

REGLAMENTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y USO DE LA MARCA PAÍS COSTA RICA

Decreto Ejecutivo No. 37669-RE-COMEX-TUR del 22 de marzo del 2013, publicado en La Gaceta No.91 del 14 de mayo del 2013. Reformado y adicionado por Decreto Ejecutivo No. 38356-RE-COMEX-TUR del 20 de marzo del 2014, publicado en La Gaceta No. 101 del 28 de mayo del 2014.

LA PRESIDENTA DE LA REPÚBLICA, EL MINISTRO DE RELACIONES EXTERIORES Y CULTO, LA MINISTRA DE COMERCIO EXTERIOR Y EL MINISTRO DE TURISMO

Con fundamento en los artículos 140 incisos 3), 18) y 20) y 146 de la Constitución Política; los artículos 25 inciso 1), 27 inciso 1), 28 inciso 2) acápite b) de la Ley General de Administración Pública, Ley No. 6227 del 02 de mayo de 1978; los artículos 2 y 8 de la Ley de Creación del Ministerio de Comercio Exterior y de la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, Ley No. 7638 del 30 de octubre de 1996; la Ley Orgánica del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, Ley No. 3008 del 18 de julio de 1962; los artículos 4 inciso c) y 5 inciso b) de la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo, Ley No. 1917 del 30 de julio de 1955; y

Considerando:

I.-Que ante la internacionalización de las economías, resulta prioritario articular una estrategia nacional que coordine esfuerzos, tanto del sector público como del privado, para optimizar la imagen de Costa Rica en el exterior, con el beneficio que de ello deriva para todos los sectores de la sociedad.

II.-Que el Plan Nacional de Desarrollo 2011-2014, "*María Teresa Obregón Zamora*", reconoce el papel esencial que cumple el fortalecimiento del sector turismo en su objetivo estratégico de fomentar la sostenibilidad del crecimiento de la producción nacional multisectorial, dado el extraordinario posicionamiento alcanzado por la marca destino Costa Rica, donde el elemento diferenciador de la marca se basa en el desarrollo turístico a partir de un visionario concepto de sostenibilidad en su sentido amplio (social, económico y cultural).

III.-Que Costa Rica cuenta con una marca destino desde hace dieciséis años basada en los objetivos del Plan Nacional de Turismo Sostenible para la promoción del país en los mercados internacionales, la cual dispone de una imagen positiva y se encuentra posicionada exitosamente como destino turístico en los mercados relevantes para el país.

IV.-Que desde la creación de la campaña “*Costa Rica, Sin Ingredientes Artificiales*”, la naturaleza ha prevalecido como el elemento “*sombrilla*” de las campañas publicitarias del Instituto Costarricense Turismo, enmarcando otros temas como la amabilidad de la gente, la variedad de productos y actividades, la riqueza de su biodiversidad, así como el compromiso con la sostenibilidad.

V.-Que la combinación de mensajes publicitarios y de comunicación, donde se utilizan elementos como la paz, la estabilidad política, social y económica del país, ha provocado que la marca de destino o turística de Costa Rica funcione de forma informal como una “*Marca País*”, incluso ha sido reconocida así, en estudios de marca, tal como sucedió en la edición 2012 del Country Brand Índice de Future Brand, índice que analiza y clasifica las marcas países, ubicándose en esa oportunidad a Costa Rica en el puesto 25 a nivel mundial y en el puesto 1 a nivel latinoamericano.

VI.-Que la marca destino actual contiene atributos que se apalancan con belleza natural y la amigabilidad con el medio ambiente principalmente, pero no incluye otros atributos relacionados con el sector exportador y el de inversión en el contexto actual y futuro del país.

VII.-Que resulta esencial para el Estado costarricense ejecutar acciones que lleven a la formulación, implementación y administración de una “*Marca País*” como una herramienta de competitividad, que permitan identificar a Costa Rica en el ámbito nacional e internacional, como un instrumento de promoción de las exportaciones, inversiones, así como del turismo receptivo.

VIII.-Que parte de la estrategia de promoción comercial de la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, se enfoca en la articulación de los diversos agentes relacionados con el comercio internacional, con el fin de propiciar el desarrollo de la “*Marca País*” y promover de manera integral los procesos de penetración de nuestra oferta exportable en los diversos mercados internacionales.

IX.-Que es necesario un proceso de concertación que permita al país homologar los elementos constitutivos de la marca Costa Rica, así como diseñar la política de acción comunicativa en estricto apego a los atributos promocionados por la marca destino, como son la naturaleza, la paz, la sostenibilidad, la estabilidad y la diversidad; y en el color verde como un activo de Costa Rica que la distingue mundialmente.

X.-Que es mediante una organización adecuada y una coordinación interinstitucional que incorpore aspectos turísticos, culturales, comerciales, sociales, ambientales, de educación y salud, científicos y tecnológicos, que se debe lograr el diseño y adopción de una “*Marca País*” capaz de potencializar la promoción y divulgación de los productos, servicios, ofertas, políticas de estado, bagaje cultural y ventajas competitivas del país que permitan su inserción internacional en los campos que se determinen como prioritarios para el desarrollo sostenible de Costa Rica.

XI.-Que con el interés de implementar el proceso anterior, resulta prioritaria la formalización del Comité de Marca País, a fin de que se constituya en un medio idóneo

para centralizar dichos esfuerzos, así como el dictado de las políticas de uso de la “*Marca País*” que se adopte. **Por tanto,**

DECRETAN:

CAPÍTULO I

Disposiciones Generales

Artículo 1º-Declaratoria de Interés Público. Se declara de interés público nacional las actividades que se realicen con motivo del diseño, promoción e implementación de la Marca País Costa Rica.

Artículo 2º-Objeto. El presente reglamento tiene por objeto establecer las disposiciones relacionadas con el uso de la Marca País Costa Rica, así como la creación del Comité de Marca País, determinar sus funciones y forma de organización.

Artículo 3º-¹Ámbito de aplicación. Las disposiciones contenidas en el presente reglamento son de cumplimiento obligatorio para todos los sujetos interesados en solicitar y obtener una licencia de uso de la Marca País Costa Rica, así como cualquier otra autorización especial.

Artículo 4º-Colaboración. Las dependencias del sector público y del sector privado, dentro del marco legal respectivo, podrán contribuir con recursos económicos en la medida de sus posibilidades y sin perjuicio del cumplimiento de sus propios objetivos, para la implementación y consolidación de la Marca País Costa Rica.

Artículo 5º-Definiciones. Para los efectos del presente Reglamento, se entiende por:

•**Comité de Marca País:** Órgano responsable de emitir las políticas y lineamientos de la Marca País.

•**Coordinador de la Unidad Técnica de Apoyo:** Funcionario miembro de la Unidad Técnica de Apoyo, encargado de ejecutar las acciones de coordinación y soporte administrativo del Comité de Marca País y de su Unidad Técnica de Apoyo.

•**Guía de tonos, maneras y mensajes:** Es el documento que normaliza las comunicaciones de la Marca País, con el fin de lograr la consistencia y homogeneidad necesarias para transmitir correctamente su propuesta de valor y la articulación de los mensajes en las audiencias prioritarias, lo que permitirá enfocar los esfuerzos en materia de comunicación de la marca más eficaz y eficientemente.

•**Libro de Marca:** Es un documento creado para respetar la imagen de la marca a través del tiempo y los interlocutores que necesariamente se vean involucrados en la representación de dicha imagen. Asimismo, establece las variables permitidas y no permitidas para el futuro uso de la marca.

¹ Así reformado por Decreto Ejecutivo No. 38356-RE-COMEX-TUR del 20 de marzo del 2014, publicado en La Gaceta No. 101 del 28 de mayo del 2014.

•**Licencia de Uso:** La autorización para el uso de la Marca País.

•**Licenciante:** El titular de la Marca País.

•**Licenciatario:** La persona física o jurídica que ha obtenido la licencia de uso de la Marca País.

•**Marca País:** Es la Marca País Costa Rica que se constituye en un instrumento estratégico y para la competitividad, mediante la cual se identifica al país, se sella la reputación, se sinergiza la promoción y se genera un posicionamiento diferenciador ante las audiencias externas e internas que favorecen el desarrollo de los sectores de exportación, inversiones y turismo.

•**Unidades Ejecutoras:** Entidades encargadas de realizar las acciones de inscripción y de licenciamiento de la Marca País.

•**Unidad Técnica de Apoyo:** Órgano de índole técnica que apoya las labores del Comité de Marca País e integrado por un funcionario de cada una de las entidades que lo conforman.

•**Uso en eventos:** ²Es el uso de la Marca País Costa Rica en eventos o actividades que son organizados, avalados o promovidos por una entidad del sector público o privado y que se caracterizan por ajustarse a los valores y objetivos de la Marca País.

CAPÍTULO II

Del Comité de Marca País

Artículo 6.-Creación del Comité de Marca País. Constitúyase el Comité de Marca País, como el órgano responsable de las actividades relativas al uso, diseño, promoción e implementación de la Marca País, en coordinación con el sector público y privado.

Artículo 7º-Integración del Comité de Marca País. El Comité de Marca País estará integrado por los siguientes miembros plenos, todos con derecho a voz y voto:

a) El Ministro de Comercio Exterior o su representante.

b) El Ministro de Relaciones Exteriores y Culto o su representante.

c) Podrá participar como miembro pleno el Presidente Ejecutivo del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) o su representante.

d) Podrá participar como miembro pleno el Gerente General de la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) o su representante.

²Así adicionado por Decreto Ejecutivo No. 38356-RE-COMEX-TUR del 20 de marzo del 2014, publicado en La Gaceta No. 101 del 28 de mayo del 2014.

e) Podrá participar como miembro pleno el Director General de la Asociación Costarricense de Iniciativas para el Desarrollo (CINDE) o su representante.

Artículo 8º-Funciones del Comité de Marca País. El Comité de Marca País tendrá las funciones que se indican a continuación:

a) Aprobar la Marca País, en coordinación con el sector público y privado, así como las políticas y las estrategias de la Marca País a nivel nacional e internacional.

b) Aprobar el plan de trabajo del Comité de Marca País, roles y responsabilidades concretas de cada entidad participante en la estrategia Imagen Marca País, de acuerdo a las competencias técnico legales y bajo principios de proporcionalidad y razonabilidad.

c) Emitir los lineamientos de uso de la Marca País.

d) Aprobar la estrategia de Marca País, libro de marca, guías de tonos, maneras y mensajes, valores y atributos de la marca y cualquier otro documento técnico que regule el uso de la Marca País. Tales documentos estarán disponibles en los sitios web de los entes que integran el Comité de Marca País y de las Unidades Ejecutoras.

e) Promover y establecer alianzas o convenios interinstitucionales con el sector privado y público, nacional e internacional, para lograr el fortalecimiento y posicionamiento de la Marca País.

f) Coordinar el plan de gastos para ejecutar el plan de trabajo de la estrategia Imagen Marca País.

g) Definir las fechas de las sesiones ordinarias del Comité de Marca País.

h) Autorizar nuevas Unidades Ejecutoras para el otorgamiento de licencias.

El Comité de Marca País, mediante acuerdo, podrá invitar y convocar a sus sesiones a representantes de otras entidades, instituciones u organizaciones públicas o privadas, cuya actividad tenga relación con las materias de su competencia y cuando su participación sea oportuna para analizar aspectos específicos.

Para el cumplimiento de sus objetivos, el Comité de Marca País podrá conformar comisiones o grupos de trabajo ad hoc que analicen y desarrollen temas específicos, pudiendo integrar en éstas a especialistas del sector público o privado, de acuerdo con el tema o materia a tratar.

Los miembros del Comité de Marca País no gozarán de dietas ni remuneraciones por concepto de su participación en el mismo.

Los miembros del Comité podrán utilizar la Marca País, siempre y cuando designen formalmente a un funcionario responsable de velar porque el uso de la marca se dé en estricto apego a los fines, valores y las especificaciones definidas por el Comité para

Marca País Costa Rica. Dicha designación será comunicada por el miembro respectivo al pleno del Comité.³

Artículo 9º-Organización. El Comité de Marca País elegirá por mayoría simple un presidente, vicepresidente y un secretario, entre sus integrantes, quienes ocuparán tales cargos por un período de un año y podrán ser reelectos por períodos sucesivos.

Artículo 10.-Sesiones.⁴El Comité de marca país sesionará ordinariamente una vez cada cuatro meses y extraordinariamente cuando sea convocado por su Presidente o bien, a solicitud de cualquiera de sus miembros, previa convocatoria del Presidente. El quórum para sesionar válidamente será el de mayoría absoluta de los miembros que integran el Comité. Los acuerdos se tomarán por mayoría simple de los representantes presentes.

Artículo 11.-Deberes y Obligaciones. Los miembros del Comité de Marca País tienen los deberes y obligaciones que se indican a continuación:

a) Asistir a las sesiones convocadas e intervenir en la discusión y toma de decisiones de forma objetiva e imparcial.

b) Remitir la información pertinente oportunamente a la Unidad Técnica de Apoyo, al Comité de Marca País o a las distintas entidades y organizaciones que los conforman cuando sea de su interés, con el objetivo de contar con la información necesaria antes de celebrar cada sesión.

Artículo 12.-De los recursos financieros. Para el desempeño de su cometido, el Comité de Marca País se apoyará en las capacidades operativas y administrativas existentes, los recursos presupuestarios y humanos disponibles en las entidades y organizaciones que la componen, en estricto apego a sus competencias legales y a sus independencias administrativas. Las acciones a ejecutar por el Comité de Marca País, la Unidad Técnica de Apoyo y sus Unidades Ejecutoras podrán además apoyarse en los recursos de otras entidades públicas o privadas que colaboraren con los objetivos del presente reglamento.

CAPÍTULO III

De la Unidad Técnica de Apoyo y las Unidades Ejecutoras

Artículo 13.-Unidad Técnica de Apoyo. El Comité de Marca País contará con una Unidad Técnica de Apoyo, integrada por un funcionario de cada una de las entidades que conforman el Comité.

³Así adicionado por Decreto Ejecutivo No. 38356-RE-COMEX-TUR del 20 de marzo del 2014, publicado en La Gaceta No. 101 del 28 de mayo del 2014.

⁴Así reformado por Decreto Ejecutivo No. 38356-RE-COMEX-TUR del 20 de marzo del 2014, publicado en La Gaceta No. 101 del 28 de mayo del 2014.

Artículo 14.-Organización. La Unidad Técnica de Apoyo elegirá por mayoría simple un coordinador, entre sus integrantes, quién ocupará tal cargo por un período de un año y podrá ser reelecto por períodos sucesivos.

Artículo 15.-Sesiones. La Unidad Técnica de Apoyo se reunirá ordinariamente como mínimo una vez al mes y extraordinariamente cuando sea necesario, previa convocatoria de su Coordinador.

El quórum para sesionar válidamente será el de mayoría absoluta de los miembros que integran la Unidad Técnica de Apoyo. Los acuerdos se tomarán por mayoría simple de los representantes presentes.

Mediante acuerdo de la Unidad Técnica de Apoyo, se podrá invitar y convocar a sus sesiones de trabajo a representantes de otras entidades, instituciones u organizaciones públicas o privadas, cuya actividad tenga relación con las materias de su competencia y cuando su participación sea oportuna para analizar aspectos específicos.

Para el cumplimiento de sus objetivos, la Unidad Técnica de Apoyo podrá conformar comisiones o grupos de trabajo ad hoc que analicen y desarrollen temas específicos, pudiendo integrar en éstas a especialistas del sector público o privado, de acuerdo con el tema o materia a tratar.

Los miembros de la Unidad Técnica de Apoyo no gozarán de dietas ni remuneraciones por concepto de su participación en la misma.

Artículo 16.-Funciones de la Unidad Técnica de Apoyo. Las funciones de la Unidad Técnica de Apoyo serán las siguientes:

- a) Diseñar y proponer al Comité de Marca País, en coordinación con el sector público y privado, las políticas, lineamientos de uso y la estrategia de la Marca País a nivel nacional e internacional.
- b) Elaborar y dar seguimiento a las acciones estratégicas específicas que permitan la implementación de una Marca País congruente y con denominadores comunes.
- c) Recomendar el plan de gastos para ejecutar el plan de trabajo de la estrategia Imagen Marca País coordinado por el Comité de Marca País.
- d) Proponer y coordinar los procedimientos que emitirán las Unidades Ejecutoras para el otorgamiento de las licencias aplicables al sector o área de su competencia legal.
- e) Coordinar con el sector público y privado las acciones de difusión de la Marca País.
- f) Coadyuvar en el desarrollo y ejecución con el sector público y privado, de acuerdo al marco legal vigente, de las acciones que sean necesarias para la debida implementación y buen funcionamiento de la Marca País.
- g) Recomendar los lineamientos aplicables para los patrocinios y cualquier otro mecanismo utilizado para financiamiento requerido para la promoción y posicionamiento de la Marca País.

h) ⁵Autorizar el uso de la Marca País en los eventos o actividades que son organizados, avalados o promovidos por una entidad del sector público o privado, tales como, pero no limitado a: ferias, talleres, conferencias, seminarios, actividades culturales, eventos deportivos y actividades artísticas.

El uso en eventos será procedente siempre y cuando la actividad se ajuste a los valores, atributos y objetivos de la Marca País.

La vigencia de la autorización especial que otorguen las Unidades Ejecutoras para el uso en eventos estará limitada al desarrollo exclusivo de la actividad o evento.

Tratándose del uso de la Marca País en eventos o actividades realizados por las entidades y órganos que formen parte del Comité no se requerirá de autorización expresa para dicho uso.”

Artículo 17.-Deberes y Obligaciones. Los miembros de la Unidad Técnica de Apoyo tienen los deberes y obligaciones que se indican a continuación:

a) Asistir a las sesiones convocadas e intervenir en la discusión y toma de decisiones de forma objetiva e imparcial.

b) Remitir sus informes al Coordinador, con el objetivo de contar con la información necesaria antes de que se celebre cada sesión del Comité de Marca País o de la Unidad Técnica de Apoyo.

c) Colaborar y participar en las subcomisiones o los grupos de trabajo, que de conformidad con las áreas de sus respectivas competencias se establezcan en el seno del Comité de Marca País.

Artículo 18.-Funciones del Coordinador de la Unidad Técnica de Apoyo. El Coordinador de la Unidad Técnica de Apoyo tendrá las siguientes funciones:

a) Comunicar la convocatoria a las sesiones del Comité de Marca País y de la Unidad Técnica de Apoyo.

b) Preparar la agenda de los asuntos de cada sesión del Comité de Marca País y de la Unidad Técnica de Apoyo y las actas respectivas.

c) Llevar el registro de asistencia de las sesiones del Comité de Marca País y de la Unidad Técnica de Apoyo.

d) Participar en las sesiones del Comité de Marca País con derecho a voz pero sin voto.

e) Solicitar y velar porque las entidades y organizaciones brinden la información requerida para cada sesión por el Comité de Marca País y por la Unidad Técnica de Apoyo.

⁵ Así adicionado este inciso por Decreto Ejecutivo No. 38356-RE-COMEX-TUR del 20 de marzo del 2014, publicado en La Gaceta No. 101 del 28 de mayo del 2014.

- f) Coordinar la recepción de información solicitada a los integrantes del Comité de Marca País y de la Unidad Técnica de Apoyo para cada sesión.
- g) Recopilar, ordenar, custodiar las actas, resguardar y sistematizar la documentación relativa a la labor del Comité de Marca País y de la Unidad Técnica de Apoyo.
- h) Dar apoyo administrativo y logístico al Comité de Marca País y a la Unidad Técnica de Apoyo.
- i) Cualquiera otra solicitada por el Comité de Marca País o por la Unidad Técnica de Apoyo.

Artículo 19.-Unidades Ejecutoras. Las Unidades Ejecutoras para la implementación, promoción y ejecución de la Marca País serán los siguientes:

- a) El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) para temas relacionados con Turismo.
- b) La Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) para los temas relacionados con exportaciones y atracción de inversiones.

Dichas Unidades Ejecutoras serán las encargadas de realizar el trámite de inscripción de la Marca País en los registros correspondientes bajo la figura de la cotitularidad.

Artículo 20.-Funciones de las Unidades Ejecutoras. Las Unidades Ejecutoras tendrán las funciones que se indican a continuación:

- a) Otorgar, renovar y revocar las licencias de la Marca País.
- b) Para el otorgamiento y renovación de las licencias, las Unidades Ejecutoras podrán solicitar recomendaciones técnicas de entidades públicas o privadas relacionadas con el área o sector de su competencia.
- c) Administración y control de las licencias de uso de la Marca País.
- d) Implementar las estrategias, lineamientos y acciones sustantivas de la Marca País de acuerdo a sus competencias.
- e) Gestionar los recursos para la promoción, implementación y ejecución de la Marca País, de acuerdo con las posibilidades presupuestarias de la entidad.
- f) Emitir los procedimientos de otorgamiento de las licencias de uso de la Marca País, aplicables al sector o área de su competencia legal, en coordinación con el Comité de Marca País.

CAPÍTULO IV

Disposiciones finales

Artículo 21.-Disposiciones finales. En lo no dispuesto en el presente reglamento se aplicará lo señalado por la Ley General de la Administración Pública, Ley No. 6227 del 02 de mayo de 1978; en relación con el funcionamiento de los órganos colegiados.

Artículo 22. Vigencia. El presente reglamento rige a partir de su publicación en el Diario Oficial *La Gaceta*.

Dado en la Presidencia de la República.- San José, a los veintidós días del mes de marzo del dos mil trece.

LAURA CHINCHILLA MIRANDA.-El Ministro a. í. de Relaciones Exteriores y Culto, Luis Fernando Salazar Alvarado; la Ministra de Comercio Exterior, Anabel González Campabadal y el Ministro de Turismo, Allan René Flores Moya.-1 vez.-O. C. N° 18381.-Sol. No. 64416.-C-184240.-(D37669-IN2013028375).