



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

ACTA SESIÓN ORDINARIA PRESENCIAL N° 6314

Acta de la Sesión Ordinaria número 6314 celebrada de manera presencial por la Junta Directiva del Instituto Costarricense de Turismo, en las oficinas centrales del ICT, ubicadas en La Uruca, el lunes 13 de enero del 2025, a partir de las once horas con seis minutos, con la asistencia de los siguientes directores: quien preside, señor William Rodríguez López - ministro de Turismo; señora Julieta Chan Blanco; señorita Deyfa Sutherland Nelson y el señor Pablo Solano Soto.

AUSENTES CON JUSTIFICACIÓN: señor Enio Cubillo Araya - vicepresidente de la Junta Directiva, señora Stephanie Sheehy Protti y el señor Omar Jiménez Rodríguez.

PRESENTES TAMBIÉN: en representación de la gerencia general pro tempore; el Sr. Alberto López Chaves; Sr. Romel Álvarez auditor interno, el señor Francisco Coto Meza – asesor legal y por la Secretaría de Actas las señoras Annia Ureña Ureña y Laura Zúñiga Solís.

1. GENERALIDADES

APROBACIÓN ORDEN DEL DÍA:

El William Rodríguez López, ministro de Turismo da lectura a la agenda y los señores directores aprueban el orden del día.

ARTÍCULO 1 - LECTURA Y APROBACIÓN DE ACTA

Se da por aprobada el acta de la Sesión Ordinaria Presencial N° 6313, celebrada el lunes 16 de diciembre del 2024.

El director Pablo Solano, se abstiene de aprobar el acta por no haber estado presente.

ARTÍCULO 2.- PROPUESTAS DE LA PRESIDENCIA EJECUTIVA

Basado en lo que establece el artículo 18, párrafo tercero del Reglamento de Junta Directiva, se incluyen los siguientes temas de la Presidencia, con la anuencia de todos los directores presentes.

Al ser las once horas con ocho minutos se retira de la sala de sesiones el señor Alberto López Chaves, representante de la gerencia general pro tempore.

El señor ministro de Turismo hace un receso al ser las once horas con nueve minutos.



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

Al ser las once horas con veinticuatro minutos se retoma la sesión.

Manifiesta el señor William Rodríguez, ministro de Turismo, que los siguientes dos puntos agendados en el Artículo 2: “Propuesta de la Presidencia Ejecutiva”, se van a trasladar para que sean conocidos en una sesión extraordinaria virtual, que se estará convocando para el miércoles 15 de enero del 2025, en horario de 11 am a 11:30 am:

1. Oficios N° DM-005-2025 y N° DM-004-2025, autorización de viaje y viáticos al exterior para que el Sr. ministro asista a la ITB-Berlín, en Alemania.
2. Nombramiento de Gerente General ICT.

El siguiente punto, en una próxima sesión:

3. Nombramiento del vicepresidente de la Junta Directiva.

Los señores están de acuerdo con lo expresado por el señor ministro, y se toma nota.

Al ser las once horas con veintisiete minutos se reincorpora a la sala de sesiones el señor Alberto López.

ARTÍCULO 3.- PERSONAS DIRECTORAS

La directora Deyfa Sutherland Nelson pone en conocimiento de la Junta Directiva el estatus de la carretera de acceso al Volcán Turrialba, debido a que hay cierre del paso para el acceso al volcán desde un tiempo atrás y considera que es importante poderlo tomar en consideración, más que todo para el turismo nacional, por tal razón desea saber sobre el estatus de esa situación, porque ese cierre es en la carretera que da el acceso directo al llegar al volcán, y ahora se genera un desvío de casi 40 km, para poder llegar y la vía normal de acceso que son 5 km desde la Central, se encuentra cerrada en estos momentos y no se permite el paso.

Indica el señor ministro de Turismo, que la inquietud presentada por la directora Sutherland la transmitirá a la administración para que averigüen al respecto y le informen a ella posteriormente.

ARTÍCULO 4.- ASUNTOS DE LA AUDITORIA INTERNA

No se agendan temas.

ARTÍCULO 5.- GERENCIA GENERAL / TEMAS ADMINISTRATIVOS

Con el fin de explicar el siguiente tema, al ser las once horas con treinta minutos ingresan a la sala de sesiones los señores Wilson Orozco y Roxana González de la Dirección Financiera:



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

I. Oficio N° DF-003-2025, informe con ajustes al presupuesto inicial 2025 del Instituto Costarricense de Turismo, para la divulgación del Presupuesto Institucional 2025, aprobado por la Contraloría General de la República.

La Junta Directiva conoce el oficio N° DF-003-2025, con el que se presenta el informe de ajustes al presupuesto inicial 2025 del Instituto Costarricense de Turismo, de conformidad con lo planteado en el oficio No. DFOE-SOS-0908 (20942) 2024, emitido por la Contraloría General de la República (CGR).

El Presupuesto Institucional para el año 2025, fue aprobado según comunicado de acuerdo N° SJD-187-2024 del 12 de setiembre de 2024, en el Artículo Único, inciso II, tomado en la sesión Extraordinaria presencial N° 6302 celebrada el 11 de setiembre de 2024, por la suma de ₡45.283.530.326,00 (cuarenta y cinco mil doscientos ochenta y tres millones quinientos treinta mil trescientos veintiséis colones); el Ente Contralor, lo aprueba parcialmente por la suma de ₡45.283.530.326,00 (cuarenta y cinco mil doscientos ochenta y tres millones quinientos treinta mil trescientos veintiséis colones), dando como resultado un ajuste por reclasificación a cuentas especiales por el orden de ₡436.282.475.00 (cuatrocientos treinta y seis millones doscientos ochenta y dos mil cuatrocientos setenta y cinco colones con 00/100).

Explica el señor Wilson Orozco que, en setiembre del año anterior presentaron el presupuesto institucional y se habían advertido algunas situaciones, una de ellas era el tema de las plazas, todo el tema de fortalecimiento institucional que eso estaba pendiente por parte de la STAP y que, identificaban como riesgo de que les improbara o que se aprobara parcialmente el presupuesto. Efectivamente, todo eso salió, pero, los tiempos no dieron para que la Contraloría lo viera, por lo que hizo esa observación sobre las plazas, unas tres observaciones más que consideraron menores y, a raíz de eso, es que se presentan en Junta Directiva para decirles que, en el informe están haciendo los ajustes que la Contraloría les está indicando para entrar de conformidad con el tema, por lo que de seguido la señora Roxana González les detallará cuáles fueron esas modificaciones y las conclusiones.

Comenta la señora Roxana González que como lo indicó el señor Orozco, se ponen en conocimiento de la Junta Directiva, los ajustes que se realizaron al presupuesto aprobado en el mes de setiembre pasado, y que una vez revisado por la Contraloría General de la República, el pasado 16 de diciembre envía el ajuste parcial. Las partidas que ellos modifican son alimentos y bebidas por 9.3, remuneraciones 173.34, esto está por el oficio del STAP que llegó un día después y servicios de ingeniería 116.73 y otras ediciones y mejoras por 136.90. Estas dos últimas partidas están relacionadas a que no habían convenios específicos sobre estos, apenas estén los convenios, podría hacerse la modificación para volver los recursos de las partidas establecidas, por lo que, como lo explica el señor Orozco, el objetivo de hoy es dar a conocer los ajustes que se están haciendo y respetuosamente se están solicitando tres acuerdos:

Dar por recibido el oficio No. DFOE-SOS-0908 (20942) 2024 de fecha 16 de diciembre de 2024, suscrito por la Fiscalizadora Asociada y la Gerencia de Área de la Contraloría General de la República, relativo a la aprobación parcial del Plan y Presupuesto inicial del ICT, para el ejercicio económico 2025, por la



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

suma de ₡45.283.530.326,00.

Dar por recibido el oficio No. DF-003-2025 relacionado con los ajustes realizados al Presupuesto inicial del ICT, en cumplimiento a lo indicado por el Ente Controlador.

Instruir a la Administración promulgar el Plan y Presupuesto final del período 2025, aprobado por la Contraloría General de la República y ajustado por la Administración de conformidad con las modificaciones solicitadas.

Acota el señor Wilson Orozco que, como ampliación sobre las partidas de remuneraciones que es lo que corresponde a la reforma que se está haciendo a nivel interno, ¿qué va a pasar con eso?, no tiene ningún inconveniente porque en la primera modificación presupuestaria se haría el ajuste, por lo pronto se utilizarán esos recursos que tienen ya asignados y pueden hacer uso de ellos, por tanto no hay ningún inconveniente y eso, ¿cómo lo resuelven?, con una modificación presupuestaria. El tema e alimentos y bebidas como todos saben, la CGR por distintas razones, ha detallado mucho este tipo de partidas, incorporaron esa partida, la incorporación total anda en los 9 millones, tienen pendientes de nuevo una conversación con la Contraloría en este tema para ver como lo van a manejar, ya incluso tienen un pequeño lineamiento alrededor de este tema y si no, tienen otras alternativas, que podrían manejar para solventar este asunto, como actividades protocolares y sociales que es una decisión que después de que conversen con la Contraloría, lo van a comentar y el último tema, que es de la Dirección de Gestión, en donde la indicación es que faltan convenios, por tanto esa plata se devuelve. ¿Cuál es el procedimiento?, todos esos dineros no aprobados o improbados se van a partidas sin asignación presupuestaria, quedan ahí y una vez que ya se resuelven los temas, esa partida se saca y se va a las partidas que correspondan, entonces, no hay ningún problema y dichosamente, como lo decía hace algún momento, no hubo ningún otro tema de presupuesto de fondo.

Expresa el señor ministro que ninguna de las tres partidas por decirlo de alguna forma, tienen problemas, para las remuneraciones ya llegó la aprobación del STAP, así que no hay de que preocuparse. Sobre la partida de alimentación, lo van a hablar, para encontrarle la forma y lo de los convenios que se refieren a obras, sobre todo, tan pronto estén los convenios firmados se vuelve a hacer, así es que en resumen, esta sería la situación.

Los señores directores están de acuerdo con la propuesta de acuerdo y al respecto;

SE ACUERDA:

A) Dar por recibido el oficio No. DFOE-SOS-0908 (20942) 2024 de fecha 16 de diciembre de 2024, suscrito por la Fiscalizadora Asociada y la Gerencia de Área de la Contraloría General de la República, relativo a la aprobación parcial del Plan y Presupuesto inicial del ICT, para el ejercicio económico 2025, por la suma de ₡45.283.530.326,00.

B) Dar por recibido el oficio No. DF-003-2025 relacionado con los ajustes realizados al Presupuesto inicial del ICT, en cumplimiento a lo indicado por el

SECRETARÍA DE ACTAS**JUNTA DIRECTIVA**

Ente Controlador.

C) Instruir a la Administración promulgar el Plan y Presupuesto final del período 2025, aprobado por la Contraloría General de la República y ajustado por la Administración de conformidad con las modificaciones solicitadas.

Al ser las once horas con cuarenta minutos, se retiran de la sala de sesiones el señor Orozco y la señora González.

II. Oficio N° AEL-00313-2024, suscrito por el Sr. Marco Levy, con traslado de oficio N° AEL-13873-2024-DHR suscrito por la Defensora de los Habitantes y solicitud de informe sobre acciones afirmativas en favor de la Población Afrodescendiente conforme al convenio 169 de la OIT, con relación al Plan de Gestión Integral de Destinos para el Caribe.

Se da por recibido el oficio N° AEL-00313-2024, suscrito por el Sr. Marco Levy, con el que traslada a la Junta Directiva el oficio N° AEL-13873-2024-DHR suscrito por la Defensora de los Habitantes, con la solicitud de un informe sobre las acciones afirmativas en favor de la Población Afrodescendiente conforme al convenio 169 de la OIT, con relación al Plan de Gestión Integral de Destinos para el Caribe.

Al respecto, el señor Alberto López sugiere que el oficio del señor Levy se traslade a la administración, tanto a la Dirección de Estrategia Turística como a la Unidad de Planificación Institucional, para que preparen una respuesta al respecto y sea presentada a este órgano colegiado para valoración.

Los señores directores están de acuerdo con lo propuesto y al respecto:

SE ACUERDA: Trasladar a la Dirección de Estrategia Turística y a la Unidad de Planificación Institucional, con el fin de que preparen una respuesta y sea presentada a este órgano colegiado para valoración, el oficio N° AEL-00313-2024, suscrito por el Sr. Marco Levy, con el que traslada a la Junta Directiva el oficio N° AEL-13873-2024-DHR suscrito por la Defensora de los Habitantes, con la solicitud de un informe sobre las acciones afirmativas en favor de la Población Afrodescendiente conforme al convenio 169 de la OIT, con relación al Plan de Gestión Integral de Destinos para el Caribe.

ARTÍCULO 6 – CORRESPONDENCIA

No se agendaron temas.

2. RENDICION DE CUENTAS

Al ser las once horas con cuarenta y un minutos, para presentar el siguiente tema, ingresan a la sala de sesiones las señoras Carolina Trejos, Ireth Rodríguez y Evelyn Figueroa, de la dirección de



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

Mercadeo.

I. Oficio N° MER-0167-2024, presentación del Informe de Resultados del Programa Campañas Integrales y Apoyos cooperativos, en cumplimiento del artículo 23 del Reglamento Interno del Programa de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos por medio de la Presentación del Informe de Resultados de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos 2024.

La Junta Directiva conoce los oficios N° MER-0167-2024 y N° MER-0166-2024, mediante los cuales y en cumplimiento del artículo 23 del Reglamento Interno del Programa de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos, se presenta el resumen de resultados obtenidos de 23 campañas y apoyos aprobados en el 2024 en el Programa de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos. Se analizan los resultados obtenidos, según objetivos del Plan General de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos 2024, aprobado mediante SJD-58-2024.

Explica la señora Ireth Rodríguez, que básicamente el Plan General de Campaña y Apoyos fue aprobado por la Junta Directiva por medio del acuerdo SJD-058-2024 y según el artículo 23 del Reglamento de Programas de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos del ICT, tienen que venir a presentarles los resultados de la gestión anual de ese programa:



Debe

- Plan General de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos 2024, aprobado mediante oficio SJD-058-2024.
- Según artículo 23 del Reglamento del Programa de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos del ICT, sobre presentar un informe anual ante Junta Directiva.

Indica que el presupuesto asignado en aquel momento para el 2024, fue de un millón y medio de dólares y se distribuyó según los mercados geográficos generadores de turistas para Costa Rica:

Antecedentes

- Presupuesto total de \$1.500.000,00 de presupuesto ordinario aprobado.
- Plan ajustado a las necesidades actuales de los mercados con un único objetivo general, su meta e indicadores.

Antecedentes (cont.)

Total de proyectos ejecutados: **23**

Aprobados por la Dirección de Mercadeo en 2024

El programa tiene un objetivo general y metas específicas. El objetivo general es implementar campañas



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

integrales o apoyos cooperativos con socios de la Academia de Comercialización Turística de Costa Rica en los principales mercados de interés, que generen beneficios en materia de conectividad aérea, promoción del destino y movilización de pasajeros:

Objetivo General: Posicionamiento del Destino

"Implementar campañas integrales o apoyos cooperativos con socios de la cadena de comercialización turística de Costa Rica, en los principales mercados de interés, que generen beneficios en materia de conectividad aérea, promoción del destino y movilización de pasajeros"

Plan Nacional de Turismo 2022-2027

Como resultados del año pasado se lograron concretar 23 proyectos, 23 campañas cooperativas y apoyos. Básicamente de esos 23 proyectos o campañas ejecutadas tienen 9 relacionadas con el tema de conectividad aérea, 14 con socios touroperadores nacionales y ahorita se verán los detalles:

Ejecución por Mercados y Metas 2024

Resultados Obtenidos 2024			
Mercados	Conectividad	Promoción del Destino y Generación de PAX	Total
Estados Unidos	-	-	-
Canadá	3	-	3
México y otros mercados	1	4	5
Brasil	1	3	4
España	1	3	4
Alemania	-	1	1
Países Bajos	1	-	1
Francia	1	-	1
Suiza	1	1	2
Reino Unido	-	2	2
Total	9	14	23

Esas 23 campañas y apoyos se distribuyen por región geográfica básicamente en Estados Unidos, uno con Pro imagen, en Canadá apoyan las tres aerolíneas de ese mercado que es algo muy importante para el desarrollo del mercado canadiense, tuvieron campaña corporativa con Sunwing, Air Canadá y con Air Transat. En Brasil, un mercado muy importante y a raíz de la apertura de la operación de Gold, pudieron no solo apoyar a Gold como aerolínea como una campaña corporativa robusta, sino también a socios touroperadores de ese mercado latinoamericano como New Age, Teresa Pérez y CVC. Teresa Pérez es cliente de alto poder adquisitivo, ahora Teresa Pérez compró New Age y este es como más intermedio y CVC es como más amplio, hay de todo un poco y muchos puntos de venta. México y otros mercados, apoyaron la apertura de la ruta a Guadalajara de Volaris y también, apoyaron a Juan Toselli que es un socio muy importante de mercado de Argentina, en España tuvieron apoyo con Ávoris, con el grupo no solo Iberojet sino con marcas del grupo Ávoris, también no solo incluyeron acciones para el mercado



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

español sino también para el mercado de Portugal, por medio de este socio mayorista y línea aérea. Travel Concept que es el Corte Inglés y Logic Travel es un grupo grande, que los grupos importantes lo apoyan, TUI Spain también lo apoyan y World 2 meet. Ahí tienen prácticamente a los tres grupos Ávoris, Travel Concept y World 2meet más importantes del mercado español y TUI, sería un cuarto. Luego en el mercado de Alemania apoyaron al socio turoperador DER Touristik, en países bajos a KLM, con el cual hicieron una campaña corporativa, en Francia con Air France hicieron un apoyo cooperativo, en Suiza tuvieron obviamente su socio aerolínea Edelweiss y también el turoperador MCCM Máster Cruissers que son cruceros pequeños de alto poder adquisitivo y sus clientes. Reino Unido es una campaña con SAGA y Cox & King, ambos de alto poder adquisitivo, los clientes de estos dos socios y en Dinamarca apoyan dos socios turoperadores Kilroy y C/C Travel, ambos con muy buenos resultados:

Ejecución Presupuestaria 2023				
Mercados	Presupuesto Total	Campañas Aprobadas	Presupuesto Ejecutado	Socios de Campañas
	\$1.500.000,00	23	\$1.213.901,79	
EEUU, México y Europa		1	\$50.000,00	• Proimagen
				• Air Transat
Canadá		3	\$205.000,00	• Air Canada
				• Sunwing Vacations
				• New Age
Brasil		4	\$211.000,00	• GOL Linhas Aereas
				• Teresa Pérez
				• CVC
México y otros mercados		2	\$45.373,06	• Volaris
				• Juan Toselli
				• Avoris
				• Travel Concept
España		4	\$327.528,73	• TUI Spain
				• World 2 Meet
Alemania		1	\$35.000,00	• DER Touristik

Ejecución Presupuestaria 2024

Mercados	Presupuesto Total	Campañas Aprobadas	Presupuesto Ejecutado	Socios de Campañas
	\$1.500.000,00	23	\$1.213.901,79	
Estados Unidos/México y Europa		1	\$50.000,00	• Proimagen
				• Sunwing
Canadá		3	\$205.000,00	• Air Canada
				• Air Transat
				• New Age
Brasil		4	\$211.000,00	• GOL Linhas Aereas
México y otros mercados		2	\$45.373,06	• Teresa Pérez
				• Volaris
				• Juan Toselli
				• Avoris
				• Travel Concept
España		4	\$327.528,73	• TUI Spain
				• World 2 Meet
Alemania		1	\$35.000,00	• DER Touristik
Países Bajos		1	\$5.000,00	• KLM
Francia		1	\$75.000,00	• Air France
Suiza		2	\$134.000,00	• Edelweiss
				• MCCM Master C.
Reino Unido		2	\$30.000,00	• SAGA
				• Cox & Kings
Dinamarca		2	\$36.000,00	• Kilroy y C/C Travel

Ahí está todo el desglose de esos socios y cuánto es el monto. El monto total que pueden ver ahí es \$1.213.901, casi un millón doscientos catorce mil dólares, que se invirtieron en el programa de campañas y apoyos 2024:

23 campañas y apoyos cooperativos en 2024

EMPRESA	MERCADO	PRESUPUESTO APROBADO
Proimagen	Varios mercados	\$50.000
Air Transat	Canadá	\$75.000
Air Canada	Canadá	\$80.000
Sunwing	Canadá	\$50.000
Volaris	México	\$35.373
New Age	Brasil	\$7.000
Teresa Pérez	Brasil	\$14.000
CVC	Brasil	\$20.000
GOL Linhas Aereas	Brasil	\$170.000
World 2 Meet	España	\$50.000
Avoris	España/Portugal	\$200.000
Travel Concept	España	\$50.000
TUI Spain	España	\$327.528,73
DER Touristik	Alemania	\$35.000
KLM	Países Bajos	\$5.000
Air France	Francia	\$75.000
Edelweiss	Suiza	\$134.000
MCCM Master Cruisers	Suiza	\$34.000
Cox & Kings	Reino Unido	\$15.000
SAGA Holidays	Reino Unido	\$15.000
Kilroy	Dinamarca	\$13.000
C/C Travel	Dinamarca	\$23.000
Juan Toselli	Argentina	\$10.000
TOTAL		\$1.213.901,79

Estas son algunas de las líneas aéreas, de los nuevos socios de líneas aéreas mayoristas que ya se les mostró:



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

Aerolíneas



Mayoristas



De esas 23 con aerolíneas fueron 9 y 14 con turoperadores, logrando el apoyo con esas 9 el de generar o mantener 355 mil asientos disponibles según esas campañas cooperativas con socios de líneas aéreas. De esas 14 campañas con turoperadores les permitieron fomentar esa relación con los socios comerciales tan importantes en los principales mercados generadores de turistas para Costa Rica:

Campañas con Líneas Aéreas

- Nueve de las 23 campañas fueron realizadas con líneas aéreas.
- Resultado: impulso a la conectividad en mercados de interés, a través de promoción de rutas y disponibilidad de asientos.
- Más de **355.000** asientos disponibles

Campañas y apoyos para promoción de destino y generación de pasajeros

- Las otras 14 campañas y apoyos ayudaron a fomentar relaciones comerciales con socios importantes de los EEUU, Europa y Latinoamérica.
- Atraer diversos tipos de turistas que contribuyeron a ocupar habitaciones de empresas hoteleras, consumir tours y otros servicios del destino; además de apoyar en los esfuerzos de ocupación de los asientos aéreos con una mejor distribución del dólar turístico en las regiones de nuestro país.

En términos de cantidad de campañas, la meta para el 2024 eran de 30 campañas, se lograron 23, se llegó a un porcentaje del 77% y en ejecución presupuestaria un 81%. Fundamentalmente muy parecido a la cantidad de campañas del presupuesto del 2023, ¿por qué no se concretaron las 30 campañas corporativas?, porque hubo socios como Iberia o Latam que por ejemplo tenían una campaña, habían iniciado el proceso con ellos y, cambiaron equipo totalmente y decidieron que, en el año 2024, no iban hacer campaña corporativa con el ICT. Tenían a Iberia, en el cual iniciaron un proceso del que el señor ministro está enterado del proceso de negociación, ir y venir para lograr un acuerdo de mayores beneficios, tanto para la línea aérea como para el ICT y no hacer más de lo mismo, por lo que en ese ir y venir liderado por la señora Carolina Trejos, el señor Hermes Navarro y el equipo de rutas, no lograron terminar de ponerse de acuerdo, por lo menos están alineados de lo que quieren y, por el otro lado, tenían también a Aero México en el 2023 y 2024 y finalmente no concretó campaña ni apoyo y también tenían a Copa y United, que no se lograron pero tienen otros socios que con el señor Hermes Navarro trabajaron el programa de Campañas Cooperativas, líneas aéreas muy coordinadamente.



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

Análisis General

1. Objetivo, indicadores y metas logrados en un 77%, según PAO 2024.
2. Ejecución presupuestaria del 80.93%
3. Múltiples acciones promocionales con impacto en más de **320.000** pasajeros proyectados.
4. Con este informe se concluye el Plan Estratégico 2024.

Algunos ejemplos, que talvez la señora Evelyn Figueroa les puede comentar por acá.

Expresa la señora Evelyn Figueroa que estos son algunos ejemplos de las campañas que se realizaron con KLM muy de exteriores, el año pasado se hicieron muchas campañas con formato exterior en autobuses que estuvieron transitando principalmente en Ámsterdam. Esta es fotografía del vuelo inaugural donde el compañero Adalberto Rodríguez los representó. Ahí estuvo con todo el equipo de la aerolínea, se hicieron actividades en exteriores en el aeropuerto, los banners aparte de toda la estrategia 360 para generar mayor y mejor promoción del destino y por supuesto ayudar en el factor de ocupación, desde ese importante vuelo desde Sao Paulo:

KLM-campañas en autobuses-



GOL-VUELO INAUGURAL-



Esta es una pantalla de Volaris directamente ubicada en centros comerciales de alto tránsito y también anuncios de empresa, precisamente promocionando el vuelo directo de Guadalajara a San José:

VOLARIS-PANTALLAS Y
ANUNCIO PRENSA





SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

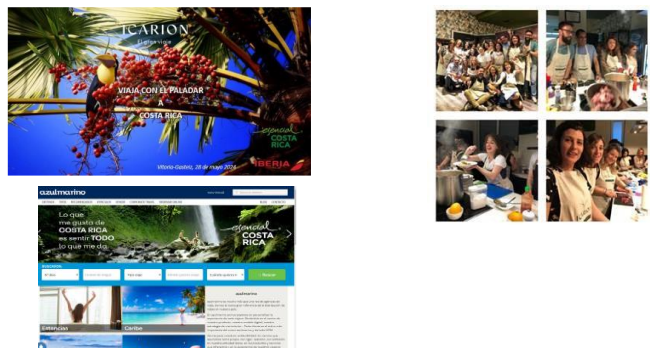
Con Edelweiss, que es una aerolínea que siempre les ha resultado muy efectiva y responsable, han tenido aparte de toda campaña en el exterior, tanto en metros fuera y dentro, en el subterráneo también:

Edelweiss: anuncios en exteriores (pantallas digitales)



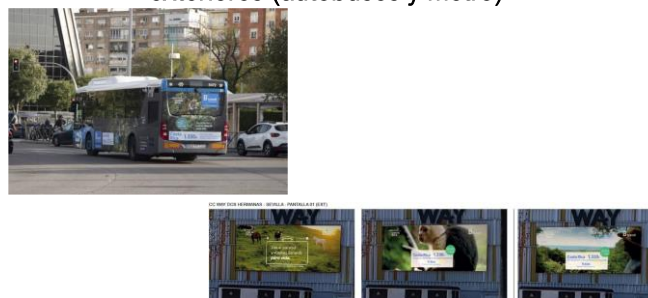
Se hizo también una activación muy interesante con W2M, un Road Show con la gente de viajes involucrados en la cocina costarricense que fue de mucho gusto, le llamaban “Viaja con el paladar”:

W2M-ROAD SHOW Y LANDING PAGE:



Con el grupo Ávoris muy importante también, Paseo de la Castellana cerca de los Cortes Ingleses, los autobuses y los metros también, mucha publicidad en exteriores:

Grupos Ávoris: Publicidad en exteriores (autobuses y metro)





SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

Y esta última, son autobuses también en Dinamarca muy importante, es un mercado nuevo, pero han venido viendo que son socios muy responsables y con estas campañas al exterior que la gente utiliza mucho, los servicios públicos que son muy eficientes allá.

El director Pablo Solano las felicita por el buen empleo de los recursos y consulta si para este 2025, la expectativa es lograr las 30 campañas cooperativas en total o un poco más o un poco menos, ¿cuál sería más o menos el panorama?

Comenta la señora Rodríguez, que en realidad para este año decidieron destinar para campañas cooperativas, solo para socios de líneas aéreas. Están hablando de la expectativa de trece campañas cooperativas con socios de líneas aéreas, con turoperadores los pueden abarcar por una táctica que se llama Alianza, por medio de los contratos con las agencias de comunicación y mercadeo en los diferentes mercados. Así que se esperan trece campañas para socios de líneas aéreas este año.

Los señores directores dan por recibida la presentación y al respecto:

SE ACUERDA: Dar por recibidos los oficios N° MER-0167-2024 y N° MER-0166-2024, elaborados por el departamento de Promoción y Desarrollo del Segmento Vacacional, con los que presentan el Informe de Resultados de Campañas Integrales y Apoyos Cooperativos.

Al ser las once horas con cincuenta y cinco minutos, se retiran de la sala de sesiones las señoras Ireth Rodríguez y Evelyn Figueroa, de la dirección de Mercadeo.

Para exponer el siguiente tema, al ser las once horas con cincuenta y seis minutos, ingresan a la sala de sesiones las señoras Silvia Rodríguez, Viviana Rudín y Marlyn Ovando de la Dirección de Mercadeo:

II Oficio N° MER-169-2024, presentación del informe de resultados de participación en ferias Internacionales 2024.

La Junta Directiva conoce los oficios N° MER-169-2024 y N° MER-168-2024 elaborados por el departamento de Estrategia de Marca y Comunicación, con los que exponen el informe de resultados obtenidos producto de la participación en ferias internacionales de los segmentos "leisure" y MICE del año 2024, de acuerdo a los objetivos y metas planteados.

Explica la señora Viviana Rudín que el año anterior participaron en 21 eventos, en cuatro ferias Adventure en Estados Unidos, tres ferias Outdoor Adventure Show y el International Touristik Introversion en Canadá, que son ferias de público, después de ahí las ferias tradicionales, FITUR, ITB, WTM, participaron nuevamente en WTM Latinoamérica, Top Resa y la feria de Cannes, la ILTM. Las ferias de MICE, participaron en IMEX, FIEXPO, IMEX América y IBTM World, la feria



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

que tuvo mayor participación del sector privado fue WTM y después de ahí las tradicionales FITUR, ITB, Top Resa que tuvo muy buena participación y lo que fue de MICE la feria IMEX América que tenía 24 empresas.

Ferias 2024

2024				
Feria	Ciudad	Fecha	Tipo feria	# de empresas
Travel & Adventure Show	Atlanta, EEUU	11-12 Enero	Público	2
FITUR	Madrid, España	24-28 Enero	Profesionales y Público	38
Travel & Adventure Show	New York, EEUU	25-26 Enero	Público	4
Outdoor Adventure Show	Toronto, Canadá	21-23 Febrero	Público	4
Travel & Adventure Show	San Francisco, EEUU	16-17 Febrero	Público	4
Vitrina Turística ANATO	Bogotá, Colombia	26-28 Febrero	Profesionales	10
Outdoor Adventure Show	Vancouver, Canadá	1-2 Marzo	Público	4
ITB	Berlin, Alemania	4-6 Marzo	Profesionales	35
Travel & Adventure Show	Dallas, EEUU	22-23 Febrero	Público	3
WTM Latin America	Sao Paulo, Brasil	14-16 Abril	Profesionales	9
IMEX	Frankfurt, Alemania	14-16 Mayo	MICE	12
FIEXPO	Panamá	10-13 Junio	MICE	11
Top Resa	París, Francia	17-19 Setiembre	Profesionales	15
IMEX America	Las Vegas, EEUU	7-10 Octubre	MICE	24
ITTS	Montreal, Canadá	1-3 Noviembre	Público	4
WTM	Londres, UK	5-7 Noviembre	Profesionales	45
IBTM World	Barcelona, España	19-21 Noviembre	MICE	14
ILTM Cannes	Cannes, Francia	2-5 Diciembre	Profesionales	8



Participaron en 14 ferias del segmento Leisure, se inscribieron un total de 91 empresas en este periodo y fueron producto en estas negociaciones en las ferias, 19 campañas integrales y apoyos.

Resultados ferias leisure 2024

Participar en ferias turísticas internacionales de profesionales y mixtas en el año 2024	Proporcionar una plataforma de negociación al sector privado a través de la participación en ferias internacionales que les permita fortalecer su relación con la cadena de comercialización turística	Fortalecer la relación comercial del ICT con la cadena de comercialización de Costa Rica como destino turístico para realizar acciones conjuntas de promoción del destino y obtener insumos importantes para la toma de decisiones.
2024: 14 ferias	2024: 91 empresas	2024: 19 campañas integrales o apoyos



En MICE participaron en 4 ferias, se inscribieron un total de 36 empresas, esto es un segmento más pequeño de empresas, pero que sí es muy significativo y, fueron resultado 35 leads de las negociaciones en la feria:

Resultados ferias MICE 2024

Participar en ferias turísticas internacionales del segmento MICE en el año 2024	Proporcionar una plataforma de negociación al sector privado a través de la participación en ferias internacionales especializadas en el segmento MICE que les permita fortalecer su relación con la cadena de comercialización turística para eventos en Costa Rica.	Fortalecer la relación comercial del ICT y Costa Rica como destino apto para la industria de reuniones, incentivos y congresos con empresas especializadas en este segmento con el fin de poder postular al país y ofrecerlo como opción a considerar en este segmento.
2024: 4 ferias	2024: 36 empresas	2024: 35 leads



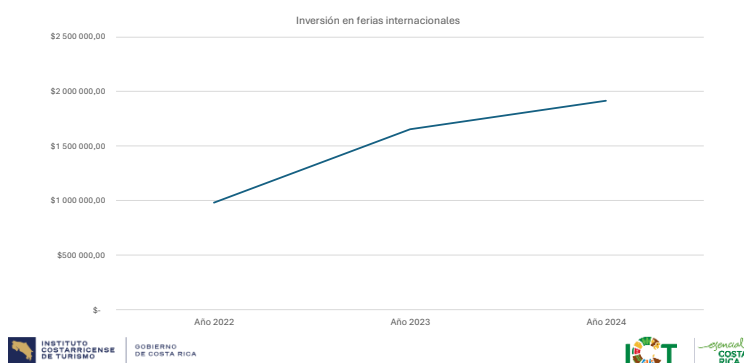


SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

La inversión alcanzó casi los \$ 2 millones de dólares, pasaron un poco más de un millón y medio, casi dos y se agregaron bastantes segmentos, pasaron de 10 a 18 pero las ferias son más pequeñas porque son ferias de público, por lo que, en cantidad son más, pero en impresión no fue tanto el crecimiento en inversión. y van a hacer un resumen de los resultados principales, en ferias de Leisure:

Inversión



- Aquí un resumen de los resultados principales, en ferias de Leisure. Se atendieron un total de 17 entrevistas con medios de comunicación por parte del señor ministro y los voceros oficiales. A partir de FITUR se ejecutaron las siguientes campañas integrales: Ávoris, World 2 Meet, Edelweiss, Sunwing y Colhatour Chile, participaron por primera vez en ANATO fueron con 10 empresas y se generó a partir de ahí la campaña con Juan Toselli y un webinar con Avianca. ITB fue una feria que tuvo una situación particular el año anterior, estuvo marcada la edición por una huelga de transporte en trenes y buses y de Lufthansa, a pesar todo lo que pasó en ITB la satisfacción de los empresarios alcanzó el 81% en cuanto a reuniones y tuvieron producto de ITB las campañas de IBERIA, Travel Concept, Avela Reizen, KLM/Air France, DER, Touristik y Travel House. WTM Latinoamérica es una feria que ha venido creciendo en los últimos años y para este año todavía 2025, la participación del sector privado es mucho más grande, van como por 19 empresas, participaron el año pasado con 9, hay mucho interés en este mercado, ya está el vuelo. A partir de esta feria se generó la campaña con CVC, Teresa Pérez, New Age y la de Gold. Top Resa, duplicaron el espacio, el año pasado pasaron de 40 a 80 metros para albergar a quince empresas del sector privado y tuvieron ese total y por parte de las agencias le están dando seguimiento en estos momentos a las propuestas de Last Minute, Terres d'Adventure, Weroad, Héliades, Fairmoore, Star Clippers, Perfect Sky. Como se mencionó anteriormente, WTM fue la feria con mayor participación del sector, acá tuvieron un total de 40 reuniones y estuvieron sumamente ocupados, tanto el señor ministro, como los de la agencia, así como, los ejecutivos que asistieron y, se están analizando por parte de la agencia las propuestas de Eden Project, Trailfinders, Saga Travel, Travel Consellers, healing Holiday, Hablo y Family

SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

Traveler. Participaron por segunda vez en ILTM Cannes, este año se amplió la convocatoria aparte de los seis operadores que tenían el año pasado a dos hoteles, se atendieron un total de 40 citas y, lo que son ferias de profesionales, la satisfacción de los empresarios es muy alta, los sistemas de citas especialmente los que son de la empresa Reed Exhibitions, funcionaron muy bien y en las ferias como FITUR se compensa con el flujo tan grande que tienen, que deben distribuir muchos compradores entre los empresarios, por lo que, en cuanto a eso y en cuanto a nuevos negocios los resultados fueron bastante buenos:

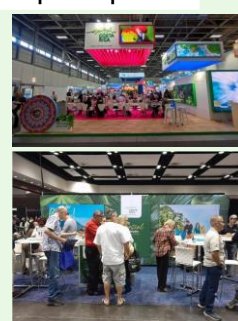
Leisure- Resumen resultados principales

- En total se atendieron entrevistas con 17 medios de comunicación por parte del señor Ministro y voceros oficiales.
- FITUR: A partir de esta feria se ejecutaron las campañas integrales de: Avoris, World 2 Meet, Edelweiss, Sunwing Canadá, Colhatour Chile
- ANATO: se participó por primera vez en esta feria con 10 empresas del sector, a partir de esta feria se generó la campaña de Juan Toselli y un webinar con Avianca.
- ITB: la feria estuvo marcada por la huelga en transporte y Lufthansa, a pesar de esto la satisfacción del sector privado alcanzó el 81%. Se concretaron las campañas integrales de Iberia, Travel Concept, MCCM, Diamir, Avela Reizen, KLM/Air France, DER, Touristik y Travel House.
- WTM Latinoamérica: una feria con un alto nivel de satisfacción del sector privado, producto de esta participación se generan las propuestas de campaña integrales de CVC, Teresa Pérez, New Age y GOL.



Leisure- Resumen resultados principales

- Top Resa: se duplicó el espacio pasando de 40m2 a 80m2, para alcanzar una capacidad máxima de 15 empresas en total. Se dará seguimiento a las propuestas recibidas de Last Minute, Terres d'Adventure, Weroad, Héliades, Fairmoore, Star Clippers, Perfect Sky.
- WTM: La feria con mayor participación del sector privado, 45 empresas. Se atendió un total de 40 reuniones, varios mayoristas manifestaron su interés de remitir propuestas entre ellos Eden Project, Trailfinders, Saga Travel, Travel Counsellors, healing Holiday, Hablo y Family Traveler.
- ILTM Cannes: se participa por segunda vez en este evento, se incluyen dos hoteles en la oferta de empresas, para un total de 8 empresas, 6 TT00 y 2 hoteles. Se atiende un total de 40 citas.
- Las ferias de profesionales tuvieron buenos resultados en cuanto a calidad de reuniones y oportunidad de realizar nuevos negocios. Entre las mismas destacan las organizadas por la empresa Reed Exhibitions (WTM, WTM Latin America, IBTM, Top Resa e ILTM).



Participaron en ferias de público en Estados Unidos, en este momento, algunas no alcanzaron la totalidad de la convocatoria de cuatro empresas por feria, entonces están valorando junto con estas ediciones de ahora, qué ciudades deben cambiar, si deben dejar todo el circuito de ferias o cuáles son las ciudades que deben seleccionar y se realizaron ya, a partir nuevamente de Top Resa, FIEXPO y en WTM, activaciones en conjunto con el ICAFE que llevaron un barista de los que ellos llevan a ferias, por lo que fue un gran atractivo, llevaron al señor Rolando Alvarado a WTM y también, realizaron una activación de experiencia sensorial en WTM:

Leisure- Resumen resultados principales

- Se retomó la participación en ferias de público en EEUU y Canadá. Durante este 2025 hay que dar seguimiento a los resultados obtenidos en las mismas principalmente en el caso de EEUU, donde la participación del sector privado no fue tan positiva en el 2024.
- Se retomó la ejecución de activaciones con el apoyo de ICAFE para barismo, un área dedicada a ofrecer una experiencia sensorial de bienestar en WTM, la participación del pintor de carretas Rolando Alvarado en WTM.



Continúa la señora Marlyn Ovando explicando, que en el caso de turismo de reuniones, a lo largo del 2024 se tuvo una contabilización de 35 leads, lo han conversado a nivel interno que el tema de

SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

los leads es relativo porque no todas las empresas reportan todos los grupos de incentivos y congresos que se tienen, están por recabar por los principales datos y, a raíz de estas ferias se confirmaron los siguientes congresos, para este 2025 que son sede en Costa Rica: World Romance Travel Conference IADWP, Congreso Dermatológico Centroamericano y del Caribe, Congreso Latinoamericano de Alergia, Asma e Inmunología y específicamente la Casa de Incentivos de American Express, lograron contabilizar un grupo importante de Farma y Tecnología, que van a tener en la zona de Guanacaste específicamente en la zona como Tamarindo. Algunas propuestas o las que están trabajando para el 2026, que casi ya lo tienen ganado es el Romance Forum para el año entrante en julio, están tratando de negociar con ellos la fecha porque es muy cerca de FIEXPO y están con todas las fuerzas concentradas en el tema de la feria, entonces, están tratando de que sea en el mes de agosto u octubre.

MICE- Resumen resultados

A partir del seguimiento de los leads generados en estas ferias se ha dado la confirmación de los siguientes eventos.

- World Romance Travel Conference IADWP
- Congreso Dermatológico Centroamericano y del Caribe
- Congreso Latinoamericano de Alergia, Asma e Inmunología
- Grupo de incentivo de AMEX – Farma - Tecnología

Algunas de las propuestas a las que se está dando seguimiento es a los congresos de

- Romance Forum 2026



Principales activaciones que realizan en las ferias de turismo de reuniones en IMEX, hicieron el lanzamiento del partner de sostenibilidad, que iniciaron entre ICCA y Costa Rica y en FIEXPO hicieron toda una coordinación importante para anunciar que van a ser sede por los próximos tres años, de la principal feria de turismo de reuniones de Latinoamérica, principalmente van a hacer una campaña de promoción de destino aprovechando el marco de la feria, para que quede proyectado de una vez con las principales agencias del país de relaciones públicas, hacer esta parte de activación:

MICE-Resumen Resultados

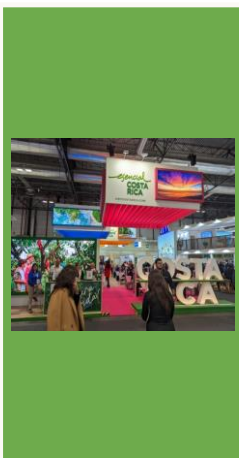
- En IMEX Frankfurt se realizó el anuncio del partner de sostenibilidad entre ICCA y Costa Rica.
- En FIEXPO Panamá se realizó el anuncio oficial de Costa Rica como sede de la feria para las ediciones 2025, 2026, 2027.



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

Manifiesta la señora Viviana Rudín, que en cuanto a recomendaciones van a continuar con FITUR negociando el tema de espacio, ya que hay una situación complicada con el crecimiento del pabellón tres, entonces, para esta edición 2025 tienen la oportunidad de hacer un segundo piso, pero siempre buscando crecer un poco más en lo horizontal porque sí el espacio en FITUR es muy limitado. En el caso de FITUR, ITB, WTM y Top Resa, coordinar con lo que son las agencias de Relaciones Públicas y Publicidad que se vayan a tener en estos mercados, que son acciones paralelas a la feria, todo lo que es FIEXPO que ya la señora Marlyn lo dijo muy bien, se va a trabajar en coordinación con el departamento de Segmentos Especializados para hacer toda una promoción de lo que es la feria y las activaciones que se van a realizar en ella. Para las ferias de público, a partir de los resultados que se tengan en el 2025, valorar cuáles ciudades, si hay que modificar, si hay que excluir o si hay que cambiar de tipo de evento a partir de los resultados que se tengan y, con el departamento de Oficinas Regionales ya están coordinado para febrero una capacitación con ellos para explicarles cómo funciona el programa de ferias, tanto de MICE como de Leisure, para buscar empresas nuevas que se incorporen también al programa y que participen en ferias, esto lo están coordinando ya con el señor Jorge Retana, con Sostenibilidad para hacer esta capacitación.



Recomendaciones

- Se recomienda continuar realizando esfuerzos para buscar una mejora en cuanto al espacio para Costa Rica en la feria FITUR.
- En el caso de las ferias FITUR, ITB, WTM y Top Resa, se recomienda coordinar con las agencias respectivas de RRPP y publicidad para realizar acciones de promoción paralelas a la feria, con el objetivo de tener un mayor impacto durante la realización de las ferias.
- Dado que la próxima edición de FIEXPO se realizará en 2025 en Costa Rica, se recomienda trabajar en coordinación con el Departamento de Promoción y Desarrollo de Segmentos Especializados y el Costa Rica Convention Bureau para aprovechar al máximo las oportunidades que este evento brinda.
- A partir de los resultados que se obtengan con la participación en ferias de público 2025, valorar si es necesario modificar ciudades o descartar la participación en este tipo de eventos.
- Se recomienda coordinar una presentación del Programa de Ferias para el Departamento de Centros Regionales para el Apoyo del Turista y el Empresario, con el fin de que estén enterados del calendario de ferias internacionales 2025 en que participará el ICT, así como los requisitos y procedimiento para la participación del sector privado.



Comenta el señor ministro que, si alguien supuso en algún momento sobre todo después de la pandemia que el tema de las ferias internacionales iba a tener una reducción en la importancia, porque como se acostumbraban a las videoconferencias y toda esa cuestión, eso, iba a mermar las ferias. En la participación que hace con ellas básicamente, ferias, cree que, al contrario, en este caso se ha reforzado la importancia de las ferias, es increíble. En WTM, hubo un día que hubo 43.000 personas en la feria, pero no es la cantidad de gatos es la calidad de los gatos lo que vale y en este sentido lo que ven en las ferias aparte de que el sector privado lo aprecia mucho el esfuerzo que hacen, es el contacto que hacen y luego atender prensa y todas esas cosas, que es básicamente ellas, que lo hacen muy bien, se entienden con toda la parte del “trade” y él junto con la señora Carolina Trejos y el señor Hermes Navarro con toda la parte que es las líneas aéreas y atención de la prensa. En resumen, lo que quiere decir, es que las ferias en realidad por lo menos en las que ha participado, le parecen no solo estrictamente necesarias, si no una de las mejores inversiones que están haciendo



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

en estos momentos. El otro tema, que es el del stand, la última del año pasado que fue WTM, cambiaron el formato del stand y crean que Costa Rica hace una representación mucho más decorosa en los stand que tiene en estas ferias, sin ser ni los más grandes ni nada así por el estilo este es siempre muy bien percibido por decirlo de alguna forma, por su formato y por las activaciones que ellas planean, a WTM además del barista que se llevó, se llevó al señor que pintó, que se va variando dependiendo de las ferias, no siempre es lo mismo y, en esta última en WTM además, ellas pensaron en una activación con una persona que hacía masajes pero, lo importante no era el masaje si no que mientras estaba en el momento del masaje había una experiencia inmersiva, viendo la persona que le estaban haciendo el masaje una serie de cosas de Costa Rica que fue muy novedoso. Cree que también se debe citar que se ha hecho un esfuerzo, ayudando a otros por parte de Mercadeo, ayudando a otros departamentos que participan en actividades de ferias como es "Boat show" que se hace en Fort Lauderdale - Miami, porque lo que venía ocurriendo es que los stands que se hacían ahí, eran stands que nada que ver con lo que la institución hace en otros eventos de feria, entonces, lo lógico es homologar si bien es cierto, no es el mismo espacio ni nada así por el estilo, que definitivamente sea algo que siempre tenga la imagen de Costa Rica presente estandarizada y, tal vez lo último que ya ellas lo citaron es FIEXPO a partir de este año, en junio si más no recuerda, ese es el evento premium a partir de ahora en los próximos tres años en ese segmento de mercado, entonces desde ese punto de vista desde ya les está diciendo, que los van a invitar a la participación en la inauguración y en otros eventos, pero, eso les va a dar mucha presencia de marca, no solo en el exterior sino en el país mismo.

Manifiesta el director Pablo Solano, que estuvo viendo el informe y ve que al final en el 2024 fueron 21 eventos, 21 ferias, 17 de las que llaman de Leisure y 4 de MICE, sabe y entiende que el comportamiento de MICE que las ferias tienden a ser más caras, por lo menos le da la impresión que es porque la inversión en esas 4 fueron como de 721.000 versus las 17 en otro lado, que fueron 1.194.000, si a cada una de las MICE si le pone un promedio anda por ahí de 180.000 versus las oras que son como 70.000, lo cual entiende. Ahí, lo que por un lado le gusta que tengan FIEXPO aquí el año entrante y por tres años porque tal vez va a generarles un "no how" como más in situ de como estar participando ahí, a pesar de que, quienes participan en las ferias MICE ya tienen 15 o 20 años más de trabajar ese segmento, tal vez ahí sí y no cuestiona, si no más bien que las estrategias de esas cuatro ferias por lo alto que sale al final, deberían tratar de sacarle más provecho sin decir lo que se está haciendo, si no más bien poner un énfasis en estas 4 versus las 17, para que logren más retorno que le parece muy bien los leads que presentaron y sabe que estos son leads de dos o tres años más adelante y es un sembrar ahora para después y es un segmento que en lo personal cree mucho, tienen muchos elementos a su favor y pueden hacer mucho más.

Acota la directora Julieta Chan, que es muy interesante y le parece muy valioso la observación que mencionaba el señor ministro respecto a la importancia de las ferias, cree que es clara y consulta si dentro de este año tienen la aspiración de participar en otras ferias más enfocadas a un mercado, a un nicho que podría ser interesante apoyar, considera que una de las apuestas pospandémicas que se realizaron en la ruta de la recuperación, los "FLIBS" cree que fue muy importante el tema de turismo marítimo, en ferias de este tipo como en Mónaco, hay varias en Colombia en la parte Sur,



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

también hay una en Antigua muy interesante, también existen otras ferias muy enfocadas al lujo, ahora con una nueva inversión en Papagayo con estos hoteles de gran reputación y con “rates” bastantes altos, cree que también podría ser algo que pueden valorar y quería saber si habían hecho el ejercicio.

Comenta la señora Carolina Trejos que primero con lo de lujo ya lo tenían mapeado desde hace un par de años y, tienen dos en específico de lujo ILTM que es la que pasa en Cannes y la de Latinoamérica en Brasil y esas dos están ya para este año, esas, se hace la misma división que hizo ahora el señor Pablo es más cara todavía, por eso son muy pocas y lo otro que para ellas es muy importante es que las empresa que vayan, atiendan realmente el segmento porque lo peor que pudieran hacer, es hacer la inversión de ir a estas ferias tan específicas y que el operador que vaya no sea un operador que ya tenga ese mercado, porque lo que hacen es manchar la imagen y el posicionamiento que tienen en ese segmento, entonces en ese sí podrían parecer hasta pesados, pero si es muy importante que protejan ese posicionamiento que tienen para el producto, entonces, con lujo están esas dos, están bastante tranquilos, además, que por supuesto en las grandes siempre tienen la oportunidad. Con todo el tema de marino o marítimo, el año pasado ya se acercaron como dijo el señor ministro no solamente con CIMAT, si no con la Asociación de Marinas y han venido trabajando con ellos ya, en un plan, más bien con ellos lo que han hecho es acercarse para ver cuáles son sus necesidades y en donde pueden entrar a apoyar. Esta vez que fueron con ellos a Fort Lauderdale - Miami, no solamente fue que ya se veía consistente con todo lo demás que hacen, la parte de lo que se ve, si no la gestión que hacen con ellos desde allá, su agencia estuvo con ellos ahí, no tenían idea exacta de todo, más bien, estaba un poco ansioso de todo lo que pasó en ese rato solamente con tener a su agencia trabajando con ellos, entonces, cree que de aquí en adelante van a empezar a encontrar ese camino, cuáles son y las recomendaciones que podrían dar, hacía donde ir apoyando ese segmento. Y de aquí en adelante, puede haber otro montón de nichos y pueden hablar de aves, astroturismo, y hay temas para ferias, lo que uno puede buscar y van a encontrar una feria para el tema y, es un tema que han venido hablando con el Comité Mixto de Mercadeo, para que definan de aquí hacia adelante, cuáles son esos nichos en que deberían de enfocarse, que tengan esa coordinación y ese acuerdo entre sector privado e ICT, para no andar disparando a lo que viene, entonces este año uno de los objetivos que tienen para el Comité Mixto es esa definición de los próximos tres años, hacia donde ir a buscar, porque el proceso es largo, hacen un “scouting” primero, van a ver que tal la feria, se sientan estas chicas a hablar con los organizadores, a negociar, espacios, tarifas, después vienen acá y tratan de buscar quiénes son los interesados, si estarían dispuestos a ir y bueno, a partir de ahí es un año de “scouting”, para el año siguiente incluirlo en el calendario y para ella, el KPI más importante, la métrica más importante de que una feria funciona o no funciona, si se debe mantener o no en el calendario, es que haya participación de empresa y que todos los años tengan requerimientos de irse haciendo más grandes y más grandes. En el momento que vean una feria que se les quedó estancada o que son los mismos de siempre, ahí son banderas que deberían ver y no ha pasado con ninguna, más bien siempre quedan cortos de campo y no porque no quieran, si no porque no hay espacio físico para que se dé, o sea la señoras Viviana y Marlyn se pueden sentar con todos los organizadores y decir, para el año entrante quieren mil metros y les dicen no, no hay campo porque a la par está Dominicana o está México, entonces las



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

oportunidades que tienen para negociar es más bien a largo plazo y ver como hacia el futuro, pueden ir creciendo poco a poco.

Los señores directores dan por recibido el informe y al respecto;

SE ACUERDA: Dar por recibidos los oficios N° MER-169-2024 y N° MER-168-2024 elaborados por el departamento de Estrategia de Marca y Comunicación, con los que se presenta el informe de resultados obtenidos producto de la participación en ferias internacionales de los segmentos “leisure” y MICE, en el período 2024.

Al ser las doce horas con veintiún minutos, se retiran de la sala de sesiones las señoras Silvia Rodríguez, Viviana Rudín y Marlyn Ovando.

Al ser las doce horas con veinte dos minutos el señor ministro solicita un receso.

Al ser las doce horas con treinta y seis minutos se retoma la sesión.

Al ser las doce horas con treinta y siete minutos, se retira Carolina Trejos de la sala de sesiones.

3. ESTRATEGIA

No se agendaron temas.

4. GESTIÓN DE RIESGOS

No se agendaron temas.

5. DIRECCIÓN Y SUPERVISIÓN

Para exponer los siguientes temas, al ser las doce horas con treinta y ocho minutos, ingresa a la sala de sesiones el Ing. Henry Wong, director ejecutivo, del PTGP:

I. Oficio N° PGP-0005-2025 y comunicado de acuerdo N° CDP-163-2024 con recomendación relativa a la inscripción de finca de los Lotes Libres conocidos como Lote de Reserva 1, Lote de Reserva 2, Lote esquinero frente a Mangroove, Lote de la Tercera Edad (oficios PGP-1007-2024 SUSTITUIR, AL-A-1613- 2024).

La Junta Directiva conoce los oficios N° PGP-0005-2025, N° PGP-1007-2024 SUSTITUIR de la Dirección Ejecutiva, el oficio N° AL-A-1613-2024 de la Asesoría Legal y el comunicado de acuerdo N° CDP-163-2024 tomado por el Consejo Director del Polo Turístico Golfo de Papagayo, con los que se recomienda que se autorice la inscripción de finca de los Lotes Libres conocidos como Lote de Reserva 1, Lote de Reserva 2, Lote esquinero frente a Mangroove, Lote de la Tercera Edad.



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

Explica el señor Wong que estos cuatro lotes que se mencionan se encuentran en proceso de hacer la inscripción ante el Registro Nacional, para eso se requiere que el representante legal del ICT, comparezca ante la Notaria del Estado para ese trámite, dentro de los varios lotes que tienen, que están eventualizando para posteriormente sacarlos a concurso se encuentran estos cuatro lotes, ubicados en Bahía Papagayo en la parte sur. El primero es el lote conocido como Reserva 1, es el lote colindando con lo que se llamaba Giardini Papagayo, este lote tiene un área de 11.8 hectáreas y, su particularidad es que la conformación de este nuevo plano catastro viene de dos fincas anteriores, entonces se tuvo que hacer una segregación, se saca de un terreno de dos fincas y después se hace la reunión de las dos y, eso es lo que está conformando este primer lote. El segundo lote es el que es conocido como lote de la Tercera Edad, que se encuentra ubicado en Playa Panamá, este lote es de 20.000 metros cuadrados y está ubicado en una sola finca anteriormente, entonces nada más se hace la segregación para hacer la nueva inscripción, el tercer lote es conocido como lote esquinero y es diagonal al Hotel Mangroove, este lote también es un lote de 6120 metros cuadrados, también es una segregación está completo su terreno en una sola finca y el cuarto lote, que es el que se había atravesado por el camino Kamakiri que es el botadero de lanchas, este también al igual que el primero viene de dos fincas, entonces hace una segregación de ambas fincas y después hace la reunión para conformar este terreno. El trámite actual es, hacer los planos catastros que es lo que está en este acuerdo que se dio por el Consejo Director, y autorizar al representante legal del ICT a comparecer ante la Notaria del Estado, para solicitar la inscripción ante el Registro Nacional Inmobiliario de esos terrenos. Si se autoriza esto ya lo único que faltaría y que ya están trabajando en eso, es el avalúo de los terrenos para poder conformar el expediente completo, pero eso ya es independiente a la aprobación de autorizar al representante legal y ya se entraría en un trámite de la Notaria del Estado, que no se sabe cuánto exactamente, puede durar de 2 a 3 meses, pero en el momento en que tengan ya estos lotes listos, ya puedan salir a concurso.

Al respecto los señores directores acogen la recomendación, por tanto:

SE ACUERDA:

A) Acoger los oficios N° PGP-0005-2025, N° PGP-1007-2024 SUSTITUIR de la Dirección Ejecutiva, el oficio N° AL-A-1613-2024 de la Asesoría Legal y el comunicado de acuerdo N° CDP-163-2024 tomado por el Consejo Director del Polo Turístico Golfo de Papagayo, con los que se recomienda que se autorice la inscripción de finca de los Lotes Libres conocidos como Lote de Reserva 1, Lote de Reserva 2, Lote esquinero frente a Mangroove, Lote de la Tercera Edad.

B) Aprobar lo siguiente para cada lote:

1- LOTE RESERVA 1:

Autorizar al representante legal del ICT a comparecer ante la Notaria del Estado, a efectos de solicitar la inscripción en el Registro Nacional Inmobiliario de un área a nombre del Instituto Costarricense de Turismo, ubicada en el Proyecto Turístico Golfo de Papagayo, específicamente en la zona de Playa

SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

Panamá; área que se encuentra reflejada en el plano **G-63128-2024**, con una medida de **118,390** metros cuadrados y cuyo plano que corresponde a SEGREGACIÓN (fraccionamiento) de 8,452 metros cuadrados de la finca inscrita a nombre del ICT matrícula **23991B-000** (finca con plano G-0643969-1986, área 171.385,19 m²) y segregación de 109,938 metros cuadrados de la finca **22088-000** (finca con plano G-0643968-1986, área 942.218,19 m²); así como a la REUNIÓN de las áreas segregadas, cuya suma es de **118,390** metros cuadrados, tal como lo refleja el plano **G-63128-2024**. La descripción completa de la finca a inscribir, según plano G-63128-2024 y del resto reservado de las fincas **23991B-000** y **22088-000**, serán indicadas en la respectiva escritura pública. Lo anterior, con fundamento en el artículo 261, 450, 460 del Código Civil, al ser bien de dominio público declarado así por Ley que Declara de Utilidad Pública los Bienes Inmuebles para realizar y ejecutar el Proyecto Turístico en Bahía Culebra, número 6370 del 03 de setiembre de 1979, por lo que la áreas a fraccionar (segregar) corresponden a fincas inscritas a nombre del ICT y las mismas se reunirán en el mismo acto, lo cual implica, que no pierden su característica de bienes de dominio público por mandato de Ley sobre la Zona Marítimo Terrestre, N° 6043 del 16/03/1977 (artículo 74), Ley que declara de utilidad pública los bienes inmuebles para realizar y ejecutar el Proyecto Turístico en Bahía Culebra, Ley N° 6370 del 03 de setiembre de 1979 (artículo 1) y Ley Reguladora del Desarrollo y Ejecución del PTGP, Ley número 6758 del 6 de mayo de 1982 (artículo 3).

2. LOTE DE LA TERCERA EDAD:

Autorizar al representante legal del ICT a comparecer ante la Notaria del Estado, a efectos de solicitar la inscripción en el Registro Nacional Inmobiliario de un área a nombre del Instituto Costarricense de Turismo, ubicada en el Proyecto Turístico Golfo de Papagayo, específicamente en la zona de Playa Panamá; área que se encuentra reflejada en el plano **G-61231-2024**, con una medida de **20.000** metros cuadrados y cuyo plano que corresponde a SEGREGACIÓN (fraccionamiento) en cabeza propia de un área de 20,000 metros cuadrados de la finca inscrita a nombre del ICT matrícula **30247-000** (finca con plano G-18718-1972, área 186.244,00 m²). La descripción completa de la finca a inscribir, según plano **G-61231-2024** y del resto reservado de la finca **30247-000**, será indicada en la respectiva escritura pública. Lo anterior, con fundamento en el artículo 261, 450, 460 del Código Civil, al ser bien de dominio público declarado así por Ley que Declara de Utilidad Pública los Bienes Inmuebles para realizar y ejecutar el Proyecto Turístico en Bahía Culebra, número 6370 del 03 de setiembre de 1979, por lo que el área a fraccionar (segregar) corresponde a finca inscrita a nombre del ICT, lo cual implica, que no el área pierde su característica de bien de dominio público por mandato de Ley sobre la Zona Marítimo Terrestre, N° 6043 del 16/03/1977 (artículo 74), Ley

SECRETARÍA DE ACTAS**JUNTA DIRECTIVA**

que declara de utilidad pública los bienes inmuebles para realizar y ejecutar el Proyecto Turístico en Bahía Culebra, Ley N° 6370 del 03 de setiembre de 1979 (artículo 1) y Ley Reguladora del Desarrollo y Ejecución del PTGP, Ley número 6758 del 6 de mayo de 1982 (artículo 3).

3. LOTE ESQUINERO FRENTE AL MANGROOVE:

Autorizar al representante legal del ICT a comparecer ante la Notaria del Estado, a efectos de solicitar la inscripción en el Registro Nacional Inmobiliario de un área a nombre del Instituto Costarricense de Turismo, ubicada en el Proyecto Turístico Golfo de Papagayo, específicamente en la zona de Playa Panamá; área que se encuentra reflejada en el plano **G-61491-2024**, con una medida de **6,120** metros cuadrados y cuyo plano que corresponde a SEGREGACIÓN (fraccionamiento) en cabeza propia de un área de 6,120 metros cuadrados de la finca inscrita a nombre del ICT matrícula **22088-000** (finca con plano G-643968-1986, área 942.218,19 m²). La descripción completa de la finca a inscribir, según plano **G-61491-2024** y del resto reservado de la finca **22088-000**, será indicada en la respectiva escritura pública. Lo anterior, con fundamento en el artículo 261, 450, 460 del Código Civil, al ser bien de dominio público declarado así por Ley que Declara de Utilidad Pública los Bienes Inmuebles para realizar y ejecutar el Proyecto Turístico en Bahía Culebra, número 6370 del 03 de setiembre de 1979, por lo que el área a fraccionar (segregar) corresponde a finca inscrita a nombre del ICT, lo cual implica, que no el área pierde su característica de bien de dominio público por mandato de Ley sobre la Zona Marítimo Terrestre, N° 6043 del 16/03/1977 (artículo 74), Ley que declara de utilidad pública los bienes inmuebles para realizar y ejecutar el Proyecto Turístico en Bahía Culebra, Ley N° 6370 del 03 de setiembre de 1979 (artículo 1) y Ley Reguladora del Desarrollo y Ejecución del PTGP, Ley número 6758 del 6 de mayo de 1982 (artículo 3).

4. LOTE RESERVA 2:

Autorizar al representante legal del ICT a comparecer ante la Notaria del Estado, a efectos de solicitar la inscripción en el Registro Nacional Inmobiliario de un área a nombre del Instituto Costarricense de Turismo, ubicada en el Proyecto Turístico Golfo de Papagayo, específicamente en la zona de Playa Panamá; área que se encuentra reflejada en el plano **G-63290-2024**, con una medida de **30,127** metros cuadrados y cuyo plano que corresponde a SEGREGACIÓN (fraccionamiento) en cabeza propia de un área de 1,996 metros cuadrados de la finca inscrita a nombre del ICT matrícula **23991B-000** (finca con plano G-0643969-1986, área 171.385,19 m²) y segregación de 28,131 metros cuadrados de la finca **22088-000** (finca con plano G-0643968-1986, área 942.218,19 m²); así como a la REUNIÓN de las áreas segregadas, cuya suma es de **30,127** metros cuadrados, tal como lo refleja el plano **G-63290-2024**,



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

mediante el cual se pretende la inscripción. La descripción completa de la finca a inscribir, según plano **G-63290-2024** y del resto reservado de las fincas **23991B-000** y **22088-000**, serán indicadas en la respectiva escritura pública. Lo anterior, con fundamento en el artículo 261, 450, 460 del Código Civil, al ser bien de dominio público declarado así por Ley que Declara de Utilidad Pública los Bienes Inmuebles para realizar y ejecutar el Proyecto Turístico en Bahía Culebra, número 6370 del 03 de setiembre de 1979, por lo que el área a fraccionar (segregar) corresponde a finca inscrita a nombre del ICT, lo cual implica, que no el área pierde su característica de bien de dominio público por mandato de Ley sobre la Zona Marítimo Terrestre, N° 6043 del 16/03/1977 (artículo 74), Ley que declara de utilidad pública los bienes inmuebles para realizar y ejecutar el Proyecto Turístico en Bahía Culebra, Ley N° 6370 del 03 de setiembre de 1979 (artículo 1) y Ley Reguladora del Desarrollo y Ejecución del PTGP, Ley número 6758 del 6 de mayo de 1982 (artículo 3).

C) Reiterar que se debe contar con el valor fiscal de los inmuebles, así como la descripción completa del resto reservado de cada una de las fincas.

D) Instruir a la Gerencia General para que continúe con las diligencias ante la Notaría del Estado.

II. Oficio N° PGP-0006-2025 y comunicado de acuerdo N° CDP-166-2024, cambio de fecha evento Aguas Abiertas Papagayo (SJD-213-2024).

La Junta Directiva conoce el oficio N° PGP-0006-2025 elaborado por la Dirección Ejecutiva del Polo Turístico Golfo de Papagayo y el comunicado de acuerdo N° CDP-166-2024 tomado por el Consejo Director de Papagayo, con el que se informa sobre la modificación de la fecha para la realización del evento Aguas Abiertas Papagayo, en Playa Panamá, específicamente frente al Hotel Casa Conde Papagayo Beach Front, aprobado mediante acuerdo N° SJD-213-2024, para que en vez del 16 y 17 de noviembre del 2024, se autorice como nueva fecha el 12 de enero del 2025.

Comenta el Ing. Henry Wong, que este ya viene presidido de un acuerdo de Junta Directiva para un evento llamado Aguas Abiertas Papagayo, que inicialmente ya la Junta lo había aprobado para la fecha del 16-17 de noviembre 2024, pero que por el tema de emergencia nacional en su momento, ese evento se pasó y, aunque estaba aprobado todo por Junta Directiva, los realizadores del evento solicitaron nada más una autorización de poner en conocimiento que lo aprobara la Junta Directiva de nuevo porque se trasladó de fecha, que fue el 12 de enero 2025, entonces ya estaba aprobado por Junta, lo que hizo fue solicitar enviar una nota aclarando que se cambia de fecha, lo pone a conocimiento, por lo que aquí sería tomar nota o autorizar, porque ya estaba aprobado ese evento.

Al respecto los señores toman nota, por tanto:



SECRETARÍA DE ACTAS

JUNTA DIRECTIVA

SE ACUERDA:

Tomar nota del oficio N° PGP-0006-2025 elaborado por la Dirección Ejecutiva del Polo Turístico Golfo de Papagayo y el comunicado de acuerdo N° CDP-166-2024 tomado por el Consejo Director de Papagayo, con el que se informa sobre la modificación de la fecha para la realización del evento Aguas Abiertas Papagayo, en Playa Panamá, específicamente frente al Hotel Casa Conde Papagayo Beach Front, aprobado mediante acuerdo N° SJD-213-2024, para que en vez del 16 y 17 de noviembre del 2024, se autorice como nueva fecha el 12 de enero del 2025.

Al ser las doce horas con cuarenta y tres minutos, se retira de la sala de sesiones el Ing. Henry Wong, director ejecutivo del PTGP.

SIN MÁS ASUNTOS POR TRATAR AL SER LAS DOCE HORAS CON CUARENTA MINUTOS, DEL LUNES TRECE DE ENERO DEL AÑO DOS MIL VEINTICINCO, SE LEVANTA LA SESIÓN ORDINARIA PRESENCIAL DE LA JUNTA DIRECTIVA DEL ICT N° 6314.

WILLIAM RODRÍGUEZ LÓPEZ
MINISTRO DE TURISMO

ANNIA UREÑA UREÑA
SECRETARIA DE ACTAS