

UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INTERNACIONALES

Propuesta de actualización a la política comercial de Costa Rica en materia de incentivos al desarrollo turístico.

Estudiantes:

María Esmeralda Esquivel González

Karolina María Pérez Sánchez

Proyecto de graduación para optar por el grado de licenciatura en Relaciones Internacionales con énfasis en Política Comercial.

Heredia, Costa Rica

2020

PROPUESTA DE ACTUALIZACIÓN A LA POLÍTICA COMERCIAL DE COSTA RICA EN MATERIA DE INCENTIVOS AL DESARROLLO TURÍSTICO.

MODALIDAD DE PROYECTO EN RELACIONES INTERNACIONALES, CON ÉNFASIS EN POLÍTICA COMERCIAL

Postulantes

MARÍA ESMERALDA ESQUIVEL GONZÁLEZ, CÉDULA: 2-0755-0848
KAROLINA MARÍA PÉREZ SÁNCHEZ, CÉDULA: 1-1574-0496

Miembros del Tribunal Examinador, mediante sesión virtual por excepcionalidad producto de las instrucciones de Rectoría comunicadas mediante circulares instrucción UNA-R-DISC-009-2020 del 17 de marzo y UNA-R-DISC-010-2020 del 19 de marzo y la alerta sanitaria emitida por el Ministerio de Salud, por medio de la plataforma zoom que garantizó la simultaneidad de participación de los miembros del jurado y las estudiantes desde sus respectivas casas de habitación.

M.Sc. Rosa Adolio Cascante, representante del Decano, Facultad de Ciencias Sociales
M.Sc. Raúl Fonseca Hernández, representante Unidad Académica, Escuela de Relaciones Internacionales
Mag. Roy Mora Vega, Tutor
M.Sc. Gustavo Alvarado Chaves, Lector
M.Sc. Gerald Solano Aguilar, Lector
Licda. María Esmeralda Esquivel González, estudiante
Licda. Karolina Maria Pérez Sánchez, estudiante

ROSA ADOLIO
CASCANTE (FIRMA) Firmado digitalmente por ROSA
ADOLIO CASCANTE (FIRMA)
Fecha: 2021.02.12 11:10:39 -06'00'

Firma del Presidente

12 de febrero de 2021

Agradecimientos

A todas las personas que a lo largo del proceso nos llevaron al conocimiento y la visión desde las distintas aristas del tema de turismo en Costa Rica y en el mundo, sin ellos la elaboración de este documento no podría estar listo el día de hoy.

A nuestro tutor de Proyecto de Graduación, estimado Profesor Roy Mora Vega, a quien agradecemos el acompañamiento y amistad desde nuestro inicio en el mundo de las Relaciones Internacionales, su guía en el proceso de elaboración de este documento plasma sus frutos aquí.

Las autoras.

Dedicatoria

A Dios, a la vida y a mis padres por el apoyo incondicional a lo largo de este proceso.

Ma. Esmeralda Esquivel González.

A Dios por su guía, a mis padres por estar siempre conmigo en cada paso de mi carrera.

Karolina María Pérez Sánchez.

Resumen

La presente investigación surge ante la interrogante de lograr una adecuada identificación de la ubicación de los servicios comerciales del turismo, la importancia de la aplicación de incentivos al desarrollo turístico en Costa Rica. El turismo es una de las fuentes más importantes de percepción económica de Costa Rica y muchos países en el mundo. Dentro de la problemática a nivel institucional en el país, el tema turístico es supervisado bajo el Instituto Costarricense de Turismo, a través de esta institución se canaliza la información, se manejan diversos galardones dentro de los rangos que cumplen las empresas dedicadas al sector, así como la facilidad de acceso a contratos turísticos.

Por consiguiente, el objetivo de esta investigación incurre en el análisis de la política comercial en materia de incentivos para el desarrollo del sector de servicios turísticos en Costa Rica durante el periodo 2013-2018, con la finalidad de proponer acciones de actualización y mejora teniendo en consideración experiencias internacionales.

El periodo de esta investigación se desarrolla en la visualización de las distintas herramientas que ejercen los Estados para facilitar el crecimiento económico en materia turística, respetando los acuerdos comerciales internacionales así como los acuerdos bilaterales que regulan no solamente el comercio internacional, sino también el comercio de servicios, ya que es de suma importancia esclarecer que el turismo como tal no se encuentra delimitado en una sola área del comercio, este es perteneciente a ambos según la transacción que se esté realizando.

Se espera otorgar al lector de la presente documentación un mapeo de actores del turismo con el fin de evidenciar los puntos de mejora no solamente a nivel nacional, sino como la reflexión que existe en comparación con las experiencias internacionales, añadir valor a toda relación económica y

comercial en materia turística entre servicios locales, apoyo gubernamental y aplicación de cada uno de los acuerdos comerciales regionales e internacionales a los que se encuentra suscrito el gobierno de Costa Rica.

Tabla de Contenidos

Acta	ii
Agradecimientos	iii
Dedicatoria	iv
Resumen	v
Tabla de contenidos	vii
Lista de tablas	ix
Lista de siglas y abreviaturas	xi
<i>Capítulo I</i>	1
Marco Referencial y Metodológico	1
Justificación.	1
1.2 Planteamiento de la problemática.	3
1.3 Objetivos del estudio	6
Objetivo general:	6
Objetivos específicos:.....	6
1.4 Marco referencial conceptual	7
1.4.1 Interrelación entre la disciplina de las Relaciones Internacionales y la industria del turismo.	7
1.4.2 El rol del sector turismo en el comercio internacional de servicios.....	9
1.4.3 La Política Comercial en materia de turismo.....	12
1.5 Marco normativo e institucional relacionado al turismo a nivel internacional.....	14

1.6 Marco normativo e institucional relacionado al turismo a nivel nacional.	17
1.7 Diseño de Investigación	23
Capítulo II.....	29
Evolución de la política comercial costarricense en materia de incentivos al desarrollo turístico.....	29
2.1 Marco estratégico del ICT	29
2.2 Evolución de los Incentivos al Desarrollo Turístico en Costa Rica a través de los años.	31
2.3 Estado Actual de los Incentivos al Desarrollo Turístico en Costa Rica	34
Capítulo III.....	37
Análisis del funcionamiento del sistema de incentivos al desarrollo turístico en Costa Rica y comparación con experiencias internacionales.....	37
3.1 Perspectiva macroeconómica y clima de inversión en América Latina y el Caribe enfocado en Costa Rica y República Dominicana.....	38
3.2 Comportamiento del turismo e incentivos al desarrollo turístico en Costa Rica y República Dominicana	44
Capítulo IV	62
Propuesta de mejora a la política comercial en materia de incentivos al desarrollo del sector de servicios turístico.....	62
Capítulo V.....	73
5.1 Conclusiones.....	73
5.2 Recomendaciones.....	74
Bibliografía.....	106

Lista de Tablas.

Tabla No. 1. Síntesis de la legislación en materia de servicios turísticos.

Tabla No 2. Matriz de congruencia.

Tabla No. 3. Índices del Banco Mundial en temas de seguridad política.

Tabla No. 4. Ley de Fomento al Desarrollo Turístico Ley No- 158-01.

Tabla No. 5. Distribución de empresas turísticas declaratoria 2015.

Tabla No. 6. Variables en Costa Rica y Republica Dominicana.

Tabla No. 7. Cuadro de principales recomendaciones para efectuar posibles cambios a la Ley de Incentivos al Desarrollo Turístico No.6690.

Lista de figuras.

Figura N 1. Organigrama Instituto Costarricense de Turismo.

Figura No. 2. Trámites para el establecimiento de una empresa en Costa Rica.

Figura No. 3. Esquema para el impulso al modelo de desarrollo turístico.

Lista de gráficos.

Gráfico No 1. “Número de Contratos por año de 1985 a 2017 según la Ley No 6990.”

Gráfico No. 2 “Distribución de Sectores Turísticos”.

Gráfico No 3. “Contratos por provincia según la Ley No. 6990”.

Gráfica No. 4. “Contratos por Actividad del 2010 al 2017 según la Ley No. 6990”.

Gráfica No. 5. “Tipo de empresa que recibió Incentivos al Desarrollo Turístico según el tamaño, 2010-2017”.

Gráfico No. 6 “Tipo de empresa con acceso a incentivos según encuestas”.

Gráfico No. 7 “Índice de competitividad de viajes y turismo (2017)”.

Gráfico No. 8. “República Dominicana: PIB por actividad económica, 2015”

Siglas y abreviaturas

AGCS Acuerdo General Sobre el Comercio de Servicios

ASONAHORES Asociación de Hoteles y Turismo de República Dominicana

BID Banco Interamericano de Desarrollo

BM Banco Mundial

CANATUR Cámara Nacional de Turismo

CCT Consejo Centroamericano de Turismo

CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe

CIMAT Comisión Internacional de Marinas y Atracadores Turísticos

CST Certificación para la Sostenibilidad Turística

COMEX Ministerio de Comercio Exterior

GATT Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio

ICT Instituto Costarricense de Turismo

INEC Instituto Nacional de Estadística y Censos

MEIC Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica

MICITT Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones

MITUR Ministerio de Turismo de República Dominicana

OMC Organización Mundial del Comercio

OMT Organización Mundial del Turismo

OIT Organización Internacional del Turismo

OITS Organización Internacional de Turismo Social

PIB Producto Interno Bruto

PROCOMER Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica.

SITCA Secretaria de Integración Turística Centroamericana

WTTC World Travel and Tourism Council

Capítulo I

Marco Referencial y Metodológico

Justificación.

El tema a desarrollar en el presente proyecto de investigación es la elaboración de una Propuesta de actualización a la política comercial de Costa Rica en materia de incentivos al desarrollo turístico, dentro del marco de estudio, se abordarán distintos temas relacionados con la evolución de los actuales incentivos al desarrollo turístico en Costa Rica mediante la técnica de estudio Benchmarking en contraste con experiencias internacionales, con el fin de generar una opción viable y con mayores oportunidades de desarrollo para el diversos sectores del turismo nacional, el cual logre de manera conjunta un aumento en las relaciones comerciales internacionales y, por ende, un mayor aporte al crecimiento económico del Estado, fortaleciendo la planificación, tecnología y el sector económico mismo.

Siendo el Turismo uno de los principales dinamizadores de la economía internacional, en el cual según datos de la Organización Mundial Turismo este representa cerca del 9% del PIB a nivel mundial, uno de cada once empleos es generado por turismo, siendo este capaz de producir hasta 1.4 trillones de dólares en exportaciones de servicios, lo que representa cerca del 6% de las exportaciones mundiales (OMT, 2014)

En el caso de Costa Rica, la generación de divisas por concepto de turismo llega a superar las exportaciones de café, banano, piña y productos farmacéuticos en su conjunto, esta tendencia se ha mantenido por varios años (ICT, 2017). La producción de empleabilidad es un tema que es relevante para Costa Rica mediante el turismo, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) para el año 2015 el sector turismo generó aproximadamente 160.000 mil empleos de forma directa, representando esta cifra alrededor de un 7% de la población con trabajo del país.

El alcance de este proyecto se enfoca en los beneficios que pueda producirle no solamente al Instituto Costarricense de Turismo (ICT) con la formulación de una propuesta de mejora en lo que respecta a los incentivos al desarrollo turístico, sino también en el provecho que esto genera en conjunto para toda la población nacional, atribuyendo beneficio en mayores obras sociales, mejoras en la educación, infraestructura y nivel de vida para cada uno de los costarricenses. Dentro de los puntos que se quieren rescatar en esta propuesta es maximizar el aprovechamiento de los recursos y mano de obra ubicados en puntos no tradicionales del comercio, para que con estos se incremente el intercambio de conocimientos, incrementos en la producción económica, tecnología y cultura, así como la ampliación en la exploración y fortalecimiento de áreas no tradicionales del turismo para que con esto se pueda generar una ola creciente de turismo a nivel país encaminado a un mismo ritmo.

1.2 Planteamiento de la problemática.

Con la creación de la Ley 1917 de 1955, se funda el Instituto Costarricense de Turismo, el cual es el ente encargado de administrar, regular y promover el eje del sector servicios específicamente en el desarrollo turístico bajo los parámetros que dicta su misión y su visión.

Desde la creación de la Junta Nacional de Turismo en 1931 como ente antecesor del ICT, se buscó dinamizar y administrar la gestión referente al ámbito turístico, para lograr un óptimo desarrollo que les permita a los sectores involucrados en el turismo expandir sus capacidades de competencia, mejoramiento en el servicio que se brinda y la atracción de turistas.

En 1977, se crea la ley 6090 que incorpora una serie de incentivos para el desarrollo de la actividad turística. Sin embargo, el acceso y aprovechamiento de estos no se ha extendido a todas las empresas del sector. Por ejemplo, en el caso de los actores de mayor tamaño y consolidación empresarial logran manejar con facilidad algunos de estos estímulos como las exenciones de tributo en importaciones de materiales necesarios para el funcionamiento o crecimiento de la empresa turística, en el caso de las empresas dedicadas al transporte aéreo se les otorga suministro de combustibles a precios competitivos, mejorar sus flotas, comprar mobiliario o materiales necesarios para la construcción de nuevos espacios, estando bajo previo acuerdo entre las partes que otorgan estos incentivos. Estos incentivos al desarrollo turístico se distribuyen dentro del área turística en servicios de hotelería, transporte aéreo de turistas nacional e internacional, servicios de gastronomía, transporte acuático y turismo receptivo de agencias de viajes.

La transformación de la ley con el paso de los años ha generado disminución en los incentivos, la falta de actualización en la legislación turística nacional, así como la mejora en los registros de empresas y actividades turísticas son algunas de las falencias que sufre actualmente el sistema turístico. Otro de los puntos negativos que sufre el sector turismo para acceder a estos incentivos

tiene que ver con el proceso burocrático que se debe seguir, por ejemplo, se han creado empresas especializadas en la gestión del proceso de solicitud de incentivos (Grupo Marta), aumentando sustancialmente los costos de aplicar al beneficio de los incentivos, siendo principalmente las grandes empresas transnacionales o nacionales con suficientes recursos económicos quienes pueden pagar por este servicio.

De acuerdo con datos del Instituto Costarricense de Turismo, se establece que la industria turística aporta un 6,3% del PIB, para el año 2016, se contabilizó una generación de 211.000 empleos directos aportados por el sector turístico, traducido en porcentaje, este reflejo alrededor de un 8,8% del empleo del país. (Instituto Costarricense de Turismo, 2019)

De acuerdo con la problemática que delimita esta investigación, según los datos del Plan Nacional de Turismo, el sector de hospedaje que abarca el 53% de la captación de incentivos, seguido por el sector de agencias de viajes que refleja el 32% de los incentivos captados, en tercer lugar, se encuentra el sector de rent a car con un 9% de la captación y finalmente el sector de líneas aéreas con un 6%. (Plan Nacional de Turismo 2019-2021, 2019)

Otra de las problemáticas que vive el turismo en Costa Rica es la poca regulación en ideas innovadoras de servicios turísticos como lo son los AIRBNB y las casas privadas de alquiler, sin duda alguna estas han llegado a cambiar el sentido del turismo y buscan permanencia en el tiempo.

La estacionalidad es un factor que, según CANATUR, es un punto que se debe aprovechar para bien y un mayor desarrollo del potencial de turismo en el país, pues las condiciones climatológicas permiten que las actividades turísticas se desarrollen con normal trascendencia en cualquier época del año en cualquier punto geográfico del país. Si bien esta estacionalidad también se divide en temporada baja y alta por efectos de vacaciones principalmente, se debe lograr un aprovechamiento

mayor de los espacios turísticos con mejores opciones para el tiempo de “temporada baja” que es la que suelen aprovechar los turistas nacionales por cuestiones económicas principalmente.

Acorde con la evidencia expuesta por las personas que han sido parte fundamental del desarrollo de esta investigación mediante las entrevistas personales, ha quedado más que claro por parte del Instituto Costarricense de Turismo, así como de la Cámara Nacional de Turismo la falta clara de una Política Turística concreta y real, debido a que actualmente el país no cuenta con lineamientos claros, sin embargo, el camino al desarrollo del turismo no deja de estar mal.

Teniendo en consideración los elementos expuestos anteriormente, esta investigación se plantea la siguiente pregunta:

¿Cuáles deberían ser las mejoras en los instrumentos de incentivos al desarrollo turístico que se pueden incorporar a la política comercial en Costa Rica?

1.3 Objetivos del estudio

Objetivo general:

Analizar los incentivos al desarrollo turísticos que componen la política comercial de este sector en Costa Rica durante el periodo 2013-2018, para proponer acciones de actualización y mejora teniendo en consideración experiencias internacionales.

Objetivos específicos:

1. Describir la evolución de la política comercial costarricense en materia de incentivos al desarrollo turístico.
2. Valorar el funcionamiento del sistema de incentivos al desarrollo turístico en Costa Rica a partir de un análisis de experiencias internacionales mediante la técnica de Benchmarking.
3. Proponer acciones de mejora a la política de incentivos al desarrollo turístico aplicada en Costa Rica.

1.4 Marco referencial conceptual

1.4.1 Interrelación entre la disciplina de las Relaciones Internacionales y la industria del turismo.

La investigación está contextualizada desde una óptica internacional de las relaciones que se desarrollan en la transdisciplinariedad. Para explicar el constructor de Relaciones Internacionales se parte del concepto planteado por Celestino del Arenal quien indica que: “(...) las Relaciones Internacionales se configuran como una disciplina de integración y síntesis de los datos aportados por otras disciplinas, si bien el objetivo de su investigación aporta un contenido superior que le confiere su especial carácter en el seno de las ciencias sociales”. (Arenal, 1990, pág. 464)

Se observa la utilización de diversas ciencias y campos de estudio científico para ir aportando conocimientos a otras ciencias, lo cual hace que los conocimientos que se van proporcionando a las relaciones internacionales, adquieren una función instrumental que facilita, pero no sustituye las explicaciones y conocimientos alcanzados siguiendo las teorías y métodos propios de esa disciplina. Donde se considera un enfoque particular desde el cual se pueden analizar los acontecimientos internacionales tomando en consideración las ciencias donde se engloban la historia, la economía, la ciencia política, el derecho, la estadística, geografía, las ciencias de la comunicación, análisis de sistemas entre otros.

Para establecer una conexión entre las Relaciones Internacionales y el turismo es importante contemplar que ambos son campos de estudio multidisciplinarios que engloban áreas como la economía, cultura, ambiente, geografía, sociología, entre otras que se ven inmersos de forma positiva como negativa, dependiendo de la situación en la que se desarrolle.

El turismo no debe ser abordado solamente como un fenómeno económico, ya que este engloba la parte social, cultural y medio ambiental. Es importante resaltar que el turismo es una

disciplina, por lo cual debe ser estudiada como tal, no solamente debe ser referida al ocio y disfrute, en esta se mantienen una activa participación de los gobiernos y los pueblos.

El turismo es comúnmente visto como un fenómeno económico únicamente, el cual implica la atracción de visitantes a diversos territorios que pueden ser explotados bajo los parámetros de deleite para sectores específicos en busca de gustos de igual forma específicos, pero se deja de lado las implicaciones que este trae consigo que benefician muchos sectores directa e indirectamente, debido a que el turismo genera conocimiento, intercambio cultural, tecnológico, sin dejar de lado los beneficios económicos por lo que es conocido en una gran rama de actividades turísticas que se ven envueltos como la atracción de visitantes mediante la promoción, el transporte, la comida, el disfrute y confort.

Teóricos como Rafael Calduch concluyen que las Relaciones Internacionales vendría siendo definidas como “todas aquellas relaciones sociales y los actores que las generan, que gozan de la cualidad de la internacionalidad por contribuir de modo eficaz y relevante a la formación, dinámica y desaparición de una sociedad internacional considera como una sociedad diferenciada” (Calduch, 1990, pág.5).

Esta definición tiene un marco de relevancia ampliado para efectos de la investigación, pues permite la visualización de que en el orden internacional existen relaciones que contribuyan al desarrollo de las sociedades y estas pueden ser mediante el turismo como mecanismo de movilización de masas y divisas.

Es de vital importancia rescatar que teóricos del turismo como Luis Fernández Fuster caracteriza al turismo como “la importancia que cobran los desplazamientos turísticos durante el siglo XX llevó al turismo a ser concebido como algo trascendente, tanto para los países que poseían recursos y atractivos, como para las mismas poblaciones e individuos que las componían, de ahí que los

diversos gobiernos le concedieran máxima atención en sus diversas facetas: la economía, la estadística y la política, hasta la social y cultural.” (Fuster, 1978, p. 17). Es por lo que para efectos de este proyecto se enaltece la importancia de comprender el turismo desde todas sus ópticas, con eje de importancia en el sector económico, pero sin descuidar o minimizar ninguna de las demás temáticas que se adhieren a esta postura, ya que todas se necesitan entre sí para contribuir al desarrollo de los Estados y el bienestar de las personas.

1.4.2 El rol del sector turismo en el comercio internacional de servicios.

El contexto internacional ha demostrado la necesidad de que se generen relaciones comerciales para el desarrollo de los Estados, pero no hay que dejar de lado que dichas interacciones traen consigo que diversas esferas se vean conectadas y que se logre el intercambio de cultural, de personas, conocimientos, tecnología entre otros y todo esto se gestiona a través de las relaciones internacionales.

Según Raúl Requena Tarazona el comercio internacional se puede definir como:

El flujo de elementos (incluidos los factores de la producción, información, cultura, materia prima, insumos, bienes terminados, bienes intermedios, servicios; en su sentido amplio, todo aquello que pueda ser comercializable o que requiera de una retribución por parte del individuo que lo admite) entre dos o más países, con el propósito de generar riqueza, organizado mediante instituciones reguladoras (nacionales o internacionales), sin alterar el orden o adecuado restablecimiento del medio ambiente, teniéndolo como imagen para su conservación. (Requena, 2015, p. 5)

Siendo una definición que incluye diversos factores que son relevantes a las tendencias del mundo actual y no se encierra solo en definir el comercio internacional como un intercambio de

bienes y servicios entre países donde denotamos la importancia de ir incorporando las variables que mueven el comercio de servicios en la actualidad.

De acuerdo con González, del Río, Domínguez et al., 2009, el término “servicios” o “sector servicios” se ha utilizado y utiliza muy a menudo para referirse a un conjunto de actividades económicas sumamente heterogéneas. Las actividades de los servicios que pertenecen al sector terciario se suelen definir en un sentido muy general como las “actividades que no producen bienes”. Entre ellas, se encuentran la distribución, el transporte y las comunicaciones, las instituciones financieras y los servicios a las empresas y los servicios sociales y personales. Aunque todos estos servicios son muy diferentes unos de otros, puede hacerse una distinción entre los servicios públicos y privados, los mercantiles, los servicios destinados a los productores o a las economías domésticas, etc. (González, del Río, Domínguez et al., p. 12., 2009).

Es importante destacar que las mediciones en el sector turístico son complejas de realizar; sin embargo, en los últimos 20 años, se ha convertido en un sector muy importante en el desarrollo económico y con un crecimiento dinámico, incluso más rápido que el mismo comercio de mercancías. En su mayoría, los miembros de la OMC destacan la importancia del sector turístico en sus economías, principalmente los países en desarrollo dada la contribución al empleo y la generación de divisas. Según la OMT, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 1.230 millones en el año 2016, lo que supone un fuerte aumento con respecto a los 674 millones del 2000. Estimaciones proyectan un aumento para el año 2030 de hasta 1800 millones de turistas moviéndose a través del orbe (OMT, 2018).

Cuando se habla del tema de comercio de servicios, se debe englobar el turismo y traer acotación la creación en 1947 del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) que busco la regulación del comercio de bienes entre los estados miembros, años después en la Ronda Uruguay los países pertenecientes al GATT negociaron la creación de la Organización Mundial de Comercio

(OMC) que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Debido a los cambios suscitados en el comercio mundial y las nuevas tendencias los países observaron la necesidad de incorporar el comercio de servicios dentro de la organización, lo que trajo como consecuencia el establecimiento del Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (AGCS) que entró en vigor en 1995 y constituye un conjunto de normas multilaterales que rigen el comercio de servicios, que permiten a los miembros de la OMC abrir mercados a la competencia extranjera de manera flexible. Los servicios que no engloba el acuerdo se centran en los que se suministran en el ejercicio de facultades gubernamentales y la mayor parte de los servicios de transporte aéreo.

El mismo acuerdo define el comercio de servicios según los modos de suministro, donde el modo 1 incluye los servicios suministrados de un país a otro, el modo 2 abarca los consumidores o empresas que utilizan un servicio en otro país, el modo 3 engloba las empresas extranjeras que abren filiales para suministrar servicios en otro país y, por último, el modo 4 comprende las personas que se desplazan desde su país para suministrar servicios en otro país (OMC,2018).

El turismo se encuentra inmerso en el modo 2 que constituye el más liberalizado en lo que se refiere a compromisos contraídos por los miembros de la OMC, esto se debe a que los gobiernos son menos propensos a limitar el desplazamiento de los ciudadanos al extranjero. Según datos de la secretaría de la OMC, para el 2014, el modo 3 representaba el 55% de la participación de todo el comercio de servicios a nivel mundial (OMC,2018). Así mismo, el turismo es el sector que se incluye con mayor regularidad en las listas de compromisos de los miembros de la organización.

Según Joan- Carles Cambrils, la discusión en cuanto a la liberalización comercial del turismo en el marco de la OMC se centra en dos temas; la delimitación del concepto de la actividad turística en el AGCS, donde en el mismo solo delimita cuatro tipos de servicios turísticos, los cuales son carentes para la diversidad de actividades económicas que implica el turismo y la otra temática se centra en la preocupación producto de la globalización económica en su conjunto, acerca de cómo gestionar el

proceso de apertura comercial son fortalecer las economías más fuertes en detrimento de las más débiles y sin favorecer la concentración oligopolística empresarial (Cambrils, 2003).

En el marco de la Ronda de Uruguay, los Estados miembros en su mayoría asumieron compromisos en cuanto al sector turístico donde se observa la necesidad de regular uno de los sectores más influyentes económicamente en el siglo XXI.

Donde en materia de servicios se centró en tres aspectos fundamentales:

- Acuerdo macro que marca las obligaciones básicas de todos los países miembros.
- Se encuentran las listas nacionales de compromisos, más otros compromisos nacionales específicos que serán objeto de un proceso continuo de deliberación.
- Varios anexos relativos a la situación especial de los distintos sectores de los servicios.

1.4.3 La Política Comercial en materia de turismo.

La política comercial se entiende como el manejo del conjunto de instrumentos al alcance del Estado para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo (Krugman, 1980). En el caso de Costa Rica su política comercial se ha centrado en la negociación de tratados de libre comercio con el objetivo de promover la incorporación del país en la economía global a través de la apertura de nuevos mercados, diversificación y sofisticación de la oferta exportable y la atracción de inversión extranjera directa.

Según los objetivos de la política comercial costarricense que se enuncian en el Plan de Nacional de Desarrollo (2016-2019), el comercio exterior debe ser una herramienta para promover el desarrollo económico y social del país. El principal objetivo de la política de comercio exterior es propiciar una mayor apertura comercial y la internalización de la economía, para asignar los recursos de manera más eficiente y así crear más fuentes de empleo y reducir la pobreza y la desigualdad. A

estos efectos, Costa Rica utiliza tres estrategias: la negociación, la implementación y la administración de acuerdos comerciales; el desarrollo y la promoción de las exportaciones de bienes y servicios; y la atracción de inversión extranjera directa. (Plan Nacional de desarrollo, 2015).

En ese sentido, el Comercio Internacional de Bienes y Mercancías centra su principal diferencia del Comercio de Servicios en que los instrumentos que se crearon para la Política Comercial se basan en la imposición de aranceles que ayudan a proteger la economía del país y valorar las mercancías con el fin de crear una fuente de ingresos, en el caso del comercio de servicios, al ser productos no tangibles estos carecen de los derechos de aduana aplicados a la importación,

Como parte de la política comercial en materia de servicios, los Estados establecen instrumentos que facilitan el crecimiento económico, dentro de ellos están los incentivos al desarrollo que son considerados como beneficios que buscan fomentar y consolidar una industria particular. En materia de turismo, estos beneficios son muy diversos entre los países miembros. En el caso de Costa Rica, el ente encargado de estos incentivos es el Instituto Costarricense de Turismo, el cual mediante la ley N. 6990 implementan las regulaciones para la obtención de los incentivos y así lograr una mayor contribución económica por parte del sector turístico.

Por otra parte, de acuerdo con el enfoque del libre comercio, las ventajas comparativas determinan la línea de importación y exportación que generan un mayor beneficio a cada nación. Según la CEPAL (1990), “un país exporta los bienes que puede producir a un costo en términos monetarios inferior al resto del mundo; estos costos dependen de los precios relativos de los factores de producción, en tanto que estos precios dependen a su vez de la abundancia relativa de ellos dentro del país” (CEPAL, 1990., p. 4) Esto se traduce en que las naciones se consideran más eficientes cuando logran desarrollar las líneas necesarias de producción y especialización con el fin de adaptar las ventajas comparativas y generar efectos productivos en el desarrollo continuo, en este caso el turismo, el cual permite que siendo las características que por naturaleza se han adquirido exista una

producción o explotación responsable de recursos vigorosa, ya que esto siempre irá de la mano con las estrategias y políticas que se determinen desde los gobiernos, guiadas bajo las instituciones internacionales u organizaciones encargadas de velar por temas específicos.

1.5 Marco normativo e institucional relacionado al turismo a nivel internacional.

El turismo a través de los años ha experimentado un crecimiento y una gran diversificación, lo cual ha traído consigo que el mismo sea uno de los sectores económicos más dinámicos a nivel mundial, convirtiéndolo en un motor clave del progreso socioeconómico de muchos países en desarrollo.

Debido a su importancia en la contribución al bienestar económico, se observó la necesidad de crear un organismo especializado de las Naciones Unidas dedicado al Turismo, el cual lleva por nombre Organización Mundial de Turismo (OMT), que busca la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, así mismo aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, un desarrollo incluyente y la sostenibilidad ambiental centrado en integrar el turismo en la agenda global, mejorar la competitividad turística, promover el desarrollo sostenible del turismo, impulsar la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y al desarrollo (OMT, 2018).

En ese sentido de los Organismos Internacionales que regulan y buscan el crecimiento del turismo a nivel internacional destacan:

- Organización Mundial del Turismo (OMT): siendo este organismo especializado de las Naciones Unidas en el campo del turismo. Constituye un foro para el debate de política turística y el intercambio de conocimientos en materia turística. Dentro de sus objetivos se encuentra la promoción del desarrollo de turismo responsable, sostenible y accesible, focalizado en los países en desarrollo (OMT, 2020).

- Organización Internacional del Trabajo (OIT): esta organización busca la creación de oportunidades de trabajos decente y productivos en igualdad de condición sin distinción de género; sus objetivos principales son la promoción de derechos laborales, oportunidad de empleo digno, fomentar la protección social y mejorar el diálogo. (OIT, 2020)
- Banco Mundial (BM): Focaliza su gestión en los países en desarrollo, a través del otorgamiento de créditos de bajo interés y donaciones para proyectos y programas de inversión en educación, gestión ambiental, recursos naturales, administración pública, salud e infraestructura. (BM, 2020)
- World Travel & Turism Council (WTTC): su objetivo principal es colaborar con los gobiernos para que tengan conciencia sobre los impactos económicos del mayor creador de la riqueza y trabajo del mundo, los viajes y el turismo. (WTTC, 2020)

El turismo es considerado como una actividad prioritaria en las agendas nacionales de los países americanos. En el ámbito interamericano se encuentran instituciones u organizaciones que contribuyen en el sector tales como:

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL): esta comisión se estableció en búsqueda del desarrollo económico y social de América Latina, buscando la mejora de las relaciones entre los países vecinos en temas económicos y posteriormente con las demás naciones del globo. (CEPAL, 2020)
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID): organización financiera que promueve la mejora en salud, educación, infraestructura a través de apoyo financiero y técnico a los países que trabajan para reducir la pobreza y la desigualdad. (BID, 2020).
- Convenio marco entre la Secretaría para las Américas de la Organización Internacional de Turismo Social (OITS Américas) y el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT),

representado por la Secretaría de integración Turística centroamericana (SITCA): su objetivo principal es desarrollar un marco de coordinación y cooperación técnica en materia de turismo social entre la OITS Américas y SITCA con miras a fortalecer las capacidades de la SITCA, las administraciones nacionales de turismo y el sector privado turístico regional. (Sistema para la Integración Centroamericana, 2017)

Como se observa a nivel internacional y regional, el turismo se muestra como una actividad central para el crecimiento económico de los países. Por ejemplo, en el caso de República Dominicana, su Ley de Turismo en los considerandos se establecen criterios como que este país debe adoptar las medidas que sean necesarias para la promoción, expansión y fomento del turismo, pues esta actividad es vital para el desarrollo económico y social. (Organización Mundial del Turismo, 2014)

1.6 Marco normativo e institucional relacionado al turismo a nivel nacional.

Costa Rica cuenta con un amplio marco normativo e institucional específico para el sector de servicios turísticos. La legislación se puede clasificar en aquella que está relacionada con el ICT, la que establece declaratorias de interés nacional y turísticas, la relacionada propiamente con incentivos al desarrollo turístico, incluyendo al Turismo Rural Comunitario.

Tabla No. 1. Síntesis de la legislación en materia de servicios turísticos.

Tema	Legislación	Descripción
Normativa relacionada al ICT	Ley No. 1917, “Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo (ICT)”, del 29 de julio de 1955, Reformada por la Ley No. 2763 denominada “Reforma a la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo” de 22 de junio de 1961. Reformada por la Ley No. 5507 denominada “Reforma a Juntas Directivas de Autónomas, creando Presidencias Ejecutivas” del 19 de abril de 1974. Reformada por Ley No. 4646 que modifica la integración de Juntas	Crea el Instituto Costarricense de Turismo y lo estableció como la institución representante de todo tema turístico en la gestión a nivel nacional de la mano con el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX).

	Directivas de Instituciones Autónomas, del 20 de octubre de 1970.	
	Ley No. 8694 de Fortalecimiento del Desarrollo de la Industria Turística Nacional, del 11 de diciembre del 2008.	Crea un impuesto al ingreso de personas por vía aérea al territorio nacional, a favor del ICT.
Normativa relacionada con declaratorias de interés nacional y turística	Ley No. 2706 de Industria Turística del 2 de diciembre de 1960, modificada por Ley No. 7293, Ley Reguladora de todas las Exoneraciones Vigentes, del 31 de marzo de 1992.	La primera declara al turismo como una industria de utilidad pública, y la segunda crea un impuesto del 3% sobre la suma cobrada diariamente a los pasajeros por habitación en todos los hoteles, pensiones y establecimientos similares, esto a favor del ICT.
	Decreto Ejecutivo No. 30455-P-TUR-MOPT-H-S, del 08 de mayo del 2002, mediante el cual se declara de Interés Nacional y de Alta Prioridad la	Declara de interés nacional y de alta prioridad la actividad socioeconómica del turismo.

	Actividad Socioeconómica del Turismo.	
	Decreto Ejecutivo N° 41370-MEIC-TUR del 19 de julio del 2018, mediante el cual se emite el Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas.	Establece los requisitos técnicos y legales para otorgar la Declaratoria Turística a las empresas y actividades que clasifiquen como turísticas.
Normativa relacionada con incentivos	Ley No. 6990, Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico, del 15 de julio de 1985. Reformada por la Ley No.7293, Ley Reguladora de todas las Exoneraciones Vigentes, su Derogatoria y sus Excepciones y por la Ley No. 8114 de Simplificación y Eficiencia Tributaria del 04 de julio del 2001.	La Ley No. 6990 buscó dinamizar el desarrollo de la actividad turística en el país como una alternativa para impulsar la creación de empleo y potenciar el ingreso de divisas.
	Decreto Ejecutivo No. 35971-H-TUR del 24 de marzo de 2010, mediante el cual se establece el Reglamento de la Ley de Incentivos para el	El No. 35971-H-TUR reforma integralmente el Reglamento de la Ley de Incentivos para el Desarrollo

	<p>Desarrollo Turístico. Modificado y adicionado por Decreto No. 36273-MEIC-H-TUR del 27 de septiembre de 2010. Modificado por Decreto No. 39865-H-TUR del 17 de mayo de 2016.</p>	<p>Turístico No. 6990 del 15 de julio de 1985</p>
	<p>Reglamento de Sesiones de la Comisión Reguladora de Turismo.</p>	<p>Regla la composición, funciones y procedimientos de la Comisión Reguladora de Turismo.</p>
	<p>Decreto Ejecutivo No. 35970-H-TUR de 24 de marzo de 2010, Disposiciones Reguladoras para la Actividad de las Empresas de Arrendamiento de Vehículos a Turistas Nacionales y Extranjero. Decreto No. 35969-H-TUR del 24 de marzo de 2010, Reglamento sobre Naves Acuáticas Dedicadas</p>	<p>Establece las disposiciones reguladoras para la actividad de las empresas de arrendamiento de vehículos a turistas nacionales y extranjeros y sobre Naves Acuáticas Dedicadas Exclusivamente al Transporte Turístico de Pasajero.</p>

	Exclusivamente al Transporte Turístico de Pasajero.	
Normativa relacionada a Turismo Rural Comunitario	Decreto Ejecutivo No. 33536-MP-TUR del 04 de diciembre del 2006, por el cual se declara de Interés Público el Turismo Rural Comunitario.	Declara de interés público el turismo rural comunitario y autoriza a las Instituciones del Estado para colaborar en el desarrollo de esta actividad.
	Ley No. 8724, “Ley Fomento del Turismo Rural Comunitario”, del 17 de julio del 2009.	Tiene como objeto fomentar la actividad turística de tipo rural comunitario, por medio del impulso de empresas de base familiar y comunitaria.
	Decreto Ejecutivo No. 36273-MEIC-H-TUR del 27 de setiembre del 2010, que crea el Reglamento de la Ley de Fomento de Turismo Rural Comunitario.	Reglamenta la Ley No. 8724, sobre fomento del Turismo Rural Comunitario”, del 17 de julio del 2009.

Fuente: Elaboración propia

Es importante destacar que existe una amplia legislación específica sobre el régimen especial del “Polo Turístico Golfo de Papagayo”, ubicado en Guanacaste. Las principales normativas que

respaldan este Proyecto están relacionadas con la Ley No. 6370 del 20 de agosto de 1979, que lo declara de Utilidad Pública. Reformada por Ley No. 6811 del 10 de septiembre de 1982, que a su vez fue Reformada por Ley No. 6963 del 31 de julio de 1984. Así como la Ley No. 6758 del 06 de mayo de 1982, Ley Reguladora del Desarrollo y Ejecución del Proyecto Turístico Golfo de Papagayo. Reformada por Ley No. 8823 Reforma de varias leyes sobre la participación de la Contraloría General de la República, para la simplificación y el fortalecimiento de la gestión pública. Y diversos decretos ejecutivos y reglamentos y procedimientos.

Adicionalmente, existen otras leyes y reglamentos relacionados con servicios turísticos y afines, tales como agencias de viajes, casinos, guías de turismo, marinas y atracaderos, hospedaje turístico, transporte terrestre turístico, turismo de aventura, turismo de salud, turismo sustentable, turismo social, hospedaje no tradicional por medio de plataformas digitales, expendio de licores, participación en ferias, entre otros temas. Para estas actividades, la legislación que destaca el Informe de la Secretaría para el Examen de Política Comercial 2019 de la OMC están:

- Ley No. 5339, “Ley Reguladora de las Agencias de Viajes”, de 1973, reformada por última vez 1994.
- Decreto Ejecutivo No 11217 de 1980, reformado en 1994, que establece el Reglamento de Empresas de Hospedaje Turístico.
- Decreto Ejecutivo No 20224 de 1991, reformado en 1996, que Regula la Concesión de
- Patentes y Permisos de Funcionamiento de Casinos.
- Decreto Ejecutivo No 41369 de 2018, que establece el Reglamento de los Guías de Turismo.
- Decreto Ejecutivo No 41370 de 19.07.2018, que promulga el Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas.

1.7 Diseño de Investigación

Según la definición de Hernández, Fernández y Baptista (2014), el proyecto que se realiza está basado en una investigación cualitativa, debido a que su planteamiento es un problema delimitado, en donde se desarrollan todas las variables investigativas para darle fin a la problemática previamente establecida. La delimitación espacial y temporal de esta investigación será del año 2013-2018 debido a que en esta se abarcan dos procesos de Plan Nacional de Desarrollo Turístico y un proceso de Examen de Política Comercial de la Organización Mundial del Comercio.

Se considera que esta investigación es cualitativa y descriptiva en el tanto a partir de información primaria y secundaria describe el estado actual de la política comercial en materia turística, centrado en el sistema de incentivos; no obstante, posee un aporte aplicado en el tanto se espera que las propuestas puedan ser de utilidad para la formulación de política pública, además, que la información planteada sea de utilidad para nuevas investigaciones.

Las fuentes que se utilizan para la obtención de información y el desarrollo de esta investigación fueron las primarias y las secundarias; las primarias debido al trabajo directo y constante con el Instituto Costarricense de Turismo, representantes de diversas empresas del sector turístico del país. En el caso de las fuentes secundarias, se trabaja sobre la base de documentos oficiales del ICT, legislación nacional, acuerdos internacionales, publicaciones de organismos multilaterales y bibliografía relacionada de forma directa con la materia.

Los tipos de técnicas que se pretenden utilizar para el correcto desarrollo de esta investigación contempla la aplicación de entrevistas a funcionarios del ICT, a representantes de cámaras empresariales del sector turismo y a académicos relacionados con el tema (Ver anexo de guía de entrevistas y personas entrevistadas). Así como encuestas aplicadas vía electrónica a empresas del sector de servicios turísticos, cuyo cuestionario contenía preguntas cerradas y abiertas. Se recibieron

38 respuestas, de las cuales 5 corresponden a empresas beneficiarias de incentivos (rent a car, hoteles, restaurantes, hostales). La selección fue no probabilística usando bases de datos de empresas del sector facilitadas por el ICT con el nombre de “Libro payaso”, donde históricamente existen alrededor de 1117 contratos turísticos desde su implementación a la fecha, de los cuales se encuentran 650 contratos activos. De estos se selecciono una muestra de 110 empresas a las cuales se les envió el instrumento, obteniéndose 38 respuestas.

Finalmente, para realizar un análisis comparativo con una experiencia internacional, se recurrió a la técnica del Benchmarking aplicada al caso de República Dominicana, país seleccionado debido a solicitud expresa del ICT para realizar la comparación. Esta herramienta se centra en la comparación y el análisis sobre el cómo otros actores desarrollan de manera eficiente y eficaz determinados procesos o política y encontrar qué elementos pueden ser de utilidad para sí mismo. También busca denotar cuáles son los puntos fuertes y las debilidades que se pueda apartar a las necesidades que se tienen en el momento para la búsqueda de una mejora continua con elementos claves, tales como la innovación y la proliferación de nuevas ideas que permitan adaptarse al mundo actual.

La puesta en práctica de este método implica al menos las siguientes fases:

1. Planificación: Se elige el objeto de estudio que se desea analizar, en la misma se realizan investigaciones con antelación para elegir el país adecuado del cual se interesen conocer las prácticas turísticas. Donde se establecen los objetivos de estudio específicos, que en este caso en particular se centran en cuáles son los incentivos que otorga un país como República Dominicana que hacen que su turismo sea competitivo, así mismo en conocer las técnicas y las demandas del mercado.

2. Fase de Análisis: Se examina los resultados para entender el porqué de la fase de planificación y cómo el país en estudio tiene dicha posición, utilizando herramientas como la investigación, consultas bibliográficas, entrevistas, entre otras, fuentes de investigación.
3. Fase de acción: En la misma su objetivo es aumentar los beneficios, aumentar la productividad, la calidad, donde la clave es la realización de un plan compuesto a partir de los resultados obtenidos a partir de los resultados, el cual se observa en el capítulo cuatro de esta investigación.

En este sentido, la capacidad para recoger, procesar, analizar e interpretar información sobre la evolución del entorno y los turistas va a determinar la habilidad de adaptación y supervivencia frente a la competencia, siendo el Benchmarking una herramienta que facilita hacer esa lectura del entorno en cuanto a políticas públicas y a la medición de productos, servicios y prácticas de los competidores estatales más fuertes y de aquellas compañías reconocidas como líderes en la industria. (David T. Kearns, 2018)

Dentro de las limitaciones metodológicas que han existido a lo largo de la investigación, se encuentran la poca información académica e institucional que existe sobre el tema, de la mano con la falta de información transparente por parte de las instituciones públicas encargadas de temas relativos al turismo ya sea en sus páginas web o sitios de acceso a información físicos. Adicionalmente, se enfrentó una fuerte dificultad para obtener respuestas por parte de las empresas del sector en análisis, por lo que los resultados se circunscriben una limitada muestra de las empresas.

Tabla N2. Matriz de congruencia.

Objetivo específico	Problematización (preguntas)	Variables	Indicadores	Instrumentos	Fuentes de información
Describir la evolución de la política comercial en materia de incentivos al desarrollo turístico.	¿Cuál ha sido el comportamiento de los incentivos al desarrollo turístico en Costa Rica a través de los años?	Política Comercial, Turismo, Relaciones Internacionales, Incentivos al Desarrollo Turístico, Organizaciones Internacionales.	Fundamentación, Planificación, Metodología, Investigación, Descripción.	Material bibliográfico.	Revistas científicas, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación, normas técnicas, artículos.
Valorar el funcionamiento del sistema de incentivos al desarrollo turístico en Costa Rica mediante la	¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del sistema de incentivos al	Gobierno Nacional, Instituto Costarricense de	Investigación, Planificación, Análisis, Comunicación	Entrevistas a Expertos, encuestas a representantes del sector	Revistas científicas, documentos oficiales de instituciones

técnica de Benchmarking.	desarrollo turístico en Costa Rica?	Turismo, Cámaras relacionadas al Turismo, Sectores Turísticos, Clima de Inversión, Incentivos al Desarrollo Turístico.	n, Metodología, Fundamentación.	turístico y material bibliográfico.	públicas, informes técnicos y de investigación, normas técnicas, artículos y entrevistas.
Proponer acciones de mejora a la política de incentivos al desarrollo turístico aplicada en Costa Rica a partir de un análisis de experiencias internacionales.	¿Cuáles serían las estrategias que se deben implementar para el desarrollo turístico en Costa Rica, en comparación con la experiencia de República Dominicana?	Gobierno Nacional de Costa Rica, Gobierno Nacional de República Dominicana, Instituto	Análisis, Descripción, Planificación, Metodología.	Entrevistas a Expertos, encuestas a representantes del sector turístico y material bibliográfico.	Revistas científicas, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación, normas técnicas,

		Costarricense de Turismo, Incentivos al desarrollo Turístico.			artículos y entrevistas
--	--	---	--	--	-------------------------

Fuente: Elaboración propia, 2020

Capítulo II

Evolución de la política comercial costarricense en materia de incentivos al desarrollo turístico

Este capítulo aborda el desarrollo de la política comercial seguida por el país en materia del sector de servicios turísticos. Teniendo en consideración que el Instituto Costarricense de Turismo es el ente que elabora e implementa la política sectorial, y que además regula y fiscaliza las actividades turísticas, se parte explicando su marco de operación, para luego dar paso al análisis evolutivo de los incentivos que ha introducido la legislación nacional.

2.1 Marco estratégico del ICT

Como antecedentes del ICT, se tiene que para el año de 1931 se decretó la primera normativa sobre regulación turística, mediante la Ley 91 por medio de la cual se creó la “Junta Nacional de Turismo”. Para el año de 1955 durante la administración de José Figueres Ferrer se firmó el Decreto de Ley 1917, que crea el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) como entidad autónoma del Estado (Gobierno del Bicentenario, 2019).

El ICT tiene como principales objetivos incrementar el turismo en el país mediante el fomento del ingreso de visitantes extranjeros, la promoción de la construcción y el mantenimiento de lugares de habitación y recreo para uso de los turistas, la realización de campañas publicitarias en el exterior y la promoción y vigilancia de la actividad privada de atención al turismo.

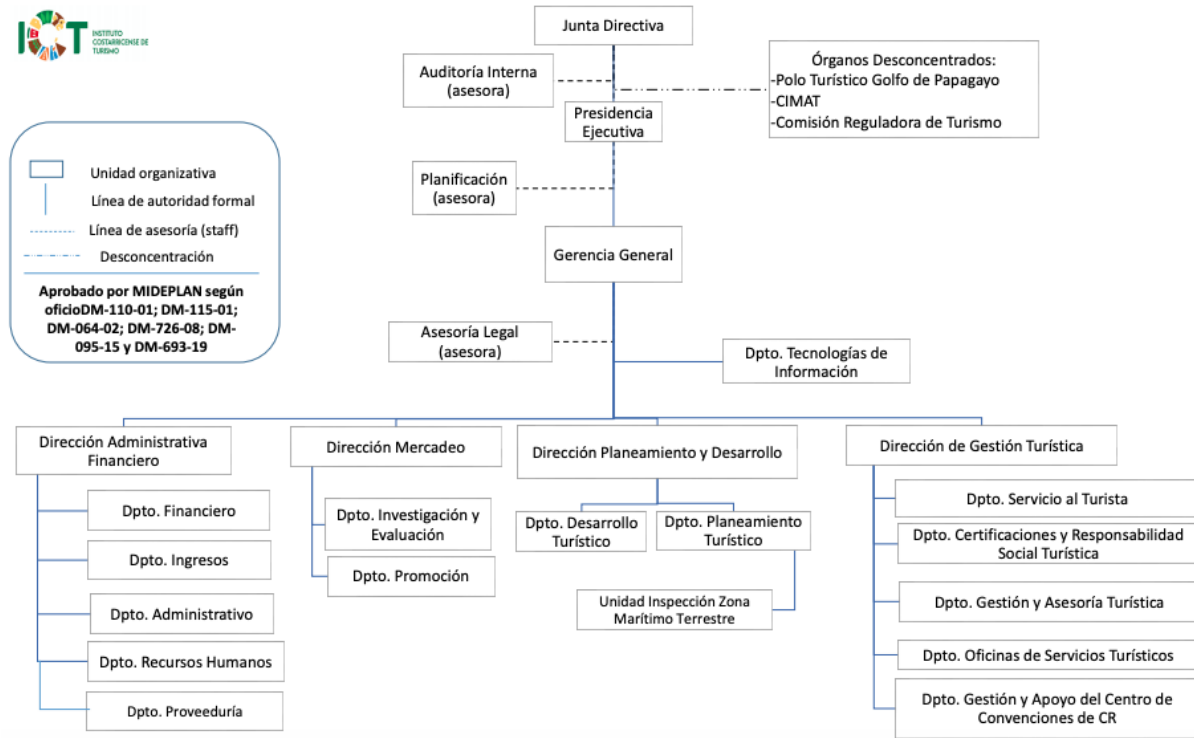
Estos objetivos se complementan con la misión de ser una institución orientada a fortalecer el modelo de desarrollo turístico sostenible costarricense mediante la definición de políticas públicas, alianzas, programas y proyectos para fomentar la competitividad, la sostenibilidad, la equidad, la solidaridad y la grata permanencia de los turistas, todo con miras a mejorar el nivel de vida de los costarricenses. Así como la visión de consolidarse como rector del turismo en Costa Rica, asegurando

un modelo de desarrollo turístico sostenible, solidario y equitativo que, mediante la innovación, el desarrollo del talento humano y una efectiva gestión pública permita promover nuevas oportunidades para un desarrollo turístico que contribuya con el mejoramiento de la competitividad y calidad de vida al que se aspira como nación.

El ICT posee una estructura organizativa compuesta por una Junta Directiva que es la máxima autoridad de la institución compuesta por el Ministro de Relaciones Exteriores y cuatro personas designadas por el Gobierno, quienes tienen una "reconocida experiencia en aspectos íntimamente relacionados con los problemas de turismo" (OMC, 2019); una Presidencia Ejecutiva que brinda asistencia técnica para el cumplimiento de los objetivos de la institución; una Gerencia General que tiene como función la administración general del Instituto. Estos son asesorados por la Auditoría Interna, la oficina de planificación y la asesoría legal. El instituto cuenta con órganos descentralizados tales como el Polo Turístico de Papagayo, la Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos (CIMAT) y la Comisión Reguladora de Turismo. Asimismo, el organigrama se complementa con Direcciones y sus respectivos departamentos. El organigrama del ICT se muestra en el siguiente organigrama:

Figura N 1.

Organigrama Instituto Costarricense de Turismo



Fuente: Instituto Costarricense de Turismo.

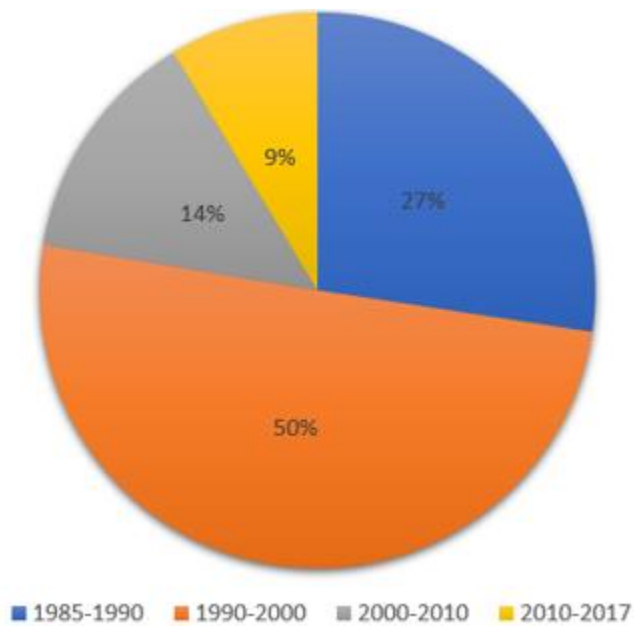
El ICT ha sido el ente responsable de administrar los diversos incentivos que ha previsto la legislación nacional. En el siguiente apartado se aborda el desarrollo y evolución de estos.

2.2 Evolución de los Incentivos al Desarrollo Turístico en Costa Rica a través de los años

Desde la creación de la Ley de Incentivos al Desarrollo Turístico en Costa Rica No 6990, se ha denotado una creciente afiliación al Instituto Costarricense de Turismo para ser acreedores del contrato que deriva de la Ley de Incentivos al Desarrollo Turístico, que ha generado múltiples beneficios en la creación y estabilización de la industria turística en Costa Rica, a continuación se

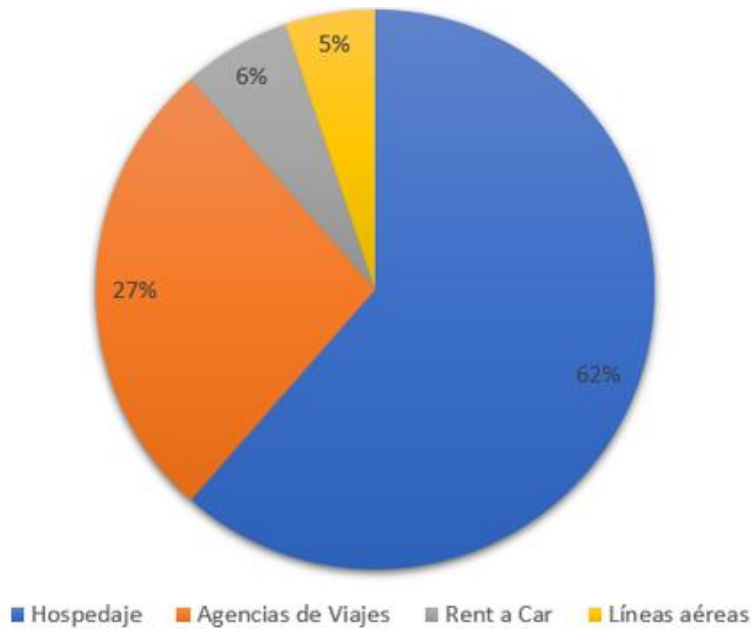
detalla cómo las empresas han evolucionado en los diferentes sectores turísticos que se acogen a esta ley, según datos proporcionados mediante un documentos sobre la administración de los contratos, se denota que a partir del año 1985 se otorga el primer contrato, posterior a esto, para el año de 1992 se dio un pico de acreedores de contratos con 128 empresas consolidadas.

Gráfico No 1. Número de Contratos por año de 1985 a 2017 según la Ley No 6990.



Fuente: Elaboración propia con base en datos proporcionados por el ICT.

Gráfico No. 2. Distribución de incentivos según actividad turística.

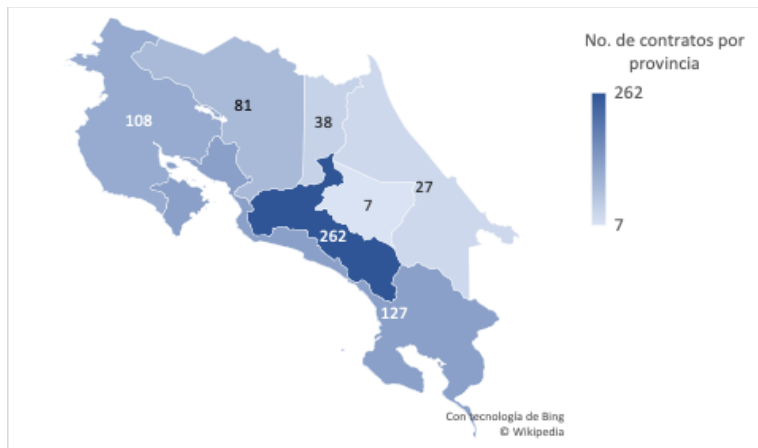


Fuente: Elaboración propia con base en datos proporcionados por el ICT.

Como se observa, desde la construcción del sistema turístico del país, este se centró en el sector hotelero, debido al contexto histórico en el que se encontraba, la construcción del aeropuerto en la sabana generó demanda de hospedaje para los turistas que transitaban por el país. También, se puede resaltar la importancia que han tenido los demás sectores involucrados en el turismo costarricense, estos han tenido una creciente representada de la siguiente manera, hospedaje (59%), agencias de viajes (26%), rent a car (6%) y, finalmente, las líneas aéreas con (5%). Los porcentajes de participación (Gráfico 2) apoyan esta idea.

Estos contratos se acentuaron específicamente en 3 provincias, San José como capital con la construcción del primer hotel Gran Hotel Costa Rica, posterior a esto se construyeron los primeros hoteles para el aprovechamiento del sector playa que posee el país en la costa pacífica.

Gráfico No 3. Contratos por provincia según la Ley No. 6990.



Fuente: Elaboración propia a partir de información brindada por el ICT.

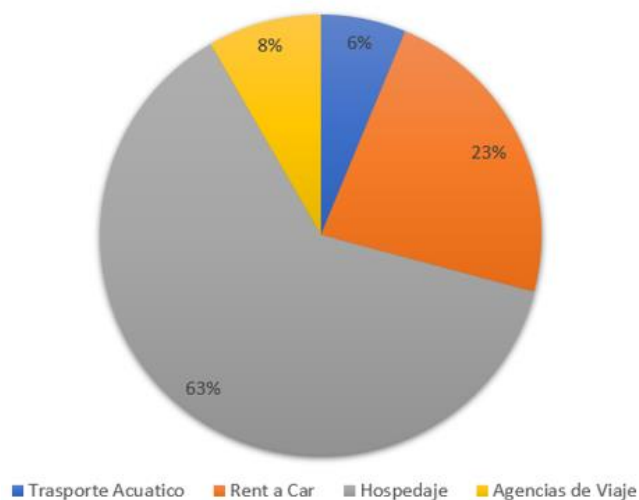
Si bien los contratos desde el inicio de vigencia de la Ley No.6990 a la fecha se establecen alrededor de 1117 contratos, de los cuales se encuentran activos al día de esta investigación 650, de acuerdo con los datos recopilados del Libro Payaso, no se tiene claro por falta de información en la misma base de datos cuántos contratos específicamente se establecieron en este periodo.

2.3 Estado Actual de los Incentivos al Desarrollo Turístico en Costa Rica

La transformación del turismo con el paso de los años ha direccionado a que muchos sectores ligados al mismo puedan ser explotados de manera consciente y sostenible con el ambiente, generando encadenamientos de empleo y crecimiento de sectores de pequeñas y medianas empresas. El turismo de hostelería ha llegado a tener compañía con el fortalecimiento de empresas dedicadas a otros sectores del turismo como agencias de viajes, necesarias para la planificación de unas vacaciones, agencias de renta de autos, necesarias para el transporte de los turistas a lo largo del país.

Estas distintas actividades se pueden ver reflejadas en el porcentaje de aumento que ha tenido de acuerdo con las necesidades de los turistas, a continuación, se detalla en la gráfica adjunta.

Gráfica No. 4. Contratos por Actividad del 2010 al 2017 según la Ley No. 6990.



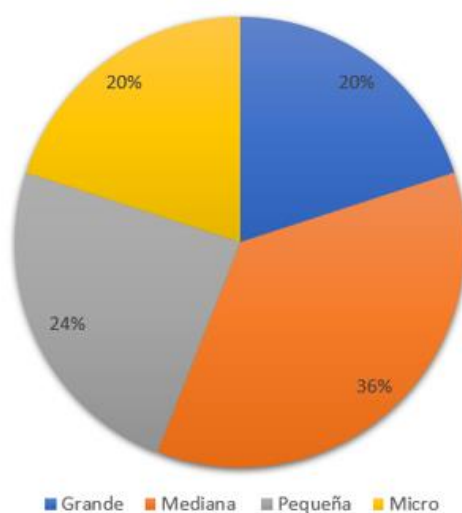
Fuente: Elaboración propia con base en datos proporcionados por el ICT.

Como se mencionó anteriormente, la variación en las actividades turísticas ha desencadenado que las diferentes ramas del turismo crezcan con ella, aunque la predominancia de adquisición de contratos siga siendo en el sector hotelero, ya que siempre será indispensable donde hospedar a los huéspedes.

La delimitación según el tipo de empresa ha sido un factor determinante en el establecimiento de los contratos en el sector turístico. Actualmente, la Caja Costarricense de Seguro Social es quien determina el tamaño de las empresas acorde con la cantidad de trabajadores, estas pueden ser microempresas con un total de 5 trabajadores, pequeña empresa de 6 a 30 trabajadores, mediana empresa de 31 a 100 trabajadores y, finalmente, la grande empresa de más de 100 trabajadores. En la

siguiente gráfica basada en la información del documento sobre los contratos del Instituto Costarricense de Turismo se puede señalar que:

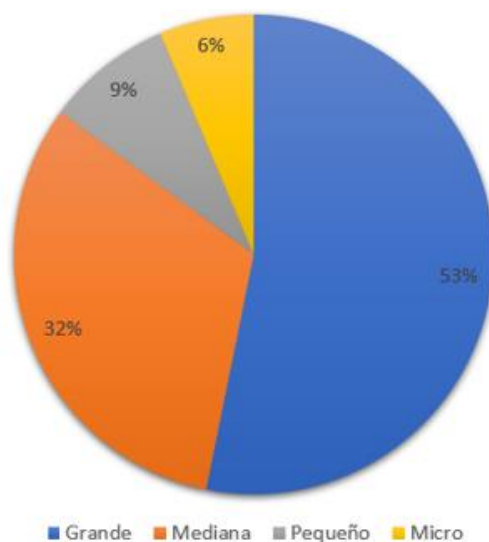
Gráfica No. 5. Tipo de empresa que recibió Incentivos al Desarrollo Turístico según el tamaño, 2010-2017.



Fuente: Elaboración propia con base en datos proporcionados por el ICT.

Como parte del trabajo de campo en investigación, la información proporcionada por los mismos empresarios turísticos es de gran valor, a lo largo del periodo de investigación se desarrolló una encuesta referente a todo el tema de los Incentivos al Desarrollo Turístico, en este apartado específicamente el tipo de empresa que tuvo acceso a los mismo, por lo que en el gráfico adjunto se detalla la información,

Gráfico No. 6 Tipo de empresa con acceso a incentivos según encuestas.



Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos por la encuesta.

Partiendo de 35 empresas encuestadas, se puede concluir que la mayoría de las empresas que no poseen acceso a la Ley No. 6990 sobre Incentivos al Desarrollo Turístico en Costa Rica son las pequeñas empresas, estas justifican su limitado acceso a la misma debido a que no existe información suficiente sobre la misma Ley y sus requisitos, así como también se considera que la tramitología de adquisición es considerada burocrática.

Capítulo III

Análisis del funcionamiento del sistema de incentivos al desarrollo turístico en Costa Rica y comparación con experiencias internacionales

En el siguiente apartado se realizará una explicación de la importancia de la interacción entre diversos actores del sector turismo, así como puntos clave a lo largo de las relaciones comerciales y la importancia que estas tienen para el establecimiento de las negociaciones y la prosperidad de las inversiones.

Es importante destacar que se establece una comparación directa con el Estado caribeño de República Dominicana debido a las semejanzas que tienen en direccionar ciertos incentivos al desarrollo turístico, así como las diferencias y la oportunidad que permite el establecimiento de estas para lograr proponer acciones de mejora en el Estado costarricense.

3.1 Perspectiva macroeconómica y clima de inversión en América Latina y el Caribe enfocado en Costa Rica y República Dominicana

La estabilidad macroeconómica es un factor fundamental para lograr un crecimiento sostenible, alcanzar el desarrollo y ser un país atractivo para la captación de inversores con la intención de llevar a cabo proyectos.

Según el Banco Mundial, una economía goza de estabilidad cuando el ambiente macroeconómico es predecible, haciendo más eficientes las decisiones de consumo e inversión y mejorando las oportunidades de crecimiento. En ese sentido, la estabilidad puede reflejarse en una baja volatilidad de las principales variables macroeconómicas como los precios, la producción y el empleo. (Banco Mundial, 2018)

Cuando las economías gozan de estabilidad acarrearán la promoción de un clima de negocios favorable para el flujo de inversión extranjera, teniendo en cuenta variables como el total de los ingresos, el nivel de empleo, de recursos productivos, la balanza de pagos, el tipo de cambio y el comportamiento general de los precios afectan de manera directa los resultados empresariales, donde la inestabilidad macroeconómica constituye el segundo obstáculo en importancia para el desarrollo empresarial.

El impulso en cuanto a la inversión que se ha denotado a través de los años en América Latina y el Caribe en los últimos 20 años le ha posibilitado cerrar brechas de inversión en relación con otras áreas del orbe que se encuentran en el mismo proceso de desarrollo con excepción de China e India.

La inversión muestra un incremento tendencial a partir del 2000, donde la misma implica mayores oportunidades de crecimiento. Así mismo, hay que tomar en cuenta que la inversión no solo determina el crecimiento económico en virtud del aumento de la demanda agregada, sino que también depende del crecimiento económico.

En América Latina y el Caribe en general, la inversión que se capta es privada, la cual representa en promedio de un 75% al 80% de la inversión total con respecto a la inversión pública los porcentajes se encuentran en un rango del 20% al 25%. (Estudio sobre la influencia de los incentivos fiscales y el clima de inversión para atraer la inversión turística privada en ALC, 2015)

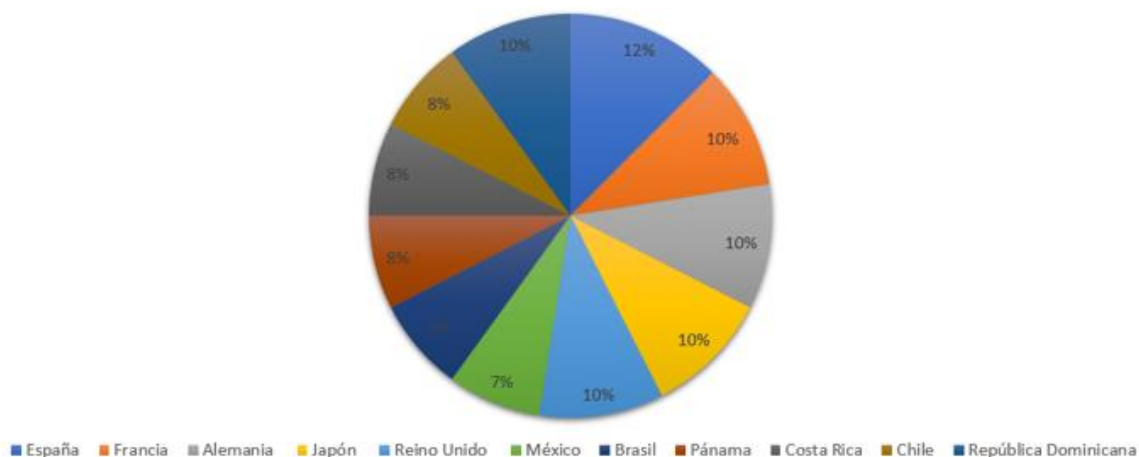
Para lograr mayor inversión y mejorar su composición en términos de productividad e innovación es indispensable incrementar la capacidad productiva y proporcionar incentivos a la inversión del sector privado.

En economías tan abiertas como las de América Latina y el Caribe hay una particular dependencia de variables asociadas al sector externo, ya sea en factores como las tasas de interés internacionales, el tipo de cambio real, los flujos financieros o los términos de intercambio especialmente en las cuales las economías se encuentran centradas en la estructura productiva y a la composición de la inversión en sectores expuestos a los vaivenes de la economía internacional.

En referencia al comercio de servicios de acuerdo con el Estudio sobre la influencia de los incentivos fiscales y el clima de inversión para atraer la inversión turística privada en ALC se vislumbra un aumento en términos absolutos de un 5% aunque se mantuvo su relación con el PIB en un 0.9%. Las importaciones y exportaciones en cuanto a servicios crecieron, donde los viajes representaron un 9% y 8% respectivamente, en dicho rubro, se produjo una mayor llegada de turistas a la región en el caso de Centroamérica se registró un aumento del 5% y en el Caribe debido a los fuertes huracanes que afectaron las islas el crecimiento fue de un 3%.

Según El Informe de Competitividad en Viajes y Turismo del 2017 elaborado por el Foro Económico Mundial que tiene como objetivo medir los distintos factores políticos que permiten el desarrollo sostenible del sector turístico en el caso concreto de Costa Rica se observa un incremento en 4.2%, mientras que República Dominicana redujo sus índices en un 3.6%.

Gráfico No. 7 Índice de competitividad de viajes y turismo (2017).



Fuente: Elaboración de CREES con información del Informe de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, 2017

El clima de inversión es uno de los medios por los cuales las empresas y los países pueden mantener un panorama de lo que buscan o necesitan en los territorios en los cuales desean hacer una inversión, este engloba información que facilita el ingreso y desarrollo en el mercado. Según el Banco Mundial (2005), esto hace referencia al clima de inversión como un conjunto de factores específicos de un territorio que modelan las oportunidades y los incentivos a las empresas para invertir productivamente, crear empleos y crecer.

De acuerdo con una de las evaluaciones realizada por el Banco Mundial, revela que muchas de las preocupaciones en torno al clima de inversión por las empresas no es precisamente si el país receptor de la inversión puede o no darle grandes incentivos fiscales por el tamaño de la empresa que se ha de instalar, sino que más bien estos

buscan factores que solemos pasar desapercibidos debido a que consideramos que los agentes económicos son los dominantes para concretar la inversión, en el año 2017 al celebrarse la noticia de que Discovery Costa Rica iba a ser parte de los grupos inversionistas transnacionales en turismo, El Financiero, medio de comunicación, establece que para el grupo Sun Latin America, factores como lo ambiental y social son tan importantes como lo económico a la hora de cerrar tratos turísticos en Costa Rica. (El Financiero, 2017).

Tabla. 3. Índices del Banco Mundial en temas de seguridad política.

	Bolivia	Colombia	Costa Rica	Ecuador	México	República Dominicana
Informalidad	57,5(1)	22,2 (2)	22,8(2)	18,8 (3)	16,0 (1)	22,8(2)
Inestabilidad Política	15,1 (2)	5,0(7)	--	24,9(1)	5,2(8)	--
Permisos y Licencias	2,9 (8)	2,2(9)	9,5(4)	--	9,0(6)	9,3(4)
Delitos y desorden	3,7 (7)	3,7(8)	--	4,6(7)	12,8(4)	--
Corrupción	--	7,1(5)	3,1(9)	5,1(6)	11,3(5)	5,1(9)
Mano de Obra insuficientemente formada	12,1(3)	9,2(4)	13,3(3)	10,0(4)	4,3(9)	--

Fuente: Banco Mundial. 2016.

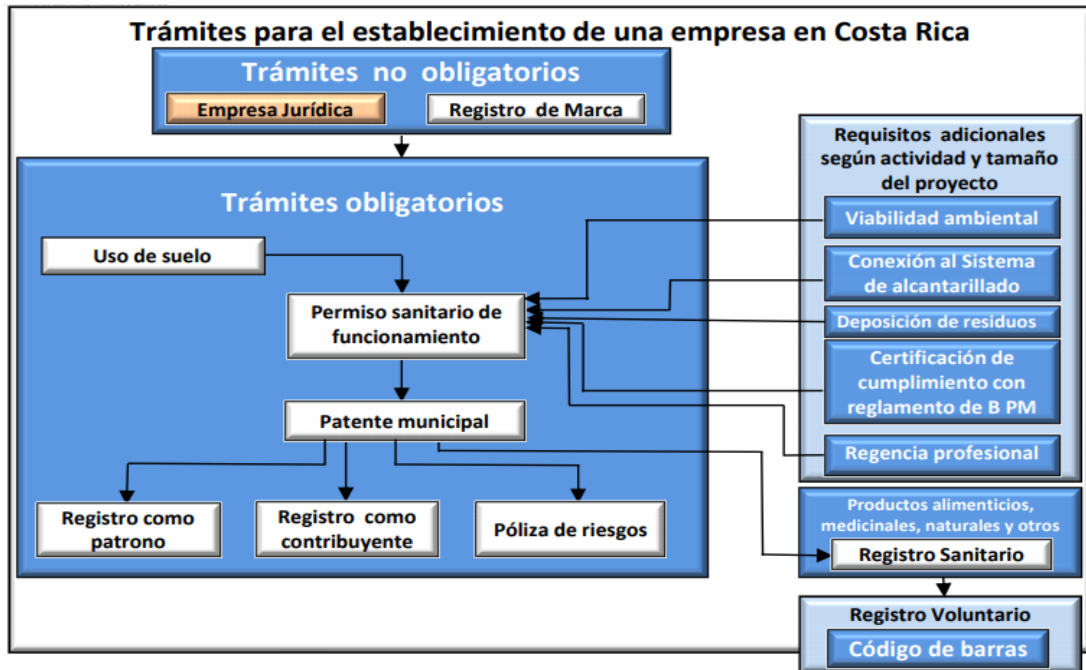
El cuadro anterior revela que en efecto las principales incertidumbres con respecto si decidir o no realizar un negocio en Costa Rica o República Dominicana que son los casos de interés para efectos de esta investigación, muestran cuáles son sus posiciones dentro de los primeros 10 de la región para el año 2010 en estos aspectos específicos.

En el caso de la informalidad ambos países se encuentran en la misma posición, siendo esta en segundo lugar del ranking, lo que muestra que muchos de los trabajos que se realizan en ambos países son de carácter informal o irregular como son también conocidos, esto se puede deber a la falta de empleo que sufren ambos, por lo que parte de la población en desempleo opta por trabajos que acarrea incurrir en la ilegalidad como el tráfico de drogas, lo que después conlleva al lavado o blanqueo de dinero.

En la tramitología de permisos y licencias se puede observar que ambos países se encuentran en la cuarta posición, dando esto a conocer que los trámites son complicados de realizar para lograr establecerse en el país que se desea.

En el caso de Costa Rica, la siguiente imagen indica cuáles son los trámites que deben realizarse para la formalización de una empresa en el país.

Figura No. 2. Trámites para el establecimiento de una empresa en Costa Rica.



Fuente: Elaboración del Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica. 2018.

Lo que deja en evidencia que los trámites toman su tiempo y que no son simples de realizar. Con lo que respecta a República Dominicana, la tramitología es más sencilla debido a que el Gobierno de este país en su plataforma Formalizate, detalla los pasos para cada uno de los tipos de empresas que desean establecerse, en total son 3 estructuras: Personas Físicas, Sociedad de Responsabilidad Limitada y Empresa Individual de Responsabilidad. Dentro de las especificaciones de cada una de las estructuras se detalla de manera sencilla el paso a seguir.

En República Dominicana para la formalización de una empresa se deben tomar en cuenta los siguientes requisitos; Definir el tipo de empresa que deseas de acuerdo con la Ley 479-08, Mod. por la Ley 31-11 (Persona Física, EIRL, SRL), hacer búsqueda de coincidencias de nombres comerciales en ONAPI, para verificar la disponibilidad del nombre de tu elección, tener varias opciones de nombre comercial, por sí el nombre no está disponible o en caso de ser objetado, definir el capital de la empresa de acuerdo con lo que establece la Ley 479-08, Mod. por la Ley 31-11 y tener

por escrito y de manera clara el objeto de tu empresa (a qué actividad comercial se dedicará tu empresa). (Formalízate,2018).

Si bien las empresas consideran como un plus la existencia de incentivos fiscales, estos no son los únicos factores determinantes para realizar una inversión internacional o para iniciar un negocio local. Otros factores como la estabilidad política y social, la mano de obra calificada, seguridad, una burocracia ágil, costes de producción bajos (electricidad, agua, cargas tributarias) y buena infraestructura (carreteras, aeropuertos, telecomunicaciones) son determinantes en el establecimiento de un clima de inversión exitoso.

3.2 Comportamiento del turismo e incentivos al desarrollo turístico en Costa Rica y República Dominicana

La importancia de los ingresos por turismo en América Latina y el Caribe tiene un comportamiento muy distinto entre sí. En el caso del Caribe posee una connotación indispensable ya que supone casi el 20% del PIB de la región donde a pesar de ser su principal fuente de ingresos la proporción sigue una trayectoria que presenta disminuciones, en referencia a Centroamérica los números oscilan entre el 4% y 5% del PIB, manteniéndose en muy estable, sin embargo, estas cifras varían cuando se realiza un análisis más exhaustivo de cada país que compone estas regiones. (Competitividad Turística en el Caribe, 2016)

En este caso se han seleccionado dos países de la región que son de interés para la investigación debido a que presentan similitudes y diferencias en la forma que gestionan el turismo, siendo países clave en cada una de las regiones, República Dominicana primeramente es seleccionado como país de comparación debido a que fue una solicitud expresa del ICT, quien considera que las relaciones de trato de los incentivos pueden generar mayor aprendizaje y se pueden establecer líneas de acción en las que Costa Rica a minimizado esfuerzos, siendo este encabeza de las llegadas de

turistas internacionales del Caribe con una representación del 22%, siendo un país que capta mucha inversión debido a las políticas que implementa el gobierno que tiene como meta llegar a los 10 millones de turistas para el 2020 con su fuerte el turismo de sol playa y Costa Rica como destino líder de Centroamérica (excluyendo a Panamá) que representa el 26.3% de las llegadas de turistas extranjeros, siendo el mismo un referente para la combinación del turismo de sol, playa y naturaleza. (Fortalecimiento de la cadena de valor de turismo, Pedernales, República Dominicana, 2017)

En referencia a República Dominicana, el modelo de desarrollo turístico tiene como objetivo poner en movimiento un proceso de excelencia en el desempeño de la industria del turismo promoviendo el desarrollo sostenible en tres vertientes económica, social y ambiental. La región turística de este país se divide principalmente en dos áreas, Punta Cana reconocida mundialmente por sus hermosas playas y concentración de grandes cadenas hoteleras y Santo Domingo como punto focal de un turismo de negocios bajo en comparación al turismo sol y playa.

Respecto al marco institucional y legislativo de la República Dominicana, este cuenta con el Ministerio de Turismo como ente encargado principalmente de todo lo relativo al turismo, a nivel constitucional cuentan con políticas fuerte en el tema de la protección de los recursos humanos y el medio ambiente, temas eje del turismo en el país, sin embargo, dentro de la constitución misma no se contemplan leyes específicas que regulan el turismo. El turismo representa un pilar fundamental en la economía tanto en la generación de empleo, ingresos y divisas como en el encadenamiento de procesos productivos. En el periodo comprendido entre el 2010 al 2016, el turismo aportó el 79% de las exportaciones de servicios en República Dominicana; así mismo, para el 2016 se registró un incremento del 6.4% en la llegada de turistas consolidando al país como el destino más visitado en la región caribe, lo que se traduce que para dicho año se registraron 6.8 millones de visitantes que va muy acorde con el plan presidencial de recibir 10 millones de turistas para el 2022, donde dichas cifras tan alentadoras para el país caribeño se le atribuyen a la estabilidad sociopolítica y económica,

una eficiente estrategia publicitaria, la promoción realizada por el Ministerio de Turismo (MITUR) en conjunto con las entidades privadas que se desarrollan en este ámbito. Cabe mencionar la importancia del programa de inversiones públicas que lleva a cabo el Gobierno Central donde sobresalen la construcción de obras de equipamiento de balnearios y playas, señalización turística, proyecto de estímulo turístico e infraestructura vial que se traducen en un fortalecimiento en el sector. (Competitividad Turística en el Caribe, 2016)

Según el Ministerio de Turismo, el valor agregado que aporta el sector turismo a la economía aumentó en un 6.4% respecto al 2015 y tuvo una participación de 8% en el Producto Interno Bruto, los ingresos en divisas generados por turismo aumentaron en 9.9%, así mismo se registró un incremento de los ingresos fiscales en un 5.2%, para el 2017 las reservas internacionales presentaron un incremento pasando de un 2.4% en el 2016 a un 3.4% en el 2017 reflejándose en 28.000 millones de dólares. (MITUR, 2018).

Datos del Banco Central indican que la Inversión Extranjera Directa destinada al sector turístico en el periodo enero-diciembre del 2016 ascendió a \$790 millones de dólares, 32.8% de la inversión total. (Banco Central, 2016)

Para el MITUR, el tema publicitario es primordial para la promoción turística por lo que el presupuesto para el 2016 fue de \$62.4 millones, donde se invierte en acciones de publicidad, gastos de oficina de promoción, acciones de promoción, acuerdo de cooperación, acciones de E- Marketing, congresos, incentivos y promoción de inversiones y desarrollo, además. se maneja un presupuesto de \$8.9 millones para la promoción local.

Para el 2018, la estrategia publicitaria se centró en los nichos de mercado del país los cuales se centran en golf, aventura y naturaleza, donde se buscó fortalecer la atracción de nuevas rutas y consolidar las ya existentes por medio de acuerdos de cooperación en conjunto con diversas líneas

aéreas y los tour operadores principales de Estados Unidos, Canadá, Latinoamérica y Europa y se continúa trabajando en los esfuerzos por la atracción del mercado asiático asistiendo a ferias en este mercado con gran potencial.

El marco legal de este país permite a los inversores acceder a los mismos derechos y obligaciones si es nacional o extranjero en materia de inversión; así mismo en el tema de inversión turística, la Ley 15801 “Fomento al Desarrollo Turístico” exonera de pagos de impuestos en un 100% a las empresas domiciliadas en el país.

El desarrollo de las políticas que se ofrecen para el incremento del turismo en el sector son altamente dirigidas a la inversión principalmente de grandes cadenas para seguir manteniendo el turismo seguro del Estado el cual es el sol y playa como destino todo incluido, sin embargo es destacable la gran labor que se genera por el interés y desarrollo que se va generando en los encadenamiento a nivel de turismo rural, la búsqueda en la mejora de los puntos débiles como los recursos culturales, permiten que cada uno de los eslabones de la cadena se fortalezca y crezca más fuerte.

De acuerdo con la Ley de Fomento al Desarrollo Turístico Ley No. 158-01 de Republica Dominicana, a continuación, se presenta un cuadro con las actividades y los incentivos turísticos que presenta la legislatura para este sector con el fin de crear un incremento en las actividades que contribuyan al desarrollo de las empresas dedicadas al sector turístico y las nuevas con interés en ser parte de este sector, el clima apropiado.

Tabla No. 4. Ley de Fomento al Desarrollo Turístico Ley No. 158-01.

Actividades Turísticas	Incentivos
-------------------------------	-------------------

<ul style="list-style-type: none"> ● Instalaciones hoteleras, resorts y/o complejos hoteleros. ● Construcción de instalaciones para convenciones, ferias, congresos internacionales, festivales, espectáculos y conciertos. ● Empresas dedicadas a la promoción de actividades de cruceros para establecimiento de puerto madre (origen y destino final de embarcación). ● Construcción y operación de parques temáticos, de diversión y/o ecológicos. ● Construcción y operación de infraestructura portuaria. ● Construcción y operación de infraestructura turística como acuarios, restaurantes, campos de golf, instalaciones deportivas. ● Pequeñas y medianas empresas cuyo mercado radique en el turismo (artesanías, plantas ornamentales, 	<p>Exoneración del 100% de pago de impuestos, tales como impuesto sobre la renta; Impuestos Nacionales y Municipales por constitución de sociedades, por aumento de capital de sociedades ya constituidas; Impuestos Nacionales y Municipales por transferencia sobre derechos inmobiliarios, por venta de permutas, aportes en la naturaleza y cualesquiera otra forma de transferencia sobre derechos inmobiliarios; Impuesto sobre Viviendas Suntuarias y Solares no Edificados (IVSS); Tasas, Derechos y Cuotas por confección de planos, estudios, consultorías, supervisión y construcción de obra para ser ejecutados en proyecto turístico siendo esta última exención aplicable a los contratistas encargados de la ejecución; Impuestos de Importación tales como tasas, derechos, recargos, incluyendo Impuesto a la Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS) aplicables sobre maquinaria, equipo, materiales y bienes muebles necesarios</p>
--	--

<p>peces tropicales, granjas reproductoras de pequeños reptiles endémicos).</p> <p>Empresas de infraestructura de servicios básicos para la industria turística como acueductos, plantas de tratamiento, saneamientos ambientales, recogida de basura y desechos sólidos.</p>	<p>para la construcción, equipamiento y puesta en operación.</p> <p>El periodo de exención fiscal será de 10 años a partir de la fecha de terminación de los trabajos de construcción y equipamiento del proyecto.</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia a partir de la Ley de Fomento al Desarrollo Turístico No.158-01

Lo que refiere al caso de Costa Rica, según el Instituto Costarricense de Turismo el sistema turístico implementado en el país es adaptativo, en este participa un grupo significativo de actores entre los que a través de los años se ha tejido una trama compleja de relaciones, que le han permitido evolucionar y adaptarse a condiciones muy variables del entorno con buen suceso. (ICT, 2017)

El turismo que proyecta el país se basa en ecoturismo, sol, playa, aventura, turismo rural, bienestar, reuniones y se trabaja constantemente en políticas dictadas por el Instituto que permiten obtener certificaciones, programas e instrumentos apropiados para el sector turístico y acorde con los atractivos y servicios. (ICT,2009)

Cabe destacar la marca país Esencial Costa Rica, que se difundió a nivel internacional en el 2014, buscando impulsar el turismo, las exportaciones y la atracción de inversión extranjera y con ello destacarse y buscar reconocimiento en mercados internacionales centrándose en la naturaleza, tecnología, innovación productos de calidad eso en conjunto con la esencial del costarricense y su espíritu emprendedor.

Costa Rica es un país que ha experimentado de primera mano el crecimiento del turismo a nivel mundial, según datos de la Dirección General de Migración y Extranjería en las últimas tres décadas el mismo ha crecido en un 800% reflejándose en 2.665.608 visitantes para el 2015.

En cuanto a las llegadas internacionales por vía aérea que es considerada como la entrada más importante para la llegada de visitantes al país en el periodo del 2001 al 2014 el crecimiento registrado fue de un 100% al pasar de 812.022 a 1.720.951 turistas.

Según datos de la Dirección General de Migración y Extranjería, el mercado de llegadas internacionales al país más importantes es América del Norte especialmente Estados Unidos que en el 2014 representó aproximadamente un 67% de la llegada de turistas. (ICT con datos de la Dirección General de Migración y Extranjería, 2015)

En cuanto a las llegadas vía marítima se encuentran los cruceros, pero los mismos tienen un procedimiento diferente dado a que no se contabilizan como turistas por no permanecer 12 horas en el puerto.

Conforme a encuestas realizadas por el ICT en la temporada del 2014-2015 en su mayoría las entradas de turistas por crucero eran estadounidenses con un 55.5%, Canadá con un 15.3% y Europa con 19.6%. (ICT, 2015).

El perfil del turista que visita el país se ha mantenido constante en los últimos años, donde el promedio es de 11 días y un gasto de \$1400, disfrutando de diversas actividades que ofrece el destino en las cuales encontramos sol y playa, ecoturismo, aventura, bienestar deportes entre otros, pero cabe destacar que el viajero que llega al país normalmente es uno experimentado con un poder adquisitivo medio a alto. (Plan Nacional de Turismo Costa Rica, 2017-2021)

En cuanto a las empresas turísticas, para el 2015, el país contaba con alrededor de 1219 de ellas donde se encuentra el hospedaje, agencia de viajes, rentas de autos, transporte acuático, gastronómico y diversión, líneas aéreas y actividades temáticas. (ICT, 2015)

Tabla. 5. Distribución de empresas turísticas declaratoria al 2015.

Tipo de Empresa	En proyecto	En Operación	Total
Hospedaje	15	462	477
Agencia de Viajes	10	292	302
Renta Autos	2	37	39
Transporte Acuático	0	21	21
Gastronomía y diversión	6	329	335
Líneas Aéreas	0	17	17
Actividades Temáticas	3	25	28
Total	36	1183	1219

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo.

Un aspecto que cabe destacar es el factor de diferenciación que ofrece el país como destino centrado en el Programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST), donde se han afianzado 246 empresas turísticas que conforman una importante solidez empresarial en temas muy relevantes para el visitante actual que busca más que buenos precios servicio y este tipo legitimación que abarca temas sociales, culturales, gastronómicos y artísticos. Así mismo, está el Programa de Bandera Azul Ecológica en la categoría de playas donde el objetivo es establecer un incentivo para promover la organización de comités locales en las distintas zonas y categorías, con el propósito de buscar su conservación y desarrollo en concordancia con la protección de los recursos naturales, la

búsqueda de mejores condiciones higiénico- sanitarias y la mejora de la salud pública costarricense. (ICT, 2015)

En cuanto al empleo según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), para el 2015, el turismo generó aproximadamente 160.000 empleos de forma directa, cifra que representa cerca del 7% de la población ocupada del país. La estimación general de empleos indirectos para el turismo históricamente se ha considerado en relación 3:1, lo cual significa una cantidad cercana a los 450.000 empleos adicionales relacionados de alguna forma al turismo. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2015).

De la mano con todos los beneficios que se ven reflejados a lo largo de la ejecución de los programas y proyectos en busca del beneficio colectivo a través del turismo, destaca de forma exponencial la incursión de la Ley de Incentivos al Desarrollo Turístico N. 6990, la cual se detalla a continuación.

- Servicio de Hotelería: Exención de todo tributo y sobretasas que se apliquen a la importación o compra local de los artículos indispensables para el funcionamiento o instalación de empresas nuevas o de aquellas que, al estar establecidas, ofrezcan nuevos servicios, así como para la construcción, ampliación o remodelación del respectivo edificio, con excepción de vehículos automotores y combustibles, depreciación acelerada de los bienes que por su uso y naturaleza se extinguen con mayor rapidez, de conformidad con la Ley del Impuesto sobre la Renta, concesión de las patentes municipales que requieran las empresas para el desarrollo de sus actividades. Las municipalidades concederán estas patentes en el plazo máximo de los treinta días naturales posteriores a la presentación de la solicitud y cobrarán el impuesto correspondiente. No se podrán conceder patentes para salas de juegos prohibidos por otras leyes, Autorización del Banco Central de Costa Rica para que empresas hoteleras costarricenses dedicadas a la atención

del turismo internacional, sean contratadas como cajas auxiliares de dicha Institución para la compra de divisas a los turistas extranjeros. Las operaciones se realizarán en nombre y por cuenta del Banco Central de Costa Rica, el cual establecerá, en el convenio respectivo, los plazos y condiciones en que los hoteles le traspasarán las divisas que reciban mediante esa actividad, Exoneración del impuesto territorial, hasta por un período de seis años a partir de la firma del contrato, a aquellos establecimientos que se instalen fuera de la región metropolitana establecida por el Ministerio de Planificación.

- Transporte aéreo internacional y nacional de turistas: Depreciación acelerada, de conformidad con la Ley de Impuesto sobre la Renta, suministro de combustible a un precio competitivo no mayor al promedio establecido en el mercado internacional, exención de todo tributo y sobretasas para la importación o compra local de los repuestos necesarios para el correcto funcionamiento de las aeronaves.
- Transporte acuático de turistas: Exención de todo tributo y sobretasas que se aplique a la importación o compra local de bienes indispensables para la construcción, ampliación o remodelación de muelles y otros lugares destinados al embarque o desembarque de turistas, así como para la construcción y mantenimiento de marinas, balnearios y acuarios destinados a la atención del turismo, siempre y cuando los bienes que se vayan a importar no se fabriquen en el territorio de los países signatarios del Convenio sobre el Régimen Arancelario y Aduanero Centroamericano, en condiciones competitivas de precio, cantidad, calidad y oportunidad, a juicio del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, depreciación acelerada, de conformidad con la Ley de Impuesto sobre la Renta, exoneración de todo tributo y sobretasas, excepto de los derechos arancelarios a la importación cuya tarifa se fija en un veinte por ciento (20%), a la importación o compra local de naves acuáticas destinadas exclusivamente al transporte turístico de pasajeros,

para lo que se deberá contar con facilidades adecuadas para el atraque, embarque y desembarque de pasajeros.

- Turismo receptivo de agencias de viajes que se dediquen exclusivamente a esta actividad: Exoneración de todo tributo y sobretasas, excepto de los derechos arancelarios para la importación de vehículos para el transporte colectivo con una capacidad mínima de quince personas. Si la tarifa del impuesto ad valorem supera el cinco por ciento (5%), se exonerará la obligación tributaria correspondiente a dicho exceso tarifario.
- Arrendamiento de vehículos a turistas extranjeros y nacionales: Exonérese el cincuenta por ciento (50%) del monto total resultante de aplicar los impuestos vigentes que afecten la importación de los vehículos automotores destinados exclusivamente a arrendarlos a los turistas, estos vehículos deberán estar debidamente autorizados para circular, mediante licencia que otorgará el Instituto Costarricense de Turismo.

Los incentivos fiscales desde las distintas ópticas generan opiniones a favor y en contra de los mismos, algunos ejercicios de análisis económico apuntan con razones favorables que el uso de los incentivos como atracción resulta favorable debido a que entre, mayores reducciones de coste de capital, las empresas se ven atraídas a invertir, y en caso contrario, una de las observaciones negativas que se le hace es que debido a las reducciones o ajustes que se deben realizar los precios se vuelven volátiles y tendientes a su incremento.

En el caso de Costa Rica y República Dominicana al contrastar sus opciones de incentivos fiscales se puede denotar con facilidad que estos son bastante distintos debido a que República Dominicana hace una apuesta hacia la explotación de sectores (geográficos) específicos, en el caso de Costa Rica se tiene como único caso de explotación turística específica Bahía Culebra, el cual “el 25 de julio de 1979, mediante sesión solemne de la Asamblea Legislativa, en la ciudad de Santa Cruz de Guanacaste, se aprobó en primer debate el Proyecto de Ley de Desarrollo Turístico de Bahía

Culebra, Ley 6370 y el 31 de julio de ese mismo año se aprobó en tercer debate, definitiva y oficialmente, la citada Ley; donde se declara de interés público el Polo Turístico Golfo Papagayo”. (ICT, 2020)

En el caso de República Dominicana esto se hace mayoritariamente por sectores geográficamente debido a que se considera dentro de su legislatura la existencia de zonas con recursos naturales que pueden ser explotados de forma regulada lo que podría llegar a contribuir con el desarrollo de la industria turística. La apuesta por el aumento de recursos especializados en zonas geográficas determinadas busca que la industria sea igualmente distribuida y que las ventajas que esta genera para la población como empleos, surgimiento de emprendimientos y apoyos económicos en la disminución de gastos permite que toda República Dominicana se desarrolle de la mano del turismo.

En el caso de Costa Rica, la norma que permite que el turismo genere mayores beneficios para la actividad referente a la misma es de carácter privado, lo que permite la generación de un contrato turístico que vela porque no se caiga en un proteccionismo, sino más bien en un acto en que ambas partes se ven beneficiadas una a costa de la otra para un surgimiento más equitativo en el desarrollo de esta actividad que representa importantes ganancias para Estado de Costa Rica. El reglamento a esta Ley de Incentivos al Desarrollo Turístico contempla las actividades turísticas previamente establecidas en el artículo 3 de la Ley No. 6990, las cuales han sido detalladas en el cuadro representativo No. 4 adjunto en este capítulo, este contrato tiene una consolidación definida en el artículo 7 de esta ley, de manera tal que la gestión de este se hace integrando variables determinantes como la posición del producto o servicio, campo administrativo, entre otros.

Investigadores como Lawrence Pratt en aportes como “Logros y Retos del Turismo Costarricense, 2002” indican que la situación del turismo en Costa Rica radica en 3 factores que son de gran importancia para el crecimiento de cualquier país en cuestiones de turismo, las cuales son la

consolidación de una marca país o imagen, el creciente valor agregado local y de bienestar y la oferta de un producto único, auténtico y diferenciado. La consolidación de la marca país o Esencial Costa Rica ha logrado ser uno de los empujes más grandes del país no solamente en cuestiones de turismo, sino también en temas relacionados a la inversión o la adquisición de productos a través de exportaciones. Esta imagen refleja lo que Costa Rica en riqueza natural, tradición de paz y democracia, variedad de ecosistemas y microclimas son los puntos que busca todo consumidor para la adquisición de un bien o servicio y esta marca país los reúne a todos.

Partes fundamentales en el incremento y fortalecimiento del aporte que ha generado Esencial Costa Rica es que las comunidades de la mano de los gobiernos locales en muchos de los casos han iniciado con el fomento del aprendizaje del idioma inglés para la facilidad e incremento de turismo. La salud y la educación de la mano con la seguridad son ejemplos claros de políticas públicas fuertes en la nación que, si bien necesitan ser reestructuradas para mejoras constantes, han demostrado ser fuertes y eficaces, lo cual ha permitido que la imagen proyectada hacia el exterior sea fuerte en esos aspectos y se transmita la visita a Costa Rica como un destino seguro y de provecho.

El valor agregado si bien, como un punto de beneficio genera mayores adquisiciones económicas para el país, ya que el porcentaje que esté representa en un producto o servicio se traduce en ganancias para el Estado como tal; sin embargo, existe una objeción desde la óptica de ciertos sectores representados en los pequeños empresarios turísticos o el turismo rural debido a que su beneficio se minimiza de este beneficio de valor agregado, ya que este suele estar contenido en las ofertas de “paquetes todo incluido”, las cuales son administradas mayoritariamente por consorcios extranjeros que generan amplias ganancias para sí mismo y para el Estado, limitando la ganancia por concepto de este valor agregado al comercio local.

A pesar de las grandes cadenas hoteleras establecidas en el país, las pequeñas y medianas empresas del sector ofrecen grandes beneficios al Estado, esto debido a que la generación de empleo

se concentra en costarricenses en todos los sectores, desde construcción hasta el sector administrativo, lo cual ha permitido la retención de una parte importante del valor económico.

Y, finalmente, se debe hacer un análisis de comprensión de la oferta de un producto único, auténtico y diferenciado, el cual hace referencia a la estrecha relación que existe en la colocación de una sólida marca país, ya que esta es el puente a la competitividad mundial que puede acceder un producto o servicio no solamente a nivel nacional, sino internacional, logrando mayores y mejores nichos de mercado. La relación producto-precio es subjetiva debido a que siempre existirán discrepancias dependiendo de quién sea en la transacción, comprador o vendedor y aunque esto es importante, es aún más relevante destacar que la justificación basada en calificación por producto o servicio dan pie a que los precios son acorde con lo que se accede.

La orientación de las políticas de desarrollo del turismo dirige el comportamiento de estas a enfoques de dinamización y generación de desarrollo local, se buscan fortalecimientos de las alianzas entre el sector público-privado, ONGs que se encaminan en la reducción de riesgos, fortalecimiento de la gobernanza y generación de valores necesarios para el continuo crecimiento no solo a nivel nacional sino a nivel internacional.

Figura No. 3. Esquema para el impulso al modelo de desarrollo turístico.



Fuente: Instituto Costarricense de Turismo, 2016.

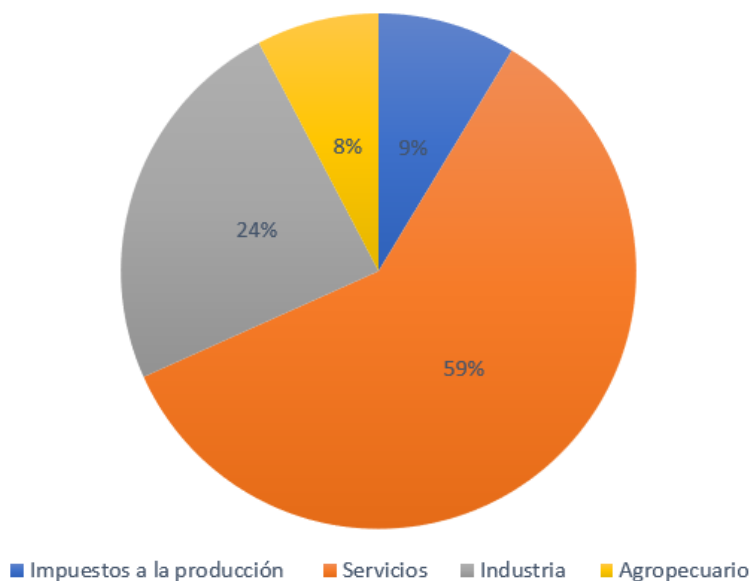
En la visión futuro que presenta el Instituto Costarricense de Turismo en su Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 se establece que se desean mantener las condiciones mediante las cuales el sistema turístico pueda seguir evolucionando sin perder ninguno de los elementos diferenciadores propios del modelo sostenible, los encadenamientos de empresas de todas las escalas serán clave debido a su generación de divisas y bienestar a las comunidades. El valor agregado de los productos que ofrece el país a sus visitantes será el motor de colocar a Costa Rica como destino turístico, de la mano con la sostenibilidad, idiosincrasia y cultura nacional.

La República Dominicana, por otra parte, ha convertido la industria turística como la oportunidad más grande para la obtención de ingresos económicos, debido al encadenamiento que

esté genera en los demás sectores, cabe destacar que este país se encuentra como número uno en la recepción de turismo de la región Caribe.

De acuerdo con datos del Banco Central de la República Dominicana para el año 2015 el turismo aportó el 7,8% del PIB solamente superado por la manufactura, la cual aportó un 10,9%.

Gráfico No. 8. República Dominicana: PIB por actividad económica, 2015



Fuente: CEPAL, elaboración a base de Datos del Banco Central de República Dominicana.

La alta demanda generada de turismo en el país acompañado de la buena inversión que se realiza por parte de las instituciones encargadas del turismo no solamente a nivel público, sino también a interés privado, han logrado avances en infraestructura que benefician la absorción de la creciente demanda del turismo, para el año 2015 el país contaba con 69.816 habitaciones y mantiene una tasa de ocupación hotelera del 75,5% a lo largo del año, esta creciente ola de inversión se debió a la influencia que generaron las políticas públicas de promoción y generación de incentivos al desarrollo turístico principalmente entre los años de 1985 y 1999 según datos de la CEPAL, lo cual

generó un incremento en el éxito del modelo “Todo Incluido”. Algunas encuestas realizadas a turistas arrojaron resultados de que los mismos contemplan a República Dominicana como una opción de recreación debido a que la temática todo incluido les permite el disfrute del sol y la playa.

De acuerdo con datos de la Asociación de Hoteles y Turismo de República Dominicana (ASONAHORES), para el año 2015, se contemplaron datos de empleos directos e indirectos en el país, empleos directos se generaron gracias al turismo 71.686 e indirectos 254.146 sumando esto aproximadamente un 6% del empleo total.

Dentro de las observaciones, las cuales se plantean en las mejoras que se deben programar a futuro se encuentra la orientación del turismo a no solamente las grandes cadenas hoteleras instaladas en el territorio, si no generar encadenamientos en los pequeños empresarios turísticos mediante la adaptación de actividades que demandan el turismo a nivel internacional para así poder generar mayores opciones equitativas para todos y que estas repercutan en todos los sectores que influye el crecimiento del turismo.

Tabla No. 6. Variables en Costa Rica y República Dominicana.

Variable	Costa Rica	República Dominicana
Legislación	Ley de Incentivos al Desarrollo Turístico N.6990.	Ley Orgánica de Turismo de la República Dominicana No. 541-69.
Institucionalidad	Instituto Costarricense de Turismo (ICT)	Ministerio de Turismo República Dominicana (MITUR)

Tipos de turismo	Ecoturismo, Aventura, Playa, Deportes, Cultura, Rural y Reuniones.	Sol y playa, Todo Incluido, Aventura, Naturaleza, Golf, Cultura.
Exportaciones (turismo)	\$160 millones (COMEX, 2017)	\$1.790.1 millones (CEI-RD, 2017)
Mercadeo	Esencial Costa Rica	Construcción de Marca País
Certificaciones	Declaratoria Turística, Bandera Azul Ecológica, Sostenibilidad Turística CST, Código de Conducta.	Distintivo de Calidad, Turismo Sostenible, Bandera Azul.
Empleo	Alrededor de un 7% de población en formalidad de empleo.	Alrededor de un 6% de población en formalidad de empleo.

Capítulo IV

Propuesta de mejora a la política comercial en materia de incentivos al desarrollo del sector de servicios turístico

Los análisis de viabilidad se centran en las relaciones de una propuesta y del medio para llegar a ella de la manera más factible para los actores involucrados teniendo como finalidad encontrar los mejores resultados y que su impacto sea el más beneficioso en todas las variables establecidas en su estudio con vertientes sociales políticas y económicas. Como lo define la Real Academia Española, viabilidad es un concepto expresado proveniente de la vida, el cual establece la indicación de que puede vivir y desarrollarse, considerando que esta tiene circunstancias para llevarse a cabo. (RAE 22 Edición). Dentro de la investigación, se consideraron diferentes vertientes y puntos de vista de los actores involucrados en el sector turístico, por lo que a continuación se detalla mediante una metodología que utiliza distintas dimensiones de viabilidad como lo son la viabilidad financiera, viabilidad jurídica, viabilidad organizacional e institucional, viabilidad técnica, viabilidad tecnológica, viabilidad ambiental, viabilidad social y viabilidad política. Estas variables están fundamentadas en el Análisis de Viabilidad: La ciencia de los Proyectos de Inversión de Francisco Santiago Sobrero año 2009.

En lo que respecta a la viabilidad financiera, este eje se refiere a la disponibilidad de recursos económicos y monetarios que posea el ente, empresa o institución de gobierno para concretar la iniciativa.

Referente a la viabilidad jurídica se toman como parámetros el grado de compatibilidad con las normas jurídicas ya existentes buscando minimizar los riesgos en cuanto a conflictos, demoras y rediseños.

Por otro lado, se tiene la viabilidad organizacional e institucional en la que se consideran las capacidades que debe de tener el ente, empresa o institución gubernamental para delimitar al personal responsable de ejecutar y mantener la iniciativa en todas sus etapas.

La viabilidad técnica demanda la información referente al grado de viabilidad técnico-operativas del proyecto en cuestión, en esta se puede reconocer debilidades en lo propuesto, como incremento en el costo, demoras, beneficios, impactos negativos, negativos y otras eventualidades.

La viabilidad tecnológica hace hincapié en la utilización de herramientas tecnológicas y las capacidades que tengan las empresas o instituciones de ayudarse mutuamente a cumplir con las necesidades del sector para poder mantener vínculos con la tecnología, ya que la era en la que se vive, parte de los mayores mecanismos de ejercer ventas de servicios se basan en este.

En alusión a la viabilidad ambiental se analizan metodologías de desarrollo amigable con el ambiente y la capacidad del proyecto de adaptarse a los estándares en cuanto al tema, donde exista un equilibrio entre lo económico y ambiental que no permita que el riesgo sea mayor que los beneficios, tomando en consideración estudios de Impacto Ambiental.

Sin lugar a duda uno de los ejes de viabilidad más importantes es el social, este nos brinda la mayor cantidad de vínculos establecidos por los actores directos en el desarrollo de las propuestas turísticas, sino que también permite analizar la influencia que tiene la ciudadanía y las acciones que esta toma.

Finalmente, la viabilidad política no se refiere solo a aprobar una iniciativa propuesta, busca generar espacios políticos, de la mano con la política pública que generen impactos beneficiosos, tanto económicos como sociales.

Dentro del campo de investigación y de la mano con el uso del proceso del Benchmarking, se elaboró un cuadro en el que se detallan ideas y propuestas que junto con el cuadro que se presenta

a continuación da como resultado las principales recomendaciones de cambio en la Ley de Incentivos al Desarrollo Turístico N. 6990. Ver cuadro adjunto y anexo No.1.

Tabla No. 7. Cuadro de principales recomendaciones para efectuar posibles cambios a la Ley de Incentivos al Desarrollo Turístico No. 6990.

Ideas	Viabilidad Financiera			Viabilidad Jurídica		Viabilidad Organizacional e Institucional		Viabilidad Técnica	Viabilidad Tecnológica	
	Disponibilidad de recursos	Presupuesto Gubernamental	Opciones de Financiamiento Complementario	Grado de compatibilidad normativa	Capacidad legal del ente encargado para la ejecución del proyecto	Cumplimiento de Requerimientos Normativos	Veracidad de Información	Creación de encadenamientos productivos	Desarrollo Tecnológico	Tecnologías alternativas
Simplificación de Tramitología	Se tiene los recursos y las plataformas digitales disponibles.	Se encuentra decretado por Ley.	La empresa privada puede contribuir a la iniciativa.	Se encuentra regulado.	Está amparado desde la Ley de su creación	Si, por la capacidad de acción de la institución.	La información es veras pero no es sencillo acceder a la misma.	El sector empresarial se debe involucrar	Generaría un gran impulso e innovación institucional y empresarial	Hay recursos pero se carece de capacitación técnica
Capacitaciones Tecnológicas	Se tiene los recursos y las plataformas digitales disponibles.	Se encuentra decretado por Ley.	La empresa privada puede contribuir a la iniciativa.	El Instituto cuenta con toda la capacidad para generar este tipo de iniciativas	Está amparado desde la Ley de su creación	Si, por la capacidad de acción de la institución.	Mayor interés por parte de la institución para brindar información expedita	El sector empresarial se debe involucrar	Generaría un gran impulso e innovación institucional y empresarial	Se tienen los recursos disponibles para la capacitación.
Sistema de Banca para el Desarrollo en el sector turismo	Actualmente no existe pero es posible crearla bajo la línea de banca para el desarrollo	No hay capital disponible	Bancos estatales, Bancos Privados, Banco Interamericano de desarrollo	Se puede acoplar a actuales legislaturas que contemplan créditos	Actualmente existe capacidad legal que regula sistema de banca para el desarrollo	Si, por la capacidad de acción de la institución.	No se tiene la información	Se, pueden generar en el futuro.	Permite a las empresas disponer de mayor cantidad de recursos para emprendimiento y crecimiento	No se tiene recurso disponibles
Ampliación de sistemas crediticios y de pago	Actualmente no se dispone de recursos económicos para la iniciativa	Actualmente no se dispone de recursos económicos para la iniciativa	Actualmente no se dispone de recursos económicos para la iniciativa	Dependiente de leyes orgánicas institucionales	Dependiente de leyes orgánicas institucionales	Dependiente de leyes orgánicas institucionales	Se tendría que hacer un estudio detallado de cada caso	No viable	Creación de plataforma que contemple requisitos, para viabilidad de ampliación y plazo de crédito	No se tiene recurso disponibles
Fortalecimiento de marcas regionales turísticas	Si, se tiene disponibilidad en cámaras de Turismo y en el ICT	Existencia dentro del presupuesto del ICT	Si por medio de empresa privada	Regulado bajo marco normativo desde Carta Magna hasta Ley Orgánica	Si, porque está amparado desde la Ley de su creación	Si, por la capacidad de acción de la institución.	La información se manejaría de manera regionalizada	Creación de red de apoyo regional	Se buscaría generar plataformas de turismo regional	Se dispone de recursos
Eliminación del IVA en el sector turismo a través de estrategias de devolución	Actualmente no se dispone de recursos económicos para la iniciativa	Actualmente no se dispone de recursos económicos para la iniciativa	Actualmente no se dispone de recursos económicos para la iniciativa	Dependiente de la Ley 6826	Dependiente de la Ley 6826	Dependiente de la Ley 6826	Se tendría que hacer un estudio detallado de cada caso	No viable	Creación de plataforma que contemple una evolución personalizada	No se tiene recurso disponibles
Arreglos de pago en temas de seguridad social, patentes y tributación	Actualmente no se dispone de recursos económicos para la iniciativa	Actualmente no se dispone de recursos económicos para la iniciativa	Actualmente no se dispone de recursos económicos para la iniciativa	Dependiente de Leyes específicas y orgánicas	Dependiente de Leyes específicas y orgánicas	Dependiente de Leyes específicas y orgánicas	Se tendría que hacer un estudio detallado de cada caso	No viable	Creación de plataforma que contemple una evolución personalizada	No se tiene recurso disponibles
Certificaciones especiales para el Turismo Rural Comunitario	Si, se tiene disponibilidad en cámaras de Turismo y en el ICT	Existencia dentro del presupuesto del ICT	Si por medio de empresa privada	Regulado bajo la Ley 8724 y su reglamento	Si, porque está amparado desde la Ley de su creación	Si, por la capacidad de acción de la institución.	La información se manejaría de manera regionalizada	Creación de red de apoyo rural	Se buscaría generar plataformas de turismo rural	Se dispone de recursos
Estrategias de Educación Turística	Si, ya que se tiene los recursos y las plataformas digitales disponibles.	No, pero se podría destinar un fondo para el mismo	Si, debido a que la empresa privada puede contribuir a la iniciativa.	Si, el Instituto cuenta con toda la capacidad para generar este tipo de iniciativas	Existencia de capacidad jurídica de ciertas instituciones	Si, por la capacidad de acción de la institución.	Amplitud del conocimiento turísticos	Si, porque el sector empresarial y educativo se debe	Si, generaría un gran impulso e innovación institucional y empresarial	Se tienen los recursos disponibles para la capacitación.
Estudios especializados por sector para la delimitación de líneas de acción	Si, se tiene disponibilidad en cámaras de Turismo y en el ICT	Existencia dentro del presupuesto del ICT	Si por medio de empresa privada	Competencia del ICT	Si, porque está amparado desde la Ley de su creación	Si, por la capacidad de acción de la institución.	La información se manejaría de manera sectorizada	Se alinea en empresas de un solo sector para un trabajo en conjunto	Se buscaría generar plataformas por sector	Se dispone de recursos
Condonación de deudas fijando plazos específicos con viabilidad de resurgimiento de la empresa	Actualmente no se dispone de recursos económicos para la iniciativa	Actualmente no se dispone de recursos económicos para la iniciativa	Actualmente no se dispone de recursos económicos para la iniciativa	Dependiente de leyes orgánicas institucionales	Dependiente de leyes orgánicas institucionales	Dependiente de leyes orgánicas institucionales	Se tendría que hacer un estudio detallado de cada caso	No viable	Creación de plataforma que contemple requisitos, para examinar los casos	No se tiene recurso disponibles

Viabilidad Ambiental		Viabilidad Social			Viabilidad Política		
Uso de recursos limitados	Impacto Ambiental	Uno o mas actores que participan en el proyecto	Representación Social relativa al proyecto	Impacto en el desarrollo social	Momento político en que se decide realizar la gestión	Impactos positivos o negativos que genera la decisión	Viabilidad de Proyecto de Ley
Contribuye con los objetivos de desarrollo sostenible	Disminuye la huella de carbono	Instituciones, empresas privadas, gobiernos locales, cámaras de turismo	No, ya que es un tema delimitado institucionalmente	Genera que las empresas puedan crecer a un menor costo económico	Contexto medio periodo de gobierno actual	Mayormente positivos	Si es viable
Contribuye con los objetivos de desarrollo sostenible	Disminuye la huella de carbono	Instituciones, empresas privadas, gobiernos locales, cámaras de turismo	Se benefician tanto las empresas como la sociedad	Genera que las empresas puedan crecer a un menor costo económico, así mismo se capacita al personal	Contexto medio periodo de gobierno actual	Mayormente positivos	Si es viable
Contribuye con los objetivos de desarrollo sostenible	A mayores facilidades de crédito, mayores iniciativas ecológicas d construcción y comunicación	Instituciones, empresas privadas, gobiernos locales, cámaras de turismo	Diversos beneficios al sector empresarial y a la sociedad civil	Mayores emprendimientos y reactivación económica en el sector	Contexto medio periodo de gobierno actual	Mayormente positivos	Si es viable
No afecta la variable	No afecta la variable	Instituciones, empresas privadas, gobiernos locales, cámaras de turismo	Mayor beneficio empresarial	Se darían plazos de recuperación en tiempo de crisis	Contexto medio periodo de gobierno actual	Mayormente positivos , considerando que no es viable en el momento del planteamiento del proyecto	No es viable, ya que deja vacíos legales como las declaraciones de Banca Rota para evadir responsabilidad
Contribuye con los objetivos de desarrollo sostenible	Para acceder al beneficio se debe cumplir con requisitos ambientales	Instituciones, empresas privadas, gobiernos locales, cámaras de turismo	Mayor beneficio empresarial	Genera oferta de divisas	Contexto medio periodo de gobierno actual	Mayormente positivos	Viabilidad de fortalecimiento de atribuciones institucionales
No afecta la variable	No afecta la variable	Instituciones, empresas privadas, gobiernos locales, cámaras de turismo	Mayor beneficio empresarial	Se darían plazos de recuperación económica	Contexto medio periodo de gobierno actual	Mayormente positivos , considerando que no es viable en el momento del planteamiento del proyecto	No es viable, ya que deja vacíos legales
No afecta la variable	No afecta la variable	Instituciones, empresas privadas, gobiernos locales, cámaras de turismo	Mayor beneficio empresarial	Se darían plazos de recuperación económica	Contexto medio periodo de gobierno actual	Mayormente positivos , considerando que no es viable en el momento del planteamiento del proyecto	No es viable, ya que deja vacíos legales
Contribuye con los objetivos de desarrollo sostenible	Para acceder a la certificación se debe cumplir con requisitos ambientales	Instituciones, empresas privadas, gobiernos locales, cámaras de turismo	Mayor beneficio empresarial	Genera oferta de divisas	Contexto medio periodo de gobierno actual	Mayormente positivos	Viabilidad de fortalecimiento de atribuciones institucionales
Contribuye con los objetivos de desarrollo sostenible	No afecta la variable	Instituciones, empresas privadas, gobiernos locales, cámaras de turismo	Si, ya que se benefician tanto las empresas como la sociedad	Generación de mayor curso humano capacitado	Contexto medio periodo de gobierno actual	Mayormente positivos	Si es viable
Contribuye con los objetivos de desarrollo sostenible	No afecta la variable	Instituciones, empresas privadas, gobiernos locales, cámaras de turismo	Mayor beneficio empresarial	Mayor emprendimiento y conocimiento especializado	Contexto medio periodo de gobierno actual	Mayormente positivos	Viabilidad de fortalecimiento de atribuciones institucionales
No afecta la variable	No afecta la variable	Instituciones, empresas privadas, gobiernos locales, cámaras de turismo	Mayor beneficio empresarial	Se darían plazos de recuperación en tiempo de crisis	Contexto medio periodo de gobierno actual	Mayormente positivos , considerando que no es viable en el momento del planteamiento del proyecto	No es viable, ya que deja vacíos legales como las declaraciones de Banca Rota para evadir responsabilidad

Fuente: Elaboración propia con información de la encuesta a empresas del sector turístico.

Como parte de las propuestas que fueron delimitadas como prioritarias por el análisis de viabilidad reflejado en el cuadro anterior, se delimitaron cuatro indispensables proposiciones de reforma que constituyen parte del punto focal de esta investigación, la Simplificación de Tramitología, Banca para el desarrollo en el sector turismo, capacitaciones tecnológicas, Certificaciones especiales para el turismo rural comunitario

La simplificación de trámites fue uno de los temas de mayor preocupación entre los actores entrevistados a lo largo de toda la investigación, ya que las grandes empresas son las que obtienen mayores posibilidades por contar con grandes presupuestos y disponibilidad de profesionales en muchos de los ámbitos para cumplir con los requerimientos necesarios.

La difusión de información sobre la existencia del contrato turístico es uno de los puntos que más debe fortalecer el Instituto Costarricense de Turismo debido a que existe un alto desconocimiento por parte de las empresas de los beneficios que este genera.

Como parte de la hoja de ruta que se plantea para esta propuesta, se centra en que las empresas tengan conocimiento del Contrato Turístico, por lo que la información mediante las paginas web administradas por el ICT, ya sea la plataforma formal de la institución o las redes sociales, informen sobre los beneficios que poseen las empresas al ser parte de la red del Contrato. También es importante que en el momento en el que la empresa adquiere información sobre la constitución de esta, mediante una plataforma amigable con el usuario, permita desde el registro de información para obtención de los requisitos para el establecimiento de la empresa, hasta concretar la formalización de esta, encaminados a reducir el uso de papel para desarrollar gestiones amigables con el ambiente.

Creación de un foro con toda la información de los beneficios del contrato turístico y gestión de dudas mediante el mismo, bajo tutela del departamento de Gestión Turística en el que se integren

empresarios establecidos que puedan brindar recomendaciones desde su experiencia a los nuevos empresarios.

En el caso de la herramienta de Banca para el Desarrollo en el Sector Turismo es uno de los puntos más ambiciosos y con gran potencial benéfico, esto debido a que en la actualidad los empresarios turísticos no cuentan con facilidades de crédito como la herramienta Banca para el Desarrollo, por lo que, de acuerdo a respuestas obtenidas a través de las entrevistas, los empresarios deben consolidar préstamos bajo créditos personales con límites acorde a las capacidades económicas, las cuales les impide crecer sus negocios. Muchos de los créditos que solicitan los titulares del sector deben ser respaldados bajo hipotecas personales como de la misma casa en la que habitan, lo que es un riesgo, pues al no poseer herramientas que les facilite el crédito para sus negocios, si estos no funcionan, se pierden las pymes turísticas y se corre el riesgo de pérdidas incluso de casas de habitación.

De acuerdo con entrevista realizada a la señora Shirley Calvo, directora ejecutiva de CANATUR (S. Calvo, Directora Ejecutiva CANATUR, comunicación personal, 10 de octubre de 2019), hizo referencia a las intenciones dentro de los planes y proyectos que se encuentran en la mesa de discusión de la Cámara, la creación de un fondo que asemeja el del actual Banca para el Desarrollo, con el fin de promover el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas del sector.

El acceso al crédito es una necesidad notoria en el sector turístico, ya que la falta de este limita el surgimiento de nuevas empresas, el crecimiento de las ya establecidas o incluso lleva a la informalidad.

Actualmente, el Sistema de Banca para el Desarrollo se ejecuta de la mano con el Plan Nacional de Desarrollo, por lo que se pueden avalar la distribución de los fondos y con ellos generar beneficio en la creación de la banca para el desarrollo turística, cumpliendo estos con todas las

regulaciones económicas y financieras que actualmente rigen los créditos en los distintos entes financieros. La gestión de estos fondos permitirá el establecimiento de muchas nuevas empresas y el crecimiento sostenido de las que se encuentran en desarrollo debido a la facilidad de obtener una línea crediticia especializada en el sector. Limitando así el endeudamiento personal para hacer crecer las empresas. La formalización de requisitos como la certificación turística permitiría contar con el respaldo del ICT como empresa consolidada desde el punto de vista económico, técnico y financiero. En la actualidad, se especifican líneas de crédito como lo son las agrarias, cultura, ganadería y mujeres, entre otras: por lo que la redistribución de fondos es un tema que se puede acceder y generar una nueva línea específica para el sector turismo. Los beneficios que brindan estos créditos específicos establecen ventajas competitivas que permitan mayor captación de inversión y mejor manejo del capital invertido.

Referente a las capacitaciones tecnológicas se considera que es un pilar fundamental, ya que a través del conocimiento se puede mantener la información actualizada y precisa en un mundo de constantes cambios, en el cual las plataformas digitales juegan un papel primordial, pues se requiere de una constante capacitación del personal en todos los ámbitos para conocer de nuevas tendencias para la captación de turistas y manejo idóneo del negocio.

Las nuevas tecnologías son un perfecto aliado para llevar a cabo una mejor formación para ver temas como la publicidad y la difusión de los centros turísticos por medio de las plataformas digitales donde la información se puede tener a la mano al instante; en dicha investigación, se observó la deficiencias de muchas empresas e instituciones del sector en cuanto a la utilización de dichas plataformas, es por ello que se ve como una necesidad instruir al ICT en convenio con el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT) para tener una guía que oriente a muchos emprendedores y empresas para que pueden generar encadenamientos de la mano de la misma, con una interacción productiva entre el sistema y los usuarios, ya que la sociedad tiene un gran

conocimiento de las mismas y por ellos se debe trabajar más en la capacitación, para poder ofrecer no solo mejores servicios, sino que un recurso humano con la capacidades aptas para hacerle frente a un mercado tan competitivo y por ellos debe existir incentivos que vinculen directamente la implementación de la tecnología en los procesos turísticos.

Uno de los principales beneficios de tener el mejor conocimiento en el área se centra en reducir costos económicos en cuanto a temas de promoción turística, ya que se puede llegar a un mayor público con un costo menor, y la ventaja es que el turismo se puede promocionar y comercializar sin importar la distancia del potencial cliente que desea adquirir el servicio, y dichas oportunidades pueden ser aprovechadas por todos los sectores que contempla la ley 6990 analizada en esta investigación, centrándose en buscar ventajas competitivas, la disminución de costos, acceder a información actualizada y en tiempo real para satisfacer las necesidades del sector.

Lo anterior se puede gestionar por medio de las unidades organizativas del ICT como la Dirección de Mercadeo, Dirección de planeación y desarrollo y la Dirección de Gestión Turística, centrandó sus esfuerzos en capacitación técnica, transferencia de tecnología y requisitos de rendimiento. La deficiencia existente en el uso de las tecnologías como parte de mecanismos de inclusión y dispensión de información sugieren, desde el punto de vista de esta investigación, la necesidad de establecer encadenamientos y distribución de fondos públicos especializados, como capacitación de personal, instauración de licencias de uso de páginas o plataformas web para los empresarios con uso delimitado hasta el establecimiento de sus negocios e ingresos con el fin de que estos se incluyan en la era tecnológica y puedan gestionar beneficios sin limitar el uso de ningún instrumento tecnológico como, búsqueda de informormación referente a oferta de sercios, reservas en línea, y pago con tarjetas.

Es por ello que es fundamental desarrollar el poder de negociación con los inversores extranjeros, entidades gubernamentales y actores empresariales con el fin de transferir tecnología o

vías de exportación de servicios innovadores, consiguiendo acrecentar la competitividad, mejorar los niveles de vida, brindar acceso a formación y con ello mejorar las sus destrezas a través de capacitaciones canalizadas por la institución en alianza con la empresa privada para se aumente el potencial humano para logra ser competitivos en el mercado mundial.

Es fundamental que se canalicen los esfuerzos de inversión tecnológica hacia sectores desfavorecidos del país, y garantizar la disponibilidad de servicios indispensables, como la electricidad, agua corriente y saneamientos, así mismo centrándose en la promoción de la sostenibilidad dando prioridad a tecnologías que no causen afecciones al medio ambiente.

Respecto a la implementación de certificaciones especiales para el turismo rural comunitario, lo que se busca es potenciar a la población para que puedan emprender y formalizar los negocios de turismo rural de la mano de los gobiernos locales, cooperativas, asociaciones de productores, comités locales y fundaciones, mediante certificaciones diferenciadas, para que se incentive de una manera más centralizada el turismo que se ofrece en dichas comunidades, buscando un maximizar el potencial como herramienta de beneficios, y que, como consecuencia directa, aumenten los ingresos económicos de las familias costarricense, teniendo en consideración que el mismo puede ser una gran fuente de generación de ingresos a través de las microempresas en el turismo y los sectores relacionados, con nuevas oportunidades de empleo, la creación de infraestructura, bienestar social y la diversificación en la economía centrándose en las zonas rurales.

Se debe de trabajar con prioridad en el limitado acceso a las oportunidades de formación en las áreas rurales del país fomentando el desarrollo de habilidades empresariales, ya que ese sector cuenta con inmenso potencial gracias sus recursos naturales, el modo de vida, las actividades agropecuarias y eso es lo que se debe de impulsar para el fomento del turismo rural a nivel nacional e internacional centrado en el turista que busque actividades enfocadas en temas de tradición y cultura

como la pesca, turnos de pueblo, fiesta patronales, sin dejar de lado el tema de la aventura que se puede ofrecer con el deleite de la naturaleza.

Es notoria la necesidad de establecer medidas de actualización de la Ley y sus incentivos para que estas sean de mayor utilidad a las empresas que actualmente son beneficiarias de esta y que estas sean transmitidas a mayores y nuevos empresarios para que la comunidad turística siga en constante crecimiento en todas las áreas de este y esté contribuya al crecimiento económico del país.

La incorporación de certificaciones de Turismo Rural y Turismo Rural Comunitario permitirían una diferenciación de la certificación de empresa turística ya que distingue a la empresa en el ámbito de desarrollo de funcionamiento, materiales de uso, actividades que presenta al público, amigables con el ambiente. Estas empresas caracterizadas por una mayor interacción sostenible generarían la ampliación de un área específica del turismo poco desarrollada y con gran potencial como se evidencio en la comparación con República Dominicana.

Como parte de estos beneficios, el empuje en el crecimiento de estos empresarios se da mediante la instauración de planes de capacitación en el uso de plataformas digitales por parte de alianzas con Bancos públicos y privados para la administración de sus negocios mediante la implementación de pagos vía web y por medio de pagos con tarjeta con licencias específicas que permitan el establecimiento de las empresas y después de un plazo de consolidación de 1 año puedan ser autosuficientes en temas de actualizaciones digitales y comerciales.

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

1. Como parte de la investigación a raíz del contexto histórico en el que se ha desarrollado la investigación siendo esta del 2013-2018, se concluye que desde la creación del Hotel Costa Rica como pilar de atracción turística en el país, se ha trabajado la línea de acción del turismo con el objetivo de creación de habitaciones según la necesidad del momento, es por ello por lo que en la actual Ley 6690 debe fortalecerse y ajustarse a los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo.
2. La falta de planeación o interacción entre instituciones públicas que intervengan en la consolidación del sector turismo, en áreas como la financiera, tecnológica y empresarial, son ejes de fortalecimiento que se pueden concretar con trabajos de la mano con instituciones gubernamentales como Bancos Públicos y Privados, MICITT y PROCOMER, generaría mayores encadenamientos productivos, beneficiando a la población costarricense.
3. La realidad de países como República Dominicana, Estado modelo como experiencia internacional para realizar marco comparativo con Costa Rica, reflejó la importancia que tiene el turismo para la dinamización de la economía en el país caribeño, y como esta se ve reflejada para beneficio en el uso de incentivos como la minimización de requisitos para establecimiento de nuevas empresas, utilización de tecnologías como aliadas para la formación y formalización de documentación, refleja la deficiencia con la que cuenta Costa Rica y debe ser considerada como eje fundamental de transformación.
4. La dinamización turística existente en Costa Rica, beneficiada con microclimas que permiten al turista el disfrute de ejes turísticos distintos como sol y playa, montaña, extremos, entre

otros; a beneficiado al sector turístico costarricense permitiendo que éste posea mayores áreas de expansión, limitado en comparación con República Dominicana que ha centrado su explotación turística alrededor de un solo eje del turismo como lo es el turismo de sol y playa con servicio todo incluido, limitando la expansión de pequeños negocios o turismo rural.

5. Como parte del desarrollo de la investigación, se refleja la necesidad de fortalecimiento en cuatro áreas, las cuales son Simplificación de Trámites, Sistema de Banca para el Desarrollo, Capacitaciones en áreas Tecnológicas y la Implementación de certificaciones en áreas específicas como Turismo Rural y Turismo Rural Comunitario. Estas se desarrollaron en conjunto con lo que fue vislumbrando en la investigación y las necesidades que representantes del sector turístico hicieron saber mediante encuestas y entrevistas.
6. Como parte del desarrollo de la presente investigación se concluye que tanto las conclusiones como las recomendaciones obedecen a un carácter generalizado debido a que la competencia general de la misma deriva de una ley de la República de Costa Rica, por lo que la misma no puede contener carácter específico en beneficio de ninguno de los sectores a los que la misma beneficia.

5.2 Recomendaciones.

1. De acuerdo con la vinculación de la Política Comercial costarricense, la presente recomendación no violenta ninguno de los Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), como lo son Acuerdo de Organización Multilateral del Comercio, Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios de 1995, Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, entre otros y con la validación que el Instituto Costarricense de Turismo le otorga, se recomienda fortalecer las políticas públicas que le permita al

Instituto Costarricense de Turismo, así como a las Cámaras de Turismo y sus representantes en el sector, contar con mayores herramientas y respaldo, que les generen mayor capacidad de acción, debido a que en la actualidad pequeños grupos del sector se encuentran rezagados en información y actualización de temas turísticos, así como temas de logística, permisos y formas de trabajo. Se recomienda integrar a todos los empresarios del sector turístico, desde las micro pymes hasta las grandes empresas consolidadas con el fin de que las capacidades de trabajo sean equitativas y para todos exista capacidad de progreso.

2. De acuerdo con la vinculación de la Política Comercial costarricense, la presente recomendación no violenta ninguno de los Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), como Acuerdo de Organización Multilateral del Comercio, Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios de 1995, Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, entre otros y con la validación que el Instituto Costarricense de Turismo le otorga, crear un artículo en la Ley No 6990 que permita la creación de trabajo interinstitucional con el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT), Instituto Costarricense de Electricidad (ICE), que genere crecimiento de las empresas de la mano de la tecnología y las oportunidades de desarrollo que conlleve una transferencia de conocimiento en ambas vías, originando el fortalecimiento de encadenamientos productivos que nazcan desde el seno del gobierno.
3. De acuerdo con la vinculación de la Política Comercial costarricense, la presente recomendación no violenta ninguno de los Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), como Acuerdo de Organización Multilateral del Comercio, Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios de 1995, Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, entre otros, y con la validación que el Instituto Costarricense de Turismo le otorga, fortalecer las plataformas digitales existentes, permitiéndole tanto al

turista como al empresario formar su conocimiento, esto puede realizarse mediante capacitaciones guiadas con experiencia interinstitucional, fomento de incentivos de formación a los empresarios turísticos que les permita ampliar sus conocimientos para que así puedan llenar las expectativas mediante sus servicios a cada uno de los turistas a los que brindan el servicio. La era global en la que se desarrolla el turismo es principalmente enlaces de mercadeo digital, por lo que es fundamental que cada uno de los empresarios del sector se mantenga actualizado con las novedades tecnológicas que surgen a diario y puedan llevarle el paso a esta era de integración.

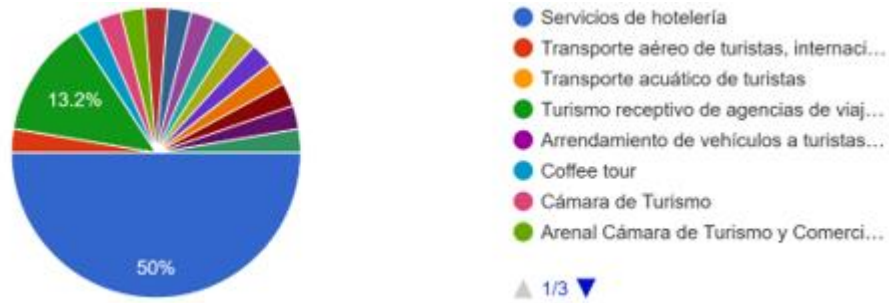
4. De acuerdo con la vinculación de la Política Comercial costarricense, la presente recomendación no violenta ninguno de los Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), como Acuerdo de Organización Multilateral del Comercio, Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios de 1995, Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, entre otros y con la validación que el Instituto Costarricense de Turismo le otorga, fortalecer ejes no tradicionales del turismo y aprovechar las distintas áreas relacionadas en busca de generar mayores y más fuertes encadenamientos productivos que le permitan no solo a una empresa dedicada a un sector de turismo aumentar su capacidad, sino que esta busque alianzas para mejorar y ampliar la gama de ofertas al turista. Esta línea de acción puede verse ejecutada mediante la capacitación de personal dentro del ICT que les permita a los empresarios dedicados a este nuevo sector explotar sus emprendimientos de manera eficaz y sostenible, acompañándolos en el proceso de la obtención de los requisitos del ICT para formar parte de las empresas que pueden acceder al contrato turístico.
5. De acuerdo con la vinculación de la Política Comercial costarricense, la presente recomendación no violenta ninguno de los Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), como ¿ Acuerdo de Organización Multilateral del Comercio, Acuerdo

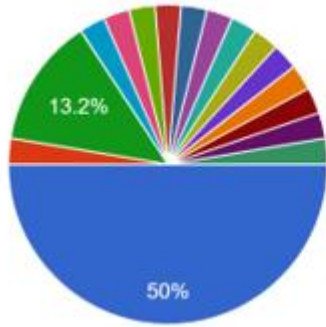
General sobre el Comercio de Servicios de 1995, Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, entre otros, implementar mesas de trabajo que puedan ampliar y hacer hincapié en las áreas delimitadas en el presente trabajo de investigación con el fin de que sean atendidas las necesidades y deficiencias que muestra el sector y los representantes del turismo en Costa Rica, en cada una de las áreas, ya que como lo define la investigación esta no se presentan bajo una misma línea, existen deficiencias en el área económica, de planificación y área de tecnología. Profundizar trabajos en cada uno de estos ejes generaría mayores inversores empresariales y que mayores empresarios actuales formalicen sus actividades contribuyendo al encadenamiento de beneficio que produce una empresa en el desarrollo del país.

Anexos

6.1 Preguntas encuesta virtual.

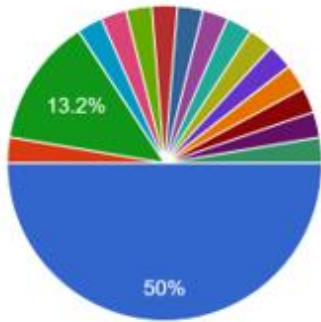
¿Actividad turística a la que se dedica la empresa?





- Agencia de Viajes Emisiva
- Apoyamos 5 proyectos todos par...
- Cámara
- turismo aventura
- Venta de paquetes turísticos
- Tour Operador
- Turismo receptivo a través de un...
- Camara de turismo

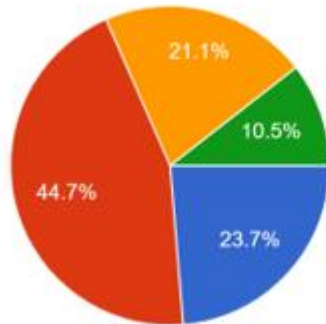
▲ 2/3 ▼



- Tour Operadora Excursiones Ebanks Pura Vida
- tenemos hospedaje, restaurante y turismo rural y educativo

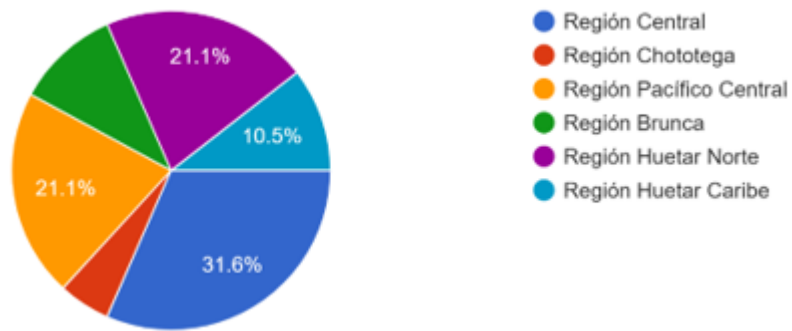
▲ 3/3 ▼

Tipo de empresa

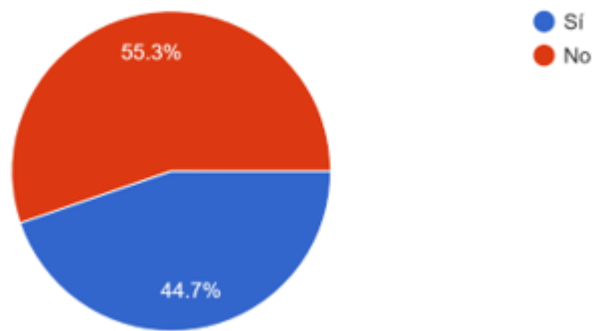


- Micro (hasta 5 personas)
- Pequeña (6 - 30 personas)
- Mediana (31 - 100 personas)
- Grande (más de 100 personas)

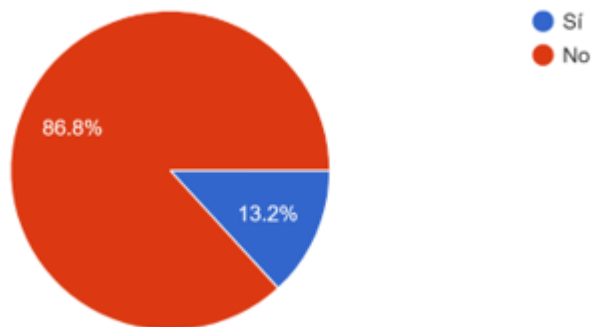
¿En qué región se ubica la empresa?



¿Tiene conocimiento sobre los incentivos al desarrollo turístico establecidos en la Ley No? 6990?



¿La empresa utiliza alguno de los incentivos al desarrollo turístico?



¿Por qué razón considera que no se hace uso de estos?

Respuesta: Desconocimiento.

Respuesta: Desconozco del tema.

Respuesta: No se hace el esfuerzo por llegar a todas las empresas.

Respuesta: No sé de qué se trata esta Ley.

Respuesta: Los desconozco.

Respuesta: Aún no lo hemos necesitado.

Respuesta: Es muy complejo deshacerse de lo comprado con esas exoneraciones cuando cumplen su vida útil, hay que pagar los impuestos.

Respuesta: Un poco por desconocimiento y un poco por requisitos.

Respuesta: Falta de información.

Respuesta: Desconocimiento de estos.

Respuesta: El ICT, hay mucha argolla, ellos tienen sus preferidos, y muchos son extranjeros con representación en Costa Rica. Además, lo manejan discrecionalmente, o sea entre ellos son los adinerados, los que les obsequian alguna semana con CLP Y las pequeñas empresas las ignoran.

Respuesta: Nunca visita algún representante del ICT los hoteles, sólo a cobrar, cuando exigen un impuesto al hospedaje.

Respuesta: Bueno creo que solo lo hicieron para uno cuantos, de veríamos de presentar un recurso de amparo, amparado en la igualdad de condiciones.

Respuesta: Por qué se poco.

Respuesta: Falta de conocimiento sobre los incentivos.

Respuesta: No sabía.

Respuesta: No se conocen.

Respuesta: Manejo de poca información, esto a nivel muy personal.

Respuesta: Porque no desarrollamos ninguna actividad contemplada en la ley 6990.

Respuesta: Por qué esa empresa no cumplió con los requerimientos de ley y nos contrataba como servicio profesional anual.

Respuesta: Aún no contamos con los requisitos.

Respuesta: Desconocimiento de su aplicación.

Respuesta: No funcionan, No llegan a estas zonas.

Respuesta: Porque como hotelero no los uso.

Respuesta: No es accesible.

Respuesta: Desconocimiento de dicha ley y la claridad de cómo se puede usar ese incentivo.

Respuesta: No corresponde su uso al ser una cámara empresarial.

Respuesta: Por falta de conocimiento.

Respuesta: Tramite es muy burocrático.

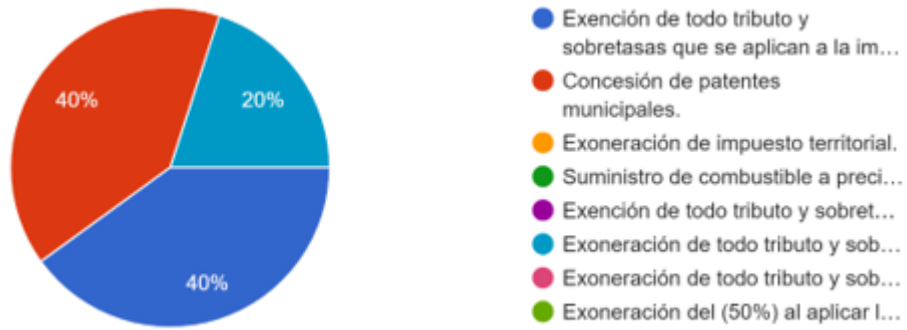
Respuesta: La tramitología de aquerencia, hace que se pierda el interés, así como el seguimiento de los usos.

Respuesta: Desconocimiento.

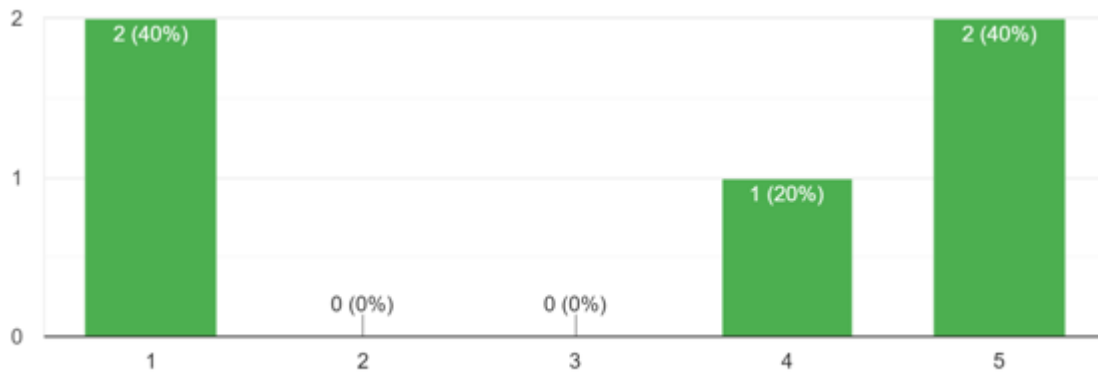
Respuesta: Creo que no se aplica ninguno.

Respuesta: Hay algunos que ya no aplican.

¿A cuáles de los incentivos comprendidos en la Ley No? 6990 tiene acceso la empresa?



¿Qué tanto han contribuido estos incentivos al desarrollo y/o consolidación de su empresa o actividad turística?



¿Cuáles nuevos incentivos al desarrollo turístico considera que se podrían integrar a la legislación nacional?

Respuesta: Necesito inducción de incentivos.

Respuesta: Patrocinio a eventos deportivos masivos como triatlón, aguas abiertas, carreras de senderismo, montaña etc.

Respuesta: Entre más contrate e inscriba a la CCSS, mejora en cargas sociales o impuestos.

Respuesta: Propuestas económicas.

Respuesta: 1- Que el Gobierno de la República a través del Poder Ejecutivo y la Asamblea Legislativa coordine con las Juntas Directivas de los Bancos Estatales con el fin de:

a) Reestructurar los préstamos a mediano y largo plazo (10 a 20 años) del Sector Turístico, ampliando los plazos de vencimiento, de acuerdo con la capacidad de pago de las empresas, tomando en consideración los ingresos actuales por afectación del COVID-19, otorgando períodos de gracia hasta de 36 meses, con intereses subsidiados para evitar el deterioro de infraestructura por falta de mantenimiento y desmejora de los servicios, que llevarían a la quiebra y cierre masivo de las empresas.

Los bancos deben realizar a través de sus abogados de planta dichas modificaciones ante el Registro Público de la Propiedad para evitar erogaciones a las empresas por gastos legales necesarios para la reestructuración de los créditos.

b) Reducir tasas de intereses durante un plazo razonable, mínimo durante cinco años (tiempo aproximado de afectación y necesario para la recuperación de los negocios), tomando en cuenta los planes de acción aplicados en otros países para salvaguardar la actividad turística. Los Bancos deben tomar en consideración que, durante el plazo de recuperación de las actividades productivas, el spread financiero de intermediación debe ser cero o una fracción mínima, siendo consecuentes que las actividades productivas enfrentan un período de crisis provocado por el COVID-19.

c) En el caso de arreglos de pago en los créditos, que esas cuotas se pasen al vencimiento del crédito y se dé una extensión o prórroga automática en el plazo. Lo anterior para evitar un endeudamiento mayor para los deudores, ya que se considera injusto que de parte de los bancos se formalicen nuevas operaciones por los intereses que se dejaron de pagar, lo cual genera intereses sobre intereses.

d) La Asamblea Legislativa deberá considerar un posible agravamiento económico y una mayor crisis provocada por las afectaciones del COVID-19 y tomar las medidas pertinentes e inclusive pensar en la promulgación de una Ley de Salvamento y Recuperación de la Industria del Turismo, con un mayor análisis de toda la afectación a fin de proteger tan importante actividad productiva y su aporte en el PIB, así como generador de empleo y encadenamiento con el resto de los Sectores Productivos.

2- El Estado costarricense debe de inmediato atender las siguientes necesidades del Sector Turismo:

a) Habilitar a través del Sistema Bancario Nacional, Líneas de Crédito para las pequeñas y medianas empresas, recursos para Capital de Trabajo y Operación, a fin de mantener los negocios en marcha, pagaderos en cuotas durante un período de hasta 48 meses y con un período de gracia de 6 meses, intereses a tasa cero y con garantía del Estado.

b) Facilitar los medios legales para volver a los incentivos donde la renta si es que hay en los próximos años sea reinvertido en los negocios para lograr mantener y sostener un servicio de calidad y ser competitivos ante otros mercados internacionales que ya lo están haciendo como es el caso de España, Francia e Italia.

c) Valorar la posibilidad de utilizar las Reservas Monetarias Internacionales para salvar y reactivar la economía.

d) Eliminación de los Pagos Parciales de Renta de Marzo, junio, Septiembre y diciembre 2020. Esto debido a que las empresas no tendrán utilidades este año fiscal debido a la crisis económica, por lo que no se deberían hacer pagos adelantados de renta que disminuyen el flujo de efectivo de las empresas.

e) Consideramos que las medidas económicas ya tomadas se van a quedar cortas en el tiempo, ya que las consecuencias económicas van a ser mayores a los 3 meses. Sean estas la moratoria en el pago del IVA, eliminación del IVA en alquileres comerciales, prórrogas en créditos, ley de reducción de jornadas laborales, reducción de la base para cotizar en la CCSS, entre otros. Solicitamos que se extiendan estas medidas por 6 meses más, siendo un total de 9 meses.

f) Reducción de tasas de interés no sólo para PYMES sino también para empresas medianas de capital costarricenses, para vivienda, comercio, agricultura, industria, turismo, servicios, con lo cual se estimule la economía.

g) Los arreglos de pago de la CCSS, Ministerio de Hacienda (Tributación), Municipalidades deben ser a tasa cero, al menos durante los dos primeros años y por el resto del período ofrecer Tasa Básica Pasiva o mejor aún que se brinde un subsidio por parte del Gobierno.

h) Reducción de requisitos para crear empresas y emprendimientos. Esto estimularía la formalidad de las empresas nuevas, lo que hace que la economía formal crezca y el beneficio sea para todo el país.

i) Que sea retrasada 1 año la entrada en vigor del transitorio IX de la Ley 9635, en cuanto al IVA del 4% para tours y actividades que eran exentas, para que entre a regir hasta el año 2021.

Respuesta: Propuesta de reactivación económica.

Respuesta: a) Solicitamos proteger y habilitar el superávit del ICT para que tan pronto se logre la reapertura de las actividades, se inicie con una campaña de promoción país muy fuerte en los medios internacionales para recuperar la industria turística de la mejor manera y pronta posible.

b) Decretar el traslado de días feriados a los lunes para incentivar al turismo nacional a visitar los destinos turísticos.

c) Elaboración de Reglamento de uso de Aguas Termales.

El Ministerio de Salud (MS) está trabajando sobre este reglamento, razón por la cual solicitamos que se incluya nuestro representante experto en termalismo en la comisión técnica para la elaboración del reglamento.

d) Ejercer labor política para que presidencia emita una directriz o recomendación al CTP para que este dicte las regulaciones necesarias para que el sector de los servicios especiales (Estudiantes, Trabajadores, Turismo y Ruta Regular) se especialice con el fin de evitar la invasión y que cada sector tenga un nicho específico de acción. Así de manera específica los mercados de excursiones y turismo nacional e internacional sean exclusivos de los transportes con permiso de turismo. Ya que actualmente los otros sectores de transporte no turístico están restando competencia al brindar servicios de transporte turístico en sus tiempos libres. Así mismo que los trámites aprobados por el ICT para brindar transportes turísticos sean tomados por efectivos por las oficinas regionales del CTP y que estas regionales aprueben de oficio lo aprobado por el ICT y extiendan de forma expedita el permiso de operación a las unidades.

Respuesta: Post-Covid 19 se van a ocupar incluso préstamos muy blandos.

Respuesta: Facilidades más concretas para el turismo rural.

Respuesta: Bajar la cuota de la CCSS y los impuestos.

Respuesta: Seguir con reducción de horas.

Respuesta: Implementar una visita por año a los locales, préstamos con tasa básica para desarrollo.

Dar a conocer los lugares, aunque sean pequeños, tanto para extranjeros, como para nacionales.

Respuesta: No impuesto a equipos de uso en los locales o empresas, desde la más pequeña a la grande.

Respuesta: No permitir que servicios de transporte especiales y estudiantes realicen transporte de turismo ocasional o excursiones y paseos. Esto le quita demasiado trabajo al transporte turístico vea ahora especiales puede transportar empleados moverse restricción y apenas reanude turismo ellos también ofrecen sus servicios y desplazando a los de turismo de su poco trabajo.

Respuesta: Disminución en tributos de la caja

Respuesta: Apoyar al mediano empresario y sobre todo fomentar y apoyar al agroturismo y así innovar en Turismo y asegurar la alimentación o seguridad alimentaria.

Respuesta: Capacitación

Respuesta: Impulsar el turismo nacional, pero con un plan de verdad, ni solo algo para apalancar las tempranas bajas, y crear más programas de apoyo para los muy pequeños emprendedores dueños de estancias en zonas turísticas, la cual puede brindar la posibilidad de fomentar el turismo nacional. Adicionalmente, una ley que regule los precios tan elevados en sodas y restaurantes, de los cuales muchos ni cumple ni el mínimo de estándares de calidad en comparación con los precios que manejan.

Respuesta: Porcentajes preferenciales en impuestos de renta, cero impuestos de importancia sobre equipo de trabajo que no se fabrica en el país, devolución del IVA a los turistas como en otros países, entre otros.

Respuesta: No conozco los que hay, tendría que informarme mejor.

Respuesta: Debe haber una reconsideración de los requisitos para optar por esos incentivos tomando en cuenta la realidad de las empresas de turismo Rural Comunitario. Contar con certificaciones diferenciadas. Dentro de los incentivos, tener acceso real a los fondos de banca para el desarrollo, fondos no reembolsables, fondo de avales,

Respuesta: Planes reguladores al caribe norte.

Respuesta: Los mismos beneficios que le dan a los arroceros, cafetaleros.

Respuesta: Condonación de deudas, créditos super blandos.

Respuesta: IVA inferior al 13%, ya que el sector hotelero se inflan los precios con el IVA y el servicio de restaurante, incentivar al agro-turismo mediante apoyo a los emprendimientos que crean micro economías en las diferentes incómodidades rurales.

Respuesta: Bajar el costo eléctrico y la CCSS.

Respuesta: Incentivos fiscales, incentivos municipales, incentivos crediticios.

Respuesta: Aumento en el lapso de años sobre la exoneración del impuesto territorial

Respuesta: Empresas Emprendedoras Sector Turismo Rural, Ecológico, Deportivo

Impuestos.

Respuesta: Reinversión de los impuestos en programas de apoyo a las PYMES turísticas, desarrollo de marcas región, exoneraciones reales en proyectos de inversión a nivel de tramitología.

Respuesta: Mejores precios de combustibles para el turismo y beneficios en impuestos y cargas sociales.

6.2 Cuadro No1. Conceptos de Competitividad Turística

<p>Destino Turístico</p>	<p>Es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud.</p>
<p>Marketing del Destino</p>	<p>Es la principal entidad organizativa, pudiendo formar parte de ella diversas autoridades, agentes y profesionales, y facilita las alianzas dentro del sector turístico con miras a un proyecto colectivo para el destino. Las estructuras de gobernanza de marketing del destino varían desde una única autoridad hasta un modelo de alianza público-privada, y su función esencial es iniciar, coordinar y gestionar ciertas actividades, tales como la aplicación de políticas turísticas, la planificación estratégica, el desarrollo de productos, la promoción y el marketing y el trabajo de los Convention Bureau.</p>
<p>Producto Turístico</p>	<p>Es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las</p>

	<p>actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también bajan el precio, y tiene un ciclo vital.</p>
<p>Cadena de Valor del Turismo</p>	<p>Es una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos, constituyen las principales actividades primarias de la cadena de valor del turismo.</p>
<p>Calidad del Destino Turístico</p>	<p>Es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los</p>

	<p>productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, de conformidad con unas condiciones contractuales mutuamente acordadas, y factores subyacentes implícitos, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos. Implica también aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural.</p>
<p>Competitividad de un Destino Turístico</p>	<p>Es la capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros de manera eficiente para desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos de calidad, innovadores, éticos y atractivos, con miras a contribuir a un crecimiento sostenible dentro de su proyecto global y sus objetivos estratégicos, incrementar el valor añadido del sector turístico, mejorar y diversificar sus componentes comerciales y optimizar su atractivo y los beneficios que reporta a los visitantes y a la comunidad local con una perspectiva de sostenibilidad.</p>

Elaboración propia con información del documento “Definiciones del Turismo de la OMT”

Cuadro N2

Definiciones Operativas de tipos de Turismo

Turismo Cultural	<p>Es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico.</p> <p>Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones.</p>
Ecoturismo	<p>Es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir,</p>

	<p>experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. El ecoturismo incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema.</p>
<p>Turismo Rural</p>	<p>Es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.</p>
<p>Turismo de Aventura</p>	<p>Es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta</p>

	<p>experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo. El turismo de aventura incluye por lo general actividades al aire libre como el alpinismo, el montañismo, el “puenting”, la escalada, el rafting, el piragüismo, la navegación en kayak, el barranquismo, la bicicleta de montaña, el senderismo o el buceo. Hay también algunas actividades de turismo de aventura que pueden practicarse en espacios cerrados.</p>
<p>Turismo de Salud</p>	<p>Cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la contribución a la salud física, mental y/o espiritual gracias a actividades médicas y de bienestar que incrementan la capacidad de las personas para satisfacer sus propias necesidades y funcionar mejor como individuos en su entorno y en la sociedad. El término turismo de salud engloba el turismo de bienestar y el turismo médico</p>
<p>Turismo de Bienestar</p>	<p>Es un tipo de actividad turística que aspira a mejorar y equilibrar los ámbitos principales de la</p>

	<p>vida humana, entre ellos el físico, el mental, el emocional, el ocupacional, el intelectual y el espiritual. La motivación primordial del turista de bienestar es participar en actividades preventivas, proactivas y de mejora del estilo de vida, como la gimnasia, la alimentación saludable, la relajación, el cuidado personal y los tratamientos curativos.</p>
<p>Turismo Médico</p>	<p>Es un tipo de actividad turística que implica la utilización de recursos y servicios de curación médica (tanto invasivos como no invasivos) con base empírica. Puede incluir el diagnóstico, el tratamiento, la cura, la prevención y la rehabilitación.</p>
<p>Turismo de Negocios</p>	<p>Es un tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento. Los componentes clave del turismo de negocios son las reuniones, los viajes de incentivos, los congresos y las ferias.</p>

<p>Turismo Gastronómico</p>	<p>Es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades antes. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades antes tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina.</p>
<p>Turismo Costero, Marítimo y Aguas Interiores.</p>	<p>El turismo costero se refiere a actividades turísticas que tienen su base en tierra costera, como la natación, el surf, tomar el sol y otras actividades costeras de ocio, recreo y deporte que tienen lugar a orillas de un mar, un lago o un río. La proximidad a la costa es también una condición para los servicios e instalaciones que dan apoyo al turismo costero.</p> <p>El turismo marítimo se refiere a actividades que tienen su base en el mar, como los cruceros, la navegación en yates o barcos y los deportes náuticos, e incluye sus respectivos servicios e</p>

	<p>infraestructuras en tierra.</p> <p>El turismo de aguas interiores se refiere a actividades turísticas como los cruceros, la navegación en yates o barcos y los deportes náuticos que tienen lugar en entornos con influencia del agua, situados dentro de las fronteras terrestres, e incluyen lagos, ríos, pozas, arroyos, aguas subterráneas, manantiales, ríos subterráneos y otros entornos agrupados tradicionalmente como aguas interiores</p>
Turismo Urbano	<p>Es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio urbano con sus atributos inherentes caracterizados por una economía no agrícola basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios y por constituir nodos de transporte. Los destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios.</p>
Turismo de Montaña	<p>Es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio geográfico definido y delimitado</p>

	<p>como son las colinas o montañas, con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad (ora y fauna) y una comunidad local. Engloba un amplio espectro de actividades de ocio y deporte al aire libre.</p>
<p>Turismo Educativo</p>	<p>Cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la participación y experiencia del turista en actividades de aprendizaje, mejora personal, crecimiento intelectual y adquisición de habilidades. El turismo educativo representa un amplio espectro de productos y servicios relacionados con los estudios académicos, las vacaciones para potenciar habilidades, los viajes escolares, el entrenamiento deportivo, los cursos de desarrollo de carrera profesional y los cursos de idiomas, entre otros.</p>
<p>Turismo Deportivo</p>	<p>Es un tipo de actividad turística que se refiere a la experiencia viajera del turista que o bien observa como espectador, o bien participa activamente, en un evento deportivo que implica por lo general</p>

	actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva.
--	---

Elaboración propia con información del documento “Definiciones del Turismo de la OMT”

6.3 Cuadro No. 3 Resumen de lluvias de ideas.

Idea	Fuente de la idea	Turismo General	Turismo Rural o Turismo Rural Comunitario
Simplificación de tramitología	Benchmarking y entrevista CANATUR	X	X
Capacitaciones tecnológicas	Benchmarking	X	X

Sistema de banca para el desarrollo en sector turismo	Entrevista con CANATUR y Turismo Rural Comunitario	X	X
Ampliación de sistemas crediticios y de pago	Encuesta	X	X
Fortalecimiento de marcas regionales turísticas.	Entrevista CANATUR	X	X
Eliminación del IVA en el sector turismo a través de estrategia de devolución.	Encuesta.	X	X
Arreglos de pago en temas de seguro social, patentes, tributación.	Encuesta	X	X

Actualización de información en el ICT, así como declaratoria pública de la misma.	Benchmarking	X	X
Contemplación de reincorporación del sector gastronómico en la Ley 6990.	Encuestas	X	X
Limitación de uso de incentivos a un solo trabajo, ejemplo uso de beneficios de incentivos de transporte para únicamente turismo. Mayor regulación de esta.	Encuestas	X	X
Certificaciones especiales para Turismo Rural Comunitario.	Encuestas		X
Estrategias de educación turística	Benchmarking	X	X

Profundizar estudios por sector especializado para delimitación de líneas de acción.	Benchmarking	X	X
Condonación de deudas con un plazo específico con viabilidad de resurgimiento de la empresa.	Encuestas	X	X

Evidencia Fotográfica de Trabajo.

Reunión con funcionarios del ICT.



Reunión con la directora de la Cámara Nacional de Turismo.



Entrevistas Virtuales.



Bibliografía

Drazich, D. N. (2017). *El turismo internacional desde la perspectiva de las teorías de las Relaciones Internacionales*. Argentina: Instituto de Investigaciones en Ciencias Sociales .

Cervera, R. C. (1991). *Relaciones Internacionales*. Madrid: Ciencias Sociales.

CEPAL. (2018). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe*. Obtenido de www.cepal.org

- CEPAL. (2017). *Fortalecimiento de la cadena de turismo en Pedernales, República Dominicana* . Obtenido de www.cepal.org
- CORFO. (2013). *Análisis de Benchmarking y best practices, estudio de los competidores y de las buenas prácticas de otros destinos turísticos*. Obtenido de <http://turismoaconcagua2020.cl/wp-content/uploads/2013/06/An%C3%A1lisis-Benchmarking-Valle-de-Aconcagua.pdf>
- FUNCAS. (2011). *Benchmarking de destinos turísticos: Diferencias de calidad del servicio según el producto turístico comercializado*. Obtenido de https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PEE/128art10.pdf
- Lopez, L. (2010). Benchmarking y su Aplicación en Turismo . *Revista de Estudios Politécnicos* , 163-179.
- Organización Mundial de Turismo . (2019). *Tourism Definitions*. Obtenido de <https://www.unwto.org/global/publication/UNWTO-Tourism-definitions>
- Instituto Costarricense de Turismo . (2020). *Plazo de consolidación de las empresas turísticas*. Obtenido de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislaci%C3%B3n-de-empresas/estudio-plazos-de-consolidaci%C3%B3n-de-empresas-tur%C3%ADsticas/675-estudio-plazos-de-consolidaci%C3%B3n-de-empresas-tur%C3%ADsticas/file.html>
- Estado de la Nación. (2018). *Evolución e importancia del turismo en Costa Rica* . Obtenido de <https://estadonacion.or.cr/informes/>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2015). *Estudio sobre la influencia de los incentivos fiscales y el clima de inversión para atraer la inversión turística privada en ALC*. Argentina: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Ministerio de Turismo . (2017). *Plan Estratégico Institucional*. Obtenido de [http://mitur.gob.do/transparencia/images/docs/plan_estrategico/PLan%20Estrategico/DIAGRAMACION-PEI%20\(1\).pdf](http://mitur.gob.do/transparencia/images/docs/plan_estrategico/PLan%20Estrategico/DIAGRAMACION-PEI%20(1).pdf)
- Instituto Costarricense de Turismo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica 2017-2021*. Obtenido de <https://www.ict.go.cr/en/documents/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/1071-plan-nacional-de-desarrollo-turistico-2017-2021/file.html>
- Sobrer, F. S. (2009). *Análisis de Viabilidad: La cenicienta en los Proyectos de Inversión*. Obtenido de <http://www.asociacionag.org.ar/pdfcap/5/Sobrero,%20Francisco%20-%20ESTUDIOS%20DE%20VIABILIDAD%20LA%20CENICIENTA%20DE%20LOS%20PROYECTOS%20DE%20INVERSION.pdf>
- Pacheco, L. S. (2010). *El turismo rural comunitario en Costa Rica: Análisis de esfuerzos conjuntos e incidencia en política pública*. Obtenido de <https://www.turismoruralbolivia.com/docs/TRCCostaRica.pdf>

- Camarena, J. C. (2003). *Las negociaciones actuales sobre turismo en el marco del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=291866>
- Rubio, O. B. (1996). Teorías del comercio internacional: una panorámica. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, 12-27.
- Pérez, R. M., & Villa, C. C. (2011). *Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional*. México: Serie Didáctica.
- Escobar, A. G. (1996). *De la ventaja comparativa a la ventaja competitiva: Una explicación al Comercio Internacional*. Obtenido de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/item/2558/1/Ventaja_comparativa_ventaja.pdf
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW HILL.
- Moreno, M. G., Gómez, C. d., & Martínez, J. M. (1989). *Los servicios: concepto, clasificación y problemas de medición*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1317365>
- Wechsler, F. S. (2006). *La economía política del proteccionismo*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid; Universidad de Barcelona. Departamento de Teoría económica; Asociación de Cuadernos de Economía.
- Drazich, D. N. (2014). *International Tourism from the perspective of international relations theories*. Argentina: Instituto de Investigaciones en Ciencias Sociales.
- Organización Mundial del Comercio. (2020). *Acta Final en que se incorporan los resultados de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/03-fa_s.htm
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. (2013). *Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible*. Obtenido de https://unctad.org/system/files/official-document/ciem5d2_sp.pdf
- Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana. (2017). *Exportaciones de servicios: Importancia para el mundo y para República Dominicana*. Santo Domingo: Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana.
- Pérez, A. (2011). *Inversión turística y desarrollo en República Dominicana Documento de background para la jornada de difusión del modelo "Inversión Extranjera Directa y Desarrollo (IDE-D)"*. Obtenido de http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/8b8c2b0046a698a9be18bfc4d090bb2e/Perez-Aitor_Background_Turismo_Desarrollo_Jornada_IDE-D.pdf?MOD=AJPERES
- Alvarado, J., Oddone, N., & Gil, L. (2017). *Fortalecimiento de la cadena de valor de turismo en Pedernales, República Dominicana*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/41644-fortalecimiento-la-cadena-valor-turismo-pedernales-republica-dominicana>

- Ministerio de Turismo . (2018). *Consejo De Fomento Turístico CONFOTUR*. Obtenido de <https://mitur.gob.do/wp-content/uploads/2018/02/GUIA-DE-CONFOTUR-PDF.pdf>
- Tavares, M. (2016). *Competitividad Turística en el Caribe*. Obtenido de <https://mepyd.gob.do/mepyd/wp-content/uploads/archivos/libros/competitividad-turistica.pdf>
- Ministerio de Turismo . (2017). *Barómetro Turístico*. Obtenido de <http://mitur.gob.do/wp-content/uploads/2017/08/Barometro-Turistico-Enero-marzo-2017-Revisado.pdf>
- Organización Mundial de Turismo; Fundación ACS. (2017). *Manual sobre turismo accesible para todos*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416561>
- Organización Mundial de Turismo. (2016). *Documentos básicos de la OMT*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284417537>
- Ministerio de Comercio Exterior Costa Rica. (2015). *TLC Centroamérica-Corea Acuerdo Sobre Comercio de Servicios (TiSA)*. Obtenido de <http://www.comex.go.cr/media/5051/ambientales-iplusd.pdf>
- CEPAL. (1990). *Elementos para el diseño de políticas industriales y tecnológicas en América Latina* . Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/27950>
- Piva, J. M., & Calderón, R. A. (2012). *La inversión extranjera directa en Costa Rica: Factores determinantes y efectos en el desarrollo nacional y regional*. Obtenido de https://www.uned.ac.cr/ocex/images/stories/OcexInforma/Serie_11_aportes_para_el_desarrollo_humano.pdf
- Zúñiga, L. C. (2010). *Cambios en el estilo nacional de desarrollo y promoción del sector turístico en Costa Rica*. Obtenido de <https://vlex.co.cr/vid/cambios-promocion-sector-turistico-411844290>
- Instituto Costarricense de Turismo . (2010). *Plan Nacional de Turismo Sostenible de Costa Rica 2010-2016*. Obtenido de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/resumen-plan-nacional-de-turismo-sostenible-2010-2016/35-resumen-plan-nacional-de-turismo-sostenible-2010-2016/file.html>
- Turismo, I. C. (2016). *Plan Anual Operativo* . Obtenido de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/instituto-costarricense-de-tur%C3%ADsmo-ict/planificacion/898-ict-pao-2016/file.html>
- Pratt, L. (2002). *Logros y Retos del Turismo Costarricense*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/237324648_Logros_y_Retos_del_Turismo_Costarricense/link/02e7e537fa7fa6dcd6000000/download
- Organización Mundial del Turismo . (2014). *Legislación del turismo en las Américas*. Madrid : Organización Mundial del Turismo . Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284415854>

- Ministerio de planificación nacional y política económica . (2016). *Inventario de políticas públicas según los objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de http://ods.cr/sites/default/files/documentos/producto_3_-inventario_de_politicas_publicas.pdf
- Honey, M., Vargas, E., & Durham, W. H. (2010). *Impacto del Turismo Relacionado con el Desarrollo en la Costa Pacífica de Costa Rica*. Obtenido de <http://biologia.ucr.ac.cr/profesores/Garcia%20Jaime/TURISMO/DESARROLLO%20COSTA%20PACIFICA%20DE%20CR-IMPACTO-INFORME-2010.pdf>
- Sistema Costarricense de Información Jurídica . (1985). *Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico*. Obtenido de http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?para m1=NRTC&nValor1=1&nValor2=1388&nValor3=1495&strTipM=TC
- Estado de la Nación. (2015). *Impulso al crecimiento y desarrollo turístico en Costa Rica*. <https://estadonacion.or.cr>.
- Universidad de Costa Rica. (2012). *¿Es la sostenibilidad turística una herramienta para enfrentar una crisis?* Obtenido de <https://odd.ucr.ac.cr/es-la-sostenibilidad-turistica-una-herramienta-para-enfrentar-una-crisis/>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2018). *Plan Anual Operativo para el 2019*. Obtenido de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/instituto-costarricense-de-tur% C3% ADsmo-ict/planificacion/1208-ict-pao-2019/file.html>
- Organización Mundial del Comercio. (2019). *Examen de las políticas comerciales* . Obtenido de https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S009-DP.aspx?language=S&CatalogueIdList=258825,255860,121057,118574,76621,11970,60053,14066,11930,18485&CurrentCatalogueIdIndex=0&FullTextHash=&HasEnglishRecord=True&HasFrenchRecord=True&HasSpanishRecord=Tr
- El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2008). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/3028/BVE17068944e.pdf;jsessionid=A4770775692E95A07B480C641CB8D9D4?sequence=1>
- Secretaría de Integración Turística Centroamericana; Consejo Centroamericano de Turismo. (2010). *Boletín de estadísticas turísticas de Centroamérica*. Obtenido de https://sitca.info/wp-content/uploads/2020/01/Boletin-de-Estadisticas-2010_compressed.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica . (2018). *Análisis trimestral sobre la evolución de las exportaciones de bienes y servicios de Costa Rica:Exportaciones de bienes al I trimestre de 2018,Exportaciones de servicios al IV trimestre de 2017*. Obtenido de <http://www.comex.go.cr/media/6437/an% C3% A1lisis-trimestral-sobre-la-evoluci% C3% B3n-de-las-exportaciones-de-bienes-2510412018.pdf>
- Alexandre, E. R. (2013). *La exportación de servicios turísticos, el caso de Nueva Zelanda y el turismo verde: Lecciones para Chile análisis 2005-2013*. Obtenido de

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/139303/La-exportacion-de-servicios-turisticos-Rodr%c3%adguez-Alexandre-Enzo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Montes, G. M. (2006). *Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible* . Obtenido de <http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>
- Barrantes, G. (2000). *Aplicación de incentivos a la conservación de la biodiversidad en Costa Rica*. Obtenido de https://www.fbs.go.cr/sites/default/files/biblioteca/biodiversidad_psa_estudio_caso_cr.pdf
- Instituto Costarricense de Turismo . (2020). *Reglamento de la Ley de incentivos para el desarrollo turístico*. Obtenido de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/legislaci%C3%B3n-de-empresas/leyes-y-reglamentos/986-reglamento-de-la-ley-de-incentivos-para-el-desarrollo-turistico-1/file.html#:~:text=Desarrollo%20Tur%C3%ADstico%20No.-,6990%20de%2015%20de%20julio%20d>
- Sistema Costarricense de información jurídica . (2001). *Ley de Simplificación y Eficiencia Tributarias N° 8114*. Obtenido de http://www.pgrweb.go.cr/SCIJ/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=46631&nValor3=99456&strTipM=TC
- Sistema Costarricense de Información Jurídica. (1955). *Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo N° 1917*. Obtenido de http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=5468&nValor3=81121&strTipM=TC
- Sistema Costarricense de Información Jurídica. (1985). *Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico N° 6990*. Obtenido de http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=1388&nValor3=1495&strTipM=TC
- Sistema Costarricense de información jurídica. (2008). *Ley de Fortalecimiento del Desarrollo de la Industria Turística Nacional N° 8694*. Obtenido de http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=65152&nValor3=76010&strTipM=TC
- Presidencia de la República Dominicana . (1962). *Ley Orgánica de turismo de la República Dominicana No. 541* . Obtenido de <https://www.dpp-mitur.gob.do/a/d/leyes/Ley-541-69-Ley-organica-Turismo.pdf>
- Secretaría de Estado de turismo. (2001). *Ley 158-01 del 9 de octubre del 2001 sobre fomento al desarrollo turístico para los polos de escaso desarrollo y nuevos polos en provincias y localidades de gran potencialidad, Modificada por Ley 184-02 del 23 de noviembre del 2002, y por la Ley 318-04* . Obtenido de http://www.sice.oas.org/Investment/NatLeg/RDM/L_DevTur_s.pdf

