

La Uruca, San José, Costa Rica, martes 25 de mayo del 2021

AÑO CXLIII

Nº 99

76 páginas



Usted

tiene varias opciones
para presentar su opinión

Total confidencialidad

Contáctenos



2290-8516
2296-9570 ext. 140



www.imprentanacional.go.cr/contactenos/contraloria_servicios



Whatsapp 8598-3099



Buzones en nuestras oficinas
en la Uruca y en Curridabat



contraloria@imprenta.go.cr



Horario de 8 a.m. a 4 p.m.

3. Conclusiones

Se concluye con base en lo arriba expuesto lo siguiente:

- a. Rectificar de oficio el error material detectado en el nombre del fraccionamiento San José-Santiago del Monte del ramal Santiago del Monte-San José (No va a Tres Ríos) y en los fraccionamientos del ramal San José-San Diego de Tres Ríos-Santiago del Monte con sus respectivas tarifas (derivadas del citado ajuste tarifario) de la ruta 303 que se omitieron incluir en el Por Tanto I de la resolución RE-0025-IT-2021 de las 10:00 horas del 27 de abril de 2021 según lo indicado en la sección 2.

(...)"

II.—Conforme con los resultandos y considerandos que preceden y de acuerdo con el mérito de los autos, lo procedente es realizar la corrección del error material de los fraccionamientos de la ruta 303 en la resolución citada, tal y como se dispone. **Por tanto,**

Fundamentado en las facultades conferidas en la Ley de la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos (Ley 7593 y sus reformas), en el Decreto Ejecutivo 29732-MP, Reglamento a la Ley 7593, en la Ley General de la Administración Pública, (Ley 6227), el Reglamento Interno de Organización y Funciones de la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos y sus Órganos Desconcentrados (RIOF).

EL INTENDENTE DE TRANSPORTE

RESUELVE:

I.—Acoger el informe IN-0113-IT-2021 del 20 de mayo de 2021 y rectificar de oficio el error material detectado en la resolución RE-0025-IT-2021 dictada a las 10:00 horas del 27 de abril de 2021 por la Intendencia de Transporte, únicamente en lo concerniente a los fraccionamientos tarifarios de la ruta 303, **para que se lean correctamente** de la siguiente manera:

Código de ruta	Nombre de la ruta	Nombre del fraccionamiento	Tarifa Regular (€)	Tarifa Adulto Mayor (€)
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	SAN JOSÉ-SANTIAGO DEL MONTE	385	0
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	SAN JOSÉ-SAN DIEGO DE LA UNIÓN	385	0
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	SAN JOSÉ-TRES RÍOS	385	0
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	TRES RÍOS-SANTIAGO DEL MONTE	270	0
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	SAN JOSÉ-SANTIAGO DEL MONTE	385	0
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	SAN JOSÉ-SAN DIEGO DE LA UNIÓN	385	0
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	SAN JOSÉ-CALLE MESEN	385	0
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	SAN JOSÉ-SAN DIEGO DE LA UNIÓN	385	0
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	SAN JOSÉ-TRES RÍOS	385	0
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	TRES RÍOS-CALLE MESEN	270	0
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	SAN JOSÉ-CALLE MESEN	385	0
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	SAN JOSÉ-SAN DIEGO DE LA UNIÓN	385	0
303	SAN DIEGO DE TRES RIOS – EL MONTE – CALLE MESEN – RIO AZUL	SAN JOSÉ-SANTIAGO DEL MONTE	385	0

II.—Mantener en todo los demás lo resuelto en la resolución RE-0025-IT-2021 dictado a las 10:00 horas del 27 de abril de 2021 por la Intendencia de Transporte.

Notifíquese, comuníquese y publíquese.

MGP. Edward Araya Rodríguez, Intendente de Transporte.—1 vez.—
O. C. N° 082202110380.—Solicitud N° 269555.— (IN2021552106).

AVISOS

ASOCIACIÓN CENTRO DE ADORACIÓN SHEKINA

La Asociación Centro de Adoración Shekina, Cóbano de Puntarenas, con cédula Jurídica 3-002-679437 y Wilmer Centeno Cruz, representante legal, portador de la cédula de identidad número 8- 0122-0629, comunica el extravío de los libros de Actas de Asamblea General, Órgano Directivo, Registro de Asociados, Diario, Mayor, Inventario y Balances, todos tomo 1 y **no como por error** se indicó en La Gaceta N° 94 del martes 18 de mayo del 2021.—San José, 21 de mayo de 2021.—Lic. Gabriel Isaac Zelaya López, Notario.—1 vez.—(IN2021552304).

PODER LEGISLATIVO

PROYECTOS

PROYECTO DE LEY

LEY PARA EL PATROCINIO DEL DEPORTE NACIONAL

Expediente N.º22.498

ASAMBLEA LEGISLATIVA:

El presente proyecto busca la posibilidad de contar con ingresos de uno de los sectores con más interés de inversión publicitaria en estos momentos de dificultades económicas para el deporte nacional en general, donde las ayudas públicas están desapareciendo, pero los costos de la seguridad social pesan mucho sobre la planilla y la competitividad de nuestros deportistas, se busca una reactivación económica que beneficie no solo a los deportes más mediáticos, sino que abarque todas las disciplinas.

El artículo 12 de la Ley de Regulación y Comercialización de Bebidas de Contenido Alcohólico no solamente es un artículo de imposible cumplimiento, por no poder impedir que se muestren vallas de licores en los estadios, en las transmisiones de los partidos internacionales, ni tampoco que se muestren logotipos de licores en las camisetas de los jugadores en partidos internacionales que se transmiten en el país, sino que es totalmente injusto que mientras se prohíbe aquí la publicidad de las bebidas con contenido alcohólico en eventos deportivos, igual lo estamos viendo a diario en la televisión nacional, en eventos internacionales, transmitidos tanto por la televisión nacional (canales 6 y 7 como por la televisión por cable, que nos traen las ligas de México, Estados Unidos, Sur América y Europa.

La globalización y el desarrollo de las comunicaciones nos han conectado con todo el mundo como si fueran parte de nuestro propio barrio. Los ticos seguimos las grandes competencias europeas y a los principales equipos del mundo. Además, gran cantidad de deportistas costarricenses figuran fuera de nuestras fronteras.

Grandes eventos deportivos mundiales son patrocinados por bebidas con contenido alcohólico. Los mundiales de fútbol son patrocinados por la cerveza Budweiser. La Liga de Campeones de Europa es financiada por la cerveza Heineken. La cerveza danesa Carlsberg ha patrocinado la Premier League de Inglaterra. El licor italiano Aperol Spritz patrocina el equipo Manchester United uno de los más importantes de Inglaterra.

En Estados Unidos la cerveza Budweiser es patrocinador oficial del béisbol. La cerveza Bud Light es el patrocinador oficial de la Liga de Fútbol Americano y bebidas fuertes como el ron Bacardí, el vodka Ciroc y el Baileys patrocinan las ligas de baloncesto profesional. Nada de eso implica que la afición haya aumentado el consumo por ver publicidad de licores durante los partidos.

La cerveza Tecate tiene contratos con la cadena de televisión ESPN para ser el patrocinador oficial en las transmisiones en español e inglés de sus programas de boxeo en línea, en televisión y en radio, que llegan hasta Costa Rica.

En México y Estados Unidos las cervezas Tecate y Corona han levantado el boxeo, patrocinando veladas y boxeadores. Sus logotipos se pueden ver en el piso del ring, en los encordados, en anuncios, en las pantalonetas de los púgiles y en la ropa de las muchachas que anuncian los rounds.

Todo eso podemos verlo semana a semana en Costa Rica a través de empresas de televisión por cable, como Sky, ESPN, Fox Sports, los canales Golden, Space, TyC Sports y TDN, entre otros, en los hogares, bares deportivos y restaurantes del país.

En el resto de América la cerveza Quilmes patrocina varios equipos de fútbol y a la selección nacional de Argentina, así como Licores del Valle y las cervezas Águila, Pilsen, Póker, Costeña y Leona han patrocinado equipos en Colombia. La cerveza Cristal patrocina la selección nacional de fútbol de Chile y a varios equipos.

Por los canales nacionales y la televisión por cable vemos los partidos de las grandes copas de Europa, así como de las ligas inglesa, italiana y de otras partes de Europa, Estados Unidos, México y Suramérica y aunque aquí se prohíbe el patrocinio de las bebidas con contenido alcohólico al deporte, igual lo estamos viendo presente en los estadios, a través de esas transmisiones.

Lo mismo sucede con la transmisión de las grandes veladas boxísticas desde Las Vegas o desde California, México y otros lugares, donde la publicidad de licor se ve en todos los rincones del escenario boxístico. Basta con encender el televisor para que el aficionado costarricense vea publicidad de licores asociada al deporte en cualquier parte del mundo.

Debemos terminar con la doble moral de poseer una fábrica de licores que se beneficia de los espectáculos deportivos para aumentar sus ventas, pero que prohíbe su apoyo al deporte. El Estado alega no tener fondos para impulsar disciplinas deportivas, pero no permite tampoco que aquellos que sí tienen recursos económicos para hacerlo, y que se benefician directamente de ellas por el posicionamiento de sus marcas, lo hagan.

El boxeo podría beneficiarse directamente del financiamiento por parte de empresas licoreras. En este momento está casi en punto muerto, trabajando con las uñas, porque montar una velada representa una gran inversión, muy riesgosa, por el escaso patrocinio que hay y el alto costo de una preparación de élite que se necesita para que los boxeadores logren resultados importantes.

Tenerlos entrenando a tiempo completo, con máquinas, guantes, zapatos, pantalonetas, nutricionista, médico, entrenadores extranjeros y campamentos fuera del país, implica una gran erogación que no muchos empresarios están dispuestos ni en capacidad de hacer por su cuenta.

La normativa actual respecto al patrocinio de bebidas con contenido alcohólico al deporte es de imposible cumplimiento, pues, aunque aquí la ley prohíbe marcas de licores en los uniformes deportivos, vemos que vienen equipos como el América de México o el Pachuca con el logotipo de la cerveza Corona en su espalda y juegan en los estadios ticos como si nada.

No podemos exigirles a esos equipos que traigan uniformes alternativos, sin los logotipos de las marcas que los patrocinan. Las cervezas Tecate, Corona, Sol y Carta Blanca patrocinan equipos de fútbol de la liga mexicana. Nos enfrentamos a verdaderas maquinarias económicas.

Asimismo, en las tiendas deportivas de nuestro país se venden camisetas de equipos extranjeros, que son patrocinados por bebidas alcohólicas y muestran sus logotipos en los uniformes sin ninguna restricción. Basta caminar por las calles de San José para ver decenas de aficionados luciendo camisetas de sus equipos favoritos, con logotipos de marcas de licores. Es totalmente injustificado que se siga prohibiendo el patrocinio de bebidas con contenido alcohólico al deporte, cuando estamos inmersos en un universo globalizado, del cual somos parte y testigos.

Es contradictorio que, aunque prohibimos la publicidad de licores en el deporte en las corridas de toros de fin de año en Zapote, donde asisten miles de personas y son a la vez transmitidas por todos los canales de televisión, vemos los logotipos de las cervezas nacionales y del guaro Cacique, así como a los toreros improvisados vistiendo camisetas con nombres y logotipos de empresas licoreras. Y es el mismo público que asiste a las corridas de toros, o las mira por televisión, el que va a los estadios o ve los partidos por la televisión también.

Mientras la ley prohíbe al deporte beneficiarse del patrocinio de bebidas con contenido alcohólico, se permite que las tradicionales fiestas de Palmares sean patrocinadas por todo tipo de licores, donde ya es famoso el Festival Imperial, con enormes escenarios para conciertos de artistas internacionales, donde se despliegan enormes mantas con el logotipo de Imperial, así como grandes latas de cerveza, inflables, que decoran el escenario, lo mismo que mega bares como la barra imperial, con capacidad para 3.000 personas. Todas las actividades de las fiestas de Palmares, como el tope y los conciertos, son transmitidos por televisión, donde todo el país puede apreciar el despliegue de las marcas vinculadas al alcohol. Somos un país tan pequeño que es necio ignorar que la misma gente que va a las fiestas populares de fin de año en el redondel de Zapote y a las fiestas de Palmares son las mismas que van a los estadios a ver los eventos deportivos.

Aunque en Costa Rica se prohíbe el patrocinio del licor al deporte vemos como los jugadores llamados “legionarios”, que militan en el extranjero, lucen en sus camisetas los nombres de los licores que patrocinan sus equipos y no por eso se convierten en borrachos ni alcohólicos, sino que, por el contrario, eso les permite practicar un deporte de alto nivel y devengar jugosos salarios.

Permitamos, entonces, que el deporte tenga un nuevo impulso, con el patrocinio de aquellos que son los mayores beneficiados económicamente del avance de nuestros atletas. Dejémoslos de mojígaterías, de doble moral y soltemos las amarras, para que Costa Rica se integre de lleno al complejo mundo deportivo global.

Hay clubes de fútbol nacional que se han declarado en quiebra, que es incapaz económicamente de pagar las cuotas de la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), ni de pagar salarios a sus jugadores y cuerpo técnico.

Un mejor patrocinio significará que los jugadores no tengan que estar haciendo rifas, ni bailes para conseguir el dinero de sus salarios, ni tener que trabajar en un segundo empleo porque el deporte no les alcanza para vivir. Implicará, además, mejores instalaciones para la práctica del deporte y la contratación de buenos entrenadores que levanten el deporte en general.

La entrada en vigencia de esta propuesta sería una alternativa para que esas instituciones puedan recurrir a este tipo de financiamiento, disminuir la morosidad de los equipos de fútbol con las distintas instituciones, construir y mejorar las instalaciones deportivas, contratar mejores entrenadores, pagar mejores salarios, sin atrasos a los atletas, poder realizar mejores y mayores campamentos y pretemporadas fuera del país, y ver surgir más estrellas en todos los deportes. Mejores escuelas deportivas permitirán que más muchachos practiquen deporte, lo que los mantendrá alejados de los vicios y los problemas con pandillas, convirtiéndose además en modelos a seguir.

Con los montos que se destinarán al Instituto Costarricense del Deporte y la Recreación (Icoder) se podrá contar con presupuesto para recuperar muchos espacios públicos que hoy día se encuentran abandonados, contar con nueva infraestructura para que nuestros atletas inicien desde tempranas edades la práctica de diferentes disciplinas deportivas, se mantengan alejados de los vicios.

Con este proyecto de ley se pretende también crear un Fondo Nacional para el Financiamiento de los Deportes de Alto Rendimiento, que sirva como instrumento de administración de los recursos destinados a financiar a los deportistas de alto rendimiento, generando así recursos para que sean destinados exclusivamente para la adquisición, contratación de bienes y servicios destinados al equipamiento y logística de los deportistas que participen en el ciclo olímpico.

Esta iniciativa de ley ya fue presentada anteriormente, tramitada bajo el expediente 21.663, el mismo fue sometido a una consulta facultativa de constitucionalidad, en dicha consulta se conoció un error de procedimiento legislativo. Sin embargo, la importancia de este tipo de iniciativas es de vital importancia y suma necesidad para la reactivación económica del país y para el sector deportivo, por lo que no se puede permitir no avanzar en el tema, es por esa razón que presento nuevamente este proyecto de ley.