definidos en el Plan General de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos.

Artículo 4.- De conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica y el Plan Operativo Institucional vigentes, la Dirección de Mercadeo propondrá a la Junta Directiva para su aprobación, el Plan General de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos, el cual incluirá objetivos, metas e indicadores de resultados, así como la inversión recomendada por mercado de interés para cumplir con los fines promocionales que se fije el ICT.

CAPÍTULO II

De los requisitos

Artículo 5.- Todo trámite para el desarrollo de campañas integrales y apoyos cooperativos será realizado por la Unidad Coordinadora.

Artículo 6.- Toda propuesta de Campaña Integral o Apoyo Cooperativo deberá cumplir con los requisitos para aplicar al Programa de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos de Promoción de Costa Rica, según el siguiente detalle:

Campañas y apoyos cooperativos con socios internacionales:

1. Toda empresa que desee participar en el programa debe estar al día y a derecho con el pago de los impuestos del ICT, así como cumplir con las obligaciones tributarias y obrero patronales de Ley según aplique.
2. De conformidad con las regulaciones normativas atinentes a la materia, debe presentar documento que compruebe la inscripción de la empresa en un registro en su país de origen, por ejemplo, acta de constitución o registro ante la oficina de impuestos.
3. Debe adjuntar declaración jurada donde conste que ni la empresa ni ninguno de sus socios se encuentran afectados por el régimen de prohibiciones establecido en la normativa vigente.
4. Deben presentar una propuesta que incluya como mínimo lo siguiente:
 - A) Propuesta del plan promocional donde se desglosen las acciones a ejecutar y los indicadores de desempeño principales (KPIs) con los que se pretende medir sus resultados, cronograma de actividades y la inversión de cada una de las partes, la documentación de respaldo para cada acción promocional, perfil del cliente (el cual debe incluir rango de edades, nivel socioeconómico, estadía, gasto promedio diario, intereses, actividades y cualquier otro dato que resulte relevante para la determinación técnica de la viabilidad de la campaña integral o apoyo cooperativo), estimación de pasajeros a Costa Rica durante el período de la campaña integral o apoyo cooperativo y otros datos que la Unidad Coordinadora considere relevantes.
 - B) En el caso de empresas de transporte aéreo, se incentivará a que incluyan en su propuesta la disponibilidad de tiquetes aéreos con espacio confirmado para ser utilizados, exclusivamente para la promoción del país durante el período de vigencia de la campaña integral.

- C) Información general de la empresa: mercados que opera, años de operación en todos sus mercados y de operación en Costa Rica, oferta de vuelos y rutas hacia Costa Rica, productos y paquetes que ofrece, nombre del tour operador nacional con que opera, el cual debe tener Certificación de Sostenibilidad Turística, movimiento de pasajeros generado a Costa Rica durante los últimos tres años, y cualquier otro dato que resulte relevante para la determinación técnica de la viabilidad de la propuesta de campaña integral.

Campañas y apoyos cooperativos con socios nacionales:

1. Toda empresa que desee participar en el programa debe estar al día y a derecho con el pago de los impuestos del ICT, así como cumplir con las obligaciones tributarias y obrero patronales de Ley.
2. Debe presentar certificación o copia certificada de la personería jurídica.
3. Debe aportar declaración jurada donde conste que ni la empresa ni ninguno de sus socios se encuentran afectados por el régimen de prohibiciones establecido en la normativa vigente.
4. Debe contar con el Certificado de Sostenibilidad Turística.
5. Las empresas que se dedican a actividades que involucren riesgo, deberán estar ajustadas a la legislación que las rige, cumpliendo además con cada uno de los requisitos exigidos para el desarrollo de estas.
6. Deben presentar una propuesta que incluya como mínimo lo siguiente:
 - A) Propuesta del plan promocional donde se desglosen las acciones a ejecutar y los indicadores de desempeño principales (KPIs) con los que se pretende medir sus resultados, cronograma de actividades y la inversión de cada una de las partes, la documentación de respaldo para cada acción promocional, perfil del cliente (el cual debe incluir rango de edades, nivel socioeconómico, estadía, gasto promedio diario, intereses, actividades y cualquier otro dato que resulte relevante para la determinación técnica de la viabilidad de la campaña integral o apoyo cooperativo) estimación de pasajeros a Costa Rica durante el período de la campaña integral o apoyo cooperativo y otros datos que la Unidad Coordinadora considere relevantes.
 - B) Información general de la empresa: regiones que opera, años de operación, oferta de vuelos y rutas hacia Costa Rica, productos y paquetes que ofrece, movimiento de pasajeros generado a Costa Rica durante los últimos tres años, y cualquier otro dato que resulte relevante para la determinación técnica de la viabilidad de la propuesta de campaña integral.

Artículo 7.- De previo a presentar la recomendación de la propuesta a la instancia correspondiente, la Unidad Coordinadora consultará a los departamentos respectivos con el fin de constatar si el socio mantiene deudas pendientes con la Institución o si tiene quejas presentadas en su contra ante el ICT.

El ICT no aprobará campañas integrales ni apoyos cooperativos con empresas que mantengan deudas, denuncias pendientes o procedimientos administrativos de queja en trámite con la Institución.

Artículo 8.- En el caso de campañas integrales y apoyos cooperativos con empresas internacionales, el tour operador nacional deberá contar con la Certificación de Sostenibilidad Turística (CST). Asimismo, las empresas nacionales que apliquen al Programa deberán contar con esta certificación.

Artículo 9.- Todo cambio relativo al nombre comercial, régimen accionario, modificación de la razón social, o cualquier aspecto que sea de importancia para la ejecución adecuada de las campañas integrales o apoyos cooperativos, deberá ser reportado al ICT para su valoración, haciendo sustitución del documento legal correspondiente.

Artículo 10.- El socio, una vez aprobada la campaña integral o apoyo cooperativo y de previo a su ejecución, deberá presentar a la Unidad Coordinadora el diseño final de las acciones promocionales para su aprobación, las cuales deben incluir el logotipo que el ICT defina para cada acción.

CAPÍTULO III

Del procedimiento

Artículo 11.- La Unidad Coordinadora determinará la viabilidad y conveniencia de las campañas integrales y apoyos cooperativos, para lo cual preparará un criterio técnico que contenga la recomendación que será sometida a conocimiento de la jefatura inmediata, tomando en consideración los lineamientos y parámetros vigentes para cada mercado de interés.

Artículo 12.- La Unidad Coordinadora deberá incorporar y dejar constancia en el expediente administrativo del análisis realizado, por todos los medios a su alcance, para determinar la razonabilidad del precio de las acciones propuestas por las empresas. En aquellos casos en que se cuente con agencias de publicidad, relaciones públicas o comunicación y mercadeo que presten servicios al ICT, la Unidad Coordinadora podrá remitir la propuesta a estas instancias, para que emitan su criterio técnico sobre la razonabilidad de los costos de la propuesta.

Artículo 13.-Corresponde a la Junta Directiva la aprobación o improbación del Plan General de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos y la evaluación de los resultados obtenidos, que le presentará la Dirección de Mercadeo, con sujeción al Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica, al Plan Anual Operativo y al Plan Táctico de Mercadeo.

Artículo 14.- Corresponde a la Dirección de Mercadeo, aprobar o improbar campañas integrales, así como los apoyos cooperativos, con base en el criterio

técnico de la Unidad Coordinadora, debidamente aprobado por parte de la jefatura inmediata y según el Plan General de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos.

Artículo 15.- La Gerencia General suscribirá el convenio entre el ICT y el Socio, sea una campaña integral o un apoyo cooperativo; en dicho documento se incluirán todos los detalles para la ejecución efectiva, incluyendo compromisos y derechos, así como el plazo convenido entre las partes.

Artículo 16.- La Unidad Coordinadora será la encargada de realizar y coordinar los trámites administrativos correspondientes a la ejecución, fiscalización y pago de la campaña integral o del apoyo cooperativo, así como la revisión del informe final de resultados remitido por el socio.

Artículo 17.- Se podrá realizar modificaciones en la ejecución del proyecto cuando el Socio justifique de forma técnica o legal los cambios requeridos ante la Unidad Coordinadora y ambas partes estén de acuerdo; dichas variaciones no deben alterar la efectividad de la campaña integral o del apoyo cooperativo, tampoco el mercado meta y no deben superar el presupuesto aprobado.

En los casos en los que se altere la efectividad de la campaña integral o del apoyo cooperativo, el mercado meta para el cual el proyecto fue aprobado o supere el presupuesto aprobado, se requerirá de la respectiva adenda debidamente aprobada por la Dirección de Mercadeo, previo criterio técnico emitido por la Unidad Coordinadora; se incorporarán los documentos en el respectivo expediente.

Artículo 18.- Es responsabilidad de la Unidad Coordinadora informar al socio sobre los procedimientos que se estén realizando y el tiempo programado para su ejecución; así como comunicarle si la propuesta procede o no, de acuerdo con el análisis técnico realizado por dicha Unidad.

CAPÍTULO IV

Del pago y seguimiento de las campañas integrales y apoyos cooperativos

Artículo 19.- Todo pago deberá ser respaldado con la documentación idónea que demuestre la ejecución de las acciones acordadas en el convenio; la tramitación del pago se realizará contra la presentación de la factura a nombre del ICT, por el concepto estipulado en la orden de compra y con el debido recibido conforme del ejecutivo a cargo de la contratación. Podrán realizarse pagos anticipados o adelantos de pago si el giro de negocios así lo establece y cumpliendo con lo requerido en la normativa vigente.

Artículo 20.- Tanto para las campañas integrales como para los apoyos cooperativos, el Socio deberá presentar un informe final con al menos el detalle de los resultados de las acciones ejecutadas, la movilización final de pasajeros y el comportamiento del mercado durante el período de la ejecución de las acciones

convenidas, a más tardar tres meses después de concluida la vigencia del convenio cooperativo.

Artículo 21.- Corresponderá a la Unidad Coordinadora, una vez concluida la campaña integral o apoyo cooperativo, evaluar el informe remitido por el socio para verificar el cumplimiento de los objetivos del convenio, el cual deberá lograr un porcentaje de cumplimiento no inferior al 80% para considerarse satisfactorio, tomando en cuenta las variables de acciones promocionales ejecutadas, movimiento final de pasajeros y costo final por pasajero.

Artículo 22.- La Unidad Coordinadora deberá presentar el análisis de este informe final de resultados ante su jefatura inmediata y ante la Dirección de Mercadeo, verificando el cumplimiento de los objetivos originalmente establecidos en el convenio, para remitirlo de forma conjunta a la Gerencia General a más tardar tres meses después de haber recibido de conformidad el informe por parte del socio.

Artículo 23.- Corresponderá a la Unidad Coordinadora, realizar al menos una presentación anual a la Junta Directiva, que refleje los resultados obtenidos de acuerdo a los objetivos e indicadores planteados en el Plan General de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos y según lo establecido en el artículo 4 de este Reglamento.

CAPÍTULO V

De las sanciones

Artículo 24.- De acuerdo con el análisis emitido por la Unidad Coordinadora sobre el informe final de resultados presentado por el socio, referido en el artículo 21 de este reglamento, se aplicarán las siguientes sanciones tanto para campañas integrales como para apoyos cooperativos:

- 1) Presentación tardía del informe final de resultados, según plazo definido en artículo 19: sanción de hasta un año sin campaña, según criterio técnico emitido por la Unidad Coordinadora.
- 2) No alcanzar el porcentaje mínimo de cumplimiento de los objetivos del convenio según artículo 20 de este Reglamento: sanción de hasta 3 años sin campaña ni apoyo cooperativo, según criterio técnico emitido por la Unidad Coordinadora.
- 3) Durante el período de la sanción de un socio por el incumplimiento tipificado en los incisos 1 y 2 arriba referidos, no podrá presentar nuevas propuestas de campañas o apoyos cooperativos.

Artículo 25.- El incumplimiento de la campaña integral o apoyo cooperativo en el respectivo convenio por causas imputables al Socio, dará lugar a que el ICT no considere a este socio comercial en futuros proyectos cooperativos, según criterio técnico emitido por la Unidad Coordinadora.

Artículo 26.- Ante circunstancias excepcionales y por causas demostrables de fuerza mayor, no imputables al Socio y debidamente documentadas o comprobadas, la Unidad Coordinadora, previo análisis de lo ocurrido, podrá aceptar como satisfactorio un porcentaje de cumplimiento inferior al 80%, emitiendo la recomendación técnica en forma conjunta con su jefatura inmediata y con el visto bueno de la Dirección de Mercadeo ante la Gerencia General como parte del informe presentado según artículo 22. Asimismo, en casos excepcionales, y por causas similares a las citadas en este artículo, podrá aceptar un informe en forma tardía, emitiendo de igual forma la recomendación técnica a la Gerencia General como parte del informe presentado según artículo 22.

Artículo 27. —Deróguese el Reglamento Interno para la Presentación, Aprobación y Ejecución de Campañas Cooperativas Integrales de Promoción del Instituto Costarricense de Turismo, publicado en el Diario Oficial La Gaceta Alcance número 128 del 11 de junio del 2019, aprobado por la Junta Directiva en Sesión Ordinaria número 6070, artículo 5, inciso IV), del 20 de mayo del 2019, acuerdo número SJD-156-2019.

Transitorio.- Todas aquellas empresas que ya cuentan con campaña integral o apoyo cooperativo aprobado por la Junta Directiva del ICT o por la Dirección de Mercadeo y aquellas que hayan presentado propuesta formal para participar en el Programa de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos, previo a la vigencia de este nuevo Reglamento, continuarán con los trámites internos de rigor con aplicación del reglamento anterior, publicado en el *Alcance N.º 128 a La Gaceta N.º 108 de 11 de junio del 2019, aprobado por Junta Directiva en sesión ordinaria N.º 6070, artículo V, inciso IV, celebrada el día 20 de mayo del 2019, acuerdo N.º SJD-156-2019.*

Artículo 28.- Rige a partir de su publicación.