

# Encuentros empresariales dictan la pauta para el fortalecimiento y competitividad



**C**omo una iniciativa del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y del sector privado turístico para promover la asociatividad y mejorar el conocimiento sobre temas turísticos de interés, empresarios costarricenses participaron en 12 seminarios regionales de actualización turística, que tuvieron lugar en todas las regiones turísticas del país.

El objetivo general de estos seminarios fue fortalecer la relación entre el Instituto Costarricense de Turismo y el sector turístico privado a través del suministro de información sobre la actualidad turística nacional e internacional, el conocimiento del plan nacional de desarrollo turístico y los programas del ICT, y la importancia de la asociatividad entre organismos empresariales.

Algunos de los temas tratados fueron: el plan de mercadeo turístico, planes generales de uso de la tierra y desarrollo turístico, legislación turística, programas de fortalecimiento de la competitividad y gestión empresarial y beneficios de afiliación a cámaras y asociaciones turísticas (Ver recuadro 1).

En los seminarios participaron empresarios turísticos, presidentes y gerentes, inversionistas turísticos, cámaras y asociaciones turísticas, asociaciones locales afines, profesionales en turismo y abogados.

La iniciativa de seminarios regionales finalizará con una bolsa de comercialización turística, que se celebrará el 9 de febrero en el INBioparque, y que contará con la participación de los empresarios asistentes a los seminarios. En la bolsa participarán también agentes de viajes y tour operadores, con el fin de conocer y comercializar los servicios turísticos regionales.

## Inquietudes de los empresarios

Durante los seminarios, los empresarios manifestaron sus inquietudes sobre diferentes aspectos que impactan a la actividad turística en cada región. Las principales fueron las siguientes: diferencia entre la declaratoria y el contrato turístico y cómo obtenerlos, situación de planes reguladores, beneficios de la promoción conjunta con Centroamérica, cómo obtener el certificado para la sostenibilidad turística, qué actividades de mercadeo lleva a cabo el ICT y qué terrenos se incluyen dentro de la zona marítimo-terrestre. También señalaron problemas como la reparación de la red de caminos, falta de señalización turística, problemas de telefonía fija y celular, falta de capacidad de acueductos rurales y necesidad de capacitación en temas como servicio al cliente e idioma inglés.

Algunos empresarios manifestaron, también, sentir una falta de apoyo del ICT para con los pequeños y medianos empresarios. Al respecto, funcionarios del ICT señalaron que el 80% de la planta hotelera del país corresponde a este tipo de negocios y que, por lo tanto, representan una prioridad en los pla-

nes y promociones del instituto como un tema transversal.

A continuación, las respuestas del ICT a las inquietudes de los participantes:

## En qué consisten las actividades de mercadeo que lleva a cabo el ICT

El objetivo del Plan de Mercadeo Turístico de Costa Rica 2004-2006 es incrementar en forma significativa y sostenible el ingreso de turistas y divisas al país, utilizando las más modernas y efectivas técnicas para ello. Su meta es incrementar el número de turistas en un 6% anual promedio, aunado a un crecimiento de un 10% anual en el ingreso de divisas generadas por esta actividad. Los mercados meta son Estados Unidos, Canadá y Europa (Reino Unido, España, Francia, Italia, Alemania, Austria, Suiza y Holanda). También se toman en cuenta mercados emergentes o que tiene un potencial positivo para el país como México, los países centroamericanos, Argentina, Brasil y Chile. Las principales acciones de mercadeo son: campañas cooperativas con agencias mayoristas, líneas aéreas y socios comerciales nacionales e internacionales; programa de capacitación de agentes de viaje; ferias y eventos internacionales; publicidad; programa de expoferias turísticas para el desarrollo de las regiones turísticas; programas de eventos nacionales, como exposiciones comerciales, turísticas y artesanales; atención de grupos de prensa nacionales e internacionales; página web de promoción de Costa Rica con capacidad para reservaciones; y centros de información turística.

## ¿De qué forma puede beneficiar al país la promoción conjunta con Centroamérica?

La promoción conjunta con Centroamérica se realiza para destinos de larga distancia, como es el caso de los países europeos y para los que les es atractivo un viaje regional. Para destinos más cercanos, como los Estados Unidos, se promociona solamente el país.

## ¿Qué terrenos se incluyen dentro de la zona marítimo-terrestre?

La Zona marítimo-terrestre es la franja de doscientos metros de ancho a lo largo de ambos litorales, medidos horizontalmente a partir de la línea de pleamar ordinaria, así como los terrenos y rocas que queden al descubierto en marea baja. Comprende las islas, islotes y peñascos marítimos, así como toda la tierra o formación natural que sobresalga del nivel del océano dentro del mar territorial. Esta se compone de dos zonas: la pública y la restringida.

La pública es la faja de cincuenta metros de ancho a partir de la pleamar ordinaria y las áreas que queden al descubierto en

# Temática de los Seminarios

## 1. Sistema de Planificación Turística

- Situación actual del turismo internacional y nacional.
- Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2002-2012 y la nueva estructura institucional.
- Plan General de Uso de la Tierra y Desarrollo Turístico (en caso de existir en la zona en que desarrolla el seminario)

## 2. Promoción Turística

- Plan de Mercadeo Turístico.
- Campaña nacional e internacional.
- Campañas Cooperativas.
- Página Web y su sistema de reservaciones.

- Atención de grupos de prensa.
- Expo-Ferias Turísticas.
- Centros de Información.

## 3. Programas de fortalecimiento de la competitividad y gestión empresarial

- Programa de asistencia a Pequeños Hoteles.
- Certificado de Sostenibilidad Turística.
- Certificado de Bandera Azul Ecológica.

## 4. Legislación Turística

- Procedimientos para obtener la Declaratoria Turística.
- Procedimientos para obtener el

Contrato Turístico. • Ley de Incentivos: 6990. • Ley 6043: Definición y alcances de un Plan Regulador y procedimiento para obtener concesiones en la zona marítimo terrestre. • Ley de Marinas y Atracaderos Turísticos. • Ley 2706 aplicación del 3% de impuesto de hospedaje y 5% sobre tiquetes aéreos.

## 5. Asociacionismo gremial

- Afiliación y programas de • CANATUR
- CANAECO • CCH • ACAV • ACOT
- ACOPROT • FUTUROPA • PROIMAGEN

marea baja. Comprende islotes, peñascos y demás áreas pequeñas y formaciones naturales que sobresalgan del mar, y los manglares y esteros de los litorales continentales e insulares. La zona restringida es la faja compuesta por los ciento cincuenta metros restantes. En las islas está constituida por la totalidad de los terrenos, una vez excluida la zona pública.

No son zona marítimo terrestre las ciudades ubicadas en los litorales, como Puntarenas y Limón; los terrenos sometidos a leyes especiales, como el Proyecto Golfo de Papagayo; y las zonas protegidas bajo administración del Ministerio del Ambiente y Energía, entre otros.

La zona marítimo terrestre pertenece al Estado. El ICT ejerce la vigilancia general y superior de la zona, pero su administración directa compete a las municipalidades, salvo las excepciones establecidas en la ley.

## ¿Cómo y quiénes pueden optar por la declaratoria y el contrato turístico y cuál es la diferencia entre ambos?

La declaratoria turística es el acto mediante el cual la gerencia del ICT declara una actividad o una empresa como turística luego de cumplir con requisitos legales, técnicos y

económicos. Pueden optar por la declaratoria empresas gastronómicas (restaurantes, bares, tabernas, centros nocturnos), establecimientos de hospedaje (mínimo 3 habitaciones), empresas de alquiler de vehículos, agencias de viaje emisoras y receptoras, empresas de transporte acuático y líneas aéreas. Para cada una de estas empresas hay requisitos específicos. Los requisitos legales para todas son: solicitud de declaratoria turística, carencia de antecedentes penales, declaración jurada y certificación registral o notarial de la persona jurídica. Los requisitos económicos generales son: descripción de las actividades realizadas, inversión total (terreno, mobiliario, equipo e infraestructura) y empleos directos.

Como beneficios están: obtención de la patente de cierre indefinido, previo visto bueno del ICT; ser incluido en los listados oficiales del ICT; recibir capacitación por parte del ICT; y la obtención del requisito obligatorio para lograr el contrato turístico.

El contrato turístico, por su parte, se otorga a establecimientos de hospedaje con un mínimo de 10 habitaciones en albergues y 20, en hoteles; a empresas de alquiler de autos con un mínimo de 20 unidades; a agencias de viaje receptoras; a empresas de transporte acuático; y a líneas aéreas. Los requisitos son: contar con la declaratoria turística, tener aprobado el estudio económico y los planos constructivos o de levantamiento. Los beneficios varían de acuerdo con el tipo de empresa turística, pero en general contemplan la exención de tributos a la importación y compra local de activos.

## ¿Cuáles regiones del país cuentan con planes reguladores y cuál es su situación actual?

El ICT cuenta con un departamento de concesiones, al que se puede llamar para solicitar la lista de los planes reguladores, conocer su situación específica y evacuar cualquier consulta. El teléfono es el 299-5800, ext. 263 o 301.

## ¿Cómo se puede obtener el certificado para la sostenibilidad turística?

El CST es una marca que certifica a empresas de hospedaje y tour operadoras en una escala de 1 a 5 de acuerdo con el grado en que su operación se aproxime a un modelo de sostenibilidad, en términos del menor impacto hacia los recursos natura-

## Seminarios Realizados

Fecha	Lugar
12 de setiembre	Caribe Sur – Limón
17 de setiembre	Caribe Norte – Tortuguero
24 de setiembre	Corcovado-Gofito, Puerto Golfito
01 de octubre	Llanuras del Norte – Fortuna
02 de octubre	Llanuras del Norte – Sarapiquí
08 de octubre	Guanacaste Sur – Sámara
15 de octubre	Pacífico Medio - Quepos
22 de octubre	Puntarenas e Islas del Golfo Ciudad de Puntarenas
23 de octubre	Monteverde
29 de octubre	Guanacaste Norte – Sardinal
05 de noviembre	Valle Central – Cartago
06 de noviembre	Valle Central – Alajuela
9 de febrero 2005	Encuentro de Empresarios

les, culturales y sociales de que dispone el país. El primer requisito es la inscripción en el programa, lo cual se obtiene llenando una boleta y presentando una declaración jurada protocolarizada y firmada por un notario público que indique el cumplimiento de la legislación relacionada. Posteriormente se recibe asistencia técnica en forma gratuita y debe existir un compromiso de la empresa de realizar las buenas prácticas recomendadas. Como beneficios están: exoneración parcial o total de la cuota de participación en ferias internacionales, inclusión en la página web y en el material promocional del ICT como una empresa certificada, asistencia técnica gratuita por parte del ICT y mayor eficiencia en la operación de la empresa debido a las mejoras implementadas.

Otras inquietudes de los empresarios como los problemas de

### **Asociación Costarricense de Agencias de Viaje (ACAV)**

Tiene cerca de 50 años de fundada y agrupa a todas las agencias de viaje: emisoras, mayoristas y tour operadoras que se dedican profesionalmente a la venta y promoción de viajes y excursiones para el público, tanto nacional como internacional. Entre sus objetivos están: proteger los intereses de los asociados, combatir la competencia ilegítima y desleal, ayudar en la capacitación técnica de sus miembros y promover el desarrollo del turismo dentro y fuera del país, tanto de mayoristas receptores, como de emisores.



### **Asociación Costarricense de Operadores de Turismo (ACOT)**

Es una entidad privada sin fines de lucro que nació en 1989 y agrupa a 40 empresas. Su fin es la promoción y el desarrollo de la actividad de operadores turísticos. Entre sus beneficios están: descuentos en la tarjeta de crédito CREST-ATH de (comisión del 3.5% o menos); apoyo en momentos de crisis (temas de seguridad, parques nacionales, transporte de turistas, tránsito, etc); representación ante CANATUR; cursos de capacitación en todos los niveles y participación en charlas, seminarios y foros sobre temas de interés. Algunos de sus proyectos en desarrollo son: la elaboración de una página web, de una guía para tour operadores receptivos de Costa Rica y la implementación de normas de calidad para empresas tour operadoras.



### **Asociación Costarricense de Profesionales en Turismo (ACOPROT)**

Es la organización a nivel nacional que integra a las personas físicas que han obtenido un título universitario en turismo o carreras afines, o que se desenvuelven en el campo turístico. Fue fundada por un



reparación de la red de caminos, falta de señalización turística, problemas de telefonía fija y celular, falta de capacidad de acueductos rurales y necesidad de capacitación en temas como servicio al cliente e idioma inglés, no son de la entera competencia del ICT, sino que atañen también a otras instituciones y organizaciones privadas del país.

Ante esto los funcionarios del ICT respondieron a los empresarios que su objetivo es ayudar a mejorar estas condiciones, pero que una de las vías más importantes para lograrlo es la asociatividad. Es por eso que como parte de los encuentros empresariales se dio a conocer, también, los beneficios que tiene la afiliación a las diferentes cámaras y asociaciones turísticas.

### **A continuación un vistazo a cada una de ellas:**

grupo de empresarios en 1982 y hoy cuenta con más de 500 afiliados. Su visión es ser una organización gremial clave para la toma de decisiones y el desarrollo turístico de la región, con proyección nacional e internacional. Como servicios para sus afiliados ofrece: revista TECNITUR, de carácter técnico y de análisis para la toma de decisiones; la bolsa de comercialización turística EXPOTUR, la más importante para Costa Rica y de gran reconocimiento internacional; boletín ENLACE, sobre actividades y eventos de la industria turística; seminarios de capacitación profesional; seminarios internacionales en el marco de EXPOTUR; actividades sociales; directorio de asociados; bolsa de empleo electrónica; FERTUR, como el evento de promoción del turismo interno y el turismo laboral; y Centroamérica Market Place, para la promoción de Centroamérica como multides-tino turístico mediante la confección y negociación de paquetes turísticos.

### **Asociación Grupo Futuropa**

Reúne a 70 empresas costarricenses dedicadas como prioridad a los mercados turísticos europeos. Su fin principal es la promoción turística de Costa Rica en Europa para lo cual representa a empresas cuya oferta está adaptada a la ética y gustos de los europeos. Existen varias asociaciones Futuropa que se están formando en la región centroamericana. A sus asociados ofrece la representación en las ferias turísticas del viejo continente y cabildeo con numerosas instituciones y gremios del sector turístico.



### **Cámara Costarricense de Hoteles (CCH)**

La Cámara Costarricense de Hoteles fue fundada en 1940 como una iniciativa privada por parte de un grupo de hoteleros y como una organización no lucrativa. Representa a 250 empresas de hospedaje en todo el país. Sus miembros constituyen hoteles pequeños, medianos y grandes dentro de una cadena hotelera o independientes. También acoge a proveedores comerciales y de servicios de la industria. Su visión es fortalecer a cada asociado en sus diferentes categorías y comunidades, brindando los servicios



necesarios para lograr presencia, incidir en las diferentes instancias y como medio para obtener los beneficios que le permitan a la industria ser más competitiva y responder a las necesidades del mercado. Como servicios ofrece: la reducción de un 7% a un 4,5% en las tarjetas de crédito Visa, Mastercard y American Express para todos sus afiliados; guía hotelera de Costa Rica con distribución a mayoristas, agentes de viaje y en ferias internacionales; representación en las principales ferias internacionales a bajo costo; publicación "Vacaciones y Descuentos", en el periódico La Nación, dirigida al turista nacional; página web para promoción y sistema de reservaciones en línea; representación gremial; asesoría legal y técnica; congresos y seminarios sobre hotelería.

### **Cámara Nacional de Ecoturismo (CANAECO)**

Es una organización privada sin fines de lucro creada en 2003 y afiliada a CANATUR, que reúne a personas físicas y jurídicas relacionadas al sector ecoturístico en Costa Rica. Sus principales actividades son: representación ante organizaciones con actividades relacionadas con los intereses de la asociación, entes gubernamentales y foros nacionales e internacionales en el campo; desarrollo de un código de ética para el sector ecoturístico; fomento de la asesoría técnica, legal y económica para el desarrollo del sector del ecoturismo en el país; y colaboración con las asociaciones, grupos e instituciones públicas o privadas, nacionales e internacionales que trabajan en pro de la conservación de la biodiversidad y del bienestar de las comunidades. A sus afiliados ofrece: representación política y profesional; capacitación, actualización y fortalecimiento del nivel profesional; respaldo de la imagen empresarial y profesional de sus afiliados; proyección internacional; e intercambio de información de interés sobre el sector.



### **Cámara Nacional de Turismo de Costa Rica (CANATUR)**

La Cámara Nacional de Turismo fue fundada en 1974 como una organización sin fines de lucro. Su objetivo es la promoción del turismo nacional e internacional fortaleciendo el progreso científico y el desarrollo técnico de la industria turística en armonía con la naturaleza y el bienestar social. Como servicios y beneficios están: Servicio VIP-aeropuerto para la atención de los clientes e invitados VIP de los afiliados en áreas restringidas del aeropuerto Juan Santamaría; web site con servicio de reservaciones para los afiliados; revista de promoción Naturally Costa Rica; mapa turístico con distribución en aeropuerto; centro de información turística para los afiliados; asesoría y desarrollo de investigaciones de mercado por medio de la dirección de investigación; y capacitación y formación en áreas como: servicio al cliente, temas tributarios, toma de decisiones gerenciales, etc. CANATUR también ofrece representación gubernamental en temas de interés para sus afiliados y lleva a cabo actividades especiales como el Bingotur, el Congreso Nacional de Turismo y el Torneo de Golf del Turismo.



### **Grupo Pro Imagen**

Fue establecida en 1997 como asociación por un grupo de gerentes de ventas de diferentes empresas de la industria turística del país, preocupados ante la necesidad de mejorar el mercadeo de Costa Rica como destino turístico. Cuenta actualmente con 74 asociados que representan a hoteles, agencias de viajes, auto rentistas, servicios turísticos, asesores turísticos y otros. Su misión es la creación, mejoramiento y fortalecimiento de la imagen de Costa Rica como destino turístico, a través de los esfuerzos de promoción y relaciones públicas conjuntos Estado-empresa privada, en los diferentes mercados potenciales. Como beneficios para sus asociados ofrece: representación en eventos de promoción a nivel internacional, participación en la atención de los viajes de familiarización que se organizan después de la visita a un mercado específico o por solicitud de una línea aérea; directorio con la información básica de las empresas asociadas a Pro Imagen Costa Rica, que se distribuye en eventos de promoción internacionales y en embajadas y consulados; inclusión de sus miembros en el sitio web; acceso de miembros a bases de datos; capacitación sobre mercados y otros temas.



### **Programa de Asistencia a Pequeños Hoteles de Centroamérica**

Es un programa del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), auspiciado por la Organización de Estados Americanos (OEA). Su objetivo general es contribuir con el desarrollo de las capacidades competitivas en los pequeños hoteles de Centroamérica como un mecanismo para estimular el incremento en las tasas de ocupación y costos más bajos a través de programas específicos, y a elevar la oferta turística y de multidestinos contribuyendo, así, a la integración centroamericana. El programa está dirigido a fortalecer la competitividad y las prácticas de negocios mediante la consolidación de un programa de capacitación presencial y de especialización virtual para la región. También busca el diseño de un plan de promoción de la oferta de servicios de los pequeños hoteles centroamericanos que respete la identidad cultural y la sostenibilidad ambiental; y la promoción de certificados de sostenibilidad acordes con la realidad y diversidad del sector. En el programa participan empresas de entre 10 y 30 habitaciones, cuyos propietarios son nacionales o extranjeros con más de 5 años de residir en el país, que cuentan entre 2 y 15 empleados y ofrecen una diversidad de servicios.

