



**Instituto Tecnológico de Costa Rica**

**Carrera de Gestión de Turismo Rural Sostenible**

**Proyecto de de Graduación para optar por el grado de Bachiller en Gestión  
de Turismo Rural Sostenible**

**Recomendaciones específicas para las Micro-Empresas turísticas de  
hospedaje de la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada, para la  
obtención del certificado de sostenibilidad Turística (CST) del Instituto  
Costarricense de Turismo (ICT), tomando en cuenta las limitaciones de  
estas micro-empresas para la obtención de la Certificación de  
Sostenibilidad.**

**Elaborado por: Miguel Ángel García González.**

**Profesor o Profesora Asesora: Lic. Vanessa Carvajal Alfaro.**

**San Carlos, Noviembre 2009.**

## **Resumen**

El presente trabajo se enfocó en determinar la sostenibilidad de las dos microempresas de hospedaje de la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada, Sostenibilidad, con el fin de optar por el Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), el cual podría ser usado como un medio extra en el mercadeo y ahorro monetario, generando así una mayor visitación y la rentabilidad de las empresas.

Para la elaboración de este documento se realizó un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), también se realizaron fichas técnicas, las cuales permitieron reunir información general de las empresas. Se elaboraron tablas basadas en la actual Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística para Empresas de Hospedaje, con el fin de medir la sostenibilidad de las micro empresas en los diferentes ámbitos establecidos en la norma. Se procedió a la elaboración de un cuadro con las debilidades y fortalezas de las empresas en la obtención del certificado, lo cual en conjunto con las tablas permitieron hacer recomendaciones enfocadas en los principales problemas de las dos micro empresas en la obtención del CST.

### **Palabras Clave:**

CST, ICT, Sostenibilidad, Turismo Rural, Cabinas, Micro empresas

## **Abstract**

This study was focused on determining the sustainability of two micro hosting companies located in San Vicente, Ciudad Quesada, which would have like intention to opt for the Certification of Sustainable Tourism (CST), which could be used as mean of extra marketing and monetary saving, in which generates a higher visitation and profitability to the micro hosting companies.

For the development of this document were performed a SWOT analysis (Strength, Weaknesses, Opportunities and Threats), also were performed some made-cards to collect general information about the two micro hosting companies. Some tables chart were developed based on the current standard of Certification for Sustainable Tourism for hosting companies, which would have the purpose of measure the current sustainability of the micro hosting companies in different aspects establish on the standard. Then the document proceeds for the development of a chart about the strength and weaknesses of the micro hosting companies to get the CST, which together with the table charts generated good bases to give acceptable recommendations focused in the main troubles of these companies to get the CST.

### **Key Word:**

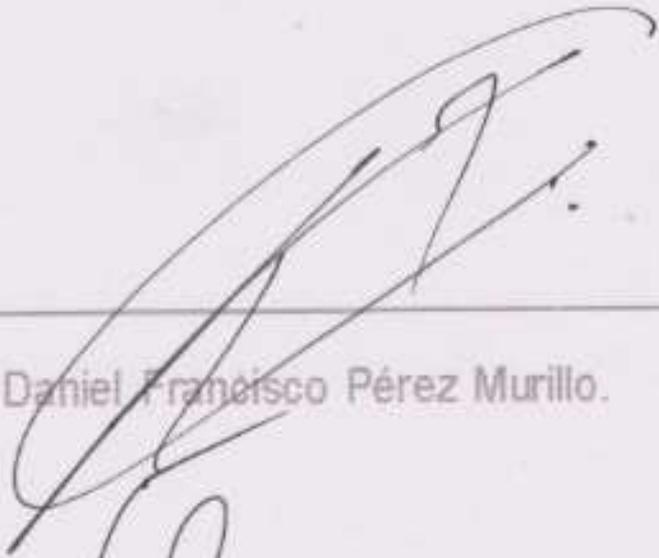
CST, ICT,Sustainability, Rural Tourism, Cabins, Micro companies.

Comité Asesor

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Vanessa Carvajal Alfaro', written over a horizontal line.

Lic. Vanessa Carvajal Alfaro.

**Jurado**



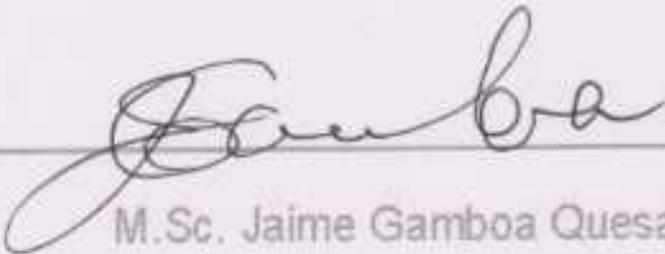
---

MBA. Daniel Francisco Pérez Murillo.



---

Lic. Luis Alban Arias Sosa.



---

M.Sc. Jaime Gamboa Quesada.

## **Agradecimiento**

Quiero agradecer a los micro empresarios Guillermo Varela y Luz Esquivel por su grata ayuda, su disponibilidad y por permitirme realizar este estudio en sus empresas.

Agradezco a Francisco Céspedes, Daniel Pérez y al ITCR, por su apoyo durante estos 2 años de formación, los cuales me han brindado conocimientos que me serán de mucha utilidad en el futuro.

El mayor agradecimiento es para mi familia, que siempre ha sido mi soporte y siempre me ha alentado a seguir adelante aunque las cosas parezcan muy difíciles.

Gracias a todos ustedes.

### **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mi madre Adela González Rueda y a mi padrastro Claudio Varela Herrera que siempre me han apoyado durante toda mi vida y me siguen motivando para seguir creciendo profesionalmente

### Aclaratoria

Este documento se utiliza de manera general en cuanto a la categoría gramatical correspondiente al masculino, con el único objetivo de agilizar su lectura. No obedece por tanto, a ningún tipo de discriminación de género ni mucho menos.

## Índice

### Tabla de Contenidos.

<b>Capitulo I Introducción.</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Presentación, Origen y Secuencia.</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Antecedentes de la Región Huertar Norte.</b> .....	<b>7</b>
<b>1.3 Antecedentes de las Empresas.</b> .....	<b>13</b>
<b>1.4 Antecedentes del estudio.</b> .....	<b>15</b>
<b>1.5 Planteo del Problema.</b> .....	<b>18</b>
<b>1.6 Justificación.</b> .....	<b>19</b>
<b>1.7 Objetivos.</b> .....	<b>21</b>
<b>Objetivo General</b> .....	<b>21</b>
<b>Objetivos específicos</b> .....	<b>21</b>
<b>1.8 Alcances y Limitaciones del proyecto.</b> .....	<b>23</b>
<b>Capitulo II. Marco Teórico</b> .....	<b>24</b>
<b>2.1 Antecedentes Teóricos del estudio</b> .....	<b>24</b>
<b>2.2 Marco Conceptual.</b> .....	<b>29</b>
<b>2.2.1 Turismo.</b> .....	<b>29</b>
<b>2.2.2 Turista o Visitante que Pernocta.</b> .....	<b>29</b>
<b>2.2.3 Turismo rural.</b> .....	<b>30</b>
<b>2.2.4 Comunidad.</b> .....	<b>30</b>
<b>2.2.5 PYMES.</b> .....	<b>31</b>
<b>2.2.5.1 Mediana empresa.</b> .....	<b>31</b>
<b>2.2.5.2 Pequeña empresa.</b> .....	<b>31</b>
<b>2.2.5.3 Micro empresas.</b> .....	<b>32</b>
<b>2.2.6 Organizaciones no Gubernamentales (ONG).</b> .....	<b>32</b>
<b>2.2.7 Cabinas.</b> .....	<b>32</b>
<b>2.2.8 Administración.</b> .....	<b>33</b>
<b>2.2.8.1 Gestión.</b> .....	<b>33</b>
<b>2.2.8.2 Plan estratégico.</b> .....	<b>33</b>

2.2.8.3 Proceso administrativo.....	34
2.2.9 Incentivos.....	34
2.2.10 Ley 7600 de igualdad de oportunidades.....	35
2.2.11 Igualdad de oportunidades.....	35
2.2.12 CST.....	35
2.2.12.1 Ámbito Físico biológico.....	36
2.2.12.2 Ámbito Planta de Servicio.....	36
2.2.12.3 Ámbito Cliente externo.....	36
2.2.12.4 Ámbito Socioeconómico.....	36
2.2.13 Sostenibilidad Turística.....	36
2.2.14 Impacto ambiental.....	37
2.2.15 Carbono neutral.....	37
2.2.15.1 Cambio Climatico.....	38
2.2.15.2 Efecto invernadero.....	38
2.2.15.3 Energias alternativas.....	38
2.2.16 Habidad.....	39
2.2.17 Mitigar.....	39
2.2.18 Recursos naturales.....	39
2.2.19 Biodegradable.....	40
2.2.20 Bio plaguicidas.....	40
2.2.21 Residuos.....	40
2.2.22 Agua residual.....	41
2.2.23 Plantas de tratamiento.....	41
2.2.24 Patrimonio.....	41
2.2.24.1 Patrimonio tangible.....	41
2.2.24.2 Patrimonio intangible.....	42
2.2.24. 3 Patrimonio natural.....	42
2.2.24.4 Patrimonio tangible mueble.....	43
2.2.25 Áreas silvestres protegidas.....	44
2.3 Relaciones conceptuales para abordar el problema.....	48

<b>Capitulo III-Metodología.....</b>	<b>50</b>
<b>Etaapa 1: Análisis FODA.....</b>	<b>52</b>
<b>Etaapa II. Recolección de datos y Aplicación de la Norma de Certificación para la Sostenibilidad Turística para establecimientos de Hospedaje. ..</b>	<b>53</b>
<b>Etaapa III. Tabulación en Hojas de Excel y Cuadro de de Fortalezas y debilidades de las empresas en cuanto a la Norma aplicada.....</b>	<b>56</b>
<b>Capitulo IV. Resultados .....</b>	<b>58</b>
<b>4.1 Resultados .....</b>	<b>58</b>
<b>4.2 Aplicación de Fichas Técnicas .....</b>	<b>63</b>
<b>4.3 Aplicación de la Norma de Sostenibilidad Turística para Empresas de Hospedaje. ....</b>	<b>65</b>
<b>Fortalezas y debilidades de las empresas en la obtención del CST. ....</b>	<b>88</b>
<b>4.5 Discusión de resultados .....</b>	<b>90</b>
<b>Capitulo V. Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>93</b>
<b>5.1 Conclusiones .....</b>	<b>93</b>
<b>5.2 Recomendaciones. ....</b>	<b>95</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>99</b>

### **Índice de Tablas**

Tabla 1. <b>Ámbito Físico Biológico.....</b>	<b>66</b>
Tabla 2. <b>Ámbito Físico Biológico.....</b>	<b>68</b>
Tabla 3. <b>Ámbito Físico Biológico.....</b>	<b>71</b>
Tabla 4. <b>Ámbito Planta de Servicio.....</b>	<b>74</b>
Tabla 5. <b>Ámbito Planta de Servicio .....</b>	<b>76</b>
Tabla 6. <b>Ámbito Cliente Externo.....</b>	<b>79</b>
Tabla 7. <b>Ámbito Socioeconómico.....</b>	<b>83</b>
Tabla 8. <b>Ámbito Socioeconómico.....</b>	<b>85</b>

## Índice de Figuras

Figura 1. Actividades realizadas en el periodo 2006-2008, por los turistas y porcentaje con que se realizan. ....	2
Figura 2. Ingresos por medio del turismo vs otras actividades.....	15
Figura 3. Localización de la comunidad de San Vicente.....	50
Figura 4. Valor en puntos, obtenidos por las dos micro empresas en los descriptores del Ámbito Físico Biológico (Puntaje máximo del ámbito: 142 puntos).....	73
Figura 5. Valor Porcentual obtenido por las dos micro empresas en el Ámbito Físico Biológico.....	73
Figura 6. Valor en puntos obtenidos por las dos micro empresas en los descriptores del Ámbito Planta de Servicio (Puntaje máximo del ámbito: 90 puntos).....	78
Figura 7. Valor Porcentual obtenido por las dos micro empresas en el Ámbito Planta Externa.....	79
Figura 8. Valor en puntos obtenidos por las dos micro empresas en los descriptores del Ámbito Planta de Servicio (Puntaje máximo del ámbito: 46 puntos).....	82
Figura 9. Valor Porcentual obtenido por las dos micro empresas en el Ámbito Cliente Externo.....	82
Figura 10. Valor en puntos obtenidos por las dos micro empresas en los descriptores del Ámbito Socioeconómico (Puntaje máximo del ámbito: 111 puntos).....	87
Figura 11. Valor Porcentual obtenido por las dos micro empresas en el Ámbito Socioeconómico.....	87

## Índice de Cuadros

Cuadro 1. Pequeñas y Micro Empresas de las Llanuras del Norte con CST. ...	25
Cuadro 2. Leyes vigentes acatadas por el ICT en el proceso de Certificación de Sostenibilidad Turística. ....	44
Cuadro 3. Desarrollo de la metodología.....	52
Cuadro 4. Visitas de campo para recolección de datos, objetivos y producto que se espera de esta.....	53
Cuadro 5. Categorización con respecto al CST. ....	54

Cuadro 6. Aplicación del Análisis FODA a la micro empresa Finca La Milagrosa.	59
Cuadro 7. Aplicación del Análisis FODA a la micro empresa Cabinas Familiares San Vicente.	61
Cuadro 8. Ficha Técnica de Cabina Finca la Milagrosa.	63
Cuadro 9. Ficha Técnica de Cabinas Familiares San Vicente.	64
Cuadro 10. Fortalezas y debilidades de las dos micro empresas de hospedaje en la obtención de CST.	88

### **Índice de Apéndices**

Apéndice 1	106
Apéndice 2	106

### **Índice de Anexos**

Anexo 1	108
Anexo 2	109
Anexo 3	110
Anexo 4	111
Anexo 5	112
Anexo 6	113
Anexo 7	114
Anexo 8	115
Anexo 9	116
Anexo 10	118
Anexo 11	118
Anexo 12	119
Anexo 13	120
Anexo 14	121
Anexo 15	121
Anexo 16	122
Anexo 17	122
Anexo 18	123
Anexo 19	124
Anexo 20	125
Anexo 21	126
Anexo 22	127

Anexo 23 .....	128
Anexo 24 .....	129
Anexo 25 .....	130
Anexo 26 .....	131
Anexo 27 .....	132
Anexo 28 .....	133
Anexo 29 .....	134
Anexo 30 .....	135
Anexo 31 .....	136
Anexo 32 .....	137
Anexo 33 .....	138
Anexo 34 .....	138
Anexo 35 .....	139
Anexo 36 .....	140
Anexo 37 .....	141
Anexo 38 .....	142
Anexo 39 .....	143
Anexo 40 .....	144
Anexo 41 .....	145
Anexo 42 .....	146
Anexo 43 .....	147
Anexo 44 .....	148
Anexo 45 .....	149
Anexo 46 .....	150
Anexo 47 .....	151
Anexo 48 .....	152
Anexo 49 .....	153
Anexo 50 .....	153
Anexo 51 .....	154
Anexo 52 .....	155
Anexo 53 .....	156
Anexo 54 .....	157
Anexo 55 .....	158
Anexo 56 .....	160
Anexo 57 .....	161
Anexo 58 .....	163
Anexo 59 .....	164
Anexo 60 .....	165
Anexo 61 .....	166

Anexo 62.....	166
Anexo 63.....	168
Anexo 64.....	169
Anexo 65.....	171
Anexo 66.....	172
Anexo 67.....	174
Anexo 68.....	175
Anexo 69.....	176
Anexo 70.....	177
Anexo 71.....	179
Anexo 72.....	181
Anexo 73.....	183

## **Capítulo I Introducción.**

### **1.1 Presentación, Origen y Secuencia.**

Costa Rica es un país privilegiado con respecto a biodiversidad debido a que con solo 51.000 km cuadrados de territorio terrestre y 589.000 km cuadrados de territorio marino, este posee un 4% de la biodiversidad del planeta, esto hace que este país se considere uno de los países más ricos en biodiversidad del mundo. Esta gran biodiversidad presente en el territorio nacional se ha podido conservar y proteger mediante la administración que tiene Costa Rica con respecto a la protección de la biodiversidad, la cual se encuentra protegida y administrada por el ente gubernamental llamado M.I.N.A.E.T, y dentro de este específicamente el departamento llamado Sistema Nacional de Áreas de Conservación de Costa Rica conocido por sus siglas en español "Sinac", este tiene la función de conservar y promover las 11 áreas de conservación existentes en el país. (INBio, 2012).

Es necesario que Costa Rica proteja esta gran biodiversidad y esto lo ha logrado mediante la implementación de políticas ambientales para crear todo un marco legal (Cuadro 2) en donde se pueda mejorar la conservación y compromiso por parte del Estado en lo que respecta a la protección de la biodiversidad. Estas implementaciones trajeron como consecuencia que Costa Rica se volviera en un país con gran potencial para el desarrollo de "Turismo Ecológico", en donde según el Centro Internacional en la Política Económica de la Universidad Nacional (C.I.N.P.E.) y el Instituto Nacional de Biodiversidad conocido por sus siglas "INBio", Costa Rica genera ¢325 mil millones al año; distribuidos entre las tarifas por ingreso y por las economías de aglomeración que se generan en las comunidades locales. Estas cifras nos hacen darnos cuenta de que tan importante es el desarrollo del turismo en una manera

sostenible, la cual le da una imagen de país verde frente al mundo (Murillo & Arias, 2005).

Según Murillo & Arias (2005), algunos datos estadísticos de importancia con respecto a la actividad turística, fueron que durante el año 2003 el turismo ecológico fue realizado por alrededor del 51,2% de los turistas que visitaban el país, este porcentaje de turismo se alcanzó en las diferentes áreas silvestres protegidas y generó alrededor de \$4 772 millones, los cuales representaron cerca de un 60% del presupuesto del total del Sinac.

Los datos anteriores muestran que Costa Rica se ha visto muy beneficiada mediante la implementación de turismo ecológico, según el “Plan de Turismo Sostenible de Costa Rica” del I.C.T., hoy en día las actividades turísticas que se realizan se han diversificado (Figura 1), en donde ya no solo se enfoca en turismo ecológico y de sol y playa a como se sucedía hace unas dos décadas atrás, estudios demuestran de que las actividades que se están realizando por parte de los turistas con mayor frecuencia son las siguientes: Sol y playa, observación de flora y fauna, caminatas, canopy, visita a volcanes, compras, aguas termales, etc (ICT, 2012).



Fuente: (ICT, 2012)

Figura 1. Actividades realizadas en el periodo 2006-2008, por los turistas y porcentaje con que se realizan.

Es gracias a esta actividad tan influyente y generadora de ingresos, llamada turismo, que Costa Rica ha realizado esfuerzos importantes para tener un buen desarrollo y aprovechamiento de este. Como consecuencia de este interés de desarrollo, es que hoy en día se está empezando a manifestar un nuevo tipo de turismo orientado a zonas rurales, el cual es llamado “Turismo Rural Comunitario”, este nuevo tipo de turismo genera desarrollo y empleo en la zona, esto mediante el surgimiento de micro empresas y desarrollo de servicios turísticos para atender a los turistas. En Costa Rica las organizaciones que han realizado más esfuerzos para lograr desarrollar proyectos de turismo rural son específicamente tres, entre ellas se encuentran: Asociación de Turismo Rural Alternativo (A.C.T.U.A.R.), Consorcio Cooperativo Red Ecoturística Nacional R.L (C.O.O.P.R.E.N.A.) y La Red Talamanca de Turismo Comunitario (Murillo & Arias, 2005).

Por otro lado, el Instituto Costarricense de Turismo (I.C.T.) ha implementado nuevas estrategias de desarrollo turístico, en donde las empresas turísticas no solo logren tener provecho de la actividad turística sino que también logren hacerlo de manera sostenible, de manera que las personas, las comunidades, ni los recursos existentes se vean afectadas por parte de la actividad. Esto lo ha logrado mediante la implantación del Certificado de Sostenibilidad Turística (C.S.T.), en donde los empresarios se comprometen voluntariamente a desarrollar sus actividades de manera sostenible.

Es así como muchos empresarios del sector hotelero han visto este certificado como una nueva oportunidad de desarrollo en donde según algunos datos del ICT, en el 2011 Costa Rica contó con alrededor de 2.476 hoteles los cuales en combinación sumaban 44.307 habitaciones, en donde cabe a resaltar que la Unidad de planeamiento de Llanuras del Norte tiene alrededor de 319 hoteles los cuales en combinación suman 5.002 habitaciones, del total de hoteles en la Unidad de Planeamiento Llanuras del Norte solo 62 han logrado el C.S.T, lo que nos deja con 2.300 habitaciones con el Certificado de Sostenibilidad

Turística, esto hace ver que solo el 19.5% del total de hoteles de las Llanuras del Norte, han visto este certificado como una nueva oportunidad de desarrollo y estos han realizado las mejoras necesarias como para optar por el C.S.T (ICT, 2012).

El actual dinamismo de la actividad turística obliga a Costa Rica ha realizar muchas inversiones para atender la demanda turística del país, lo que ha llevado a nuestro país a competir con otro países que ofrecen servicio similares, según el estudio realizado por el “World Economic Forum”, Costa Rica se encuentra en el país numero 52 de los mas competitivos del mundo, solo superado por países latinos como Puerto Rico, Chile, Brasil y México. Esta posición se debe a las mejoras en las condiciones macroeconómicas que se han hecho en el país, también al bajo déficit fiscal y la disminución a la deuda pública, así como por la tecnología disponible y el alto grado de educación, aunque se menciona que la infraestructura de transporte es pobre, además de que los procedimientos para la financiación empresarial son largos, lo que no permite un buen incremento de empresas en el país (Weforum, 2012).

Es gracias a estas inversiones que Costa Rica ha tenido un incremento en la actividad turística y los servicios relacionados con ella, pero todo este avance y crecimiento ha traído consigo daños en diferentes aspectos, los cuales son perjudiciales para el país y su imagen. Estos daños no son nuevos, estos se vienen manifestando desde los años 90, en donde se aplica un nuevo concepto para trabajar con turismo, en razón de solventar los daños que la actividad genera, este nuevo concepto es conocido como la “Sostenibilidad”, el cual es tomado como un nuevo modelo para el desarrollo y en este se plantea la necesidad de satisfacer los requerimientos actuales de la sociedad, sin comprometer el derecho de las futuras generaciones de satisfacer las suyas. Esto debido a que las mismas recursos que hoy se tienen, serán el mismo recurso que necesitaran las futuras generaciones para desarrollarse y satisfacer sus necesidades (ICT, 2012).

Desde entonces Costa Rica se ha enfocado en un modelo de desarrollo basado en turismo sostenible, esto mediante a la implementación del “C.S.T”, este certificado propone cierto grado de balance entre 4 ámbitos (Anexo1) establecidos para las empresas de hospedaje, los cuales son: Físico Biológico, Planta de servicio, Cliente Externo y Entorno Socio Económico.

Este certificado es de gran importancia para las empresas de hospedaje debido a que este funciona como una herramienta de mejora en términos económicos y ambientales, ya que su implementación conlleva a que la empresa tenga una mejor promoción debido a sus buenas practicas en turismo, además el C.S.T promueve que las empresas disminuyan sus niveles de consumo e insten por la utilización de energías renovables y amigables con el ambiente, esto hace que estos esfuerzos se traduzcan en ganancias económicas por el ahorro que se promueve en la empresa. En términos ambientales el C.S.T se convierte en una herramienta de conservación y apoyo a las zonas de importancia ecológica, debido a que una empresa que desee optar por el C.S.T debe de demostrar que se están conservando y no se están alterando áreas de importancia ecológica ni sus alrededores, también este certificado insta a las empresas que sigan lo establecido en la legislación con respecto a materia ambiental.

Debido a la importancia de un certificado como lo es el C.S.T en empresas de hospedaje es que se procedió a desarrollar el presente trabajo, el cual se enfocó en determinar la sostenibilidad de las dos micro empresas de hospedaje en la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada, mediante la aplicación de la “Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística para Empresas de Hospede”, en donde además de la aplicación de la norma se realizaron análisis FODA, fichas técnicas de las empresas, entrevistas no estructuradas y demás, con el fin de obtener información relevante lo cual permitiera realizar recomendaciones que fueran ajustables y personalizadas para las empresas.

Para la elaboración de este documento se procedió a su división en cinco capítulos los cuales corresponden a: La Introducción, Marco Teórico, Metodología, Resultados, Conclusiones y Recomendaciones.

La Introducción contiene temas relacionados con la actividad turística, su influencia en Costa Rica y el C.S.T, además en este capítulo se encuentran partes estructurales del trabajo tales como los antecedentes de las empresas, antecedentes del estudio, planteo del problema, objetivos del estudio y alcances/limitaciones del proyecto.

El Marco Teórico contiene trabajos o investigaciones que se han realizado con anterioridad relacionados con el presente trabajo, además en este capítulo se dispone de un marco conceptual y sus relaciones conceptuales para abordar el problema planteado.

La Metodología presenta los diferentes procedimientos que se llevaron a cabo para la obtención de los resultados, dentro de esto se incluyen los instrumentos para recolectar la información y los procedimientos y técnicas para analizar la información obtenida.

Los Resultados presentan tablas del C.S.T sobre la sostenibilidad de dos microempresas, en donde se discute el porqué de las puntuaciones y los aspectos que llevaron a dicha puntuación.

En el capítulo de las Conclusiones y Recomendaciones se puntualizarán las conclusiones obtenidas del trabajo en las empresas y se procederá a brindar las recomendaciones específicas y personalizadas a las microempresas de hospedaje que fueron estudiadas.

Por último se brindará la fuente bibliográfica en la cual se fundamentó el trabajo, y también se proveerá los anexos del trabajo.

## **1.2 Antecedentes de la Región Huertar Norte.**

Según el historiador Solorzano, W (2005), la Región Huertar Norte entre los años 1909 y 1955, era una zona que se dedicaba a tres actividades, las cuales eran de vital importancia para la zona en con respecto a la economía y sociedad de la zona, estas actividades eran: Cultivos de exportación o mercantiles, Cultivos de subsistencia y pastos. Dentro de los cultivos de exportación tenemos productos el café, banano, caña dulce, aunque estos presentaban menor demanda por el mercado internacional, en cambio el cacao y el caucho si eran demandados por el mercado internacional, algunas veces estos productos eran aprovechados para consumo familiar pero se supone que la mayoría de los excedentes se comercializaban a nivel, nacional o internacional (Nicaragua por su proximidad), entre los cultivos para subsistencia se incluían productos como los granos básicos (frijoles, maíz, arroz) la yuca, plátanos y papas, aunque también se utilizaban para comercialización a menor escala ya que la prioridad era el consumo familiar y en el tercer grupo denominado pastos encontramos que estos se refieren a potreros naturales y potreros artificiales o repastos, esto debido a que la zona era una región con potencial ganadera.

Según Solorzano, W (2005) para el año 1925 se presentan cambios muy significativos en la producción nacional, en donde el porcentaje de tierra cultivada para cultivos de exportación como el cacao y caucho se reduce a tan solo el ocho por ciento, esto por la caída en la producción de caucho y cacao que venia disminuyendo hasta desaparecer en el año 1955. Para este mismo año, el cambio más significativo fue el fuerte aumento en la superficie destinada a la actividad ganadera, en donde los potreros y repastos aumentaron un 85% del total de las 9.350,9 hectáreas de tierra cultivada en San Carlos. En lo respecta a la actividad ganadera, esta sigue teniendo un gran auge en el año 1955 en donde esta llegó a ocupar el 86% de la superficie, además se dio un

aumento de seis por ciento para los cultivos de subsistencia y los cultivos de exportación disminuyeron en un seis por ciento.

Otra actividad de importancia para La Región Huetar Norte durante el periodo 2004-2007, fue la producción de banano, la cual tuvo se desarrolló principalmente en las zonas de La Fortuna y Florencia, algunos datos estadísticos muestran que en años anteriores la producción de este cultivo cubría varias hectáreas y también que existían un alto numero de productores, pero tanto las hectáreas como el numero de productores fueron disminuyendo durante este periodo debido a su baja calidad del producto lo cual trajo consigo bajos pagos por el producto (Araya, 2012).

El Área Huetar Norte siempre se ha visto influencia hacia la producción de productos agrícolas y mas recientemente hacia el monocultivo de la piña, la cual se ha presentado como una actividad de importancia económica en la zona, según Arevena, J (2005) esta actividad era de tal importancia que en el año 2004 llegó ha abarcar 12000 hectáreas para su producción y el 52% de la piña producida en el país provenía del Área Huetar Norte.

Con el pasar del tiempo en el Area Huetar Norte se ha presentado procesos de diversificación en sus actividades, según Alvarado, R (2003), en la Región Huertar Norte se han dado importantes procesos de diversificación y modernización agrícola. Permitiendo a esta región tener una economía más diversificada e intensiva, entre las que se incluyen actividades como ganadería de leche, producción de granos básicos, así como la producción de cítricos, palmito, plantas ornamentales, jengibre, madera, raíces y tubérculos. También existe la presencia de plantas empacadoras de todos los tamaños extendidas por toda la región. Además la Región Huetar Norte ha incluido dentro de sus actividades al turismo ecológico, la reforestación y proyectos hidroeléctricos fundados en la riqueza hídrica de la región.

Datos más recientes brindados por el Sistema de Información Regional de la Zona Económica Especial conocido por sus siglas “SIRZEE”, muestra que la parte agrícola de la región ha tenido una disminución durante los últimos años, esta disminución se ha presentado en la producción de tubérculos y raíces, las cuales han dado paso a actividades como la producción de piña y de naranja. Estas actividades se ha concentrado sobre todo en la parte sur del cantón (Pital) y recientemente esta se ha empezado a dar una expansión a la parte norte (Cutris). En menor proporción se encuentra la producción de granos básicos como los frijoles y el arroz (SIRZEE, 2012).

Es debido a muchos cambios y dificultades en la comercialización de productos tradicionales, que el Área Huetar Norte se ha visto en la necesidad de diversificación de actividades, lo cual ha generado que algunos productores muestren interés por otras actividades que se puedan desarrollar en la zona, en donde el turismo se convierte en una actividad potencialmente realizable. Según la información presente en EL Plan General de Uso de la Tierra y Desarrollo Turístico para la Unidad de Planeamiento Turístico para las Llanuras del Norte (2012), se dice que la zona que presenta una mayor afluencia de la actividad turística en la Región Huetar Norte es la zona de La Fortuna, en la cual se concentra la mayor cantidad de servicios dedicados al turismo, así como la infraestructura necesaria para satisfacer necesidades básicas de alimentación y descanso de los turistas.

Por otro lado el desarrollo del turismo como actividad ha logrado traer desarrollo e incremento económico en las diferentes zonas donde se desarrolla esta actividad, es por esta razón que el Estado reconoce la importancia que tiene el turismo para la economía nacional, por lo que este ha brindado mucho apoyo mediante la creación de leyes que beneficien la actividad. En el año 1995 se empieza a brindar apoyo a la actividad turística mediante la creación de la Ley N°1917 la cual se convierte en una ley de suma importancia para la actividad turística de Costa Rica, en esta ley se dicta que se crea al Instituto

Costarricense de Turismo, como la institución rectora de materia turística, con el fin de incrementar el turismo en el país, mediante la promoción de la construcción mantenimiento de lugares de habitación y recreo para uso de turistas, así como el promover y vigilar la actividad privada de atención al turismo.

Mediante la participación activa que se ha presentado por parte del Estado es que se han logrado crear importantes leyes para el desarrollo turístico, tal es el caso de la creación de la “Ley N 6990 de Incentivos para el Desarrollo Turístico y sus Reformas”, en la cual el objetivo de la ley fue establecer un proceso acelerado y regional del desarrollo de la actividad turística costarricense, para lo cual se otorgarían incentivos y beneficios para estimular la realización de programas y proyectos importantes para dicha actividad. Esta Ley vino a dinamizar la actividad turística ya que en solo 10 años de su creación, se obtuvo como resultado de que el número de habitaciones incrementó en más del 50%, también el número de turistas aumentó en un 200%, además los ingresos en divisas aumentaron en un 268% y el porcentaje de participación de los turistas de Estados Unidos representó un 36.63% para el año 1995 (ICT, 2012).

Otros avances que se han dado en materia turística, han sido ciertas reformas que se han presentado a la Ley 6990, estas reformas fueron las siguientes:

- Primera Reforma: Ley 7293 del año 1992:  
Entre las principales modificaciones fueron que la legislación deroga en esta misma ley sobre la exoneración del impuesto de renta a las actividades de hospedaje, transporte aéreo de turistas internacionales y nacionales, gastronomía y transporte acuático. También mediante estas modificaciones se deja de incentivar la actividad gastronómica como parte de las actividades contempladas en la Ley 6990. Por otra parte, el

beneficio del impuesto territorial a la actividad de hospedaje, disminuye de 12 años a seis años (ICT, 2012).

- Segunda Reforma: Ley 8114: Ley de simplificación y eficiencia tributaria del año 2001.

Esta nueva reforma de la Ley señala que las empresas que cuenten con contrato turístico están sometidas a pago de impuesto de ventas, se excluyen de esta disposición a las empresas que vayan a realizar un nuevo proyecto, con lo cual inversión inicial para adquirir artículos indispensables y materiales para la construcción de materiales destinadas a poner en operación cada proyecto, no pagarán impuesto de ventas (ICT, 2012).

Entre los apoyos mas recientes por parte del Estado, se encuentra la nueva ley “Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario” la cual fue creada en el año 2009, esta ley tiene como objetivo el impulso a empresas de base familiar y comunitaria, conformadas por la Ley de asociaciones, N 218 y la Ley De Asociaciones Cooperativas y Creación de I.N.F.O.C.O.P. y Otras Normas Conexas, N 4179, esto con el fin de que las personas habitantes de comunidades rurales procuren la gestión de su propio desarrollado, incluido el manejo de destinos turísticos locales. Además, que participen en la planificación y el aprovechamiento de los recursos naturales de su entorno de manera sostenible, de su forma que les permita una mejor condición de su vida (ACEPESA, s.f).

Es gracias a todos estos apoyos que el turismo ha pasado a ser una actividad de gran relevancia para Costa Rica, esto ha permitido el desarrollo económico en muchas áreas en donde se desarrolla la actividad, de hecho esta actividad ha empezado a manifestarse en comunidades rurales mediante la implementación de “Turismo Rural”, tal es el caso de la Comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada, la cual era una comunidad meramente agropecuaria,

pero debido a problemas relacionados con la producción de sus productos es que se empieza a incursionar en la actividad turística como un medio de diversificación de sus actividades. Actualmente esta comunidad esta en proceso de formación en prestación de servicios turísticos, pero a pesar de su temprana incursión ya se ha dado el surgimiento de dos micro empresas encargadas de ofrecer servicios de hospedaje en la comunidad.

### **1.3 Antecedentes de las Empresas.**

#### **Cabina Finca La Milagrosa**

Esta finca está ubicada a tres kilómetros Este del centro de la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada, esta finca es perteneciente a Guillermo Varela, el cual se dedicaba específicamente a la ganadería de leche, pero debido a los estancamientos de los precios de los productos y el incremento en las materias primas, Guillermo Varela junto con otras personas de la comunidad se ven en la necesidad de diversificar las actividades (Varela, 2012).

Es por esta razón que deciden optar por el turismo rural, para lo cual era necesario una propuesta de turismo rural, de la cual se tuvo mucha asistencia técnica por parte de organizaciones como: Zona Económica Especial (Z.E.E.), Dos Pinos, Ministerio de Ambiente y Energía y Telecomunicaciones (M.I.N.A.E.T) y Uriel Barrantes (director de la Escuela Técnica e Industrial en el 2006), además de capacitaciones por parte del Instituto Nacional de Aprendizaje (I.N.A.), esta organizaciones brindaron muchas charlas y información acerca del turismo rural como actividad alternativa (Varela, 2012).

Hoy en día la Finca la Milagrosa ha diversificado sus actividades mediante la implementación del turismo, en la cual se brindan tours guiados a las diferentes áreas boscosas que se encuentran en los alrededores, además de "Tours Lecheros" en los que el visitante puede experimentar todo el proceso de ordeño, recientemente se ha incorporado el servicio de hospedaje llamado "Cabinas Finca la Milagrosa", estas cabinas son un servicio ofrecido a los visitantes de la zona (Varela, 2012).

### **Cabinas Familiares San Vicente.**

Las “Cabinas Familiares San Vicente” están ubicadas a dos kilómetros Noreste del centro de la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada, estas son administradas por Luz María Esquivel, que inicio el proyecto como un proyecto familiar, con el fin de satisfacer las necesidades de hospedaje que se estaban manifestando por parte de los visitantes de la comunidad (Esquivel, 2012).

Las “Cabinas Familiares San Vicente” han tenido ciertas modificaciones desde su construcción, se ha tenido que desinstalar un equipo para calentar el agua debido a que la utilidad que se le daba era muy poco y su mantenimiento era algo difícil. También se ha incorporado un “Rancho” para proveer a los huéspedes un espacio de recreación y socialización (Esquivel, 2012).

## 1.4 Antecedentes del estudio.

Costa Rica es un país que pasado de ser un país solamente productor de productos agrícolas a un país con altos índices de divisas por parte de la actividad turística, según algunos datos estadísticos del Instituto Costarricense de Turismo (2012) Costa Rica recibió alrededor de 2.192.059 turistas en el año del 2011, generando con esto una cantidad de 1.985,4 de millones de dólares, superando con esto la exportación de productos tradiciones (Café, Banano, Piña y productos farmacéuticos) que generaron 1.242,7 millones de dólares (Figura 2), demostrando así que el turismo es una gran influencia económica, lo que contribuye al desarrollo de las 6 unidades de planeamiento turístico del país (Caribe, Guanacaste, Llanuras del Norte, Pacifico Medio, Pacifico Sur, Puntarenas e islas del Golfo y Valle Central.) logrando así de que Costa Rica tengo una diversificación en su P.I.B.

**INGRESOS POR TURISMO VERSUS OTRAS FUENTES DE INGRESO DE DIVISAS PARA COSTA RICA. 2004-2011**

RUBRO	Año							
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>LLEGADAS INTERNACIONALES a Costa Rica</b>	<b>1.452.926</b>	<b>1.679.051</b>	<b>1.725.261</b>	<b>1.979.789</b>	<b>2.089.174</b>	<b>1.922.579</b>	<b>2.099.829</b>	<b>2.192.059</b>
Exportaciones de productos tradicionales (millones de \$)	801,1	769,4	915,1	1.001,7	1.066,9	921,7	1.081,1	1.242,7
Café (millones de \$)	197,6	232,7	225,8	251,9	305,0	232,2	257,5	374,9
Banano (millones de \$)	543,4	481,2	620,3	673,0	689,7	622,4	702,9	752,4
Piña (millones de \$)	256,2	324,7	432,8	484,9	572,9	599,7	672,0	715,6
Productos farmacéuticos (millones de \$)	110,0	103,2	113,8	120,0	125,7	123,7	59,9	66,0
<b>TURISMO (millones de \$)*</b>	<b>1.358,5</b>	<b>1.570,1</b>	<b>1.620,9</b>	<b>1.927,4</b>	<b>2.174,1</b>	<b>1.805,8</b>	<b>1.857,6</b>	<b>1.985,4</b>
Total de exportaciones (millones de \$)	6.301,5	7.026,4	8.207,3	9.352,7	9.503,7	8.783,7	9.448,1	10.408,4
PIB (millones de dólares)	18.595,6	19.961,0	22.528,7	26.267,3	29.847,7	29.241,1	36.217,5	41.007,0
Relación Turismo/PIB (%)	7,3	7,9	7,2	7,3	7,3	6,2	5,1	4,8
Relación Turismo/Exportaciones (%)	21,6	22,3	19,7	20,6	22,9	20,6	19,7	19,1

\*/ No se incluye el gasto de los cruceristas

Fuente: Departamento de Estadística Macroeconómica, BCCR

Fuente: Estadísticas/Anuarios/Pagina web ICT.

**Figura 2. Ingresos por medio del turismo vs otras actividades.**

Tradicionalmente la Unidad de Planeamiento Turístico de La Llanuras del Norte fue una región que tradicionalmente se dedicaba a la explotación de bosque natural, lo cual le permitía a los campesinos tener mayores extensiones de terreno para el desarrollo de actividades como la ganadería y agricultura, es así como muchas de las comunidades que conforman las Llanuras del Norte basan sus actividades económicas en actividades agropecuaria y por lo tanto actividades como el turismo solo se ven bien desarrolladas en lugares como La Fortuna, la cual ha realizado bastantes esfuerzos e inversiones por desarrollar infraestructura y servicios turísticos, esto con el fin de poder satisfacer la demanda que se tiene en el país por este tipo de servicios.

Es mediante el desarrollo e inversión en la actividad turística que las Llanuras del Norte han presentado una fuerte afluencia de turistas, lo que ha convertido al turismo en una actividad de gran relevancia, ya que de esta actividad dependen muchos empleos y empresas de servicios turísticos, esto hace que las visitas constantes por parte de los turistas se vuelve esencial para la economía de la zona, según algunos datos estadísticos del I.C.T la zona de La Fortuna recibió alrededor de un 20% del total de turistas que llegan a Costa Rica que se traduce en 438 411,8 turistas para el año 2011, estos datos muestran que esta localidad es la más fuerte en las Llanuras del Norte en cuanto a infraestructura, la prestación de servicios y visitación (ICT, 2012).

Es debido al desarrollo de La Fortuna como zona turística que algunas comunidades de La Zona Norte han intentado aprovechar la afluencia de turistas que recibe La Fortuna, esto como medio para diversificar las actividades tradicionales con otras más modernas como lo es el turismo. Este comportamiento de diversificación de actividades se ve reflejado en la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada, la cual a pesar de su reciente inclusión en la actividad turística, ya se han realizado esfuerzos para lograr incorporar la actividad turística a la comunidad, lo que ha generado el surgimiento de micro empresas y otros proyectos dedicados a brindar servicios

turísticos, entre los que cabe resaltar el establecimiento de las dos micro empresas turísticas de hospedaje de la comunidad. Pero tanto la comunidad como las micro empresas han presentado el inconveniente de que no son muy visitadas por parte de los turistas, por lo que el turismo rural no se ha logrado desarrollar como una actividad rentable para los microempresarios.

Es importante de que las micro empresas que se desarrollen en el comunidad tomen entre sus planes de desarrollo optar por certificaciones como el C.S.T, el cual brindará beneficios económicas a las empresas debido a que este promueve al ahorro en los patrones de consumo de las empresas, lo cual conlleva al ahorro de dinero, además un certificado como el C.S.T, permitirá a las empresas poder promocionarse en ferias y convenciones de turismo como empresas sostenibles. El optar por este certificado pone a las empresas en el compromiso de conservar y apoyar las zonas de importancia ecológica, lo cual trae beneficios para las poblaciones aledañas y biodiversidad de la zona. Los beneficios obtenidos por el C.S.T no solo se limitan a aspectos económicos y ambientales, sino que este trae consigo beneficios sociales a las poblaciones locales, ya que se insta a que las empresas: que brinden ayuda a cierto sector de la población, participación de la empresa en diferentes programas que se den en la zona y que se contrate personas local.

### **1.5 Planteo del Problema.**

¿Cuáles prácticas sostenibles establecidas en la Norma del C.S.T, son posibles de implementar en las dos microempresas turísticas de hospedaje de la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada, para aumentar su sostenibilidad turística?

## **1.6 Justificación.**

La comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada es una región que se ha dedicado tradicionalmente a actividades productivas como la ganadería y la agricultura, en la actualidad estas actividades se han visto afectadas por los incrementos en las materias primas y el estancamiento del precio de los productos que se producen en las comunidades, es por esta razón que las personas de la comunidad han empezado a diversificar sus actividades, tomando la actividad turística como una de las mejores opciones de desarrollo (Varela, 2012).

Es debido a esta nueva opción que han surgido únicamente dos micro-empresas turísticas de hospedaje, estas dos micro-empresas son nombradas “Cabinas Finca la Milagrosa” y “Cabinas familiares San Vicente”.

Estas dos micro-empresas turísticas de hospedaje no poseen algún tipo de certificación o documentación que respalde la calidad y sostenibilidad de sus servicios, tampoco se ha incursionado mucho en la parte de mercadeo de la comunidad y de las empresas, por lo que es de suma importancia que se dé la aplicación de la Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística (C.S.T) del Instituto Costarricense de Turismo (I.C.T) en estas dos micro-empresas, en donde es esencial que se tome en cuenta la realidad de estas micro-empresas para hacer el estudio y así brindar recomendaciones adaptadas a sus necesidades, las cuales se puedan utilizar como medio para incrementar su potencial turístico y de mercadeo, debido a que la marca del C.S.T es una estrategia de mercadeo que es impulsada por Costa Rica, además el obtener la Certificación de Sostenibilidad Turística (C.S.T) le da la oportunidad a las empresas de usar esa marca como un nuevo elemento de diferenciación de su producto y cabe la posibilidad de que las empresas sean incluidas en la pagina Web oficial del I.C.T: [WWW.Turismo-Sostenible.CO.Cr](http://WWW.Turismo-Sostenible.CO.Cr). Todo esto como medio

para incrementar la competitividad, uso de los recursos e ingresos de las dos micro-empresas de hospedaje de la comunidad de San Vicente.

## **1.7 Objetivos.**

### **Objetivo General**

- Determinar el nivel de sostenibilidad de las dos Micro-empresas de hospedaje de la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada, con miras a obtención del Certificado de Sostenibilidad Turística (C.S.T.) del Instituto Costarricense de Turismo.

### **Objetivos específicos**

- Aplicar la Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística del I.C.T a las dos Micro-empresas de hospedaje que existen en la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada.
- Elaborar una base de datos sobre la información obtenida de la aplicación de la Norma del Certificación de Sostenibilidad Turística a las Micro-empresas de hospedaje en los diferentes ámbitos establecidos por la Norma Certificación de Sostenibilidad Turística.
- Evaluar a las dos Micro-empresas de hospedaje de la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada, a través de la Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística.
- Determinar a través de la Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística, cuales son las principales fortalezas y debilidades de las dos micro empresas turísticas de hospedaje de la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada.
- Recomendar de una manera personalizada a las dos Micro-empresas de hospedaje sobre las prácticas recomendables que se pueden realizar

dentro de las empresas para la obtención el Certificado de Sostenibilidad Turística.

## **1.8 Alcances y Limitaciones del proyecto.**

### **Alcances:**

- Lo que se pretende es realizar la aplicación de la Norma de Certificación para la Sostenibilidad Turística para establecimientos de hospedaje en las únicas dos Micro empresas de hospedaje existentes en la comunidad, con el fin de su futura obtención.
- Tomar en cuenta las limitaciones específicas de los empresarios con respecto a las exigencias de la Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística con el fin que los empresarios puedan hacer remodelaciones o inversiones a sus empresas con respecto a su capacidad adquisitiva.

### **Limitaciones:**

- El proyecto de investigación solo se limitara a dos empresas micro empresas turísticas de hospedaje de San Vicente, Ciudad Quesada.
- No se dispondrá del tiempo suficiente como para observar la aplicación de las recomendaciones específicas en las micro empresas, las cuales funcionen como un medio para mejorar el nivel de sostenibilidad de las dos micro empresas de hospedaje de San Vicente.

## **Capítulo II. Marco Teórico**

### **2.1 Antecedentes Teóricos del estudio**

En la última década desafortunadamente la actividad turística se ha enfocado en la parte económica de la actividad dejando de lado el uso de los recursos, las comunidades y daños al ambiente, es por esta razón que Costa Rica ha empezado a desarrollar técnicas de sostenibilidad las cuales disminuyen la incidencia de estos daños.

Un importante avance en Costa Rica en materia de sostenibilidad ha sido la creación del Certificado de sostenibilidad Turística (CST) del Instituto Costarricense de Turismo (2012), el cual promueve el balance entre 4 ámbitos que se relacionan con la actividad turística, el balance entre estos ámbitos promueve:

- El uso apropiado de nuestros recursos naturales y culturales.
- Mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales.
- Éxito económico, que pueda contribuir a otros programas de desarrollo nacional.

El balance entre los anteriores aspectos pretende que se puedan satisfacer las necesidades actuales de la sociedad sin comprometer las necesidades de futuras generaciones, debido los recursos existentes serán los mismos recursos con los cuales las futuras generaciones satisficieran sus necesidades.

Además este concepto de sostenibilidad funciona como un medio de cubrir las demandas actuales, ya que cada vez más los clientes son más conscientes del daño ambiental, este le permite a las empresas que

logren tener obtener el CST, tener una mejor imagen de su empresa, así como capturar una parte del mercado que se interesa por la sostenibilidad, esto le permitirá a las empresas ser mas competitivas ante una actividad que es tan cambiante y dinámica como lo es el turismo. Es por eso que algunas pequeñas empresas de la localidad de La Fortuna han logrado sobrevivir ante la competencia contra empresas de mayor tamaño y mayores recursos que se encuentran en la zona (Cuadro1).

**Cuadro 1. Pequeñas y Micro Empresas de las Llanuras del Norte con CST.**

Empresa	Sitio Web	Niveles	Ubicación	Teléfono
Hotel Las Colinas	www.lascalinasarenal.com	4	Fortuna	2 479 9305/9160
Green Lagoon Falls Park and Lodge	www.greenlagoon.net	4	Peñas Blancas	2 4797259
Hotel Monte Real	www.monterehotel.com	3	Fortuna	2479-93-57
Villa Eco Arenal	www.ecoarenal.com	3	Fortuna	24798500/ 2479 9971
Catarata Eco Lodge	www.cataratalodge.com	2	Fortuna	2479 9522
La Laguna del Lagarto Lodge	www.lagarto-lodge-costa-rica.com	2	Boca Tapada, Pital	2460-7404
Hotel Areneal Rabfer	www.arenalrabfer.com	1	Fortuna	2479 9187 /73 05

Debido a los beneficios e influencia que ha traído consigo la creación y aplicación de una herramienta como el CST es que se han realizado estudios que corresponden al tema. Estos estudios se direccionan tanto en la utilidad del certificado como en la modificación del mismo para ser aplicado a otros sectores del turismo u otras regiones de Centroamérica.

Entre uno de los estudios realizados con respecto al C.S.T se encuentra el proyecto de Gerardo A. Valverde Sánchez de la Universidad para la Cooperación Internacional, el cual realizó un trabajo llamado: “EVALUACION DE LA SOSTENIBILIDAD DE EMPRESAS Y PROYECTOS TURISTICOS EN LA RESERVA DE LA BIOSFERA AGUA Y PAZ”. Este trabajo consistía realizar un diagnostico de la practica de sostenibilidad en las empresas de turismo en Monteverde, La Fortuna y Sarapiquí, incluyendo la región denominada “Reserva de la Biosfera Agua y Paz”, en donde se pretendía hacer un análisis de la aplicación en términos reales del CST.

Además de estudios analíticos sobre el CST, también este ha sido objeto de estudio para poder aplicarlo a otras empresas de otros sectores dentro de la actividad turística, esperando que este sirva como herramienta para mejorar la competencia, incrementar la atracción de clientes hacia las empresas y obtener beneficios sociales, económicos y ambientales debido a las buenas prácticas que se promueven en la norma del C.S.T. Estos intentos de adaptación del CST hacia otros sectores del turismo se ve reflejado en el trabajo de graduación de Natalia Álvarez del Instituto Tecnológico de Costa Rica, este trabajo se llamó: “PROPUESTA DE INSTRUMENTO “CST+AB” PARA INCORPORARLAS EMPRESAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS AL PROGRAMA CST, BASADO EN LA GUÍA DE APLICACIÓN PARA HOTELES”. En este trabajo se proponía la adaptación de la actual

Norma de Certificado de Sostenibilidad Turística del Instituto Costarricense de Turismo, a negocios que se dedicaran a brindar servicios de alimentación.

Otro estudio realizado acerca de la adaptación del CST para otros sectores del turismo ha sido el estudio realizado por José Fabio Araya Rojas graduado de La Carrera de Gestión de Turismo Rural Sostenible, el cual proponía adaptar el actual Norma del Certificado de Sostenibilidad Turística del Instituto Costarricense de Turismo, a negocios que se dedicaran a la exhibición de mariposas, el tema seleccionado de esta investigación se llamó “Propuesta de diseño de una herramienta de evaluación para incorporar empresas dedicadas a la exhibición de mariposas, al Certificado de Sostenibilidad Turística del Instituto Costarricense de turismo”. En dicho trabajo se trató de tomar aquellas pautas dentro de La Norma del CST para hoteles que fueran aplicables a cualquier empresa y a la vez incluir nuevas pautas que fueran enfocadas a empresas dedicadas a la exhibición de mariposas, con el fin de crear un instrumento capaz de evaluar estos negocios en sus diferentes ámbitos y así obtener una calificación el cual representaría su sostenibilidad.

Entre otras investigaciones del CST se encuentra un estudio en el cual intentó acercar el CST al medio rural, ya que los medios rurales son un sector que presenta dificultades para la obtención de certificados. Este estudio se enfocaba en la aplicación del certificado en posadas de carácter rural el cual fue desarrollado por Karianne Karlijn De Rave, de la Universidad para la Cooperación Internacional, el proyecto realizado se llamó: “ESTUDIO DE CASO SOBRE LOS REQUISITOS DEL PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD TURISTICA (CST) DEL INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO PARA POSADAS DE TURISMO

RURAL”. En este trabajo se propuso investigar si el CST necesitaba ser adaptado a los requisitos de la certificación a la modalidad de Posada de Turismo Rural recién incorporada a la ley, con el fin de mejorar el programa de CST y hacerlo mas accesible a Posadas de Turismo Rural Comunitario.

Los estudios en los cuales se pretende modificar el CST para ser adaptado a otro sector del turismo no solo se ha delimitado al territorio nacional, sino que también se han realizado diagnósticos para poder adaptar el CST a la situación turística de otros países centroamericanos, esta adaptación se ve reflejada en el estudio llamado: “Diagnostico Institucional y Estructural Regional para El Programa de Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) en Centroamérica”. En donde se evaluaron los parámetros que facilitarían y obstaculizarían la implementación del CST en Centroamérica.

## **2.2 Marco Conceptual.**

### **2.2.1 Turismo.**

Según la Organización Mundial del Turismo (2012), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.

Cabarcos, N (2006) sostiene que Turismo se puede definir como conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos.

### **2.2.2 Turista o Visitante que Pernocta.**

Cabarcos, (2006), sostiene que Turista o visitante que pernocta es aquella persona que se desplaza fuera de su entorno habitual por un periodo de tiempo superior a veinticuatro horas, diferenciando este concepto del correspondiente al visitante de un día o excursionista, cuya estancia es inferior a este tiempo.

La Organización Mundial del Turismo (O.M.T) conceptualiza al Visitante que Pernocta o Turista como una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados (OMT, 2012).

### **2.2.3 Turismo rural.**

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura menciona que la OMT conceptualiza el turismo rural como “Conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria” (IICA, 2009).

Según Crosby, A (2009) el turismo rural incluiría una gama de actividades, productos y servicios turísticos proporcionados por agricultores y campesinos, vale decir, la gente que vive en las áreas rurales para atraer a los turistas y visitantes a su área para generar ingresos complementarios para sus oficios, en comparación y en competencia con el tradicional turismo de soy y playa y/o el turismo urbano.

### **2.2.4 Comunidad.**

La Real Academia Española conceptualiza a la comunidad como el “conjunto de las personas de un pueblo, región o nación” (RAE, 2012).

Conjunto de personas que tienen similares necesidades y comparte área geográfica, tradiciones y costumbres, cultura, creencias e interés; existe entre ellas un sentimiento de colectividad donde se dan las interrelaciones (participación individual y colectiva) y fundamentalmente, la comunicación (Tabon & Garcia, 2004).

### **2.2.5 PYMES.**

El Ministerio de Economía Industria y Comercio de Costa Rica menciona que la Ley N° 8262 o sea la “Ley de Fomento de las Pequeñas y Medianas Empresas y sus Reformas” establecida en la Asamblea Legislativa de la Republica de Costa Rica, conceptualiza PYMES como pequeñas y medianas empresas (Asamblea Legislativa, 2012).

#### **2.2.5.1 Mediana empresa.**

La Oficina Internacional del Trabajo en Ginebra conceptualiza a la Mediana Empresa como: “Empresa en la cual el numero mas corriente se sitúa entre 50 y 100 asalariados, o incluso puede alcanzar los 250 asalariados mientras que en algunos países se mantienen mínimos inferiores o superiores” (OIT, 2004).

Según el manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, el concepto de mediana empresa aplicado a Costa Rica, una mediana empresa es aquella que cuenta de 36 a 100 empleados la cual tiene en activos mas de 227,7 \$ y menos de 650,3 \$, con respecto a las ventas brutas estas tienen ventas mayores a 364,3\$ y menores a 1.040,5\$ (Alvarez & Duran, 2012).

#### **2.2.5.2 Pequeña empresa.**

Según Rodríguez, J (2002), una pequeña empresa puede considerarse como la organización que cuenta con un número aproximado de 40 a 50 trabajadores y por lo menos tiene tres grupos fundamentales:

- a) El destinado a al producción de bienes o servicios.
- b) El encargado de la distribución, colocación o ventas.
- c) El encargado de las funciones de finanzas y control.

Según la Oficina Internacional del Trabajo se puede considerar como Pequeña Empresa a la “Empresa que cuente con un número de asalariados que varía entre 10, 20 o 50 trabajadores, aunque en algunos países esas cifras alcanzan de 100 a 500” (OIT, 2004).

### **2.2.5.3 Micro empresas.**

La Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa en España (2012) define la micro empresa como aquella que ocupa a menos de 10 personas y tiene un volumen de negocios o un balance general anual que no supera los 2 millones de euros.

### **2.2.6 Organizaciones no Gubernamentales (ONG).**

Son grupos altruistas, sin ánimo de lucro y se dedican a la protección y defensa de los sectores sociales marginados; su actividad busca el desarrollo pleno del individuo y la consecución de la justicia social, como condición básica para dicho desarrollo (Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2012).

La Fundación para el Desarrollo Argentino considera que las ONG son aquellas que forman parte del llamado tercer sector o no lucrativo; más concretamente participan, sin agotarlo, del movimiento asociativo voluntario de la sociedad civil (FUNDESUR, 2012).

### **2.2.7 Cabinas.**

Pequeños establecimientos de hospedaje de tipo familiar que brindan servicios de alojamiento a los usuarios turísticos de forma habitual y mediante un precio, como establecimiento único o como unidad empresaria de explotación, tanto si disponen de servicios complementarios como si no disponen de ellos (Melgosa, 2007).

### **2.2.8 Administración.**

Gill & Giner (2007) sostienen que la administración consiste en dirigir los recursos materiales y humanos hacia los objetivos comunes de las organizaciones; por lo tanto, la administración diseña un ambiente de trabajo para poder alcanzar de forma eficiente los objetivos seleccionados.

Hitt, M. (2006) explica que se entiende por administración como el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos reintentados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional.

#### **2.2.8.1 Gestión.**

Acción y efecto de administrar.

(Real Academia Española, 2012)

Dirección y administración de una actividad económica o empresarial. Es un proceso que consiste en planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinar los esfuerzos de una organización, así como los recursos con el fin de conseguir los objetivos (Barreiro, Borreiro, Ruzo, José, & Fernando, 2003).

#### **2.2.8.2 Plan estratégico.**

En el documento del sitio Web LA Universidad de San Marcos habla de la conceptualización que realiza Stainer en donde conceptualiza plan estratégico como:

El esfuerzo sistemático y más o menos formal de una compañía para establecer propósitos, objetivos, políticas y estrategias básicas, para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las políticas

y estrategias, así lograr los objetivos y propósitos de la compañía (Universidad Mayor de San Marcos, 2012).

El Plan Estratégico es un documento en el que los máximos responsables de una empresa o institución establecen la estrategia a seguir en un periodo plurianual a través de unas líneas de actuación que sirvan de base para la gestión eficaz y eficiente de la organización. En el Plan Estratégico cada línea de actuación debe estar asignada a un responsable de alcanzar los objetivos establecidos con una serie de acciones específicas, así como el tiempo adecuado para llevarla a cabo (Universidad Miguel Hernandez de Elche, 2012).

#### **2.2.8.3 Proceso administrativo.**

En el libro de Rodríguez, J (2006), llamado “Administración 1”, menciona que Minuich y García definen como proceso administrativo a:

Conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se hace efectiva la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.

El sitio web llamado Ambiente Virtual en Educación Superior define el proceso administrativo como “el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración misma que se interrelacionan y forman un proceso integral” (AVES, 2012).

#### **2.2.9 Incentivos.**

Es un premio que motiva a una acción o un castigo que desalienta (Parkin, 2006).

Estímulo que se ofrece a una persona o grupo que motiva a actuar de determinada manera (Cienfuegos, 2010).

### **2.2.10 Ley 7600 de igualdad de oportunidades.**

La Universidad Nacional de Costa Rica da a conocer que esta ley es “El principio que reconoce la importancia de las diversas necesidades del individuo, las cuales deben constituir la base de la planificación de la sociedad con el fin de asegurar el empleo de los recursos para garantizar que las personas disfruten de iguales oportunidades, de acceso y participación en idénticas circunstancias” (UNA, 2012).

El Sistema Costarricense de Investigación Jurídica da a conocer que “La Ley 7600 declaró de interés público el desarrollo integral de la población con discapacidad, en iguales condiciones de calidad, oportunidad, derechos y deberes que el resto de los habitantes” (SCIJ, 2012).

### **2.2.11 Igualdad de oportunidades.**

Principio que reconoce la importancia de las diversas necesidades del individuo, las cuales deben constituir la base de la planificación de la sociedad con el fin de asegurar el empleo de los recursos para garantizar que las personas disfruten de iguales oportunidades, de acceso y participación en idénticas circunstancias (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2012).

### **2.2.12 CST.**

La Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) es una certificación otorgada por el ICT la cual tiene como propósito convertir el concepto de sostenibilidad en algo real, práctico y necesario en el contexto de la competitividad turística del país, con miras a mejorar la forma en que se utilizan los recursos naturales y sociales, incentivar la participación activa de las comunidades locales, y brindar un nuevo soporte para la competitividad del sector empresarial. Actualmente la Norma del CST se

basa en el balance entre cuatro ámbitos, estos son: **Ámbito Físico biológico**, **Ámbito Planta de Servicio**, **Ámbito Cliente Externo**, **Ámbito Socioeconómico** (ICT, 2012).

#### **2.2.12.1 Ámbito Físico biológico.**

Evalúa la interacción entre la empresa y el medio natural circundante, interesando la implementación de políticas y programas de sostenibilidad, protección del medio ambiente, entre otros (ICT, 2012).

#### **2.2.12.2 Ámbito Planta de Servicio.**

Se evalúan aspectos relacionados con los sistemas y procesos internos de la empresa, en cuanto al manejo de desechos y la utilización de tecnologías para el ahorro de luz y agua (ICT, 2012).

#### **2.2.12.3 Ámbito Cliente externo.**

Se evalúan las acciones que realiza la gerencia para invitar al cliente a participar en la implementación de las políticas de sostenibilidad de la empresa (ICT, 2012).

#### **2.2.12.4 Ámbito Socioeconómico.**

Se evalúa la identificación e interacción del establecimiento con las comunidades adyacentes, analizándose por ejemplo, el grado en que las empresas turísticas responden al crecimiento y desarrollo de la región, mediante la generación de empleo o el logro de beneficios en pro de la colectividad (ICT, 2012).

#### **2.2.13 Sostenibilidad Turística.**

El ICT conceptualiza la sostenibilidad como la interacción balanceada en el uso apropiado de nuestros recursos naturales y culturales, el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales y el éxito

económico de la actividad, que además contribuya al desarrollo nacional (ICT, 2012).

La organización llamada Rainforest Alliance (2012), sostiene que la sostenibilidad turística debe de tener lineamientos que ponga en práctica el uso de elementos económicos, sociales y ambientales que permitan minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos en su gestión.

#### **2.2.14 Impacto ambiental.**

Impacto se refiere a la Alteración que las Actividades humanas introducen en el medio, mientras el calificativo ambiental alude a la interpretación de tales alteraciones en términos de salud y bienestar humano (Gomez, 2002).

El impacto ambiental se da cuando una acción o actividad produce una alteración en el medio o en algunos componentes del medio (Fraume, 2007).

#### **2.2.15 Carbono neutral.**

Ser carbono neutro implica que el país logre equiparar sus emisiones de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) con cantidades iguales de oxígeno y, de esa forma, contribuir a que no aumente el efecto invernadero y el cambio climático (La Nación, 2012).

El sitio Web llamado “Cambio Político” público que El Juez Agrario Carlos Bolaños Céspedes, quien participó como moderador en la actividad, explicó que carbono neutral es el número de emisiones de gases de efecto invernadero que están compensadas totalmente. Emitimos estos gases cada vez que nos transportamos, cuando consumimos energía eléctrica, cuando producimos desechos y también cuando consumimos bienes y servicios (Cambio Político, 2012).

### **2.2.15.1 Cambio Climatico**

Es un cambio atribuido directa o indirectamente a las actividades humanas que alteran la composición global atmosférica y que se añade a la variabilidad climática natural observada en periodos comparables de tiempo (Universidad de Murcia, 2012).

Por cambio climatico se entiende de clima atribuido directo o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante periodos de tiempo comparables (Tecnologico de Monterey, 2012).

### **2.2.15.2 Efecto invernadero.**

Según Ciesla, W. (1995) efecto invernadero es la retención de calor en la baja atmósfera debido a la absorción y a la re-radiación de las nubes y de algunos gases. La tierra recibe su energía del sol en la forma de radiaciones solares. Las radiaciones solares de onda corta (visibles) recibidas del sol pasan a través de la atmósfera con poca o ninguna interferencia y calientan la superficie terrestre. Las radiaciones térmicas de onda larga, emitidas por la superficie terrestre calentada, son absorbidas en parte por restos de elementos o por gases “ de efecto invernadero”. Estos gases se encuentran en la atmósfera en pequeñas cantidades y reflejan hacia todas las direcciones las radiaciones térmicas de onda larga. Algunas de estas radiaciones se dirigen hacia la superficie terrestre, influyendo en las temperaturas mundiales.

### **2.2.15.3 Energias alternativas.**

Se refiere a un cambio por energías nuevas y menos dañinas, entre algunas energías alternativas encontramos: energía eólica (Viento),

energía de Biomasa (residuos de procesos agrícolas industriales), energía geotérmica y energía solar (Ambientico, 2012).

Las energías alternativas son fuentes de energía no conectadas a la red electrónica, mediante el uso de tecnología (turbinas eólicas, turbinas hidroeléctricas, celulares solares) que permita a las personas obtener energía (Allan & Grill).

#### **2.2.16 Habitad**

Conjunto local de condiciones que geográficas en que se desarrolla la existencia de seres vivos (Melo, y otros, 2005).

Lugar de establecimiento de plantas y animales, el cual es favorable para todas las etapas de su ciclo de vida y para los rasgos que definen su ciclo de vida (Sanchez, Vega, & Peters, 2003).

#### **2.2.17 Mitigar**

Disminuir la intensidad, la gravedad o la importancia de algo (Thefreedictionary, 2012).

#### **2.2.18 Recursos naturales**

Se considera como tal toda sustancia, ser vivo, energía o flujo de materia existente en estado virgen en la superficie terrestre, sobre o bajo el nivel del mar y en mayor o menor abundancia, y que mantiene una evidente interrelación con otras sustancias, seres vivos, energía o flujo de materia. Pero un recurso natural es tan sólo en la medida en que puede ser útil, real o potencialmente. A unos seres humanos, comunidad o humanidad entera (Flores, 2001).

Los recursos naturales son aquellos elementos proporcionados por la naturaleza sin intervención del hombre y que pueden ser aprovechados por el hombre para satisfacer sus necesidades (Ecolink, 2012).

#### **2.2.19 Biodegradable**

Todos los residuos que pueden descomponerse de forma aeróbica (presencia de oxígeno) o anaeróbica (ausencia de oxígeno) tales como: residuos de alimentos y de jardín, papel o cartón (Moreno & Moral, 2007).

Sustancias que son susceptibles de descomposición a través de procesos biológicos naturales, tales como la acción de bacterias, vegetales o animales (Barioglio, 2001).

#### **2.2.20 Bio plaguicidas**

Plaguicidas que proceden de fuentes naturales como plantas o bacterias se llaman bio pesticidas o bio plaguicidas y estos suelen ser amigables con el ambiente que los pesticidas sintéticos (Manahan, 2006).

El sitio web de la organización llamada Ramacafe, da ha conocer que se entiendo por bioplaguicida se entiende “como todo producto elaborado a base de seres vivos que son aplicados a los cultivos con el propósito de manejar las plagas” (Ramacafe, 2012).

#### **2.2.21 Residuos**

El documento de la Junta de Andalucía sobre el concepto y clasificación de residuos urbanos y asimilables menciona que La O.C.D.E., Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, denomina "residuos" a aquellas materias generadas en las actividades de producción y consumo que no han alcanzado ningún valor económico en el contexto en que son producidas, o sea, aquello que su propietario

desecha por no serle útil, comprendiendo, en el ámbito de la utilidad, una posible cesión rentable del producto (Junta de Andalucía, 2012).

#### **2.2.22 Agua residual**

“Las aguas residuales pueden definirse como las aguas que provienen del sistema de abastecimiento de agua de una población, después de haber sido modificadas por diversos usos en actividades domésticas, industriales y comunitarias” (Universidad Técnica Nacional- Facultad Regio Bahia Blanca, 2012).

#### **2.2.23 Plantas de tratamiento**

El sitio web de la organización llamada Andinas define a una planta de tratamiento como “ una estructura metálica para tratar aguas residuales de manera portátil, bajo un tratamiento bioquímico, usando la gravedad en las diferencias estancias de la planta de tratamiento” (Andinas, 2012).

#### **2.2.24 Patrimonio**

Conjunto de bienes materiales e inmateriales, heredados de nuestros antepasados, que han de ser transmitidos a nuestros descendientes acrecentados (Garcia, 2011).

##### **2.2.24.1 Patrimonio tangible**

Son los objetos o bienes materiales que reflejan cómo los costarricenses nos hemos adaptado al medio y organizado nuestra vida social, económica y cultural (Centro de Conservación de Patrimonio Cultural, 2012).

Ejemplos de ello son las obras de arquitectura, obras de arte, cerámica, orfebrería, muebles, documentos, piezas arqueológicas, instrumentos musicales, herramientas.

#### **2.2.24.2 Patrimonio intangible**

El Sitio web llamado Museo de Arte Virtual da a conocer que “El patrimonio intangible está constituido por aquella parte invisible que reside en espíritu mismo de las culturas. El patrimonio cultural no se limita a las creaciones materiales. Existen sociedades que han concentrado su saber y sus técnicas, así como la memoria de sus antepasados, en la tradición oral. La noción de patrimonio intangible o inmaterial prácticamente coincide con la de cultura, entendida en sentido amplio como "el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social" y que, "más allá de las artes y de las letras", engloba los "modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias" A esta definición hay que añadir lo que explica su naturaleza dinámica, la capacidad de transformación que la anima, y los intercambios interculturales en que participa” (MAV, 2012).

Son aquellas expresiones que no se pueden tocar, pero que nos identifican, como las manifestaciones del intelecto y la sensibilidad de los costarricenses, en las tradiciones orales, la música, el baile, los valores, el teatro, los descubrimientos científicos y que constituyen nuestra cultura viva, auténtica (Centro de Conservación de Patrimonio Cultural, 2012).

#### **2.2.24.3 Patrimonio natural**

Se menciona en el Sitio web llamado Museo de Arte Virtual que “La Unesco lo define como aquellos monumentos naturales, formaciones

geográficas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental. El patrimonio ambiental lo constituyen las reservas de la biosfera, monumentos naturales, reservas y parques nacionales, y los santuarios de la naturaleza” (MAV, 2012).

Los monumentos naturales construidos por formaciones físicas y biológicas o por los grupos de esas formaciones que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico. Las formaciones geológicas o fisiológicas y las zonas estrictamente delimitadas constituyendo él hábitat de especies de animales y vegetales amenazados de desaparición que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o de la conservación. Los sitios naturales y las zonas naturales estrictamente delimitados que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o la conservación."

En resumen todos los animales plantas territorio y conjuntos de estos tres grupos que signifiquen valores universales en cuanto a la protección y conservación de especies animales y vegetales en peligro de desaparición o paisajes integrales en peligro de destrucción o transformación son en términos generales Patrimonio Natural cuya custodia conservación o en su caso multiplicación es responsabilidad de la Nación. Dicho patrimonio a pertenecido y es raíz biológica de nuestro pueblo y por lo tanto debe seguir perteneciéndole evitando su desaparición o merma para el disfrute de las generaciones futuras (Museo Cuitláhac, 2012).

#### **2.2.24.4 Patrimonio tangible mueble**

Según el Museo de Arte Virtual, el patrimonio tangible mueble “comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos,

tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Entre ellos cabe mencionar las obras de arte, libros manuscritos, documentos, artefactos históricos, grabaciones, fotografías, películas, documentos audiovisuales, artesanías y otros objetos de carácter arqueológico, histórico, científico y artístico” (MAV, 2012).

### 2.2.25 Áreas silvestres protegidas

Según el Sistema Nacional de Áreas de Conservación, las áreas silvestres protegidas son zonas geográficas delimitadas, constituidas por terrenos, humedales y porciones de mar. Han sido declaradas como tales por representar significado especial por sus ecosistemas, la existencia de especies amenazadas, la repercusión en la reproducción y otras necesidades y por su significado histórico y cultural. Estas áreas estarán dedicadas a conservación y proteger la biodiversidad, el suelo, el recurso hídrico, los recursos culturales y los servicios de los ecosistemas en general" Artículo 58 Ley de Biodiversidad N 7788 (SINAC, 2012).

**Cuadro 2. Leyes vigentes acatadas por el ICT en el proceso de Certificación de Sostenibilidad Turística.**

Leyes	Objetivos
<b>Ley Orgánica del Ambiente N 7554</b>	Artículo 1. El Estado, mediante la aplicación de esta ley, defenderá y preservará ese derecho, en busca de un mayor bienestar para todos los habitantes de la Nación. Se define como ambiente el sistema constituido por los diferentes elementos naturales que lo integran y sus interacciones e

<p><b>Ley de Conservación de la Vida Silvestre N 7317</b></p>	<p>interrelaciones con el ser humano</p> <p>Artículo 1. Establecer regulaciones sobre la vida silvestre. La vida silvestre está conformada por la fauna continental e insular que vive en condiciones naturales, temporales o permanentes, en el territorio nacional y la flora que vive en condiciones naturales en el país. Estas únicamente pueden ser objeto de apropiación particular y de comercio, mediante las disposiciones contenidas en los tratados públicos, en los convenios internacionales, en la presente ley y en su reglamento</p>
<p><b>Ley de la Biodiversidad N 7788</b></p>	<p>Artículo 1. Objeto. Conservar la biodiversidad y el uso sostenible de los recursos naturales, así como distribuir en forma justa los beneficios y costos derivados.</p>
<p><b>Ley Zona Marítimo Terrestre N 6043</b></p>	<p>Artículo 1.La zona marítimo terrestre constituye parte del patrimonio nacional, pertenece al Estado y es inalienable e imprescriptible. Su protección, así como la de sus recursos naturales, es obligación del Estado, de sus instituciones y de todos los habitantes del país. Su uso y aprovechamiento están sujetos a las disposiciones de esta ley.</p>
<p><b>Ley Forestal N 7032</b></p>	<p>Artículo 1. Objetivos. Velar por la conservación, protección y administración de los bosques naturales y por la producción, el</p>

	<p>aprovechamiento, la industrialización y el fomento de los recursos forestales del país destinados a ese fin, de acuerdo con el principio de uso adecuado y sostenible de los recursos naturales renovables. Además, velara por la generación de empleo y el incremento del nivel de vida de la población rural, mediante su efectiva incorporación a las actividades silviculturales. En virtud del interés público y salvo lo estipulado en el artículo 18 de esta ley, se prohíbe la corta o el aprovechamiento de los bosques en parques nacionales, reservas biológicas, manglares, zonas protectoras, refugios de vida silvestre y reservas forestales propiedad del Estado.</p>
<p><b>Ley de Parques Nacionales N 6084</b></p>	<p>Artículo 1. Créase el Servicio de Parques Nacionales del Ministerio de Agricultura y Ganadería, que tendrá como función específica el desarrollo y administración de los parques nacionales para la conservación del patrimonio natural del país.</p>
<p><b>Ley de Defensa y Conservación del Patrimonio Arquitectónico Nacional N 6703</b></p>	<p>Artículo 1. Constituyen patrimonio nacional arqueológico, los muebles o inmuebles, producto de las culturas indígenas anteriores o contemporáneas al establecimiento de la cultura hispánica en el territorio nacional, así</p>

como los restos humanos, flora y fauna, relacionados con estas culturas

Fuente: SINAC, 2012.

### **2.3 Relaciones conceptuales para abordar el problema.**

El turismo es una actividad que le ha permitido a muchos países de todo el mundo tener la oportunidad de incrementar sus ingresos y ser más competitivos en la prestación de servicios, esto mediante el aprovechamiento de sus recursos naturales, inversión en infraestructuras, desarrollo y facilidad de acceso hacia los atractivos, que son esenciales para que se desarrolle la actividad, pero la explotación de esta actividad sin controles adecuados podría poner en riesgo varios sectores como: la cultura, el ambiente, sociedad, salud y educación en donde se desarrolla la actividad. Es por esta razón que es necesaria la implementación de una herramienta que ayude a promover un uso más sostenible del turismo como actividad. Costa Rica como país turístico ha logrado crear una herramienta llamada C.S.T administrado por el I.C.T, en donde el C.S.T funciona como herramienta para promover la sostenibilidad de la actividad en las empresas de hospedaje, parques temáticos, agencias de viaje y rentadoras de carros.

La implementación del C.S.T le ha permitido a Costa Rica salvaguardar varios sectores que son sensibles a la actividad, asegurándose de que la sociedad obtenga más ventajas que desventajas, que el ambiente se vea lo menos dañado posible por la actividad y que la empresa obtenga ganancias económicas mediante las recomendaciones y prácticas que se estipulan en la norma para la obtención del certificado.

Por otro lado, en lo que respecta a la actividad turística, esta no solo se ha limitado a la realización de actividades ya establecidas y con gran influencia en Costa Rica como lo son el Turismo de Sol y Playa y el Ecoturismo, sino que este se ha extendido a otras zonas del país en donde las comunidades rurales han intentado aprovechar el turismo bajo el concepto de Turismo Rural, en donde las personas de estas comunidades intentan desarrollar servicios acordes a la zona y por lo general los servicios que están desarrollando están

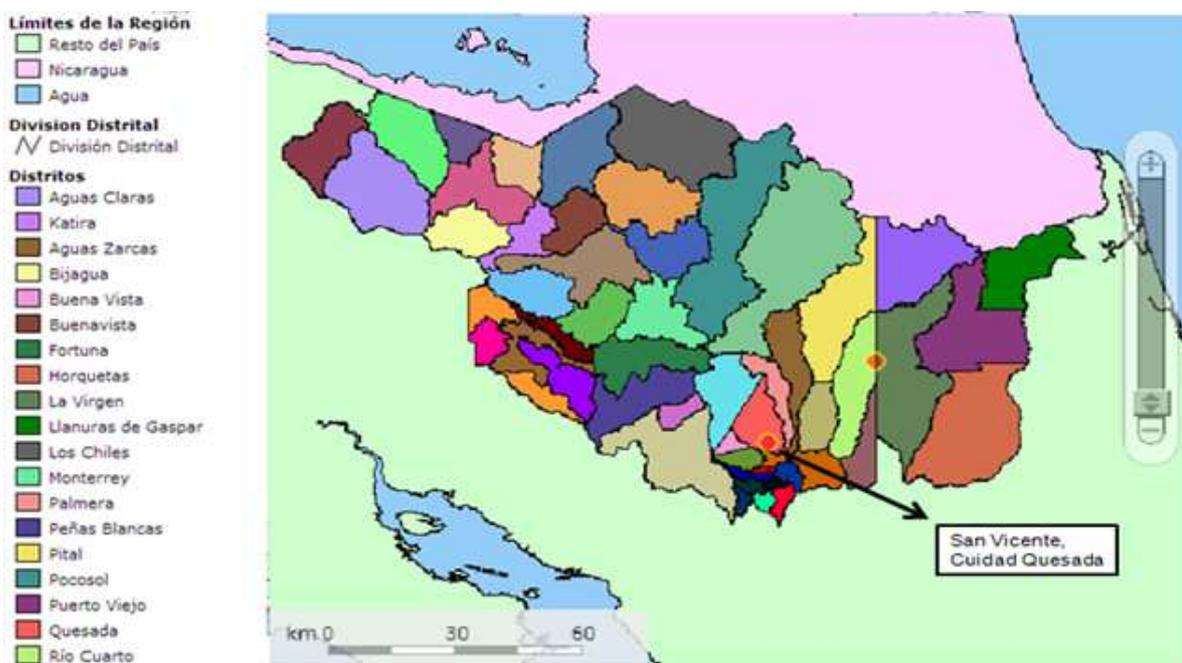
relacionados con sus actividades productivas , los recursos naturales presentes y sus costumbres.

Es mediante la implementación de una actividad alternativa como lo es el Turismo Rural que la comunidades tienen oportunidades de desarrollo, ya que al existir mayores ingresos por parte de la actividad, se dará un fomento al surgimiento de micro y pequeñas empresas, generando empleos y desarrollo local, así como encadenamientos turísticos entre los diferentes empresarios que surjan para abarcar la actividad turística como medio alternativo para el incremento económico

Pero existe cierto punto en donde las comunidades que tienen contacto con el turismo deben que empezar a plantearse estrategias o planes que les permita mitigar los impactos negativos que trae el turismo sobre la comunidad. Esto para lograr que los recursos naturales, las tradiciones y actividades productivas logren mantenerse con el tiempo. Por lo que una herramienta de sostenibilidad como lo es el C.S.T, se convierte en una buena base técnica para hacer mejor uso de los recursos y a su vez tener un mejor control sobre la actividad.

### Capitulo III-Metodología.

El presente trabajo se realizó en la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada, la cual esta ubicada a 15 kilómetros al sureste de Ciudad Quesada, a 1600 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m), entre el Cerro Platanar y el Volcán Porvenir. Esta Comunidad Forma parte del Cantón de San Carlos y pertenece a la provincia de Alajuela.



Fuente: SIRZEE, 2012.

Figura 3. Localización de la comunidad de San Vicente.

El trabajo se realizó durante el periodo de setiembre, octubre y noviembre del año 2012, este cuenta con un enfoque de investigación cualitativo y cuantitativo, debido a que en esta investigación se estudiaron aquellos criterios establecidos en la Norma de C.S.T que son cumplidos por las dos micro empresas de hospedaje de San Vicente, también en este estudio se sometieron a las micro empresas de

hospedaje a una evaluación puntual y porcentual sobre su sostenibilidad con respecto a la Norma del C.S.T.

Este trabajo consta de tres etapas, en la primera etapa se llevarán registros narrativos mediante entrevistas no estructuradas y observación presencial así como revisión bibliográfica con respecto a la Certificación de sostenibilidad Turística aplicable a empresas de hospedaje y seguidamente se elaboró de una tabla de un análisis FODA de las empresas estudiadas.

En la segunda etapa se dio la aplicación de la Norma del Certificado de Sostenibilidad Turística para Establecimientos de Hospedaje (C.S.T) del Instituto Costarricense de Turismo (I.C.T), así como fichas técnicas para recolectar información. En la tercera etapa se realizó la valoración de las Micro empresas de hospedaje por medio de la Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística (C.S.T.) del Instituto Costarricense de Turismo en donde la información obtenida se tabuló en una base de datos u hoja Excel.

Esta investigación también cuenta con características de estudios descriptivos ya que en el presente trabajo se manejan muchos conceptos que son necesarios para un previo análisis en el cual se logre una valoración de la sostenibilidad en las empresas.

### Cuadro 3. Desarrollo de la metodología.

Primera etapa	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analisis FODA</li></ul>
Segunda Etapa	<ul style="list-style-type: none"><li>• Recoleccion de datos.</li><li>• Aplicación de la Norma de Certificacion de Sostenibilidad para establecimientos de Hospedaje.</li></ul>
Tercera Etapa	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tabulacion en hojas de Excel.</li><li>• Cuadro de Fortalezas y debilidades de las empresas en cuanto a la Norma aplicada.</li></ul>

Las dos empresas que se tomaron en cuenta para este estudio son las únicas dos presentes en la comunidad y su selección se dio básicamente porque no se disponía de otras empresas de hospedaje en la comunidad para realizar el estudio.

Las empresas seleccionadas para el trabajo de investigación fueron: Cabina Finca la Milagrosa y Cabinas Familiares San Vicente. En general estas empresas se caracterizan por ser micro empresas de carácter familiar, las cuales solo tiene capacidad para atender grupos pequeños y estas presentan el equipo necesario para brindar el servicio de hospedaje.

#### **Etapa 1: Análisis FODA.**

Se realizó un análisis FODA (Apéndice 1) de las empresas el cual permita tener una visión en general de cuales son los Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas que tienen las Micro empresas a nivel empresarial. Ya que estas incidirán en los resultados obtenidos del estudio, ya que en este cuadro se reflejara la dificultad de estas empresas para poder obtener el C.S.T.

**Etapa II. Recolección de datos y Aplicación de la Norma de Certificación para la Sostenibilidad Turística para establecimientos de Hospedaje.**

**Cuadro 4. Visitas de campo para recolección de datos, objetivos y producto que se espera de esta.**

Visitas	Objetivos	Producto esperado
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer relaciones de confianza entre el empresario y el estudiante.</li> <li>• Explicación del trabajo de estudio en la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer los lazos de confianza entre estudiante-empresario.</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolección de datos.</li> <li>• Aplicación de la Norma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer el funcionamiento de la empresa.</li> <li>• Conocer los diferentes ámbitos con que cuenta la empresa.</li> </ul>

Para la recolección de información de las empresas se realizaron dos visitas (Cuadro 4), la primera visita tenía como objetivo establecer lazos de confianza entre el estudiante y empresario, mediante charlas introductorias en las cuales se explicó en qué consistía el trabajo de graduación, el tiempo disponible para realizar el estudio, también se le hizo saber al empresario los pasos que llevan el proceso del Certificado de Sostenibilidad en donde se especificó claramente cuáles son los aspectos que se evalúan en el proceso del C.S.T, también se informó al empresario sobre los beneficios que se obtendrían con la realización del trabajo así como los beneficios que podría llegar a obtener con el C.S.T en su empresa.

La segunda visita se enfocó en la recolección de información sobre las empresas mediante la implementación de entrevistas no estructuradas realizadas específicamente a los dueños de la empresa, además se elaboró una ficha técnica de las empresas (Apéndice 2), la cual contenía la información de las empresas en donde se incluye características generales y de funcionamiento de la empresa tales como: propietarios, clasificación de la empresa de hospedaje, ubicación, número de habitaciones, número de empleados, equipamiento, si cuentan con panfletos, página web, tarifas, actividades adicionales, entre otras. La aplicación de este cuadro pretende obtener un tipo de perfil de la empresa que se está estudiando.

También durante la segunda visita se dio la aplicación de la Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística para Establecimientos de Hospedaje, ha las Micro empresas de hospedaje en la comunidad de San Vicente, Ciudad Quesada, en donde se evaluaron los diferentes ámbitos establecidos por el I.C.T (Anexos). Por medio de la Norma del C.S.T como instrumento de evaluación se logró determinar la sostenibilidad operativa que tienen las empresas de esta región, obteniendo así una categorización con respecto al cumplimiento de los diferentes ámbitos. Es necesario mencionar que la categorización va desde el nivel 0 (nivel más bajo) hasta el nivel 5 (calificación más alta) de sostenibilidad (Cuadro.5) y estos niveles son representados con las hojas de sostenibilidad turística.

**Cuadro 5. Categorización con respecto al CST.**

Nivel	% Cumplimiento
0	< 20 (menor a 20)
1	20-39
2	40-59
3	60-79
4	80-94

Fuente: (ICT, 2012).

A como se menciona anteriormente la clasificación propuesta por el C.S.T va desde nivel 0 en donde se demuestra que la empresa cumple con solo un 20% o menos del cumplimiento en los ámbitos de sostenibilidad y el nivel 5 corresponde a que la empresa cumple con un 95 % o mas de lo establecido en los ámbitos (Anexo 1).

Un aspecto de relevancia sobre la categorización establecida en el C.S.T es que una vez que se cumple el proceso de certificación y se prosigue a su categorización, el C.S.T ubica a la empresa en el menor nivel alcanzado en alguno de los ámbitos. Con esto se pretende que la empresa avance hacia un modelo de sostenibilidad en donde se tomen los diferentes ámbitos. Para lograr un mejor entendimiento de este comportamiento del C.S.T se dará el siguiente ejemplo:

Después de un proceso de certificación una empresa de hospedaje obtuvo un cumplimiento de un 70% en el ámbito Físicobiológico, un 50 % en el ámbito Planta de Servicio y un 80% en el ámbito Cliente Externo y un 20% en el ámbito socioeconómico. Con base a los porcentajes obtenidos, el C.S.T ubicará a esta empresa en el nivel 1 de sostenibilidad debido al 20% de cumplimiento que obtuvo en el ámbito Socioeconómico y no en el nivel 4 que equivale al 80% de cumplimiento de sostenibilidad que obtuvo en el ámbito cliente externo.

### **Etapa III. Tabulación en Hojas de Excel y Cuadro de de Fortalezas y debilidades de las empresas en cuanto a la Norma aplicada.**

Una vez aplicada la Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística se proseguirá a la Tabulación en hojas de Excel sobre la información obtenida en la aplicación de la Norma. Estas hojas electrónicas contendrán todos los ámbitos con sus respectivos descriptores y ponderación correspondiente de cada pregunta, los cuales se encuentran estipulados en el Manual de la Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística para Establecimientos de Hospedaje. En ellas se incluyeron las 153 preguntas, 28 descriptores. Cada una de las preguntas contiene una condición positiva en términos de sostenibilidad por lo que al realizar esta evaluación se logra determinar cuantas condiciones positivas está cumpliendo la empresa. También las preguntas tendrán un puntaje establecido el cual refleja la importancia de la pregunta, estos puntajes son 1 (menor valor), 2 (valor medio) y 3 (valor alto), el número 3 refleja que la pregunta es de relevancia.

Estas hojas de Excel permitirán someter a las empresas a evaluación ya que al contestar las preguntas, las empresas estarán brindando una puntuación con respecto a las condiciones que se están cumpliendo en la empresa, lo que llevará a una puntuación final que será la base para la categorización de la empresa. Estas hojas también incluyen el porque de las preguntas y prácticas recomendables con respecto a las preguntas realizadas, las cuales se brindarán en los anexos, esto con el objetivo de conocer el fin de las preguntas establecidas y que se podría hacer para solventar algún problema.

El cuadro de las fortalezas y debilidad de las empresas con respecto a la Norma (Cuadro 10), será de vital importancia ya que una vez aplicada la norma, este permitirá resumir de forma adecuada cuales fueron los principales problemas y ventajas que tuvieron las empresas con respecto a las preguntas que se

establecen en la norma y que esto ayude a comprender porque se obtuvieron los resultados que se presentaron.

## Capítulo IV. Resultados

### 4.1 Resultados

Las dos visitas realizadas a las dos micro empresas de hospedaje, se realizaron con diferentes fines, la primera tenía como objetivo tener contacto con los dueños de las micro, lo cual llevara a establecer confianza entre empresario-estudiante, permitiendo así dar una explicación del tema de estudio que se quería realizar en las micro empresas. La segunda visita se enfatizó en la recolección de información sobre el funcionamiento de la empresa, por lo cual aplicó una ficha técnica de las empresas y un análisis FODA para determinar las Fortalezas, debilidades, debilidades y amenazas de estas dos micro empresas, lo cual permitiera tener una visión amplia del porque del puntaje obtenido cuando se aplicó la Norma de Sostenibilidad Turística para Empresas de Hospedaje, la cual midió la sostenibilidad con respecto a lo que se establece en la norma.

Mediante el análisis FODA (Cuadro 6 y 7) se logró observar que ambas empresas coincidían que la belleza paisajística y formar parte de algún grupo organizado formaba parte de sus fortalezas, además se logro averiguar que ambas empresas tenían debilidades con respecto a la visitación de la empresa que traía consigo poco capital para inversiones, también se manifestó que una de sus debilidades era su lejanía con respecto a La Fortuna, la cual es una zona con mucha afluencia de turistas nacionales y extranjeros. También se logró averiguar que estas empresas consideraban que aspectos como crisis económicas y surgimientos de nuevas comunidades con proyectos turísticos similares se podrían convertir en una amenaza para sus empresas.

**Cuadro 6. Aplicación del Análisis FODA a la micro empresa Finca La Milagrosa.**

Cabina Finca La Milagrosa	
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<p><b>Belleza paisajística:</b> Posee una gran proximidad al Parque Nacional del Agua Juan Castro Blanco y a otras zonas boscosas.</p>	<p><b>Reputación de la Región:</b> La comunidad cuenta con el certificado de La Bandera Azul Ecológica.</p>
<p><b>Nivel de preparación:</b> Miembros de la familia se han capacitado para la atención de turistas.</p>	<p><b>Ayuda por parte de la legislación:</b> La empresa podría recibir algún tipo de beneficio por parte de la Ley de Fomento al Turismo Rural.</p>
<p><b>Asistencia Técnica:</b> Cuenta con la ayuda de los Biólogos Ingrid Varela Benavides y Federico Guillen para realizar proyectos de gestión ambiental</p>	<p><b>Asesoramiento y capacitación:</b> Recibir mayor capacitación por parte del INA en administración de empresas.</p>
<p><b>Alianzas:</b> Forma parte de la cooperativa de turismo rural llamada COOPESANVICENTE.</p>	<p><b>Mercado:</b> Incremento en la visitación de la zona por parte de turistas nacionales e internacionales.</p>
<p><b>Idioma:</b> Conocimiento del Idioma ingles.</p>	<p><b>Promoción:</b> Mayor promoción por parte de organismos locales (COOPESANVICENTE) y organismos nacionales (ICT).</p>
	<p><b>Ubicación:</b> Es un factor diferenciador, que puede ser aprovechado para desarrollar la</p>

actividad turística

Cabina Finca La Milagrosa	
Debilidades	Amenazas
Capital: No dispone de mucho capital para hacer inversiones.	Crisis económicas mundiales: Surgimiento de una crisis económica mundial, la cual cambie los hábitos de consumo de sus potenciales clientes.
Sostenibilidad: Establecer objetivos, meta y políticas que estén enfatizadas en el cumplimiento de la sostenibilidad.	Desastres Naturales: Este factor puede cambiar la opinión de los clientes en lo que respecta a la visitación de la comunidad, cantón o país.
Capacitación: Poca capacitación en materia administrativa.	Competencia: Surgimiento de nuevos proyectos y comunidades que ofrezcan servicios similares.
	Surgimiento de nuevos destinos: Que otros del mundo desarrollen un turismo ecológico y rural parecido a los atractivos y servicios que ofrece Costa Rica.
	Visitación: Esta empresa no recibe una cantidad fluida de clientes.

**Cuadro 7. Aplicación del Análisis FODA a la micro empresa Cabinas Familiares San Vicente.**

Cabina Familiares San Vicente	
Fortalezas	Oportunidades
<p><b>Belleza paisajística:</b> Se encuentra en un lugar que brinda tranquilidad y belleza natural.</p>	<p><b>Reputación de la Región:</b> La comunidad cuenta con el certificado de La Bandera Azul Ecológica.</p>
<p><b>Accesibilidad:</b> La ruta de acceso se encuentra en buenas condiciones.</p>	<p><b>Ayuda por parte de la legislación:</b> La empresa podría recibir algún tipo de beneficio por parte de la Ley de Fomento al Turismo Rural.</p>
<p><b>Grupos Organizados:</b> Forma parte de Asociación de Mujeres Agroecoturísticas de San Vicente y COOPESANVICENTE.</p>	<p><b>Asesoramiento y capacitación:</b> Recibir capacitación por parte del INA en administración de empresas.</p>
<p><b>Idioma:</b> Conocimiento del idioma inglés.</p>	<p><b>Mercado:</b> Incremento en la visitación de la zona por parte de turistas nacionales e internacionales.</p>
	<p><b>Mejora de relaciones:</b> Mejorar las relaciones con la cooperativa de turismo de San Vicente.</p>
	<p><b>Ubicación:</b> Es un factor diferenciador, que puede ser aprovechado para desarrollar la actividad turística</p>

## Cabinas Familiares San Vicente

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<p><b>Capital:</b> No dispone de mucho capital proveniente de la empresa como para realizar inversiones.</p>	<p><b>Crisis económicas mundiales:</b> Surgimiento de una crisis económica mundial, la cual cambie los hábitos de consumo de sus potenciales clientes.</p>
<p><b>Administración:</b> Establecer de manera escrita sus objetivos, metas y políticas.</p>	<p><b>Desastres Naturales:</b> Este factor puede cambiar la opinión de los clientes en lo que respecta a la visitación de la comunidad, cantón o país.</p>
<p><b>Sostenibilidad:</b> Establecer objetivos, metas y políticas enfocado a la sostenibilidad.</p>	<p><b>Competencia:</b> Surgimiento de nuevos proyectos y comunidades que ofrezcan servicios similares.</p>
<p><b>Nivel de preparación:</b> Poco conocimiento técnico para la correcta operación de la empresa y establecimiento de estrategias que ayuden mejorar su situación actual.</p>	<p><b>Visitación:</b> Esta empresa no recibe una cantidad fluida de clientes.</p>
<p><b>Roces:</b> Existen ciertos conflictos entre la propietaria de la micro empresa y COOPESANVICENTE.</p>	

## 4.2 Aplicación de Fichas Técnicas

En las siguientes fichas técnicas (Cuadro 8 y 9) se refleja la información general de las empresas, la cual es clave para tener una idea de las dimensiones y nivel operacional de la empresa que se encuentra como objeto de estudio.

**Cuadro 8. Ficha Técnica de Cabina Finca la Milagrosa.**

Cabina Finca La Milagrosa	
Propietarios.	Guillermo Varela Salazar
Clasificación.	Cabina
Capacidad	6 personas
# Empleados	0 (operación familiar)
Equipamientos	Electrodomésticos (Refrigeradora, microondas, sartén eléctrico, olla arrocera, etc), televisor, duchas y camas dobles.
Cuenta con Panfletos	NO
Tarifas	6000 colones por persona por noche
Actividades adicionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminata nocturna.</li> <li>• Tour a la cima del volcán platanar.</li> <li>• Tour a la Catarata.</li> <li>• Tour Lechero.</li> <li>• Tour Observación de aves.</li> <li>• Tour al Parque Nacional JCB.</li> </ul>
Pagina Web	No
Teléfono	2460 7635// 8799 0838 // 2200 4254
Correo Electrónico	<a href="mailto:svarela09@yahoo.es">svarela09@yahoo.es</a> <a href="mailto:svarela11@gmail.com">svarela11@gmail.com</a>

**Cuadro 9. Ficha Técnica de Cabinas Familiares San Vicente.**

<b>Cabinas Familiares San Vicente.</b>	
<b>Propietarios.</b>	Luz María Esquivel
<b>Clasificación.</b>	Cabina
<b>Capacidad</b>	8 personas
<b># Empleados</b>	0 (operación familiar)
<b>Equipamientos</b>	Electrodomésticos (Refrigeradora, microondas, sartén eléctrico, olla arrocera, etc), televisor, duchas y camas dobles.
<b>Cuenta con Panfletos</b>	NO
<b>Tarifas</b>	6000 colones por persona por noche
<b>Actividades adicionales</b>	NO
<b>Pagina Web</b>	NO
<b>Teléfono</b>	24610164
<b>Correo Electrónico</b>	NO

### **4.3 Aplicación de la Norma de Sostenibilidad Turística para Empresas de Hospedaje.**

Las siguientes tablas muestran los diferentes ámbitos y descriptores que están establecidos en la Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística para Empresas de Hospedaje; en ellas se presentan el número de preguntas por cada descriptor y ámbito con su respectiva ponderación, de manera que sea posible comparar el número total de puntos establecidos en la norma con los puntos que la empresa logra obtener.

Estas tablas cuentan con filas amarillas las cuales denotan el puntaje que contiene cada descriptor, de manera que facilite la comprensión en lo que respecta a la puntuación que se le otorga a cada descriptor y la puntuación obtenida por las dos micro empresas, también al final de cada ámbito se encuentra una segunda fila amarilla la cual cumple la función de sumar de manera general todos los puntos establecidos en el ámbito y los puntos en general obtenidos por las empresas, mediante esta puntuación se tendrá una visión general de la sostenibilidad de la empresa. Además dentro de esta segunda fila amarilla se encuentra una casilla con un número porcentual el cual referencia el porcentaje de sostenibilidad de las empresas con respecto a lo obtenido en el puntaje general.

**Tabla 1. Ámbito Físico Biológico.**

Ambito Fisico Biologico		Ponderacion	Cabina Finca Ecoturistica La Milagrosa		Cabinas Familiares San Vicente	
1. Medio Ambiente y Conservacion			Puntaje	Porcentaje %	Puntaje	Porcentaje %
1.1		2	0		0	
1.2		1	0		0	
1.3		1	1		0	
1.4		1	0		0	
1.5		2	0		0	
1.6		2	0		0	
1.7		1	1		0	
1.8		3	3		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		13	5		0	
2. Areas Verdes						
2.1		2	0		0	
2.2		1	0		0	
2.3		3	3		0	
2.4		1	0		0	
2.5		2	2		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		9	5		0	
* 3. Cancha de Golf						

**Nota: el símbolo (\*), referencia que la pregunta o descriptor no es aplicable a la empresa.**

En la tabla anterior (Tabla1) se muestra la puntuación obtenida por las micro empresas con respecto a lo establecido en los descriptores llamados “Medio Ambiente y Conservación” y “Áreas Verdes”, en los cuales la micro empresa llamada Cabina Finca Eco turística La Milagrosa tuvo una mayor puntuación

que la micro empresa Cabinas Familiares San Vicente, esto debido a que a la empresa tiene el respaldo técnico en temas ambientales esto mediante la ayuda de los biólogos Ingrid Varela Benavides y Federico Guillen. En el caso de la micro empresa Cabinas Familiares San Vicente, esta no dispone con procedimientos o mecanismos establecidos los cuales les permita monitorear los impactos, también esta micro empresa no cuenta con la ayuda de profesionales, los cuales ayuden a establecer mecanismos de monitoreo, que sean útiles en el planteamiento de objetivos y metas ambientales.

Los puntos no obtenidos por parte de la empresa Cabina Finca Eco turística La Milagrosa, se debieron a que aunque se cuenta con el los profesionales es temas ambientales aun no se ha establecido un mecanismo o procedimiento que le ayude a la empresa a mitigar y verificar sus impactos ambientales de manera cuantificable. De modo general ambas micro empresas presentan una ausencia en la participación en lo que corresponde en la participación en actividades ambientales y estas no forman parte de alguna organización que trabaje en la problemática ambiental.

Ambas micro empresas presentan deficiencias en el descriptor llamado “Áreas Verdes” esto debido a que en las áreas verdes están compuestas por especies exóticas o no nativas y se da poco empleo de plantas nativas para el embellecimiento paisajístico, también estas empresas no disponen de un plan de manejo el cual les haga saber si las plantas exóticas o no nativas se están esparciendo a áreas del entorno, además estas ambas carecen de rotulación de las especies nativas en las zonas verdes. En el caso de la micro empresa Cabina Finca Ecoturística la Milagrosa, esta ha logrado identificar la flora de los alrededores con su respectiva taxonomía y también se usan insumos amigables con el ambiente debido a que esta dispone de una “Lombricera” del cual se produce abono orgánico a través de la “lombricultura”.

**Tabla 2. Ámbito Físico Biológico.**

4. Areas Naturales						
4.1		1	1			1
4.2		1	0			0
4.3		3	0			*
4.4		3	0			0
4.5		2	0			*
4.6		2	2			0
<b>Total de puntos obtenidos del descriptor</b>						
		12	3			1
5. Protección de Flora y Fauna						
5.1		1	0			0
5.2		2	2			2
5.3		3	0			0
5.4		2	0			0
5.5		2	0			0
5.6		1	0			0
<b>Total de puntos obtenidos del descriptor</b>						
		11	2			2
6. Protección del Patrimonio Arqueológico, Arquitectónico, Histórico y Cultural.						
6.1		3	0			0
6.2		2	0			0
6.3		1	0			0
6.4		2	0			0
<b>Total de puntos obtenidos del descriptor</b>						
		8	0			0
7. Cambio Climático						
7.1		2	0			0
7.2		3	0			0
7.3		2	0			0
7.4		2	0			0
7.5		3	0			0
7.6		1	0			0
7.7		3	0			0
7.8		2	0			0
<b>Total de puntos obtenidos del descriptor</b>						
		18	0			0
8. Consumo de Agua						
8.1		2	0			0
8.2		1	0			0
8.3		1	0			0
8.4		2	0			0
8.5		1	0			0
8.6		3	0			0
8.7		3	0			0
8.8		2	0			0
<b>Total de puntos obtenidos del descriptor</b>						
		15	0			0

En la tabla anterior (Tabla 2) se muestra que el descriptor “Áreas Naturales” presenta una baja puntuación por parte de ambas empresas, debido a que en estas micro empresas no se maneja información detallada de las áreas silvestres protegidas por el Estado, esto con el fin de mostrárselo a los clientes que visitan la empresa. También ambas muestran que sus zonas boscosas no están debidamente registradas, ni bajo un plan de manejo adecuado, tampoco se presenta un apoyo en el mantenimiento o manejo de algún área silvestre o área natural.

Como factor positivo, las dos micro empresas han incentivado a sus clientes ha que se visiten áreas silvestres protegidas que cuentan con el reconociendo del Estado, en donde algunas de estas se encuentran en manos privadas, lo que fomenta al desarrollo de actividades ecológicas en la comunidad.

La empresa Finca Eco Turística La Milagrosa obtuvo un mayor puntaje en este descriptor debido a que este ha desarrollado un plan de reforestación en su propiedad, el cual se convertirá en un aspecto positivo desde el aspecto ambiental.

En lo que corresponde la descriptor “Protección de Flora y Fauna”, las dos empresas coincide que dentro del establecimiento no se mantienen especies de animales silvestres, generando así los únicos dos puntos obtenidos en este descriptor. Estas dos micro empresas carecen de aspectos relacionados con el ambiente tales como las políticas ambientales en la empresa, las cuales debe de ser transmitidas a los clientes.

Los descriptores de los cuales no se logró obtener ningún punto por parte de ambas micro empresas fueron: “Protección del Patrimonio Arqueológico, Arquitectónico, Histórico y Cultural”, “Cambio Climático” y “Consumo de Agua”. Este comportamiento se manifestó debido a que las dos micro empresas no participan de actividades de protección del patrimonio ni forman parte de grupos organizados que velen por la protección del patrimonio, tampoco se cuentan

con procedimientos adecuados para hacer denuncias cuando se den casos de comercialización de patrimonio. Otro aspecto negativo es que estas empresas no han desarrollado proyectos o acciones que permitan realizar mediciones con respecto al los gases de efecto invernadero, de modo que se pueda cuantificar los gases que se producen en la empresa. Además estas empresas no disponen de medidores de agua o sistemas alternativos que les permita monitorear el agua, de modo que estas tengan una idea en términos cuantitativos y porcentuales del agua que se utiliza en la empresa.

**Tabla 3. Ámbito Físico Biológico.**

9. Consumo de Energía						
9.1		2	0		0	
9.2		1	0		0	
9.3		1	0		0	
9.4		1	1		0	
9.5		2	0		0	
9.6		2	0		0	
9.7		3	0		0	
9.8		3	0		0	
9.9		1	0		0	
9.10		2	0		0	
9.11		1	0		0	
9.12		3	0		0	
9.13		1	0		0	
9.14		2	0		0	
9.15		1	0		0	
9.16		2	0		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		28	1		0	
10. Manejo de Residuos y Desechos, Organicos e Inorganicos.						
10.1		1	0		0	
10.2		2	0		0	
10.3		3	0		0	
10.4		2	0		0	
10.5		1	0		0	
10.6		2	2		2	
10.7		3	0		0	
10.8		1	0		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		15	2		2	
11. Aguas Residuales						
11.1		2	2		0	
11.2		1	0		0	
11.3		3	0		0	
11.4		2	0		0	
11.5		2	0		0	
11.6		3	0		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		13	2		0	
Total de puntos obtenidos del Ámbito		142	20	14,08%	5	3,52%

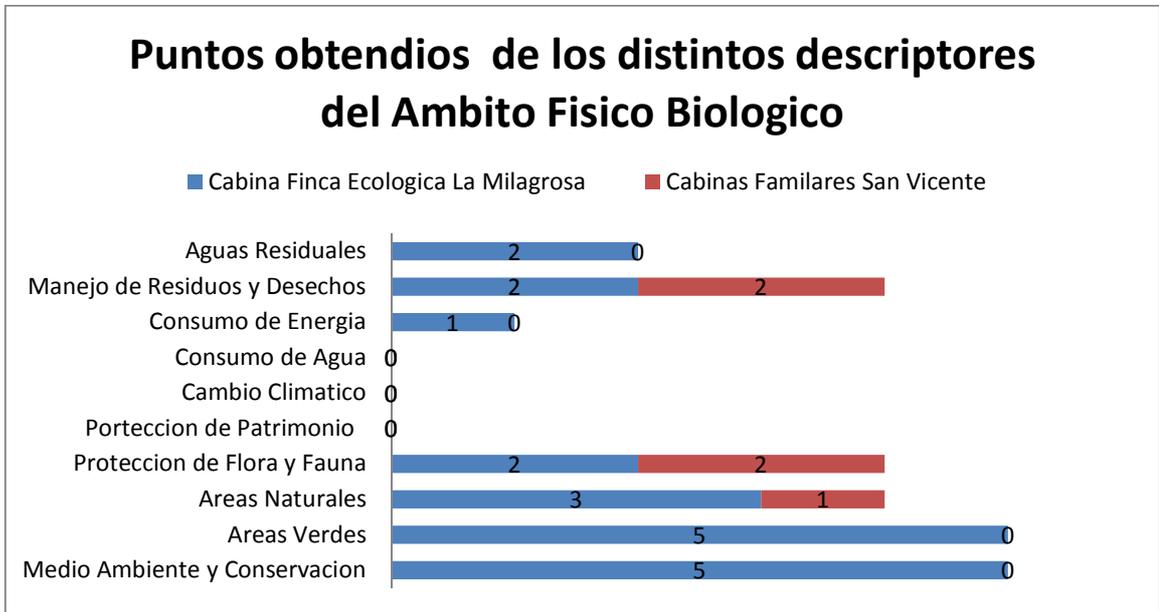
En la tabla anterior (Tabla 3) se demuestra que ambas empresas necesitan mejorar en el descriptor de “Consumo de Energía” ya que ninguna de estas micro empresas monitorea la energía utilizada en sus instalaciones y actividades, tampoco se han realizado programas los cuales insten a estas empresas a ahorrar energía, además estas no utilizan fuentes de energías alternativa en las instalaciones y actividades.

En lo que respecta al ámbito de “Manejo de Residuos y Desechos Orgánicos e Inorgánicos”, se da cierta coincidencia en la puntuación debido a que ambos disponen de un sitio para la separación y almacenamiento de los desechos orgánicos e inorgánicos que producen estas empresas. Pero aun así, son deficientes en ciertos puntos tales como: existencias de planes el cual tenga incluidas las metas de la reducción de los desechos producidos, participación en programas de reciclaje y verificación y garantía que la recolección y disposición de los desechos se hacen en forma adecuada.

Se logró encontrar algunas coincidencias negativas en ambas empresas con respecto al descriptor llamado “Aguas Residuales”, ya que estas no realizan tratamientos biológicos de sus aguas residuales, tampoco se mantiene por escrito reportes diarios sobre la composición de las aguas y tampoco se encuentran dentro de algún proceso de gestión ambiental.

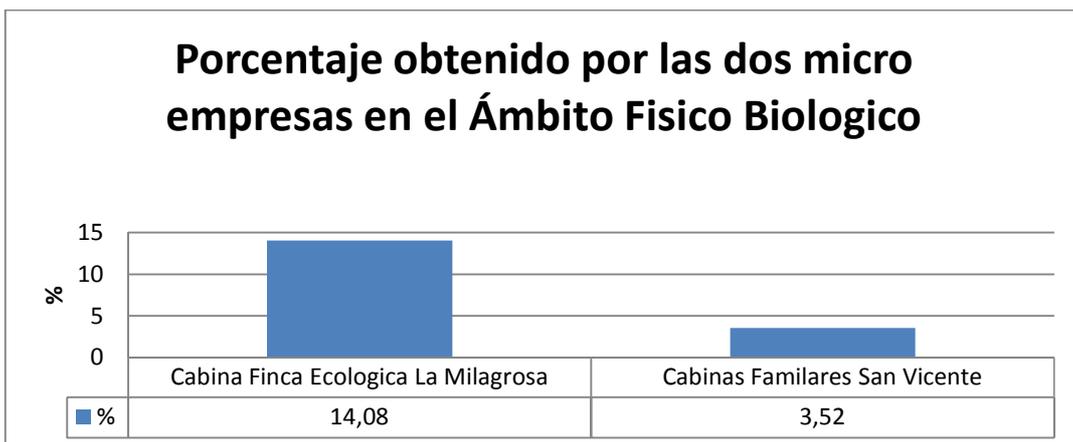
La suma de los puntos de todos los descriptores del ámbito mostraron que la empresa Finca Ecológica La Milagrosa logro obtener un total de 20 puntos a su favor dándole así un porcentaje de sostenibilidad de 14,08% de sostenibilidad en este ámbito, mientras que la micro empresa Cabinas Familiares San Vicente solo logró obtener cinco puntos generando así que esta empresa obtuviera un 3,52% de sostenibilidad en el ámbito.

**Puntos y porcentaje obtenido por las dos micro empresas en el Ámbito Físico Biológico.**



(Excel 2007)

**Figura 4. Valor en puntos, obtenidos por las dos micro empresas en los descriptores del Ámbito Físico Biológico (Puntaje máximo del ámbito: 142 puntos).**



(Excel 2007)

**Figura 5. Valor Porcentual obtenido por las dos micro empresas en el Ámbito Físico Biológico.**

**Tabla 4. Ámbito Planta de Servicio.**

Ambito Planta de Servicio	Ponderación	Cabina Finca Ecologica		Cabinas Familiares		
		La Milagrosa	Porcentaje %	San Vicente	Porcentaje %	
<b>12. Formulacion y Politicas y Procesos</b>						
12.1	1	0		0		
12.2	3	0		0		
12.3	2	0		0		
12.4	1	0		0		
12.5	2	0		0		
12.6	1	0		0		
12.7	2	0		0		
<b>Total de puntos obtenidos del descriptor</b>						
	12	0		0		
<b>13. Capacitación</b>						
13.1	3	0		0		
13.2	2	0		0		
13.3	3	0		0		
13.4	1	1		0		
13.5	1	1		0		
13.6	3	0		0		
13.7	1	0		0		
13.8	3	0		0		
<b>Total de puntos obtenidos del descriptor</b>						
	17	2		0		
<b>14. Consumo de Productos (Proveeduría)</b>						
14.1	1	0		0		
14.2	2	0		0		
14.3	1	0		0		
14.4	2	0		0		
14.5	3	3		0		
<b>Total de puntos obtenidos del descriptor</b>						
	9	3		0		
<b>* 15. Alimentos y bebidas</b>						

**Nota: el símbolo (\*), referencia que la pregunta o descriptor no es aplicable a la empresa.**

En la tabla anterior (Tabla 4) se muestra el ámbito Planta de Servicio, este ámbito está relacionado con sistemas y procesos internos que tiene la empresa, así como el uso de energías alternativas y ahorro de energía en la empresa. Al aplicar la norma se encontró que ambas empresas poseen grandes deficiencias en el ámbito y por lo tanto en cada uno de los descriptores, primeramente en el descriptor “Formulación, Políticas y Procesos”, en el caso de la empresa Finca La Milagrosa, si se posee la misión y la visión de la empresa, pero en general, estas empresas no poseen un manual en donde se defina la misión, visión y políticas desde una perspectiva sostenible, tampoco se han realizado planes estratégicos para lograr la aplicación y acciones que permitan desarrollar una visión, misión y políticas desde aspectos de sostenibilidad.

En lo que respecta al descriptor de “Capacitación”, este es solo acatado en unos pocos puntos, esto por la empresa Finca Ecológica La Milagrosa, en donde esta han desarrollado mecanismos de evaluación de los colaboradores para garantizar su satisfacción, calidad y desempeño, también esta empresa ha desarrollado perfiles de puestos y políticas de contratación de personal dentro de la empresa. Con respecto a los demás puntos del descriptor, ambas empresas carecen de programas de capacitación en términos de sostenibilidad, es por esta razón que los mismos no cuentan mecanismos los cuales les permita evaluar el cumplimiento y calidad de los programas de capacitación. Además no se ha implementado el tema de accesibilidad en estas dos micro empresas, ni se ofrece información en general del establecimiento para personas con algún tipo de discapacidad.

Al aplicar la norma en el ámbito Planta de servicio se encontró que en el descriptor de “Consumo de Productos (Proveeduría)” no es aplicado por estas empresas ha excepción del punto en donde se hace mención a la reutilización

de papel y sistemas informativos que permitan reducir su consumo, el cual es aplicado por la empresa Finca Ecológica La Milagrosa, pero en general estas empresas no poseen políticas formales para la selección de proveedores, tampoco en las empresas no usan material reciclado, además de que no se tienen guías de los proveedores para asegurarse que se estén cumpliendo normas ambientales sociales y de consumo responsable.

**Tabla 5. Ámbito Planta de Servicio**

16. Limpieza y Cosméticos						
16.1		2	0		0	
16.2		2	0		0	
16.3		1	0		0	
16.4		1	0		0	
16.5		3	0		0	
16.6		2	0		0	
16.7		1	0		0	
16.8		1	0		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		13	0		0	
17. Condiciones Físicas para Actividades Laborales.						
17.1		1	0		0	
17.2		2	0		0	
17.3		2	0		0	
17.4		3	0		0	
17.5		1	0		0	
17.6		2	0		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		11	0		0	
18. Facilidades en Casos de Emergencias						
18.1		1	0		0	
18.2		2	0		0	
18.3		1	0		0	
18.4		1	0		0	
18.5		2	0		0	
18.6		1	0		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		8	0		0	
19. Otros Elementos de Seguridad						
19.1		1	0		0	
19.2		1	0		0	
19.3		2	0		0	
19.4		2	*		*	
19.5		3	*		*	
19.6		2	0		0	
19.7		1	0		0	
19.8		2	0		0	
19.9		3	0		0	
19.10		3	0		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		20	0		0	
Total de puntos obtenidos del Ámbito		90	5	5,55%	0	0,00%

**Nota: el símbolo (\*), referencia que la pregunta o descriptor no es aplicable a la empresa.**

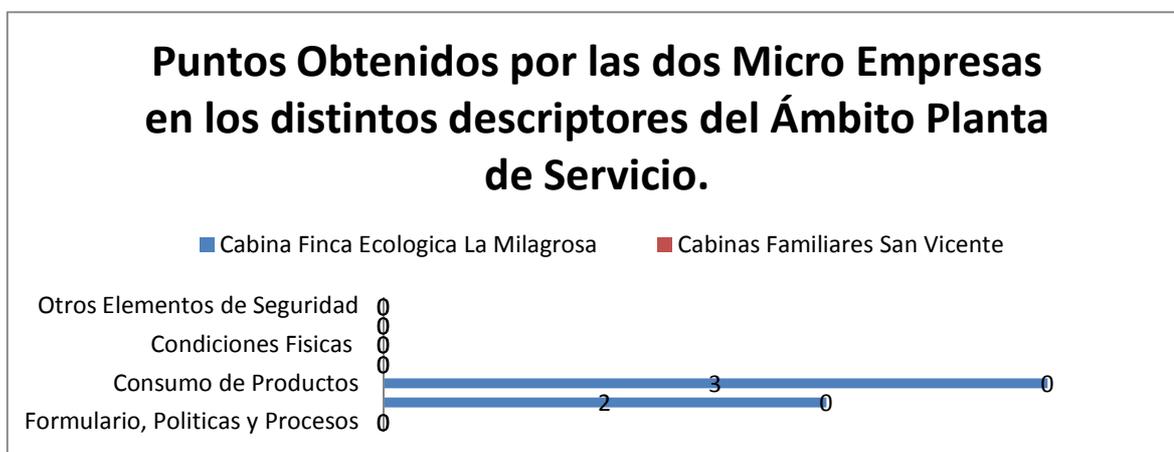
En la tabla anterior (Tabla 5), ambas empresas manifestaron que el descriptor de “Limpieza y Cosméticos” es un descriptor les resulta difícil de aplicar debido a que en su mayoría de preguntas se exige que la empresa utilicen y reciclen productos de amigables con el ambiente, lo que traería consigo que se hagan inversiones extras en estos productos debido a que estos tienen un precio mas elevado que los productos convencionales, es por esta razón que muchos de los puntos de este descriptor no se lograron obtener.

Un comportamiento que se manifestó en las dos micro empresas, fue que estas no lograron tener puntuación en los descriptores llamados “Condiciones Físicas para Actividades Labores”, “Facilidades en Casos de Emergencias” y “ Otros elementos de Seguridad”. Esto se debe a que estas empresas son de carácter familiar por lo que a menudo las actividades son realizadas por los mismos miembros de la familia, esto conlleva a que no se de mucha contratación de personas. También se fallaron es en otros aspectos de importancia como lo fue la adaptación del lugar de modo que sea de fácil acceso para con discapacidad o limitaciones y por lo tanto esto les perjudica en el cumplimiento de la Ley N° 7600.

También se presentó que tanto el descriptor de “Facilitación en Casos de Emergencias” como en descriptor de “Otros Elementos de Seguridad”, no se ven aplicados en ambas empresas, debido a que en estas micro empresas no se cuenta con extintores de fuego, detectores de humo, alarmas contra incendios o rociadores de agua automáticos. Además estas no cuentan con la póliza de seguros (preguntar), ni patente municipal al día, tampoco se disponen de áreas de seguridad bien demarcadas para hacerle saber al cliente a donde acudir en casos de emergencias.

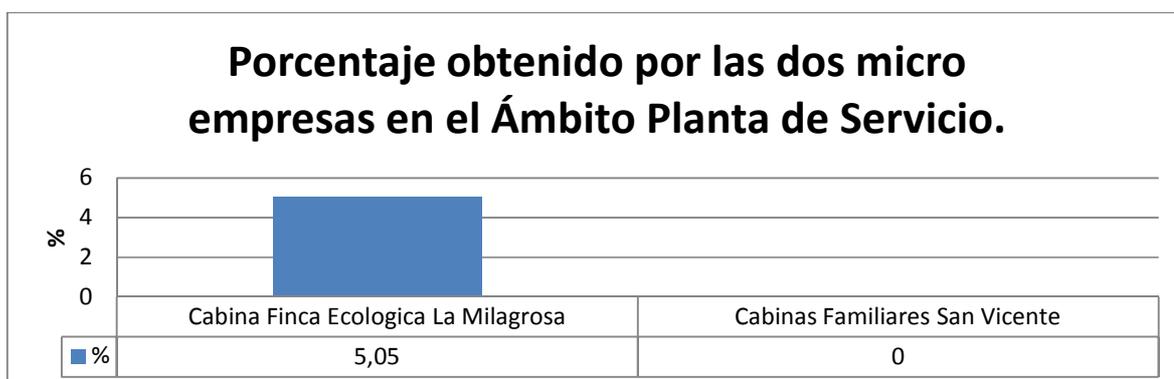
Es debido a las deficiencias que se tienen en el ámbito Planta de Servicio que estas empresas tuvieron una puntuación muy baja, en donde la empresa Cabina Finca Ecológica La Milagrosa solo obtuvo 5 puntos de los 90 establecidos en el ámbito, dándole así un porcentaje de sostenibilidad de 5,55% y en el caso de la empresa Cabinas Familiares San Vicente, no se logró obtener un puntaje y por lo tanto no se obtuvo un porcentaje de sostenibilidad.

**Puntos y porcentaje obtenido por las dos micro empresas en el Ámbito Planta de Servicio.**



(Excel 2007)

**Figura 6. Valor en puntos obtenidos por las dos micro empresas en los descriptores del Ámbito Planta de Servicio (Puntaje máximo del ámbito: 90 puntos).**



(Excel 2007)

**Figura 7. Valor Porcentual obtenido por las dos micro empresas en el Ámbito Planta Externa.**

**Tabla 6. Ámbito Cliente Externo**

Ambito Cliente Externo.	Ponderación	Cabina Finca Ecológica		Cabinas Familiares	
		La Milagrosa		San Vicente	
20. Comunicación a Huespedes y a Clientes.				Porcentaje %	Porcentaje %
20.1	2	2		0	
20.2	1	0		0	
20.3	2	0		0	
20.4	3	0		0	
20.5	3	0		0	
20.6	1	0		0	
20.7	3	0		0	
20.8	1	1		0	
20.9	2	0		0	
20.10	2	2		0	
20.11				0	
20.12	2	0		0	
20.13	1	1		0	
20.14	1	0		0	
20.15	2	0		0	
20.16	2	0		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		28	6	0	
21. Acondicionamiento de la Habitación					
21.1	3	0		0	
21.2	1	0		0	
21.3	1	0		0	
21.4	3	0		0	
21.5	2	0		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		10	0	0	
22. Manejo de Grupos					
22.1	1	1		1	
22.2	1	1		0	
22.3	3	0		0	
22.4	2	0		0	
22.5	1	0		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		8	2	1	
* 23. Medición de la Respuesta					
Total de puntos obtenidos del Ámbito		46	8	18%	2,17%

**Nota: el símbolo (\*), referencia que la pregunta o descriptor no es aplicable a la empresa.**

El ámbito cliente externo (Tabla 6) mide los esfuerzos que hace la empresa para comunicar la implementación de sostenibilidad que realiza la empresa, al aplicar la norma se encontró que una gran parte de este ámbito no era aplicado por las empresas estudiadas, esto se debe a que estas empresas aun no están familiarizadas con el tema de la sostenibilidad y por lo tanto esto hace que las empresas tengan una baja calificación en el ámbito, esto se ve reflejado durante la puntuación de los diferentes descriptores del ámbito, en donde primeramente encontramos que en el descriptor de “Comunicación a Huéspedes y Clientes”, ambas empresas tuvieron una calificación muy baja con respecto ha lo establecido, esto se refleja sobre todo en la empresa “Cabinas Familiares San Vicente” la cual no obtuvo ningún punto en este descriptor, también ambas empresas coincidieron en que estas no brindan documentación el cual contenga información acerca de la visión, misión y políticas de la empresa desde una perspectiva de sostenibilidad. Estas empresas al no estar muy relacionadas con el tema de sostenibilidad tampoco se proveen al cliente de información el cual le permita tener un conocimiento sobre acciones y actividades que permitan la protección del ambiente.

Por otro lado la Finca Ecológica La Milagrosa, obtuvo unos cuantos puntos de este descriptor en donde estos se basaban prácticamente en la comunicación de lo existente en la región, esto debido a que esta empresa acostumbra comunicar a sus clientes acerca de la historia y cultura del la región, así como el brindar información sobre las actividades culturales de la región, también esta empresa provee información sobre el ecosistema que se encuentra presente en la zona.

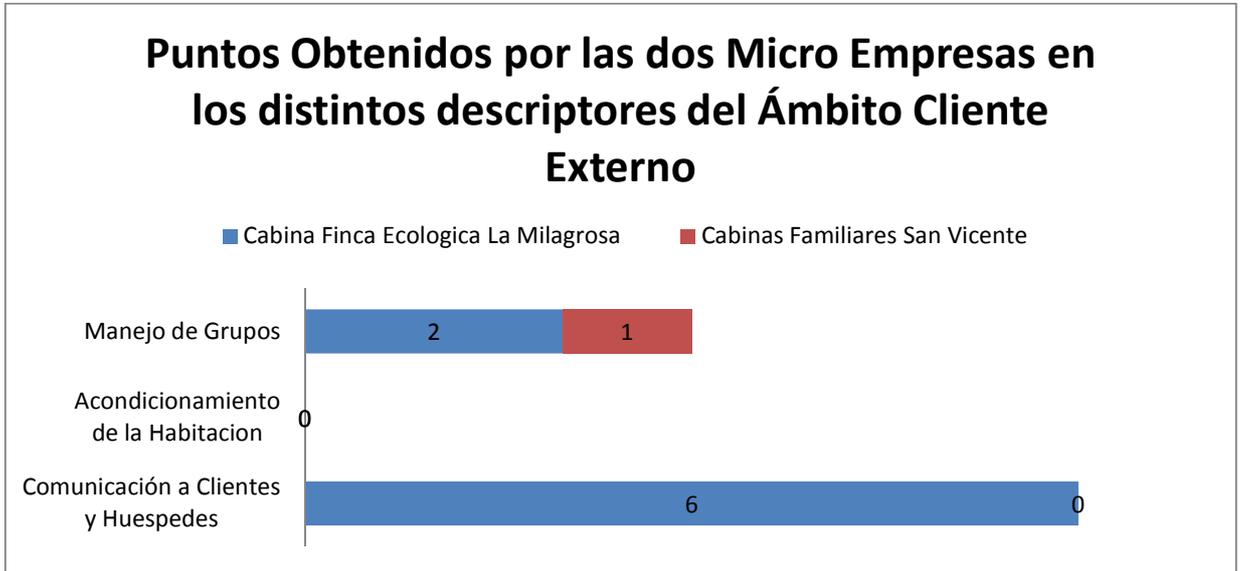
Las dos micro empresas no lograron tener ningún punto en el descriptor de “Acondicionamiento de la Habitación”, ya que no se provee al cliente información para que este sea capaz de ahorrar agua y energía, tampoco se brindan facilidades en donde el cliente pueda hacer separación de los desechos, tampoco se han establecido áreas de fumado bien señalizadas para fumadores.

Por otra parte el descriptor de “Manejo de Grupos” es un aspecto en el cual se obtuvieron muy pocos puntos este debido a que no se tiene material por escrito o documentación que prevé que la empresa implementa, ejecuta y monitorea un programa propio para la conservación de los recursos naturales, culturales y sociales, el cual motive al cliente a participar en la conservación de los diferentes recursos, también no se brinda información por parte de las empresas en lo que respecta a condiciones físicas, edad mínima y máxima para realizar alguna actividad.

La principal diferencia que se presentó entre estas dos micro empresas fue que la empresa Finca Ecológica La Milagrosa si cuenta con personal capacitado el cual brinda información de importancia cultural y natural, debido a que los miembros de la familia se han estado capacitando para la atención de turistas.

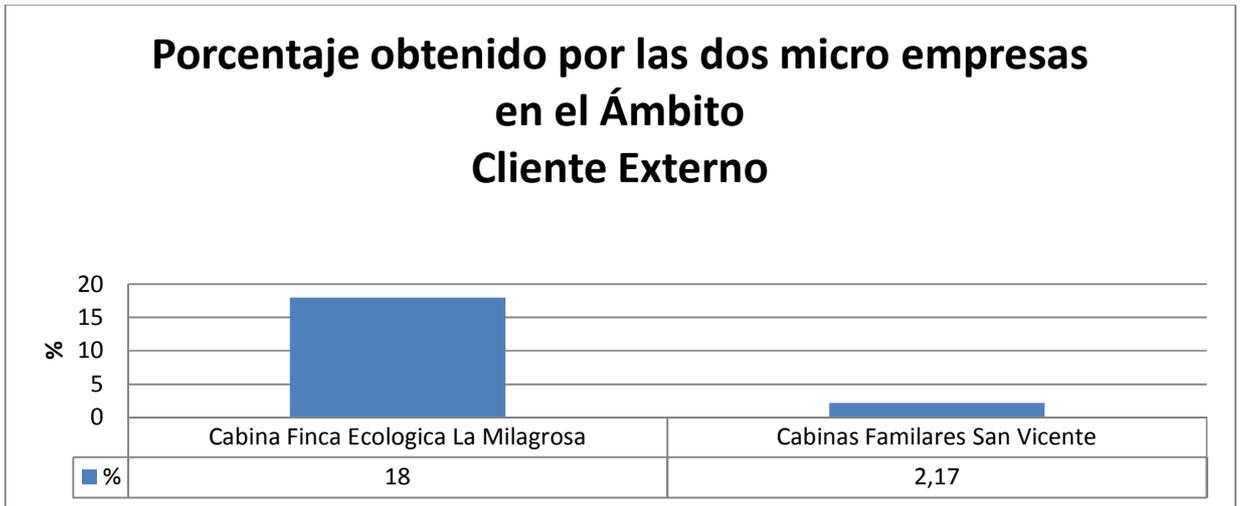
Debido a esta falta de familiarización con la corriente de sostenibilidad es que estas empresas obtuvieron una baja calificación, en donde la empresa Cabina Finca La Milagrosa obtuvo ocho puntos de 46 que estaban establecidos en el ámbito, esto generó que esta empresa tuviera una sostenibilidad de 18% en el ámbito cliente externo, por otro lado la empresa Cabinas Familiares San Vicente tan solo obtuvo un punto generando así que su sostenibilidad fuera de 2,27% para este mismo ámbito

**Puntos y porcentaje obtenido por las dos micro empresas en el Ámbito Cliente Externo**



(Excel 2007)

**Figura 8. Valor en puntos obtenidos por las dos micro empresas en los descriptores del Ámbito Planta de Servicio (Puntaje máximo del ámbito: 46 puntos).**



(Excel 2007)

**Figura 9. Valor Porcentual obtenido por las dos micro empresas en el Ámbito Cliente Externo.**

**Tabla 7. Ámbito Socioeconómico.**

Ambito Socioeconomico	Ponderación	Cabina Finca Ecologica La		Cabinas Familiares	
		Milagrosa	Porcentaje %	San Vicente	Porcentaje %
<b>24. Gestion del Recurso Humano</b>					
24.1	1	0		0	
24.2	3	3		0	
24.3	2	0		0	
24.4	2	2		0	
24.5	1	1		0	
24.6	1	0		0	
24.7	2	0		0	
24.8	3	0		0	
24.9	2	0		0	
24.10	1	0		0	
<b>Total de puntos obtenidos del descriptor</b>					
	18	6		0	
<b>25. Beneficios Economicos Directos</b>					
25.1	2	0		0	
25.2	3	*		*	
25.3	2	0		0	
25.4	1	1		1	
25.5	3	0		0	
25.6	2	0		0	
25.7	1	0		0	
<b>Total de puntos obtenidos del descriptor</b>					
	14	1		1	
<b>26. Salud</b>					
26.1	3	3		3	
26.2	1	0		0	
26.3	2	0		0	
26.4	3	0		0	
26.5	1	0		0	
26.6	1	0		0	
26.7	2	0		0	
26.8	1	0		0	
26.9	2	0		0	
26.10	2	0		0	
26.11	3	0		0	
26.12	1	0		0	
26.13	1	0		0	
26.14	2	0		0	
<b>Total de puntos obtenidos del descriptor</b>					
	25	3		3	

En este ámbito (Tabla 7) se intenta medir el nivel de interacción que tiene la empresa con las comunidades adyacentes, en donde la empresa es evaluada en aspectos de desarrollo y crecimiento local. Al aplicar la norma a estas micro empresas se encontró que estas poseen un puntaje muy bajo, esto se logra observar en los diferentes descriptores de este ámbito, primeramente en el descriptor de “Gestión del Recurso Humano” estas empresas tuvieron una puntuación muy baja debido a que la contratación de personal no se da muy frecuentemente, esto genera que muchos de los puntos no se logren obtener por parte de las empresas. Es por esta razón que estas empresas no brindan capacitaciones al personal o a los pobladores de la región, debido a esta poca necesidad de empleados. Entre algunos aspectos negativos se encontraron que estas micro empresas no poseen un reglamento interno de trabajo y que se encuentre aprobado por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Pero en cierta medida la empresa Finca Ecológica La Milagrosa intenta recurrir al las personas locales para realizar diversos trabajos de mantenimiento o arreglos temporales, también esta empresa contribuye a que los estudiantes de turismo realicen pasantías o practicas de especialidad en la empresa.

Un punto interesante es que las dos microempresas coinciden que en el descriptor “Beneficios Económicos Directos” ambas incluyen a la comunidad dentro de sus actividades productivas, pero presentan deficiencias cuando se trata de comunicar ideas y criterios de sostenibilidad, esto debido a su temprana inclusión en aspectos de sostenibilidad por lo que no se n criterios de sostenibilidad en la comunidad, tampoco se cuentan con diagnósticos cuantitativos y no cuantitativos para el apoyo de las comunidades.

El descriptor de “Salud” es un aspecto en el cual no se logro obtener muchos puntos por parte de ambas empresas, esto debido a que estas no se cuenta con un programa de salud ocupacional, tampoco se ofrecen programas o beneficios en el áreas de salud y no se da una participación de la empresa en programas preventivos del sector salud, involucrando a las comunidad.

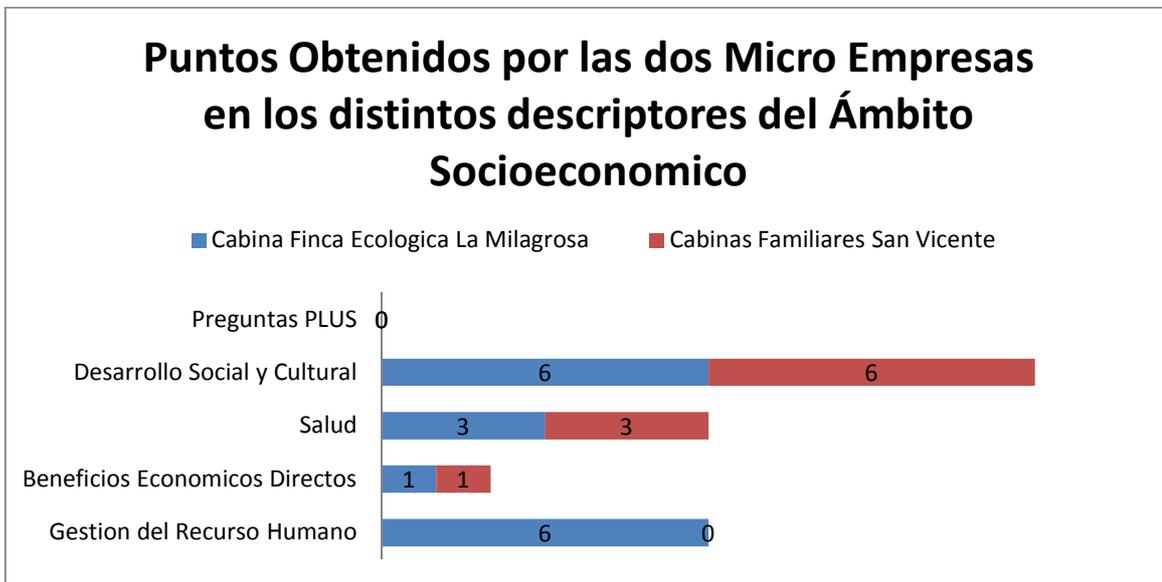
**Tabla 8. Ámbito Socioeconómico.**

27. Desarrollo Social y Cultura						
27.1		1	1		1	
27.2		3	1		1	
27.3		3	0		0	
27.4		2	0		0	
27.5		2	0		0	
27.6		2	0		0	
27.7		1	0		0	
27.8		3	0		0	
27.9		1	1		1	
27.10		2	0		0	
27.11		2	0		0	
27.12		2	0		0	
27.13		2	0		0	
27.14		2	0		0	
27.15		3	3		3	
27.16		1	0		0	
27.17		3	0		0	
27.18		3	0		0	
27.19						
27.20		3	0		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		41	6		6	
28.Preguntas que se calificarán como pluses a la evaluaciony que permitiran ser certificado como 1,2,3,4o 5 niveles Plus						
28.1		1	0		0	
28.2		1	0		0	
28.3		1	0		0	
28.4		1	0		0	
28.5		1	0		0	
28.6		1	*		*	
28.7		1	0		0	
28.8		1	0		0	
28.9		1	0		0	
28.10		1	0		0	
28.11		1	0		0	
28.12		1	0		0	
28.13		1	0		0	
Total de puntos obtenidos del descriptor		13	0		0	
Total de puntos obtenidos del Ámbito		111	16	14,41%	10	9,09%

En la tabla anterior (Tabla 8) se muestra que en el descriptor de “Desarrollo Social y Cultural”, ambas empresas coincidieron que tienen cierta relación comercial con otras micro empresas las cuales proveen diferentes servicios, también estas muestran cierto interés por incentivar actividades y manifestaciones de nivel cultural que se dan en la comunidad. Pero con respecto al resto de puntos, estas empresas han manifestado tener ciertos puntos negativos pero razonables en lo que respecta del ámbito, esto debido a que en muchos de las preguntas establecidas en el descriptor “Desarrollo Social y Cultural” se incentiva a que las empresas brinden ayudas económicas a organizaciones de bien social, esto es algo que se escapa de las manos de los microempresarios turísticos ya que estos no disponen de mucho capital como para brindar ayudas económicas. Tampoco se han desarrollado mecanismos que permitan monitorear el impacto sociocultural, lo cual los lleve a realizar acciones correctivas para minimizar los impactos socioculturales que surjan por el desarrollo de actividades de las empresas.

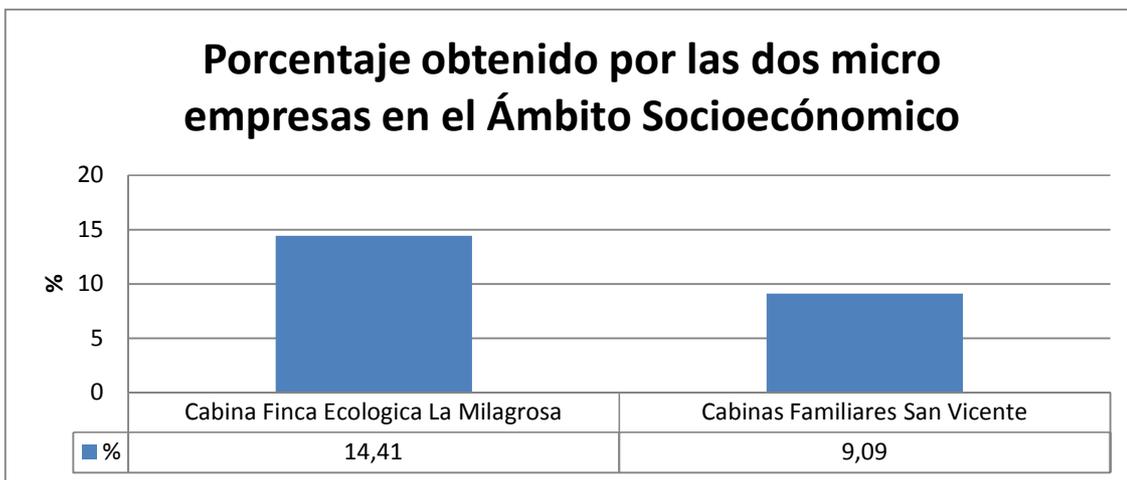
Al realizar una puntuación final de los diferentes descriptores de este ámbito se encontró la Cabina Finca La Milagrosa logró obtener un total de 16 puntos de 111 establecidos en el ámbito, esta puntuación le otorgó un 14,41% de sostenibilidad, en el caso de Cabinas Familiares San Vicente logró obtener un total de 10 puntos en este ámbito generando así una sostenibilidad de 9,09%.

**Puntos y porcentaje obtenido por las dos micro empresas en el Ámbito Socioeconómico.**



(Excel 2007)

**Figura 10.** Valor en puntos obtenidos por las dos micro empresas en los descriptores del Ámbito Socioeconómico (Puntaje máximo del ámbito: 111 puntos).



(Excel 2007)

**Figura 11.** Valor Porcentual obtenido por las dos micro empresas en el Ámbito Socioeconómico.

### **Fortalezas y debilidades de las empresas en la obtención del CST.**

Con la aplicación de la norma de CST, se encontró que estas micro empresas poseían muchas debilidades para obtener dicho certificado, lo cual afectó su puntaje en los diferentes ámbitos. Esto demostró que con la condición actual en prácticas ambientales, procesos administrativos y relación con la comunidad, no es posible la obtención del certificado, pero aun con todas sus debilidades también se encontraron algunas fortalezas las cuales podrían ser de gran ayuda para la obtención del CST en el futuro.

#### **Cuadro 10. Fortalezas y debilidades de las dos micro empresas de hospedaje en la obtención de CST.**

Fortalezas	Debilidades
<p>Apoyo: Por medio COOPESANVICENTE, estas empresas han logrado tener apoyo de organizaciones como el INA, SIRZEE e I.C.T.</p>	<p>Establecimiento de objetivos, misión y visión desde un punto de vista sostenible:</p>
<p>Organizaciones: Pertenece a la Cooperativa de Turismo Rural Alternativo y Servicios Múltiples (COOPESANVICENTE), y en el caso de la empresa Cabinas Familiares San Vicente, esta forma parte de la Asociación de Mujeres Agroecoturísticas de San Vicente.</p>	<p>Capital: No se dispone de suficiente capital para hacer inversiones en tecnologías amigables con el ambiente o realizar colaboraciones económicas a organizaciones de bien social de la comunidad</p>
<p>Bellezas naturales: Existen múltiples bellezas naturales las cuales pueden ser aprovechadas para el ecoturismo, tales como: áreas boscosas, cataratas, áreas con importancia hídrica y alrededores del Parque Nacional del Agua Juan Castro Blanco. Estas bellezas naturales pueden ser protegidas o apoyadas por las empresas lo cual les traería mejoras en los puntajes del C.S.T.</p>	<p>Mercadeo: Estas micro empresas no se han logrado mercadear de manera eficiente.</p>
<p>Actividades complementarias: Por medio de la cooperativa, estas</p>	<p>Prácticas ambientales: Ambas empresas carecen de planes</p>

empresas pueden ofrecer otros servicios que son externos a sus actividades, generando así una variabilidad en los servicios ofrecidos al cliente.	de mitigación y planes de gestión ambiental por escrito en donde en donde se diseñen políticas ambientales, planes de capacitación y educación ambiental.
Servicios Básicos : Tanto la cooperativa como las empresas poseen servicios básicos como: agua, electricidad, instalaciones y tours, los cuales se ponen a disposición del cliente.	Relación con la comunidad: No se ha presentado una relación fuerte con la comunidad en donde se logre percibir que las micro empresas están beneficiando otros sectores de la comunidad.
Idioma: Conocimiento del idioma ingles.	Relaciones comerciales: Estas empresas ni la COOPESANVICENTE (las micro empresas forman parte de esta organización) no poseen relaciones comerciales con tour operadores, hoteles, agencias de viajes, colegios o universidades
	Seguridad: Las empresas no tenían establecidas las zonas de seguridad, tampoco disponían de instrumentos de seguridad como extintores en sus instalaciones.
	Monitorear el agua y electricidad: No se presentó un monitoreo del agua ni de la electricidad que se consumían en las micro empresas.
	Pagina web: Ambas empresas no disponen de una pagina web, la cual haga tener un contacto directo con el cliente y de promoción a la comunidad, recursos, tradiciones, fechas especiales, áreas naturales, etc.

#### **4.5 Discusión de resultados**

El trabajo realizado tuvo como objetivo determinar la sostenibilidad de las micro empresas de la comunidad de San Vicente, basándose en lo establecido en la Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística para Empresas de Hospedaje, en la cual se tomaron los diferentes ámbitos establecidos para realizar el estudio. Cabe resaltar que este certificado nunca fue un requisito para la operación de las empresas, pero los empresarios decidieron someterse al estudio para percibir mejoras en sus empresas y así en un futuro tener la posibilidad de optar por dicho certificado el cual les brindaría ciertos beneficios a nivel mercadeo y de sostenibilidad.

Gracias al análisis realizado por medio de la aplicación de la norma se logró determinar que estas empresas tienen muchas complicaciones y limitaciones al intentar cumplir con lo establecido, lo cual generó que se dieran unas puntuaciones muy bajas en cada ámbito evaluado. Estas bajas puntuaciones están muy relacionadas con la dimensión de la empresa, procesos administrativos, el capital, su reciente incursión en el turismo y poco conocimiento de prácticas sostenibles, los cuales son factores muy importantes a la hora de evaluar a estas micro empresas con la Norma de C.S.T.

Estas debilidades se ven reflejadas en las Tablas 1, 2 y 3 en donde se evidencia que estas empresas no poseen medios adecuados para lograr medir sus niveles de consumo en energía y agua, lo cual les permita establecer objetivos y metas ambientales medibles, también en esta figura se logra observar que han sido pocos los esfuerzos realizados por las empresas en cuanto a la Protección de Flora y Fauna, Áreas naturales y conservación del Medio Ambiente, lo cual generó que se presentaran puntuaciones bajas para ambas empresas en el Ámbito Físico Biológico .

En las Tablas 4 y 5 se muestra que las micro empresas estudiadas tienen altas deficiencias en el Ámbito Planta de Servicio, debido a que se fallaron en puntos relacionados con el establecimiento de misión, visión y políticas enfocadas en la sostenibilidad, además las empresas no poseían protocolos de seguridad, infraestructura de seguridad, lugares establecidos para zonas de emergencias e instrumentos de seguridad (alarmas de humo, extintores, rociadores de agua), también se presentaba la gran deficiencia relacionada con la “Capacitación” ya que muchos de las preguntas en este descriptor no eran posibles de llevar a cabo debido a las limitaciones económicas, tamaño de la empresa y carácter de la empresa (micro empresa familiar).

La Tabla 6 evidencia que debido a las temprana incursión en la actividad turística y a su poca relación con practicas sostenibles, se tuvieron fallos en aspectos de comunicación al cliente, en donde ambas empresas manifestaron que no se daba una comunicación al cliente de áreas naturales o áreas de importancia biológica en la zona y el país, tampoco se brindaban recomendaciones a los clientes para poder mitigar su impacto sobre el ambiente.

En lo que respecta al Ámbito Socioeconómico, las tablas 7 y 8 muestran que la empresa no logra cumplir con algunos puntos relacionados con la contratación de personas, como incentivos en los salarios, reglamento interno de trabajo y demás, debido a que estas micro empresas son de carácter familiar y estas no requieren de contratación frecuente de personal. Además debido a la poca entrada económica de la empresa, esta también falló en puntos donde se pedía que la empresa hiciera colaboraciones o donaciones a alguna organización de la comunidad, lo cual se vuelve imposible para estas empresas.

Todos estos resultados ponen en manifiesto que estas micro empresas con su estado actual de prácticas sostenibles, no tienen la posibilidad de obtener el C.S.T, pero con la implementación de las practicas establecidas por el C.S.T

estas aun tienen la posibilidad de mejorar en cada uno de los ámbitos del C.S.T. Esta claro que aunque estas empresas no logren obtener el C.S.T para sus empresas, esta ya disponen del conocimiento de prácticas sostenibles, las cuales traerán beneficios a nivel social, empresarial y ambiental, de los cuales no se disponían con anterioridad al estudio.

## **Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones**

### **5.1 Conclusiones**

Debido a múltiples debilidades y limitaciones que se encuentran presentes en las dos micro empresas, no se logró obtener ningún nivel de sostenibilidad con respecto a lo que se exige en la Norma de Certificación de Sostenibilidad Turística para Empresas de Hospedaje.

La carencia de aspectos de carácter administrativo, manuales de contrato, protocolos de emergencia, protección del medio y carencia de instrumentos de medición en el consumo de energía y agua, generó puntuaciones notablemente bajas, las cuales influyeron en la sostenibilidad de las empresas.

Por razones de desconocimiento y poca relación con prácticas sostenibles, estas micro empresas presentaron que carecían de objetivos, metas, visión, misión y políticas desde un punto de sostenible.

Un aspecto negativo que se presentó en las micro empresas es el relacionado con la seguridad, debido a que estas no disponen de normas de seguridad y protocolos de seguridad, tampoco se han equipado las instalaciones con instrumentos (extintores) que ayuden en casos de emergencias.

Una gran debilidad de las empresas es que no se ha establecido entre sus prioridades la comunicación con cliente, donde este tenga la posibilidad de informarse sobre la comunidad y áreas de importancia que se encuentren en la región.

Es evidente que tanto la formación formal e informal de los propietarios de las micro empresas, hace la diferencia a la hora de direccionar la empresa y cumplir con los requerimientos establecidos en la Norma del C.S.T. Esto se ve reflejado en la Cabina Finca Ecológica La Milagrosa, en la cual sus

participantes (miembros familiares) han llevado varias capacitaciones con el I.N.A. y uno de sus miembros esta cursando la carrera de Gestión de Turismo Rural Comunitario en el I.T.C.R., esto conlleva a que se den diferencias entre las empresa con respecto a la puntuación en los ámbitos.

Con la aplicación de la Norma del C.S.T. se encontró que este instrumento es poco alcanzable para las micro empresas ya que este instrumento hace una generalización muy grande sobre las empresas de hospedaje, lo cual limita a estas micro empresas al no cumplir con algunos de los requerimientos de la Norma del C.S.T.

En ambas empresas se tiene un conocimiento del idioma ingles, el cual ha sido adquirido por la convivencia con extranjeros como lo es el caso de Cabinas Familiares San Vicente o por medio de capacitaciones como lo es el caso de Cabina Finca Ecológica la Milagrosa, pero estas micro empresas han presentado que no han utilizado esta fortaleza como un instrumento técnico el cual les ayude a transmitir al cliente extranjero, características sobre la empresa, comunidad, recursos y atractivos.

La poca visitación en la comunidad influye en la generación de ingresos de las micro empresas, lo cual limita la aplicación de algunas de las prácticas sostenibles establecidas en la Norma del C.S.T.

Se presenta cierta disconformidad con respecto a la Cooperativa de Turismo Rural Alternativo y Servicios Múltiples (COOPESANVICENTE), ya que según uno de los empresarios esta organización no ha influido de manera significativa en la afluencia de turistas en la comunidad.

No se presentaron encadenamientos productivos o de servicios entre otros sectores existentes de la comunidad, lo cual impedía que se pudiera dar un mayor aprovechamiento de los recursos, los cuales pueden ser vendidos como paquetes turísticos.

## **5.2 Recomendaciones.**

Se recomienda que se lleven mayores capacitaciones enfocadas en la administración de empresas, las cuales establezcan bases firmes para poder direccionar sus empresas.

Es primordial que estas empresas se establezcan sus objetivos, visión, misión y visión desde una perspectiva sostenible para empezar a establecer una base solida de la empresa en materia sostenible.

Es recomendable que las dos micro empresas trabajen en sus prácticas sostenibles por periodos de tiempo, donde a corto plazo trabajen con rotulación de flora y fauna, establecimientos de protocolos de seguridad, a mediano plazo con la valoración de planes de gestión y mitigación ambiental y a largo plazo con la aplicación de los planes valorados e inversiones necesarias para mejorar sus practicas sostenibles (tecnologías amigables con el ambiente).

Es totalmente necesario que las empresas generen su propio instrumento de divulgación, como lo es caso de la creación de una pagina Web, la cual les permita tener un contacto directo con sus clientes.

Es importante que la página web promueva y brinde información sobre recursos, festividades, tradiciones, servicios, patrimonio, áreas protegidas y principales atractivos de la comunidad y la región.

Se recomienda que en el caso de la Micro empresa “Cabinas Familiares San Vicente” se de la contratación de medio tiempo de un profesional en turismo que impulse aspectos básicos que necesita la empresa como mercadeo, establecimiento objetivos, misión, visión, políticas y actualización de sus medios de divulgación.

Debido a las carencias de capital de las micro empresas para contratar profesionales, se recomienda que estas busquen alianzas académicas con

diferentes universidades, las cuales brinden pasantes o practicantes para desarrollar temas como: Mercadeo, inventario de flora, rotulación de la flora, ingles técnico enfocado en turismo, creación de página web, etc,

Dado el potencial que tienen las empresas para un desarrollo de turismo ecológico, se recomienda que las empresas opten por la preferencia de plantas nativas para la decoración y embellecimiento de las áreas verdes, la cuales brinden alimento y refugio a la fauna presente.

Como medio para fomentar el turismo ecológico y educativo es recomendable que las micro empresas opten por la rotulación de las flora presente tanto en las áreas verdes como en los alrededores. Esta rotulación debe de llevar información básica como; Nombre común, Nombre científico, familia botánica, distribución, usos y demás información de interés.

Se recomienda que las empresas implementen pequeñas campañas de ahorro de energía y agua, esto mediante el uso de calcomanías o pequeños rótulos informativos con frases como: “Por Favor apagar las luces si no se están necesitando”, “Ahorremos agua, por favor usemos solo lo necesario y cerremos las lleves de agua”. Esto como una manera de ahorrar dinero y hacerle saber al cliente de su preocupación por la sostenibilidad.

Es recomendable que las empresas implementen el uso de medidores de energía y agua, con el fin de monitorear su consumo, lo cual les ayude a plantearse metas de ahorro de consumo, generando a la misma vez el ahorro económico dentro de sus empresas.

En el caso de la propietaria de Cabinas Familiares San Vicente se recomienda que esta use como complemento publicitario a la Asociación de Mujeres Agroecoturísticas, la cual se convierta en un medio complementario en la promoción y de diversificación de servicios.

Debido a la poca capacidad adquisitiva de estas empresas se recomienda que estas empresas usen métodos de promoción gratuitos, tales como la creación de perfiles Facebook o canales en Youtube, con la intención de que un rango más amplio de personas puedan percatarse de sus empresas, actividades, bellezas naturales y la comunidad.

Es recomendable que estas micro empresas establezcan un área de recepción, la cual este habilitada con instrumentos básicos (teléfono, panfletos, escritorio, papel, lapiceros, etc) los cuales le permita dar un servicio más personalizado, lo cual se traducirá en una buena imagen de la empresa.

Como una manera de atraer turistas se recomienda que durante ciertos días o fechas se realicen descuentos o tarifas especiales en tours o hospedaje al turista nacional, lo cual estimule a la población nacional a visitar la comunidad.

Es recomendable que ya sea por medio individual (micro empresas) o por medio de COOPESANVICENTE, que se establezcan relaciones comerciales con colegios, universidades, tour operadores, hoteles, etc. Esto como una estrategia de mantener una afluencia considerable de turistas en las empresas y en la comunidad, lo cual haga que el turismo se vuelva una actividad rentable.

Es necesario que a la hora de establecer las relaciones comerciales con las diferentes entidades, se les de ha conocer el tipo de cliente con el que se desea trabajar, lo que permita a las empresas tener un nicho de mercado.

Es indispensable que las empresas con ayuda de voluntarios o pasantes universitarios establezcan la capacidad de carga de la comunidad y de las empresas, en donde se indique el volumen de turismo aceptable sin que se afecte la economía, los estilos de las personas de la comunidad y los recursos naturales de la comunidad y de las empresas.

Es totalmente necesario que se de una organización comunal, la cual le permita a las micro empresas tener el asesoramiento de cruzrojistas o bomberos en lo

respecta al establecimiento de zonas seguras dentro de sus empresas, donde la rotulación sea de acuerdo a las normas pasivas INTECO.

Las micro empresas deben de optar por la adquisición de instrumentos de seguridad (extintores) para cumplir con las normas de seguridad establecidas en la legislación. Estos instrumentos podrían ser adquiridos de manera individual o con ayuda de la Cooperativa de Turismo Alternativo y Servicios Múltiples de San Vicente (COOPESANVICENTE R.L).

Para fomentar el desarrollo de la comunidad y de estas micro empresas es preferible que COOPESANVICENTE sea el impulsor de encadenamientos productivos y de servicios, en donde ya no se ofrezcan solo unos cuantos atractivos y servicios, sino que se involucren otros recursos existentes en la comunidad, generando así una diversidad de servicios y productos que pueden ser vendidos mediante paquetes turísticos.

Se recomienda que COOPESANVICENTE como organización encargada de las actividades turísticas en la comunidad busque la integración con otras organizaciones a nivel nacional que se dediquen al turismo rural, como por ejemplo: Asociación Costarricense de Turismo Rural (ACTUAR) o el Consorcio Cooperativo Red Ecoturística Nacional R.L (COOPRENA). Esto con el objetivo de que se pueda mantener una afluencia de turistas bastante considerable brindada por estas organizaciones nacionales.

## Bibliografía

Arevena, J. (2005). Expansión Piñera en Costa Rica. Recuperado el 02 de Octubre del 2012, de <http://coecoceiba.org/wp-content/subidas/2010/03/pub11.pdf>.

Asociación Centroamericana para la Economía, Salud y Ambiente. (s.f) *Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario*. Recuperado el 12 de octubre del 2012 de:

[http://www.acepesa.org/media/documentos/propuesta\\_proyecto\\_ley\\_pagina\\_web.pdf](http://www.acepesa.org/media/documentos/propuesta_proyecto_ley_pagina_web.pdf).

Bridgewater, A. (2009). *Energías Alternativas*. Recuperado el 12 de octubre del 2012 de <http://tinyurl.com/92mt2mn>.

Alvarado, R. (2003), *Regiones y Cantones*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://www.ifam.go.cr/docs/regiones-cantones.pdf>.

Ambientico. (2009), *Energías Alternativas*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://www.ambientico.una.ac.cr/194.pdf>.

Amerengo. (2011), *Definiciones, Planta de Tratamiento*. Recuperado el 13 de Setiembre del 2012, de <http://amarengo.org/breves/definiciones-plantas-de-tratamiento-de-aguas-residuales.html>.

Andinas. (2011). *Definiciones, Plantas de Tratamiento*. Recuperado el 13 de Setiembre del 2012, de: <http://tinyurl.com/8t5qg6j>.

Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2002). *Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas y sus Reformas*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/legislacion/pyme/8262.pdf>.

Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (1996). *Ley 7600 de Igualdad de Oportunidades Para las Personas Con Discapacidad*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://www.uned.ac.cr/educacion/Programas/eduespecial/documents/fulltext.pdf>.

Ambiente Virtual para la Educación Superior. (2012). *Proceso Administrativo*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de [http://www.aves.edu.co/ovaunicor/recursos/1/index\\_proceso\\_administrativo.pdf](http://www.aves.edu.co/ovaunicor/recursos/1/index_proceso_administrativo.pdf).

- Barioglio, C. (2001). *Diccionario de Producción Animal*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de: <http://tinyurl.com/9uaqnoj>.
- Barreiro, J.Losoda, F & Ruzo, E. (2003). *Gestión Empresarial Científica*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/95saos5>.
- Cabarcos, N. (2006). *Promoción y Venta de Servicios Turísticos*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/9oqx4c2>.
- Centro de Conservación de Patrimonio Cultural. (2012). *Definición, Patrimonio*. Recuperado el 01 de Octubre del 2012, de <http://www.patrimonio.go.cr/cicpc/definiciones/index.html>.
- Ciesla, W. (1995). *Cambio Climático y Bosque y Ordenamiento Forestal*. Recuperado el 04 de octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/97ocmw3>.
- Cientefuegos, A. (2010). *Manual de Control de la Gestión*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/8gsbleb>.
- Crosby, A. (2009) *Re-Inventando el Turismo Rural*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/8g2jrzi>.
- Definicion.(2012).*Definición, Micro Empresa*. Recuperado el 29 de Setiembre del 2012, de <http://definicion.de/micro-empresa/>
- Dirección General de la Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa.(2005).*La Nueva Definición de PYME* .Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://www.ipyme.org/es-ES/CreacionEmpresas/Documents/NuevaDefinicionPyme.pdf>
- Ecolink. (2012).*Definición, Recursos Naturales*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://www.econlink.com.ar/definicion/recursosnaturales.shtml>
- Esquivel, L. Propietaria de Cabinas Familiares San Vicente. (2012). Entrevista realizada el 12 de Setiembre del 2012.
- Flores, E. (2001) *Geografía de Costa Rica*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/8boqzg6>.
- FUNDeSUR. (2012). Definicio, ONG. Recuperado el 12 de Setiembre del 2012, de <http://www.fundesur.org.ar/popupredong/codigo.htm>
- Fraume, N.J (2007). *Diccionario Ambiental*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/9lnryry>.

García, P.(2012). *Patrimonio Cultural, Conceptos Básicos*. Recuperado 28 de Setiembre del 2012, de <http://tinyurl.com/96pt7cl>.

Gill & Giner .(2007). *Concepto, Administración*. Recuperado el 21 de Setiembre del 2012, de <http://tinyurl.com/9xltcgm>.

Gomez, D.(2002). *Evaluación del Impacto Ambiental*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/9ekau3n>.

Hitt, M. (2006). *Concepto de Administración*. Recuperado el 23 de Setiembre del 2012, de <http://tinyurl.com/9ywedau>.

ICT. (2012) ¿.En que consiste el CST?, Recuperado el 16 de Setiembre del 2012, de <http://tinyurl.com/8ckfzs8>.

ICT. (2012) ¿Cuándo y Porque? .Recuperado el 16 de Setiembre del 2012, de <http://tinyurl.com/8ckfzs8>.

ICT. (2012). *Estadísticas: ICT*. Recuperado el 08 de Setiembre del 2012, de [http://www.visitcostarica.com/ict/backoffice/treeDoc/files/5143\\_Anuario\\_de\\_Turismo\\_2011.pdf](http://www.visitcostarica.com/ict/backoffice/treeDoc/files/5143_Anuario_de_Turismo_2011.pdf)

ICT. (2012). *Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica, ICT*. Recuperado el 05 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/8eqhjz7>.

ICT. (2012).*Sostenibilidad, ICT*. Recuperado el 25 de Octubre del 2012, de <http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/sostenibilidad.asp?tab=0>.

ICT. (2010). *Plazo de Consolidación de las Empresas Turísticas*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de [http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/leyes/pdf\\_2011/Estudio\\_de\\_Plazo\\_al\\_07-06-10.pdf](http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/leyes/pdf_2011/Estudio_de_Plazo_al_07-06-10.pdf).

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2009).*Turismo Rural en la Argentina*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/9s4gv9c>.

INBio. (2012). *Biodiversidad de Costa Rica*. Recuperado el 12 de Setiembre del 2012, de <http://www.inbio.ac.cr/es/biod/biobiodiver.htm> .

Instituto de Investigaciones Jurídicas.(s.f). *Editorial: Concepto de ONG*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/cont/28/pr/pr1.pdf>.

Junta de Andalucía.(s.f).*Concepto y Clasificación de los Residuos Urbanos y Asimilables* . Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/web/BloquesTematicos/EducacionYParticipacionAmbiental/EducacionAmbiental/Educam/EducamIV/MAURUyA/rua01.pdf>.

La Nación. (2012). *Carbono Neutral*. Recuperado el 24 de Setiembre del 2012 de <http://www.nacion.com/Generales/Subsitios/AldeaGlobal/2011/DiaMundialdelAmbiente/NotasSecundarias/Subsitios2798666.aspx>.

Museo de Arte Virtual. (2012). Tipos de Patrimonio. Recuperado el 26 de Octubre del 2012, de <http://www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm>.

Manahan, S. (2007) *Introducción a la Química Ambiental*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/95wtlol>.

Melgosa, F. (2007). *Código Turismo*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/8tnonld>.

Melo, V., Rojas, D. M., Pineda, D. A., Arias, R., Hensel, F., & Zapata, M. I. (2005) *Identidades Sociales*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/9klar7f>.

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2008). *AGROCADENA DE PLATANO, CARACTERIZACION DE LA AGROCADENA*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/a00082.pdf>

Moreno, J., & Moral, R. (2007). *Compostaje*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/9klar7f>.

Murillo, C, & Arias, R. (2008). *BIOCOMERCIO. UNA ALTERNATIVA SOSTENIBLE DE DESARROLLO SOSTENIBLE*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://www.latindex.ucr.ac.cr/econ-2008-1/03-ARIAS.pdf>.

Museo de Cuitláhuac. (2012). *Definición, Patrimonio Natural*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de [http://www.cuitlahuac.org/c/sec\\_5.htm](http://www.cuitlahuac.org/c/sec_5.htm).

Organización Mundial del Turismo. (2012). Concepto de Turista y Turismo. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.

Parkin, M. (2006) *Microeconomía*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/9adxhcg>.

Quirós, E.(2006). Historia de la Ganadería Bovina en Costa Rica. Recuperado el 11 de Octubre del 2012, de <http://www.corfoga.org/images/public/documentos/pdf/HistoriaGanaderiabovina.pdf>.

Ramacafe.(s.f). *Bioplagisidas*. Recuperado el 11 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/8ks6cr8>.

Rainforest Alliance.(s.f). *Tourism Practices: Rainforest Alliance*. Recuperado el 11 de Octubre del 2012, de [http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism\\_practices\\_guide\\_spanish.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf).

Real Academia Española. (2012). Definición, Comunidad. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://lema.rae.es/drae/?val=Comunidad>.

Real Academia Española. (2012). Definición, Gestión. Recuperado el 23 de Octubre del 2012, de <http://lema.rae.es/drae/?val=gestion>.

Rodríguez, Joaquín. (2002). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. Recuperado el 04 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/8p89bc4>.

Rodriguez, Joaquín. (2006). *Administración 1*. Recuperado el 11 de Octubre del 2012, de <http://tinyurl.com/8g9ohr8>.

Sanchez, Óscar., Vega, E., & Peters, E. (2003). *Conservación de Ecosistemas templados de montaña en México*. México. Recuperado el 23 de Setiembre del 2012, de <http://tinyurl.com/9b9dn48>.

Sistema Costarricense de Investigación Jurídica. (2012). *Igualdad de Oportunidades*. Recuperado el 27 de Setiembre del 2012, de <http://tinyurl.com/9xx8eyd>.

Sistema Nacional de Áreas de Conservación. (2012). *Leyes ambientales*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://www.sinac.go.cr/filosofia.php>.

Sistema Nacional de Áreas de Conservación. (2012). *Definición, Áreas Silvestres*. Recuperado el 12 de Octubre del 2012, de <http://www.sinac.go.cr/infgeneral.php>.

Sistema de Información Regional de la Zona Económica Especial. (2012.) *PLAN DE DESARROLLO CANTONA, Actividades Economicas*. Recuperado el 26 de Setiembre del 2012, de <http://tinyurl.com/8t5jlha>.

Solorzano, W. (2005). *Revista Historica: UCR*. Recuperado el 11 de Octubre del 2012, de <http://revistahistoria.historia.ucr.ac.cr/Numeros%20Anteriores/51-52/04-Solorzano.pdf>.

Tecnologico de Monterey. (2010). *Cambio Climatico*. Recuperado el 21 de Setiembre del 2012, de [http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/cambio\\_climatico1/pdfs/m1/m1\\_vi.pdf](http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/cambio_climatico1/pdfs/m1/m1_vi.pdf).

Thefreedictionary. (2012). *Definición, Mitigar*. Recuperado el 23 de Octubre del 2012, de <http://es.thefreedictionary.com/mitigar>.

Universidad Nacional de Costa Rica. (2012). Ley 7600. Recuperado el 23 de Setiembre del 2012, de <http://tinyurl.com/95dw23d>.

Universidad de Murcia.(s.f). *Cambio Climatico Global* . Recuperado el 21 de Setiembre del 2012, de <http://www.um.es/vic-extension/pau/materias-pau/medio-ambiente/nuevo-programa/3-8-CAMBIOCLIMATICOGLOBAL.pdf>.

Universidad Mayor de San Marcos.(s.f). *Plan Estrategico*. Recuperado el 21 de Setiembre del 2012, de [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/san%20martin\\_ac/Cap2.PDF](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/human/san%20martin_ac/Cap2.PDF).

Universidad Miguel Hernandez de Elche. (2012). Definición, *Plan Estrategico*. Recuperado el 04 de Setiembre del 2012, de <http://www.umh.es/plan-estrategico/data/es/definicion.html>.

UTN-Facultad Regio Bahia Blanca.(s.f). *Aguas Residuales y Tratamiento de Efluentes Cloacales*. Recuperado el 21 de Setiembre del 2012, de [http://www.frbb.utn.edu.ar/carreras/efluentes/tema\\_9.pdf](http://www.frbb.utn.edu.ar/carreras/efluentes/tema_9.pdf).

Varela, G. Propietario de Cabina Finca La Milagrosa (2012). Entrevista realizada el 12 de Setiembre del 2012.

Weforum. (2012). *The Global Competitiveness Report 2012–2013*. Recuperado el 21 de Setiembre del 2012, de [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2012-13.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf).

## Apéndices

### Apéndice 1

Nombre de la empresa	
Fortalezas	Oportunidades

Nombre de la empresa	
Debilidades	Amenazas

### Apéndice 2

Nombre de la empresa	
Propietarios.	
Clasificación.	
# Empleados	
Equipamientos	
Cuenta con Panfletos	
Tarifas	

Actividades adicionales	
Pagina Web	
Teléfono	

## Anexos

### Anexo 1

Ámbitos	¿Que se evalúa?
Físico-Biológico	<ul style="list-style-type: none"><li>• Interacción de la empresa y el medio natural circundante.</li><li>• Implementación de políticas y programas de sostenibilidad</li><li>• Protección del medio.</li></ul>
Planta de Servicio	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sistemas y procesos internos de la empresa, en cuanto al manejo de desechos y la utilización de tecnologías para el ahorro de luz y agua.</li></ul>
Cliente Externo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Acciones que realiza la gerencia para invitar al cliente a participar en la implementación de las políticas de sostenibilidad de la empresa.</li></ul>
Ámbito Socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificación e interacción del establecimiento con las comunidades adyacentes.</li><li>• Crecimiento y desarrollo de la región.</li><li>• Generación de empleo.</li><li>• Logro de beneficios en pro de la colectividad.</li></ul>

Fuente: (ICT, 2012).

## Anexo 2

Ámbito Físico- Biológico		Ponderación	Si	NO	NO APLICA (*)
<b>1. Medio Ambiente y Conservación</b>					
<b>1.1</b>	En la Administración y operación de la empresa existen objetivos y metas ambientales, así como mecanismos para su verificación.	2			
<b>1.2</b>	La empresa Identifica y evalúa los impactos ambientales causados o que es posible causar al medio ambiente debido a su operación, mediante un registro escrito.	1			
<b>1.3</b>	La empresa ha diseñado un plan de monitoreo que le permita mitigar o eliminar los posibles impactos negativos identificado.	1			
<b>1.4</b>	Se cuenta con procedimientos definidos para denunciar ante las autoridades competentes cualquier daño ambiental en los alrededores de la empresa y éste es de conocimiento a sus colaboradores.	1			
<b>1.5</b>	La empresa participa regularmente en actividades ambientales que se llevan a cabo en su entorno o en otras regiones del país	2			
<b>1.6</b>	La empresa forma parte de organizaciones regionales, locales, nacionales o internacionales que trabajan continuamente en la problemática ambiental.	2			
<b>1.7</b>	La empresa cuenta con una persona responsable para dar seguimiento a los programas de gestión ambiental.	1			
<b>1.8</b>	La empresa aplica ideas innovadoras en su operación que el permite contaminar menos.	3			

### Anexo 3

#### ¿Porque?

-La empresa turística tiene un impacto ambiental en las áreas donde se desarrolla su principal actividad comercial, por lo que debe ser responsable con programas o acciones integrales en su operación que minimicen el impacto negativo y reforzar los impactos positivos.

- Los impactos que puedan ser provocados tienen consecuencias directas o indirectas sobre la sostenibilidad económica de la empresa.

#### Prácticas recomendables:

-Diseñar un plan en donde se estipulen las principales normas de gestión y operación de la empresa en materia ambiental, que permita mas o mejor calidad de agua, mejores vistas escénicas , mas cobertura vegetal , fauna silvestre, hábitats naturales, infraestructura con diseños sostenibles , bioclimáticos (diseño de edificaciones teniendo en cuenta las condiciones climáticas, aprovechado los recursos ) disponibles (sol, vegetación, lluvia, vientos) para disminuir los impactos ambientales, intentando reducir los consumos de energía ), reducción de costos de operación por ahorro de agua, energía e insumos, entre otros.

-Generar un círculo de discusión periódica entre funcionarios clave de la empresa sobre impactos actuales y potenciales que genera la actividad de la empresa.

-Realizar un seguimiento a los impactos y los resultados de las acciones para su mitigación , como actividad paralela a las actividades diarias de la empresa.

-Atender las sugerencias o reclamos provenientes de las comunidades y entidades oficiales respecto a prácticas perjudiciales de parte de la empresa.

-La evaluación de estas acciones de mitigación debe mostrarse con indicadores cuantitativos o cualitativos.

-Respetar y promover la legislación y reglamentos pertinentes nacionales e internacionales, en materia ambiental.

-Contar con el apoyo activo de la Gerencia, de tal manera que sea visible la misión, visión, políticas, objetivos estratégicos y planes operativos.

-Algunos ejemplos de Normativa Ambiental: Ley Orgánica del Ambiente No. 7554 del 4 de octubre de 1994, Ley General de Salud No. 5395 del 23 de octubre de 1973, Ley de Conservación de la Vida Silvestre No. 7317 del 30 de octubre de 1992, Ley Forestal.

## Anexo 4

2. Áreas verdes		Ponderación	Si	NO	NA (*)
2.1	En las áreas verdes la vegetación está compuesta en forma predominante por especies nativas de la región o del país, gracias a que la empresa lo ha considerado como prioritario en la planificación paisajística.	2			
2.2	Las especies introducidas de carácter ornamental, no se están propagando hacia otras áreas del entorno gracias a un plan de manejo.	1			
2.3	Las especies nativas están debidamente identificadas con su respectiva taxonomía.	3			
2.4	Se mantiene por escrito una pequeña reseña ilustrativa para efectos divulgativos sobre historia natural y el uso de las especies nativas rotuladas en las áreas verdes.	1			
2.5	Para el mantenimiento de las áreas verdes, se utilizan insumos amigables con el ambiente, evitándose el uso de abonos, herbicidas, plaguicidas y/o químicos	2			

## Anexo 5

### ¿Por que?

-Las áreas verdes constituyen un elemento estético muy valioso dentro de las empresas turísticas. Se pueden utilizar como espacios de luz, pulmón, bio-climatización (diseño de edificaciones teniendo en cuenta las condiciones climáticas, aprovechando los recursos disponibles (sol, vegetación, lluvia, vientos) para disminuir los impactos ambientales, intentando reducir los consumos de energía), o potenciarse con usos menos convencionales como salas de espera y descanso, observación de aves, jardines de plantas medicinales, viveros, exhibición de arte de exteriores o educación e interpretación ambiental.

### Prácticas recomendadas:

-Utilizar los criterios de sostenibilidad deseables en áreas verdes como: uso de especies nativas, uso de especies que no generen amenazas a la seguridad (frutos o defoliación que se tornen resbalosos, atraer plagas o enfermedades, levantar el piso con las raíces, auto poda de ramas que caen).

-Hacer un levantamiento de especies en las áreas verdes, principalmente de las que se encuentran en los alrededores de áreas comunes, esto para determinar el porcentaje de especies nativas en la propiedad, el mismo debe estar avalado por un profesional en la materia

Emplear especies que alimenten y refugien flora y fauna nativa por ejemplo: bromelias, orquídeas, aves, mamíferos e insectos, emplear fertilizantes y controladores de enfermedades y plagas inocuos u orgánicos, diversificar estratos y las especies utilizadas.

-Establecer rotulaciones interpretativas.

-Para efectos de colocar rótulos en la flora de jardines, áreas verdes, patios de luz, antejardines, viveros o en miradores y senderos, se deben considerar los siguientes datos: nombre común, nombre científico, familia botánica, distribución, usos actuales o potenciales, otros datos de interés.

-Se recomienda no clavar o atornillar la rotulación en los árboles y/o plantas.

- El conocimiento de la historia natural de los recursos biológicos de un espacio es fundamental, de modo que se pueda divulgar la información más relevante y de manera técnica, los datos taxonómicos. Para darlos a conocer se puede diseñar una auto-guía para el cliente ubicándola en las áreas de estancia, en habitaciones, entre otros.

-Utilizar medios naturales para el mantenimiento, tales como abonos orgánicos, repelentes naturales (plantas con aromas repelentes), insecticidas a base de extractos vegetales, evitando así el uso de productos químicos. Esto debe ser manejado como un elemento más de educación y divulgación.

-Mantener información proporcionada por el proveedor de los productos utilizados y/o procesos realizados para obtenerlos si los abonos y/o repelentes son producidos en la propiedad.

## Anexo 6

3. Cancha de golf		Ponderación	Si	No	NA (*)
3.1	Cuando la cancha fue planeada se identificaron y evaluaron los impactos negativos que podría causar, se creó un plan alternativo para reducirlos y compensarlos, y existe un registro escrito de ello.	3			
3.2	Se aplicaron los criterios de la arquitectura bioclimática y paisajística en la infraestructura al ser construida y esto consta por parte de un profesional que lo respalde.	2			
3.3	En la infraestructura de golf la empresa cumple con condiciones ambientales favorables en su diseño que favorezcan el ahorro energético y, así como la gestión de los residuos, entre otros.	1			
3.4	La empresa ha considerado como prioritaria la vegetación nativa en la planificación paisajística y evita la existencia de especies invasoras en los terrenos dedicados a la cancha de golf.	1			
3.5	La empresa cuenta a lo largo de su cancha de golf con una guía o inventario de las especies de flora y fauna existentes con su taxonomía e información respectiva de las especies.	2			
3.6	Dentro de los procesos de preparación y mantenimiento de las áreas de la cancha de golf, la empresa utiliza productos amigables con el ambiente, evidenciados por escrito y comunicados a los encargados y clientes.	2			
3.7	La empresa realiza una gestión integral del uso del agua teniendo en cuenta: su más eficaz aprovechamiento a través de un sistema de monitoreo y optimización para cumplir metas de reducción del uso, reutiliza aguas residuales para el riego de la cancha de golf, se garantiza de hacerlo en tiempos del día dónde es más eficiente y cuenta con sistemas de riego que maximizan el uso del recurso hídrico.	3			
3.8	La empresa contribuye a la conservación de la biodiversidad mediante proyectos ambientales promoviendo la generación de hábitats y corredores biológicos dentro de las áreas de la cancha de golf, permitiendo a la fauna silvestre transitar libremente y garantizando la continuidad vegetal, que puede servir para anido, refugio o alimentación de la fauna.	3			

3.9	En el caso de lagunas artificiales y/o humedales, además de lo estético y decorativo, la empresa le da el uso ambiental adecuado para el desarrollo y fortalecimiento de la vida silvestre	2
3.10	La empresa cuenta con carritos eléctricos, bicicletas o senderos para reducir las emisiones de dióxido de carbono y además para mantener un ambiente silencioso con el fin de que los usuarios o huéspedes puedan disfrutar de las prístinas (limpias, puras) áreas naturales que rodean la propiedad.	3

## Anexo 7

### ¿Por que?

-El golf como práctica deportiva ha experimentado un importante proceso de crecimiento en los últimos años, ya que por sus especiales características se adapta a cualquier edad y casi a cualquier condición física, satisfaciendo las crecientes demandas de ocio y salud.

-Ambientalmente el golf por su gran extensión y capacidad de adaptación al medio, puede y debe constituirse en un instrumento que contribuya a la preservación y mejora de los valores ambientales y paisajísticos del territorio, tanto del lugar donde se ubica como de su entorno.

-Desde el punto de vista económico, el golf es una actividad que puede representar un segmento específico del sector turístico que complementa las ofertas tradicionales e introduce un elemento de cualificación de las mismas.

### Prácticas recomendadas:

#### Conservación de la Naturaleza

-Para preservar y proteger la fauna en el interior del campo de golf, designar como santuarios de vida silvestre (parches de vegetación) algunas áreas apartadas de la zona de juego.

-Para fomentar la fauna en el interior del campo de golf, crear un hábitat de apoyo en forma de corredores de interconexión entre dichos parches o islas.

-Para mejorar la efectividad de los santuarios y otras características del hábitat, disponer de zonas de amortiguamiento que protejan el núcleo ecológico contra cualquier perturbación.

-Humedales con bordes de poca profundidad e inclinados que permitan el crecimiento de una banda de vegetación marginal.

## Anexo 8

- Tomar medidas para evitar en lo posible atropellar y ahuyentar la fauna.
- Realizar toda nueva arquitectura paisajista usando especies nativas.
- Llevar a cabo acciones de reforestación con especies nativas y mejora del suelo del campo de golf, para evitar la erosión.

### **Paisaje y herencia cultural**

-El campo de golf se mezcla bien con el paisaje y la orografía (conjunto de montañas de una región o de un país) existentes, no desentona con el entorno local ni posee características discordantes que choquen con la estructura de fondo y el patrón que impone el paisaje.

-Los árboles, arbustos, flores e hierba seleccionados se complementan bien con la vegetación ya existente. Se debe optar por especies autóctonas.

-En el campo de golf prima la utilización de materiales naturales y de colores que se mezclan bien con el entorno, para que los objetos, las construcciones, los caminos no resulten visualmente discordantes y no provoquen la sensación de encontrarse en un paisaje artificial.

- Llevar a cabo una revisión de la herencia cultural (histórica, arqueológica, entre otras) del sitio donde se asienta el campo de golf.

### **Gestión de los recursos hídricos**

-Llevar un control del agua consumida y establecer unos estándares (niveles normales) de utilización de este recurso.

- Seleccionar las variedades de césped (las especies vegetales en general) que mejor se adaptan a las características climáticas y de suelo de la zona en la que se sitúa el campo de golf, y son más eficientes desde el punto de vista del consumo de agua.

- Establecer áreas de prioridad para la irrigación, con identificación de aquellas que requieren poco o ningún riego.

- Realizar comprobaciones regulares del sistema de riego, con la intención de detectar precozmente escapes, cabezales de riego defectuosos o que no proporcionan una cobertura adecuada, mal funcionamiento de las bombas, entre otros.

-Realizar un seguimiento regular de los niveles de humedad del suelo.

- Evitar la irrigación en condiciones de mucho aire o durante el día.

- Usar sustancias hidro receptoras que acumulan agua en el mismo suelo.

- Estudiar las características del suelo en el que se localiza el campo de golf y utilizar los productos y el sistema de irrigación que mejor se adaptan a las mismas.

## **Anexo 9**

-Usar sondas de profundidad para detectar el nivel de profundidad del agua y disminuir riegos inútiles.

-Recoger el agua de lluvia y destinarla al riego.

-Depurar las aguas residuales y emplearlas para el riego.

-Establecer un sistema de seguimiento regular de las condiciones del agua (salinidad, entre otros) a través de análisis químicos.

-Realizar un seguimiento de la población de invertebrados y anfibios acuáticos que habitan en los humedales del campo (estos seres actúan como bio-indicadores de la calidad del agua).

-Establecer objetivos de ahorro de agua.

-Contar con objetivos ligados a la calidad del agua.

-Poner a disposición del personal y de los usuarios del campo de golf la información sobre estos objetivos y los resultados alcanzados.

### **Gestion del Césped de juego y de las plagas**

-Seleccionar las variedades de césped (las especies vegetales en general) más apropiadas para el clima y los suelos de la zona, teniendo en cuenta su baja susceptibilidad a los insectos, enfermedades e infestación de malas hierbas.

-Para la nutrición del césped, usar una dosificación lenta o fertilizantes naturales orgánicos.

-Para el monitoreo y gestión de las plagas, identificar las enfermedades locales y los problemas de malas hierbas e insectos.

-Establecer un programa de seguimiento regular de la calidad del césped, los niveles de humedad, la fertilidad del suelo y las señales de plagas y enfermedades.

-Mantener un historial escrito de actividades de seguimiento, medidas de control utilizadas y los resultados obtenidos.

-Elegir los controles de las plagas que resulten menos tóxicos; utilizar métodos como la lucha biológica e integrada.

### **Eficiencia energética:**

-Establecer objetivos de reducción del consumo energético.

-Informar a los trabajadores y usuarios de nuestras instalaciones de los resultados obtenidos.

-Gestionar el consumo de electricidad utilizando al máximo posible los horarios adecuados.

-En todas las decisiones de compra, primar la elección de alternativas ecológicas.

-Exigir a los proveedores la recogida de los envases usados o la pertenencia a un Sistema Integrado de Gestión (SIG).

-Instalar paneles solares e incrementar progresivamente la generación y uso de este tipo de energía limpia.

- A la hora de comprar cualquier maquinaria (como las máquinas corta césped o las bombas), tener en cuenta el ruido que pueda producir, procurando su minimización.

### **Capacitación y comunicación:**

-Editar un folleto o una revista en la que se incluyan regularmente artículos sobre los proyectos y logros medioambientales del campo de golf.

-Producir material divulgativo sobre la herencia natural y cultural del campo de golf, dando a conocer, por ejemplo, las especies de flora y fauna existentes a lo largo del recorrido.

-Asignar a cada hoyo el nombre de una especie que habita en el campo de golf.

-Instalar en el campo una serie de rotulación interpretativa - informativas situadas en los puntos estratégicos.

-Erigir señales para demarcar las fronteras de los santuarios de vida salvaje existentes en el campo o para resaltar sus puntos de interés.

-Hacer de conocimiento de los colaboradores y clientes el programa medio ambiental y los resultados conseguidos, y que esté disponible en un lugar visible.

-Algunas de las certificaciones internacionales existentes para campos de golf están: Golf Environment Organisation (GEO), Biosphere, se trata de una distinción que otorga la UNESCO, a través del Instituto de Turismo Responsable (ITR), entidad asociada a la UNESCO, que avala que las actividades de los campos de golf se realicen de acuerdo con criterios de sostenibilidad y cuidado del medio ambiente, y Audubon Cooperative Sanctuary Program, entre otras.

## Anexo 10

4. Áreas Naturales		Ponderación	Si	No	NA (*)
4.1	La empresa incentiva a sus clientes a visitar las áreas silvestres protegidas, así como las áreas naturales que cuentan con un reconocimiento de parte del Estado.	1			
4.2	La empresa mantiene información detallada para sus clientes sobre las áreas silvestres protegidas administradas por el Estado, así como las reservas naturales privadas.	1			
4.3	En caso de que la propiedad tenga una reserva natural, ésta se encuentra debidamente inscrita ante el ente correspondiente y bajo un plan de manejo adecuado.	3			
4.4	La empresa apoya el mantenimiento o manejo de alguna área silvestre protegida o de alguna reserva o área natural.	3			
4.5	En caso de operar tours a dicha área silvestre, la empresa cumple con la capacidad de carga establecida solicitada por los administradores del área silvestre.	2			
4.6	Dentro de sus áreas la empresa promueve la generación de hábitats naturales y corredores biológicos que permiten a la fauna silvestre transitar libremente y garantizan la continuidad vegetal, que puede servir para apareamiento, anidación, refugio o alimentación de la fauna silvestre.	2			

## Anexo 11

### ¿Por que?

-Una reserva natural o reserva ecológica es un área protegida de importancia para la vida silvestre, flora o fauna, o con rasgos geológicos de especial interés que es protegida y manejada por el hombre, con fines de conservación y de proveer oportunidades de investigación y de educación.

-Las áreas naturales representan un punto vital para la imagen turística del país.

-El turista debe sentir una congruencia absoluta entre las políticas de manejo de la empresa y las áreas silvestres protegidas a las que se les invita a visitar.

## Anexo 12

### **Prácticas recomendables**

-Fomentar la responsabilidad ambiental en los empresarios turísticos comprometidos, al educar en temas ambientales y sensibilizar tanto a los visitantes como a la población local.

-En el Plan de gestión ambiental se pueden incorporar medidas muy específicas o generales, tanto como diseño de políticas, planes de capacitación, hasta educación ambiental, reforestación, bio-remediación (cualquier proceso que utilice microorganismos, hongos, plantas o las enzimas derivadas de ellos para retornar un medio ambiente alterado por contaminantes a su condición natural), entre otros.

-Mantener información detallada sobre las áreas silvestres protegidas y reservas privadas locales aledañas, o no, incluyendo como mínimo: ubicación, rutas de acceso, principales atractivos, facilidades, horarios de visita, capacidad, normas establecidas para la visita, entre otros.

-Capacitar y promover la legislación pertinente por ejemplo: Ley Orgánica del Ambiente No. 7554, Ley de Conservación de la Vida Silvestre No. 7317, Ley de Biodiversidad No. 7788, Ley Zona Marítimo Terrestre No. 6043, Ley Forestal No. 7575.

-Conocer de previo los diferentes criterios de capacidad de carga de los sitios que se visitan:

*Físicos:* niveles aceptables de congestión e impacto visual: punto al que se mantienen los sistemas ecológicos antes que se produzcan daños.

*Económicos:* volumen de turismo que genera beneficios óptimos sin distorsiones económicas para las comunidades locales.

*Socioculturales:* desarrollo turístico que puede absorberse socialmente sin detrimento del estilo de vida y las actividades de la comunidad local

*Infraestructura:* disponibilidad suficiente de servicios e instalaciones

-Asociarse con grupos locales o nacionales para fomentar la conservación, a través de acuerdos de cooperación, implementación conjunta de programas, entre otros.

-Siempre que sea posible, adquirir una reserva privada en los terrenos de su establecimiento o aledaño, o en otras áreas del país.

### Anexo 13

	<b>5. Protección de Flora y Fauna</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>NA (*)</b>
5.1	La empresa evidencia y comunica su oposición a la extracción y comercialización de especies de flora y fauna silvestre continental y marina.	1			
5.2	No se mantienen dentro del establecimiento especies animales silvestres en cautiverio salvo zoo criaderos y centros de rescate, reconocidos por la autoridad competente.	2			
5.3	La empresa no alimenta a los animales silvestres y lo comunica a sus colaboradores y clientes en cumplimiento de la Ley de Parques Nacionales N° 6084 del 24 de agosto de 1977.	3			
5.4	Se cuenta con la política de no fomentar y no permitir los comederos artificiales en las áreas verdes con que cuenta la empresa y es del conocimiento de los colaboradores y clientes en cumplimiento a la Ley de Parques Nacionales No. 6084.	2			
5.5	La iluminación artificial de la empresa está ubicada adecuadamente para evitar perturbaciones a las especies de fauna silvestre o bien son cubiertas adecuadamente mediante alguna forma tal que evite o minimice la perturbación a las especies.	2			
5.6	La empresa mantiene las fuentes generadoras de ruido en sitios adecuados y/o con diseños acústicos en donde no afecta en forma negativa a sus huéspedes y vecinos, ni el comportamiento de las especies de fauna silvestre.	1			

## Anexo 14

### ¿Por que?

-La flora y fauna constituyen junto con el paisaje donde desarrollan sus ciclos de vida (hábitat, reproducción, dispersión de frutos y semillas, competencia, depredaciones, entre otros), uno de los principales elementos de atracción del turista. La interacción de las especies silvestres no debe afectar negativamente la existencia de las poblaciones en sus medios naturales, los ecosistemas naturales se alteran lo mínimo posible y se rehabilitan, se hacen contribuciones compensatorias a la gestión de la conservación.

## Anexo 15

### Prácticas recomendables

-Establecer un registro de comunicados, cartas u otros que demuestren el apoyo que brinda la empresa a las organizaciones regionales o locales que protegen el medio ambiente.

-Incluir en la información que se da por escrito o verbal al cliente o turista un llamado directo a que todas sus acciones contribuyan con la protección de la flora y fauna en las regiones que visita.

-Facilitar a los clientes información para el conocimiento y la interpretación de los entornos naturales, cultura local, patrimonio cultural.

-Instruir sobre la prohibición de la extracción, cautiverio y comercialización ilegal de animales y plantas silvestres.

-Prohibir los comederos artificiales en las áreas verdes de la empresa e informar a los clientes al respecto independientemente de que no se tengan áreas verdes.

-Capacitar y hacer del conocimiento de los colaboradores y huéspedes que no deben alimentar a los animales silvestres en forma artificial, porque dicha práctica puede causar: problemas de salud por contaminación o contagio por el intercambio de alimentos, surgimiento de dependencia alimentaria, pérdida de aspectos de comportamiento natural, alteración de los procesos metabólicos.

-Promover un calendario mensual en donde se expongan las fechas de celebraciones ambientales en Costa Rica, por ejemplo: 2 de febrero —Día Mundial de los Humedales, 14 de Marzo —Día Internacional de Acción contra las Represas y por los Ríos, el Agua y la Vida, 22 de abril —Día Mundial de la Tierra, 22 de Mayo —Día Internacional de la Biodiversidad, 5 de Junio —Día Mundial del Medio Ambiente, último Lunes de Julio —Día Nacional de la Vida Silvestre, entre otros.

## Anexo 16

6. Protección del Patrimonio Arqueológico, Arquitectónico, histórico y Cultural		Ponderación	Si	No	NA (*)
6.1	La empresa colabora con grupos organizados en actividades como: de fomento, de protección o de valoración del patrimonio arqueológico, arquitectónico, histórico y cultural.	3			
6.2	La empresa tiene como política capacitar a su personal de contacto y transmitir a sus clientes recomendaciones para disminuir los impactos negativos sobre las culturas vivas y tradicionales existentes en las comunidades que visita.	2			
6.3	La empresa demuestra su resolución y tiene procedimientos adecuados para evitar y denunciar toda comercialización de piezas de patrimonio nacional.	1			
6.4	La empresa ha considerado los criterios de la arquitectura tradicional del lugar o arquitectura ecológica y su incidencia en el paisaje a la hora de realizar la infraestructura e instalaciones necesarias.	2			

## Anexo 17

### ¿Por que?

-El Patrimonio es el conjunto de las creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de su historia. Esas creaciones lo distinguen de los demás pueblos y le dan su sentido de identidad.

-La primera distinción que se hace es entre el patrimonio natural y el cultural: **el patrimonio natural está** constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio. El patrimonio natural lo constituyen las reservas de la biosfera, los monumentos naturales, las reservas y parques nacionales, y los santuarios de la naturaleza.

-El **patrimonio cultural** está formado por los bienes culturales que la historia le ha heredado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética, este se divide en dos tipos: **tangible e intangible**

-El **patrimonio tangible** es la expresión de las culturas a través de grandes realizaciones materiales. A su vez, el patrimonio tangible se puede clasificar en **tangible mueble**, que comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folclórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país, ejemplo: obras de arte, libros, manuscritos, documentos, fotografías, documentos audiovisuales, artesanías; **tangible Inmueble**, está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valor relevante desde el punto de vista

## Anexo 18

### **Prácticas recomendadas**

La empresa debe respetar el patrimonio natural y cultural que se encuentra en los alrededores a la hora de adquirir el terreno, diseñar y construir el edificio e infraestructura.

Debe ayudar a proteger las propiedades y sitios locales que son históricamente, arqueológicamente, culturalmente o espiritualmente importantes, y no se impide el acceso de los pobladores locales a ellos.

A los colaboradores y clientes se les brinda información e interpretación sobre los alrededores naturales, la cultura local, el patrimonio cultural y natural, asimismo se les da a conocer cuál debe ser el comportamiento adecuado mientras visitan áreas naturales, culturas vivas y sitios de patrimonio cultural y natural.

Mantener un registro de grupos organizados que llevan a cabo actividades de protección del patrimonio natural y cultural en las zonas donde opera la empresa.

Dar cumplimiento a la legislación vigente relacionada con este tema, por ejemplo: Ley No 6703 del 12 de enero 1982, Defensa y Conservación del Patrimonio Nacional Arqueológico, Ley No. 4711 del 13 de enero 1971, —Recomendaciones sobre la conservación de los bienes culturales que la ejecución de obras públicas o privadas pueda poner en peligro...II; Ley No. 7526 del 5 de julio 1995, —Convención sobre las medidas que deben adoptarse para prohibir e impedir la exportación e importación de propiedad ilícita de bienes culturalesII, Ley No. 5980 del 24 de diciembre 1976, —Convención sobre la protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural; entre otras. Celebración del Día Internacional de Museos, 18 de mayo.

## Anexo 19

7. Cambio Climático		Ponderación	SI	No	NA (*)
7.1	La empresa realiza mediciones que le permiten cuantificar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI por sus siglas) de su operación.	2			
7.2	La empresa utiliza su cuantificación de emisiones GEI para trazar sus objetivos generales y específicos, logrando tener una estrategia ante el cambio climático en el desarrollo sostenible de su gestión administrativa y operativa.	3			
7.3	La empresa realiza proyectos o acciones y/o participa en algún programa comprometido con el cambio climático que se desarrollen en áreas vulnerables del país.	2			
7.4	El diseño, construcción o remodelación del inmueble vinculado al turismo procura mitigar impactos producto del cambio climático.	2			
7.5	La empresa utiliza proveedores de servicios de transporte que compensan, mitigan o reducen sus emisiones de GEI.	3			
7.6	La empresa sensibiliza, informa o educa sobre los efectos del Cambio Climático a sus diferentes públicos de interés.	1			
7.7	La empresa compensa el daño ambiental producido por la emisión de GEI propios de su operación y da monitoreo al destino de su compensación para garantizarse el adecuado uso.	3			
7.8	La empresa invita al visitante a ser parte de programas de compensación del daño ambiental producido por las emisiones de GEI.	2			

## Anexo 20

### ¿Por que?

-Para poder alcanzar el objetivo de la neutralidad climática, Costa Rica está implementando una estrategia nacional de cambio climático integral y coherente con sus responsabilidades locales y globales. —Menos emisiones y más sumideros (todo proceso, actividad o mecanismo que elimine de la atmósfera un gas de efecto invernadero, un aerosol o un precursor de un GEI) es una estrategia de mitigación apropiada, la cual se complementa con medidas de adaptación derivadas de los estudios de vulnerabilidad y riesgo. El cambio climático es una cruda realidad actual y desafortunadamente se seguirá deteriorando hasta que un acuerdo global estabilice los gases de efecto invernadero en la atmósfera, las medidas de adaptación para reducir la vulnerabilidad de los diferentes sectores, regiones, comunidades y ecosistemas también deben ser de la más alta prioridad.

-Y como parte de los objetivos de cumplir con lo propuesto en la ENCC, el Sector Turismo tiene a su cargo desarrollar e implementar el Plan Estratégico de Cambio Climático, en donde el objetivo general de este Plan será lograr al 2021, que el 100% de las empresas agremiadas de este sector estén implementando prácticas medibles para la mitigación de Gases Efecto Invernadero GEI, y compensando todas las emisiones de GEI que genere su operación.

-Ahora bien, ¿Que es el efecto invernadero? El sol emite radiación hacia la tierra, parte de esa energía es devuelta al espacio nuevamente, algunos gases que están en la atmósfera atrapan una fracción de esa energía devuelta, la energía atrapada permite mantener una temperatura adecuada para desarrollar la vida en la tierra.

-Entonces el problema se da cuando aumenta la cantidad de gases que atrapan la energía en la atmósfera y la tierra se calienta más de lo debido, lo que sucede actualmente.

### Prácticas recomendadas

-Hacer esfuerzos específicos por reducir o eliminar los gases emitidos en la atmósfera, tales como CO<sub>2</sub>, generados por su actividad.

-Debe calcular la huella de carbono para realizar el aporte particular, la cual se refiere a la medida del impacto que provocan las actividades del hombre sobre el ambiente, determinada según la cantidad de gases de efecto invernadero producida GEI, la cual se mide en unidades de dióxido de carbono. En algunos casos se pueden incluir además emisiones vinculadas a la comercialización, transporte y procesamiento de productos o servicios. El calculador de huella de carbono es una herramienta cuyo objetivo consiste en estimar las emisiones de CO<sub>2</sub> producidas por el uso de energía, el transporte y otras actividades humanas.

-Algunos elementos que pueden contemplar en el Plan de Mitigación de la empresa, entre otros, están: demanda energética (gas, electricidad y combustibles fósiles), por la búsqueda del uso de energías alternativas, tecnologías eficientes, planes de reducción en el consumo energético, entre otros; consumo recurso hídrico, optar por la implementación de mecanismos para la reducción en el consumo de agua, uso de tecnología eficiente, reutilización de agua, implementación programas de ahorro; aguas residuales, implementar sistemas de tratamiento de aguas residuales adecuados.

de cantidad de desechos, reducción, programas de reciclaje; consumo de combustible fósil en el transporte, implementar un plan de compensación de los GEI producidos por el transporte terrestre, aéreo, marítimo, utilizado en su operación, evitar el uso de transporte de combustión interna.

-Existen entidades públicas y privadas que tienen iniciativas por ejemplo: Cámara Nacional de Ecoturismo, CANAECO —Viajeros con Conciencia Climática, que es un programa de compensación de emisiones provocadas por los vuelos internacionales hacia Costa Rica; Fondo Nacional de Financiamiento Forestal, FONAFIFO, que ofrece —CSA-Viaje Limpioll que va orientado a compensar las emisiones de GEI generadas por usar combustibles fósiles del transporte aéreo en su visita a Costa Rica, Programa Bandera Azul Ecológica, entre otros.

-Invitar a los colaboradores y al turista a ser partícipe de los programas desarrollados por parte de la empresa sobre este trascendental tema.

## Anexo 21

8. Consumo de agua		Ponderación	Si	No	NA(*)
8.1	El consumo de agua es monitoreado continuamente por medio de medidores o sistemas alternativos y gracias a ello se tienen datos en forma gráfica (últimos seis meses), del consumo de agua promedio mensual por huésped y del total del establecimiento.	2			
8.2	La empresa cuenta en forma escrita, con metas en términos cuantitativos y porcentuales para el ahorro del agua.	1			
8.3	La empresa realiza revisiones periódicas de tuberías con el fin de ubicar fugas de agua y lleva un registro por escrito.	1			
8.4	La empresa utiliza dispositivos para el ahorro de agua en grifos, duchas y en loza sanitaria.	2			
8.5	Se ha nombrado en la empresa a un responsable de llevar el monitoreo del consumo de agua y de garantizar, la ejecución de las actividades para el ahorro de la misma.	1			
8.6	La empresa cuenta con análisis periódicos para asegurarse la calidad de agua y del hielo para consumo humano extendido por un ente autorizado (al menos uno por semestre).	3			
8.7	La empresa cuenta con un análisis semestral para asegurar la calidad del agua de la piscina (al menos uno por semestre).	3			x

8.8	La empresa cuenta con un procedimiento y un sistema bien administrado y controlado para suministrar cloro a la piscina cuando se requiera, según los estándares del Ministerio de Salud o en su defecto algún otro sistema alternativo que evite totalmente el uso de cloro.	2	x
-----	--	---	---

## Anexo 22

### ¿Por que?

-Aunque con frecuencia se piensa que el agua es un recurso natural abundante e infinito, esto no es así, de todo el agua existente en el planeta sólo una fracción mínima es agua directamente utilizable y ésta se encuentra distribuida de manera poco uniforme. El 97% del agua de nuestro planeta es salada y se encuentra en mares u océanos y el 3% restante es agua dulce. De esta cantidad, el 77.6% está concentrada en los casquetes polares y los glaciares, es agua profunda inaccesible o se halla en la atmósfera, por lo que sólo está disponible para el consumo humano el 0.6% del total.

-En los últimos 30 años, la actividad humana ha tenido efectos negativos sobre el ciclo del agua, debido principalmente a tres causas: la modificación de la superficie terrestre, la contaminación y la sobreexplotación del recurso.

### **Practicas Recomendadas**

#### **1-Monitoree el consumo de agua:**

-El monitoreo es una función continua cuyo principal objetivo es proporcionar a los interesados, indicaciones tempranas de progreso, o de la falta de progreso, en el logro de metas planteadas.

-La evaluación del consumo de agua independientemente de la fuente de abastecimiento de agua que utilice (pozo o naciente propia, acueducto rural, acueducto municipal o de Acueductos y Alcantarillados) debe ser un ejercicio que evalúe de manera constante y objetiva los progresos hacia un resultado. La evaluación no es un acontecimiento aislado, implica análisis de alcance y profundidad diferentes, que se lleva a cabo en distintos momentos como respuesta a las necesidades cambiantes de conocimiento y aprendizaje durante el proceso de conseguir un determinado resultado.

-Es importante mantener el registro de consumos para el o los medidores que tenga la empresa y graficar los datos con el fin de poder valorar los mismos y tomar decisiones y acciones a seguir o modificar las existentes.

-Establezca metas en términos cuantitativos y porcentuales: establezca metas alcanzables tomando en consideración las variables resultado del análisis de los datos recopilados de consumo y las acciones y campañas de ahorro ejecutadas.

-Utilice dispositivos para el ahorro de agua: los dispositivos economizadores de agua, utilizados para modificar los consumos de grifos y equipos en los que se aplican, evitan sustituir los equipos existentes y optimizan el consumo. Los dispositivos de bajo consumo de agua son muy diversos.

## Anexo 23

-La colocación de ladrillos o de botellas plásticas rellenas de arena dentro de los tanques, no es salida apropiada, sin embargo, si se tienen instalados inodoros tradicionales con volúmenes de descarga de entre 15 y 22 litros cada vez, se podrían utilizar dispositivos ahorradores caseros para disminuir el consumo de agua, tales como botellas en el interior de los tanques de inodoros, las cuales deben estar llenas con agua y/o arena y cerradas con su tapa hermética. Deben colocarlas de pie en ambos lados del tanque del inodoro teniendo cuidado que no interrumpan el libre funcionamiento de los accesorios internos. Comprobar que al bajar la palanca se produzca un arrastre de sólidos en forma adecuada. La cantidad de botellas a introducirse, varía de acuerdo al tamaño del tanque.

-Actualmente hay cierto tipo de grifos o llaves que cuentan con dispositivos de ahorro, cierre automático del flujo de agua (muy utilizado en lavamanos, orinales e inodoros; otros cuentan con un sistema combinado de aireación, el cual produce un caudal menor al normal y en el caso de los inodoros hay en el mercado inodoros que descargan menos agua, entre las opciones de tanque de descarga hoy existen modelos que gastan menos de 6 litros, otros modelos permiten descargar por partes, dependiendo del uso, si es solo líquido o si lleva sólidos.

### **2-Realice análisis de la calidad de agua, hielo y piscina:**

-Independientemente de la fuente de abastecimiento de agua que utilice (pozo o naciente propia, acueducto rural, acueducto municipal o de Acueductos y Alcantarillados), realice al menos una vez cada seis meses, análisis bacteriológico de laboratorio en el agua y hielo de consumo interno para garantizarle a los usuarios la potabilidad del líquido.

-En los casos que la empresa se abastezca de agua proveniente de pozos privados (que pueden estar con un estándar menor de calidad), es importante informar a los usuarios que no pueden tomarla directamente de los grifos, y que deben hacerlo en los lugares y fuentes que indique la Administración.

-Al igual que al agua de consumo, realice al menos una vez cada seis meses, análisis bacteriológico de laboratorio en el agua de piscina/s, para garantizar un servicio de calidad.

-Revisar la normativa relacionada: Decreto Ejecutivo No. 35309-S —Reglamento sobre Manejo de Piscinas del 30 de marzo 2009, publicado en La Gaceta No. 127 del 2 de julio 2009, Ley de Aguas No. 276 del 26 de agosto 1949; Decreto Ejecutivo No. 25991-S —Reglamento Calidad del Agua Potable del 14 de abril 1997, Ley No. 7554 del 4 de octubre 1994 —Ley Orgánica del Ambiente, Ley 5516 del 28 de mayo 1974; entre otras.

## Anexo 24

9.Consumo de energía		Ponderación	Si	No	NA (*)
9.1	El consumo de energía es monitoreado continuamente por medio de medidores de forma tal que permita llevar un registro mensual de datos en forma gráfica (últimos seis meses), del consumo de energía, por promedio mensual por huésped y general.	2			
9.2	La empresa cuenta en forma escrita, con metas en términos cuantitativos y porcentuales para el ahorro de la energía.	1			
9.3	Se ha nombrado en la empresa a un responsable de llevar el monitoreo del consumo de energía y de garantizar, la ejecución de los actividades para el ahorro de la misma.	1			
9.4	La empresa está utilizando en la mayoría de sus áreas, la iluminación natural para disminuir el gasto energético.	1			
9.5	Existe un programa de mantenimiento preventivo para todos los equipos e instalaciones eléctricas de la empresa.	2			
9.6	Existe un programa formal de ahorro de energía que incluyan acciones permanentes.	2			
9.7	Existe una campaña informativa, inclusiva y participativa dirigida a colaboradores, huéspedes y otros públicos de interés.	3			
9.8	La empresa está utilizando fuentes de energía alternativa para iluminación, calentamiento o precalentamiento de agua, como el bombeo u otras.	3			
9.9	El establecimiento cuenta con un inventario escrito de luminarias en donde al menos el 80% son de bajo consumo.	1			
9.10	Se utilizan dispositivos tales como apagado automático, interruptores de presencia, desactivado de circuitos, entre otros.	2			
9.11	La empresa utiliza nuevas tecnologías para el ahorro de energía en refrigeración, y equipo de lavandería.	1			
9.12	La empresa está utilizando algún sistema de energía alternativa (celdas fotovoltaicas, energía eólica, hidráulica, biodigestores u otros	3			

	sistemas alternativos).	
9.13	Los tanques de agua caliente y sus tuberías expuestas están recubiertos con material aislante para evitar pérdidas de calor.	1
9.14	Se está haciendo uso de sistemas adecuados y nuevas tecnologías para aumentar la eficiencia en el sistema de aire acondicionado y eliminar las emisiones de GEI.	2
9.15	Existe un estricto programa de control de fugas de aire y de gas en los sistemas de refrigeración y aire acondicionado.	1
9.16	En la lavandería, se aprovecha el calor solar para el secado de la ropa, en áreas debidamente acondicionadas para este propósito.	2

## Anexo 25

### ¿Por que?

-En la actualidad el uso de la energía es vital para el funcionamiento de la actividad humana, pero debe tenerse la responsabilidad de utilizarla racionalmente, pues la producción de parte de esa energía tiene un costo muy alto, sobre todo si se emplean de manera complementaria derivados de combustibles fósiles como petróleo, gas y carbón, que son recursos no renovables.

### Practicas recomendadas:

#### -Monitoree el consumo de energía:

-El monitoreo es una función continua cuyo principal objetivo es proporcionar a los interesados, indicaciones tempranas de progreso, o de la falta de progreso, en el logro de metas planteadas.

-La evaluación del consumo de energía debe ser un ejercicio que evalúe de manera constante y objetiva los progresos hacia un resultado. La evaluación no es un acontecimiento aislado, implica análisis de alcance y profundidad diferentes, que se lleva a cabo en distintos momentos como respuesta a las necesidades cambiantes de conocimiento y aprendizaje durante el proceso de conseguir un determinado resultado.

-Es importante mantener el registro de consumos para el o los medidores que tenga la empresa y graficar los datos con el fin de poder valorar los mismos y tomar decisiones y acciones a seguir o modificar las existentes.

## Anexo 26

### **-Establezca metas en términos cuantitativos y porcentuales:**

-Establezca metas alcanzables tomando en consideración las variables resultado del análisis de los datos recopilados de consumo y las acciones y campañas de ahorro ejecutadas.

-Designe un responsable: para que un programa de ahorro se desarrolle de forma adecuada, es necesario que haya una persona encargada y responsable del mismo (a pesar de ser todos responsables del buen uso que se le da a la energía) y que el mismo le de seguimiento.

-Utilice al máximo la luz y ventilación natural: los insumos que provee la naturaleza son más baratos y menos contaminantes. La luz y ventilación natural son recursos que se deben utilizar al máximo para iluminar y crear ambientes agradables en las edificaciones de los establecimientos de hospedaje.

-Desarrolle un Programa de Mantenimiento: el Mantenimiento Preventivo asegura un funcionamiento eficiente del equipo eléctrico permitiendo el uso adecuado de la energía y el ahorro de la misma.

-Diseñe una campaña de ahorro en el consumo de energía: promueva el apagado de luces cuando su uso no es estrictamente necesario. Se pretende que se brinde información al colaborador y se invite a los huéspedes para que colaboren en el ahorro de energía.

-Utilice sistemas alternativos para el calentamiento o precalentamiento de agua: el consumo de energía para calentar el agua en una empresa de hospedaje representa un porcentaje bastante alto, es por esto que es recomendable la utilización de energías alternativas.

-Utilice sistemas alternativos para iluminación: el consumo de energía para iluminación en una empresa de hospedaje representa un porcentaje bastante alto, es por esto que es recomendable la utilización de energías alternativas.

-Dependiendo de las condiciones topográficas y climatológicas y según las posibilidades de cada empresa es viable el uso de:

- Energía hidroeléctrica propia (si la propiedad tiene ríos con cierto caudal que permitan instalar plantas que puedan dar abasto a la demanda de las instalaciones).
- Energía solar (por paneles para generación fotovoltaica o para calentadores de agua), en cualquier parte del país, pero convenientemente en regiones con mayor porcentaje de horas de sol.
- Energía eólica (por molinos de viento) para alimentar turbinas que provean de luz las instalaciones.
- Energía por biogás, ya sea por un biodigestor utilizando desechos orgánicos o por materia fecal, lo que puede instalarse en propiedades rurales, preferiblemente en aquellas donde existen actividades agropecuarias.
- Utilice sistemas de iluminación eficientes: la utilización de bombillos del tipo eficiente es una forma de ahorrar tanto para la administración de la empresa como para la sociedad.

## Anexo 27

-Utilice dispositivos con nuevas tecnología: el uso de tecnología que permita el apagado automático de equipo eléctrico debe verse como una inversión a ---mediano y largo plazo y como parte fundamental de la Sostenibilidad.

- Utilice materiales aislantes de calor en tanque y tuberías: la utilización de materiales que permitan aislar el calor en las tuberías y tanques de almacenamiento -para el agua caliente, es esencial para el ahorro de energía.

-Utilice nuevas tecnologías en aire acondicionado y equipo de refrigeración: en un establecimiento de hospedaje, el gasto de energía por aire acondicionado y refrigeración representa un alto porcentaje. La eficiencia en los sistemas de enfriamiento no se enfoca solamente a la tecnología utilizada, es además importante el diseño y ubicación de los mismos ya que aires acondicionados ubicados a nivel del piso producen un descontrol térmico por la mayor densidad del aire frío, disminuyendo la eficiencia de estos sistemas y aumentando el consumo de energía.

- Utilice el sol y el aire: disminuir el consumo de energía por el uso de secadoras en lavandería, se logra utilizando espacios destinados para secar al calor del sol y el viento, ropa y otro tipo de prendas utilizados en la operación que necesitan de lavado.

-Conocer acerca del Programa de Eficiencia Energética del Área de Conservación de Energía de la Unidad Estratégica de Negocios de Servicio al Cliente, del Instituto Costarricense de Electricidad y el otro Programa del Depto. de Eficiencia Energética de la Dirección de Conservación de Energía de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz.

-Revisar la normativa relacionada: ley No. 7447 —Regulación y Uso Racional de la Energía, del 3 de noviembre 1994; Ley No. 449 —Orgánica del Instituto --Costarricense de Electricidad, Ley No. 7200 —Generación Eléctrica Autónoma o Paralela; Ley No. 7788 —Biodiversidad; Ley No. 7414 —Convención Marco de la ONU sobre Cambio Climático, entre otras.

## Anexo 28

<b>10. Manejo de Residuos y Desechos, orgánicos e inorgánicos</b>		<b>Ponderación</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>NA (*)</b>
10.1	La producción de desechos (orgánicos, inorgánicos, reciclables y no reciclables) en cuanto a cantidad y composición es monitoreada continuamente.	1			
10.2	Existe un programa formal de manejo de residuos sólidos y líquidos que incluyan acciones permanentes.	2			
10.3	Existe una campaña informativa, inclusiva y participativa dirigida a colaboradores , huéspedes y otros públicos de interés.	3			
10.4	Existe un plan (en términos cuantitativos) en el cual se estipulan las metas de reducción en la cantidad de desechos producidos (orgánicos, inorgánicos, reciclables y no reciclables) que el establecimiento se ha planteado.	2			
10.5	Existe en la empresa un responsable y un cronograma de ejecución de actividades para la reducción de desechos producidos (orgánicos, inorgánicos, reciclables y no reciclables) que es conocido por todos los colaboradores, clientes y otros públicos de interés.	1			
10.6	Existe un sitio acondicionado (con normas de higiene y seguridad) en el cual se realiza la separación y almacenamiento final de los desechos producidos (orgánicos, inorgánicos, reciclables y no reciclables).	2			
10.7	La empresa participa en un programa de reciclaje, con residuos debidamente clasificados.	3			
10.8	La empresa verifica y garantiza que la recolección y disposición final de los desechos y residuos reciclables y no reciclables se hace en forma adecuada.	1			

## Anexo 29

### ¿Por que?

-Se llama residuo a cualquier tipo de material que esté generado por la actividad humana y que está destinado a ser desechado. Diariamente se tiran a la basura gran cantidad de cosas que podrían ser reutilizadas o seguir siendo bienes valiosos; muchos residuos se pueden reciclar si se dispone de las tecnologías adecuadas y el proceso es económicamente rentable.

-Una buena gestión de los residuos persigue no perder el valor económico y la utilidad que pueden tener muchos de ellos y usarlos como materiales útiles en vez de tirarlos.

-El continuo aumento de la cantidad de residuos que se generan está provocando importantes problemas. Entre los bienes que se utilizan cada vez hay más objetos que están fabricados para durar unos pocos años y después ser sustituidos por otros y que no compensa arreglar porque resulta más caro que comprar uno nuevo.

-Muchos productos, desde los pañuelos o servilletas de papel, hasta las maquinillas de afeitar, los pañales, o las latas de bebidas, están diseñados para ser usados una vez y luego desechados. Se usan las cosas y se desechan en grandes cantidades, sin que haya conciencia clara, en muchos casos, de que luego algo hay que hacer con todos estos residuos.

-El problema se agrava porque la creciente actividad genera muchos productos que son tóxicos o muy difíciles de incorporar a los ciclos de los elementos naturales. En varias ocasiones los productos químicos acumulados en vertederos que después han sido recubiertos de tierra y utilizados para construir viviendas sobre ellos han causado serios problemas, incluso dañando la salud de las personas.

-No hay solución única y clara a este problema. El reciclaje es la opción mejor desde el punto de vista ambiental pero tiene sus límites. En el momento actual se combina con plantas de tratamiento, vertederos e incineradoras, aunque no se debe olvidar que una actuación imprescindible es la de reducir las cantidades de residuos producidos.

-Establecer planes de manejo de los desechos sólidos es una necesidad para evitar que la problemática aumente con el incremento del turismo. Las empresas turísticas deben contribuir con esta situación, puesto que son algunas de las que mayor cantidad de desechos producen.

### **Prácticas recomendadas:**

#### **1. Monitoree la producción de desechos:**

-El monitoreo es una función continua cuyo principal objetivo es proporcionar a los interesados, indicaciones tempranas de progreso, o de la falta de progreso, en el logro de metas planteadas.

-Es importante mantener el registro de desechos producidos (orgánicos, inorgánicos, reciclables y no reciclables) y graficar los datos con el fin de poder valorar los mismos y tomar decisiones y acciones.

## **Anexo 30**

-Los desechos pueden ser medidos en unidades de volumen (bolsas de un mismo tamaño y capacidad) o por peso (en kilogramos), de manera que se pueda ir monitoreando si el objetivo de ir reduciéndolos se va cumpliendo en los plazos previstos en un Plan de Manejo.

### **2-Diseñe un Plan de Manejo en el que debe tomar en cuenta aspectos como:**

-Saber cuánta basura se produce, qué tipo de basura se genera, cómo puede separarse y clasificarse, cómo debe almacenarse, dónde debe disponerse al final, quiénes deben participar en este esfuerzo, cómo se motiva esta participación, qué desechos pueden reutilizarse.

-Informe e incentive al visitante y colaboradores a participar en el programa de disminución de desechos que la empresa ha diseñado, informándole de los tipos de residuos existentes (orgánicos, inorgánicos, reciclables y no reciclables) y en la medida de lo posible los períodos de degradación de los principales desechos.

### **3-Establezca metas en términos cuantitativos y porcentuales:**

-Establezca metas alcanzables tomando en consideración las variables resultado del análisis de los datos recopilados de producción de desechos y las acciones y campañas de disminución de residuos.

### **4-Designe un responsable:**

-Para que un programa de disminución de desechos se desarrolle de forma adecuada, es necesario que haya una persona encargada y responsable del mismo (a pesar de ser todos responsables) y el respectivo seguimiento.

### **5-Acondicione un sitio:**

-Para almacenar los desechos (excepto los orgánicos) antes de ser recolectados, disponga un sitio en el Hotel con las condiciones sanitario ambientales adecuadas.

### **6-Desarrolle y/o participe en Programas de Reciclaje:**

-Los programas de reciclaje y reutilización pueden ser internos o externos, la finalidad es la recuperación de los desechos reusables.

### **7-Garantice la disposición final de los desechos:**

-La problemática de los desechos no termina en la puerta del Hotel cuando el camión se lleva los desechos, es responsabilidad de la empresa velar por que el destino final de los desechos se esté haciendo en los sitios que reúnan las condiciones adecuadas para este fin, tales como rellenos sanitarios o vertederos debidamente autorizados. Este punto debe cumplirse siempre, sin importar que la recolección y disposición esté a cargo del propio Hotel, de una empresa privada o de la Municipalidad respectiva.

-Dar cumplimiento a la legislación vigente relacionada con este tema, por ejemplo entre otras; Gestión Integral de Residuos, Ley No. 8839 publicada en La Gaceta No. 135 del 13 de julio 2010; Reglamento sobre Manejo de Residuos Sólidos Ordinarios, Decreto Ejecutivo No. 36093-S publicado en La Gaceta No. 158 del 16 de agosto 2010

### Anexo 31

	<b>11. Aguas Residuales</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>NA (*)</b>
11.1	La empresa utiliza algún sistema de tratamiento biológico para aguas grises residuales, incluyendo trampas de grasa.	2			
11.2	La empresa trata sus aguas residuales.	1			
11.3	La empresa mantiene por escrito un estricto control con reportes mínimo semestrales que identifiquen controles idealmente diarios sobre la composición de sus aguas residuales en forma de registros.	3			
11.4	La empresa cuenta con la Certificación de la Calidad de Aguas Residuales otorgada por la autoridad competente.	2			
11.5	Las aguas pluviales son manejadas en forma adecuada, sin producir alteración en el medio ambiente u optimizando su uso según la región geográfica donde se encuentre el establecimiento.	2			
11.6	La empresa forma parte de algún proceso o norma de gestión ambiental en caso de que exista, en la zona costera, área de montaña o ciudad.	3			

## Anexo 32

### ¿Por que?

-El término agua residual define un tipo de agua que está contaminada con agentes contaminantes (sustancias fecales y orina), procedentes de desechos orgánicos humanos o animales. Su importancia es tal que requiere sistemas de canalización, tratamiento y desalojo. Su tratamiento nulo o indebido genera graves problemas de contaminación.

-A las aguas residuales también se les llama aguas servidas, fecales o cloacales. Son residuales ya que después de haber sido usada el agua, constituyen un residuo, algo que no sirve para el usuario directo; y cloacales porque son transportadas mediante cloacas, nombre que se le da habitualmente al colector. El término aguas negras también es equivalente debido a la coloración oscura que presentan.

-Todas las aguas naturales contienen cantidades variables de otras sustancias en concentraciones que varían de unos pocos mg/litro en el agua de lluvia, a cerca de 35 mg/litro en el agua de mar. A esto hay que añadir, en las aguas residuales, las impurezas procedentes del proceso productor de desechos, que son los propiamente llamados vertidos. Las aguas residuales pueden estar contaminadas por desechos urbanos o bien proceder de los variados procesos industriales.

-La composición y su tratamiento pueden diferir mucho de un caso a otro. El tratamiento de aguas residuales consiste en una serie de procesos físicos, químicos y biológicos que tienen como fin eliminar los contaminantes físicos, químicos y biológicos presentes en el agua efluente del uso humano. El objetivo del tratamiento es producir agua limpia (o efluente tratado) o reutilizable en el ambiente y un residuo sólido o fango (también llamado biosólido o lodo) convenientes para su disposición o reúso.

-Las aguas residuales pueden ser tratadas dentro del sitio en el cual son generadas (por ejemplo: plantas de tratamiento, tanques sépticos u otros medios de depuración) o bien pueden ser recogidas y llevadas mediante una red de tuberías - y eventualmente bombas - a una planta de tratamiento municipal.

### Prácticas recomendadas

**1-Utilice un sistema de tratamiento de aguas residuales:** los sistemas de tratamiento son procesos físicos, químicos y/o biológicos cuya finalidad es mejorar la calidad del agua residual a la que se aplican, con el fin de que pueda tener otros usos o que se devuelva a la naturaleza en las mejores condiciones posibles de manera que se integre nuevamente en forma de acuíferos.

**2-Mantenga un estricto control sobre la composición de las aguas residuales:** realice *análisis físico-químicos de aguas residuales tratadas* por medio de un Laboratorio habilitado con el fin de constatar que no se está contaminando el medio ambiente al menos una vez por semestre para cada uno de los sistemas de tratamiento dentro de las instalaciones.

### Anexo 33

-Presente reportes operacionales según lo establece el Reglamento de Vertido y Reuso de Aguas Residuales (Decreto Ejecutivo No. 33601-MINAE-S, publicado en el Alcance No. 8 a La Gaceta No. 55, del 19 de marzo 2007), es obligación de todo ente generador (entendiéndose por él toda persona física o jurídica, pública o privada, responsable del reúso de aguas residuales, o de su vertido en un cuerpo receptor o alcantarillado sanitario), el presentar Reportes Operacionales.

-Dichos reportes deberán ser presentados ante el Departamento de Control Ambiental del Ministerio de Salud (si el vertido se practica en un cuerpo receptor o si las aguas son reusadas) o al Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados y a la institución que administra el alcantarillado sanitario (si el vertido se practica en una conducción de este tipo).

-Solicite la Certificación de Aguas Residuales en la autoridad pertinente: se deben cumplir con los parámetros físico-químicos para que sea otorgado el Certificado de Calidad de Aguas Residuales por el Ministerio de Salud en el caso de plantas de tratamiento que depositan sus aguas tratadas a un efluente o por Acueductos y Alcantarillados en caso de Alcantarillado Sanitario Municipal.

**-Utilice sistemas adecuados para el buen manejo de aguas pluviales: canoas, bajantes, drenaje, tuberías, cunetas en cemento o utilización de piedra viva se consideran acciones adecuadas para que las aguas pluviales no causen erosión del suelo ni inundaciones.**

### Anexo 34

Ámbito Planta de servicio					
	12. Formulación y Políticas y procesos	Ponderación	Si	No	NA (*)
12.1	La empresa ha establecido su misión y visión	1			
12.2	La empresa ha diseñado un Manual (o documento similar) en el que se define su misión, visión y políticas desde la perspectiva de la Sostenibilidad (considerando aspectos ambientales, sociales y económicos)	3			
12.3	La empresa tiene un plan estratégico en el que se definen los objetivos, planes y acciones a desarrollar desde el punto de vista de sostenibilidad.	2			
12.4	La empresa revisa y verifica periódicamente la efectividad de su plan estratégico y este es difundido y conocido por todos sus directores, gerentes, supervisores, jefes y demás colaboradores de la empresa.	1			

12.5	El establecimiento tiene un sistema de calidad para sus servicios que incluye revisión periódica de los mismos y la no comercialización de ningún tipo de servicio con prohibiciones legales.	2
12.6	El establecimiento tiene una política formal para la selección de proveedores que incluya lineamientos de sostenibilidad.	1
12.7	Existen mecanismos o políticas internas para cumplir con la legislación aplicable a la empresa, la cual es divulgada a su personal, proveedores y públicos de interés, tales como Ley 7600, Código de Conducta, entre otros.	2

## Anexo 35

### ¿Por que?

Cada una de las fases del proceso administrativo tiene una definición conceptual que busca delimitar su ámbito y consecuentemente facilita su comprensión. Estas fases se definen como:

**-Planificación:** se refiere a un conjunto de actividades orientadas a buscar la racionalidad en la toma de decisiones en el corto (1 año), mediano (entre 1 y 5 años) y largo plazo (más de 5 años). Usualmente la planificación de corto plazo se denomina planificación operativa y la planificación de largo plazo como planificación estratégica. En dicha planificación se definen los objetivos y políticas generales de la empresa.

**-Organizar:** esta comprende el diseño de la estructura (usualmente se representa en un organigrama) de la empresa. La fase organizar debe proporcionar claridad en los elementos materiales y sociales que le permitirán operar.

**-Dirección:** se refiere a la capacidad para orientar a las personas en el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Los mandos altos y medios difieren dentro y entre las organizaciones; esto se explica principalmente por la forma en la cual las personas con estos puestos ejercen su liderazgo (capacidad para influir en otros), sobre el resto de las personas que forman parte de la empresa.

- **Coordinación:** es la forma en la cual las actividades de la empresa tienen armonía en su ejecución de modo que faciliten el trabajo y se obtengan los resultados esperados.

**-Control:** se verifica que todas las actividades se ejecuten de conformidad con los planes operativos y que haya consonancia con el plan estratégico. Esta parte del proceso permite identificar errores y debilidades en la ejecución de las actividades, a fin de realizar las acciones correctivas necesarias, que optimicen los recursos y permitan la consecución de los objetivos.

## Anexo 36

### Prácticas recomendadas

-Diseñe y actualice (permanentemente) las políticas de operación inspiradas en los valores de la sostenibilidad en el campo social, económico y ambiental.

-Se informe permanentemente sobre las técnicas, normas, lineamientos o políticas del desarrollo sostenible promovidas por organizaciones oficiales nacionales e internacionales.

- Elabore periódicamente un documento para divulgar y hacer de conocimiento general los alcances de las políticas de sostenibilidad, conservando las siguientes características para su elaboración:

*Sea breve e ilustrativo*

*Que muestre innovaciones y progresos de la empresa y otras empresas en materia de sostenibilidad*

*Sea breve e ilustrativo*

-Que muestre innovaciones y progresos de la empresa y otras empresas en materia de sostenibilidad

-Asignar un encargado u oficina de la empresa, la tarea de elaborar y revisar el documento de divulgación de las políticas y procedimientos.

- Mantener un registro actualizado de proveedores de servicios que practiquen en su gestión los principios del desarrollo sostenible, para lo cual se recomienda verificar las siguientes condiciones:

El proveedor debe estar suscrito a algún sistema de certificación de sostenibilidad nacional o internacional por ejemplo: CST, Bandera Azul Ecológica, Normas ISO 14000, entre otros.

El proveedor debe destacarse por aplicar prácticas de protección del medio ambiente.

El proveedor debe ser reconocido oficial o popularmente por su proyección para el bien social.

-Elabore un documento conciso en el que se estipulen las principales normas de gestión y operación de la empresa en materia ambiental, social, entre otras.

-Revise periódicamente los documentos oficiales que estipulan la legislación vigente a fin de actualizarse sobre la normativa nacional y propia.

-Contemple programas de capacitación hacia sus colaboradores y clientes en el tema de la normativa que le compete según su actividad.

### Anexo 37

13. Capacitación		Ponderación	Si	No
13.1	Todos los colaboradores reciben información, participan en reuniones, conocen la política de sostenibilidad de la empresa y participan activamente en las iniciativas y programas relacionados con sostenibilidad y se motiva e incentivan las iniciativas de los participantes.	3		
13.2	Existe un programa de capacitación en términos de sostenibilidad, dirigido a los colaboradores de acuerdo a sus funciones.	2		
13.3	Existe una política integral de capacitación continua para el colaborador donde se incluya: Inducción general y en sitio, calidad de servicio, perfiles de los clientes, conservación del ambiente, temas sociales, desarrollo profesional y personal, legislación relacionada, atención a personas con discapacidad, ley 7600, Código de Conducta, entre otros.	3		
13.4	Existen programas o mecanismos de Evaluación de Desempeño de los colaboradores, para garantizar la satisfacción, calidad y desempeño del personal directa o indirectamente subcontratado.	1		
13.5	Existen perfiles de puestos y políticas de contratación de personal dentro de la empresa.	1		
13.6	El tema de accesibilidad está incorporado dentro del plan de capacitación del hotel y además se ofrece información general del establecimiento a personas con algún tipo de discapacidad.	3		
13.7	Dentro de los programas de capacitación se informa al personal sobre la cultura de las diferentes nacionalidades que atiende la empresa	1		
13.8	La empresa cuenta con mecanismos para evaluar el cumplimiento y calidad de los programas de capacitación y da seguimiento a los resultados.	3		

## Anexo 38

### ¿Por qué?

-El desarrollo sostenible involucra el progreso equilibrado de los tres aspectos constitutivos de la vida humana sobre la tierra: lo sociocultural, lo económico y lo ambiental. Pero estos tres aspectos solo pueden ser puestos en armonía con la educación del ser humano en las ideas, principios y técnicas del desarrollo sostenible.

-En la dinámica de las empresas, la capacitación es definida como un entrenamiento para elevar el rendimiento personal y la productividad de la empresa. Es de vital importancia reseñar que los programas de capacitación tienen el propósito de mantener o mejorar el desempeño presente, es decir que la capacitación se vincula con el rendimiento de la persona dentro de la empresa en el momento actual y el crecimiento de la empresa.

La capacitación se enmarca dentro de un ciclo que busca identificar y corregir carencias en cuanto al desempeño en algún punto específico de los procesos organizacionales mediante una secuencia de etapas que permiten determinar el tipo de capacitación requerida:

**Diagnóstico:** es el inicio del ciclo que consta de cuatro fases:

Evaluación de necesidades.

Diseño de los programas de capacitación que contenga sus objetivos y contenidos.

Selección de los métodos para aplicar la capacitación (cómo, cuándo, dónde y en qué momento se impartirá) .

Al cumplir con el adiestramiento se debe evaluar la efectividad en la asimilación del conocimiento aplicado.

### **Prácticas recomendadas:**

-Aplicar las etapas del diagnóstico que conlleven a determinar y diseñar los cursos o charlas de capacitación que se estimen convenientes, asegurándose que todos los colaboradores comprenden las políticas y colaboren en el logro de los objetivos.

-Que la empresa integre a todos los colaboradores para que se involucren y participen activamente en el logro de los objetivos y metas.

-Que los colaboradores se conviertan en un agente activo que promueva cambios dentro de la empresa.

-Implementar un Programa de Información dirigido a los colaboradores, a través de murales, boletines, intranet, entre otros.

-Contar con un Programa de Capacitación que incluye:

Presentación del programa, donde se explica la cobertura, etapas y características del programa.

Planeación estratégica de la capacitación en la organización.

Análisis de la situación de la capacitación en la empresa (análisis FODA).

## Anexo 39

### Los objetivos de capacitación.

-La programación de los cursos de capacitación, incluyendo la calendarización de eventos de acuerdo a las necesidades detectadas, el alcance de los eventos y participantes, los instructores, el responsable de la coordinación operativa, costos y presupuestos.

Los contenidos de los cursos, los medios adecuados para la conducción y evaluación del proceso de instrucción.

-Programar y realizar reuniones periódicas con los colaboradores para discutir y enterar sobre las políticas, programas que la empresa ha desarrollado con -el fin de alcanzar el desarrollo sostenible.

-Confeccionar y llevar un registro de participación de los colaboradores en las reuniones, capacitaciones, y las actividades de carácter sostenible que desarrollen, así como la agenda de temas vistos, con su respectiva fecha de ejecución, anexando fotografías de la actividad.

-Invitar a expertos para que profundicen en diferentes áreas del saber humano y consoliden la visión integral del desarrollo sostenible.

-Desarrollar un instrumento que permita evaluar y dar seguimiento a la capacitación recibida por parte de los colaboradores, contemplando al menos lo siguiente:

- Evaluación de la capacitación (curso, taller/otro)
- Se cumplió con el objetivo de la capacitación.
- Se cumplió con la agenda de la capacitación (contenido de la capacitación) .
- Los conocimientos adquiridos tienen utilidad en su área de trabajo.
- Las instalaciones donde se recibió la capacitación fueron....

-Evaluación de material

- La legibilidad del material para la capacitación fue...
- El material de apoyo del expositor fue....
- Evaluación del instructor/expositor
- Conoce y domina el tema
- La exposición fue clara...
- Aclaró sus dudas...
- Puntualidad y cumplimiento del horario del instructor/expositor

-Sugerencias, observaciones y propuestas para el encargado del Programa de Capacitación.

### Anexo 40

14. Consumo de productos (Proveeduría)		Ponderación	Si	No	NA (*)
14.1	El Establecimiento tiene una política formal para la selección de proveedores que incluya lineamientos completos de sostenibilidad.	1			
14.2	Se tiene una guía de proveedores por medio de los cuales se asegura el cumplimiento de las normas sociales, ambientales y de consumo responsable, a través de monitoreo y reporte de hallazgos a los proveedores mediante un control de cumplimiento de requisitos establecido en un programa y/o manual de compras.	2			
14.3	En el establecimiento no se utilizan, consumen ni comercializan productos que tengan contraindicaciones ambientales.	1			
14.4	Al menos del 50% de los materiales promocionales e informativos, se producen en material reciclado, blanqueado sin cloro o alternativo u otros.	2			
14.5	La empresa reutiliza papel y sistemas informáticos que han permitido reducir su consumo.	3			

## Anexo 41

### ¿Por qué?

-La gestión de compras se considera una función más de un proceso mayor denominado como administración de materiales que comprende desde la identificación de una necesidad en la empresa y la respectiva adquisición de los materiales necesarios, así como todo lo relacionado con la adecuada disposición y almacenaje de los materiales adquiridos.

-Al adquirir materiales se debe hacer las siguientes preguntas: ¿Qué vamos a adquirir?, ¿Cuándo lo vamos a adquirir?, ¿Dónde se piensa adquirir?, ¿Por qué se piensa adquirir?, ¿Quién lo va a adquirir?, ¿Cómo lo va a adquirir?, ¿Cuánto va a adquirir?

-La gestión de compras implica una relación directa con los proveedores de la empresa, a fin de garantizar que los bienes y servicios que se adquieren tengan correspondencia con los objetivos y políticas de la empresa planteados en la búsqueda del desarrollo sostenible.

Una empresa que ha adoptado la sostenibilidad como guía en su actuar, debe normar rigurosamente la forma de adquirir los insumos para su operación.

La compra y utilización de productos debe reflejar la política de sostenibilidad de la empresa, que se fundamenta en el uso y reutilización de artículos e insumos ambientalmente compatibles.

## Anexo 42

Que entendemos por producto: todo aquello que procura colocarse en un mercado específico, debido a que existe una oferta y una demanda, desde el punto de vista de mercadeo un producto, es algo que se puede adquirir por medio del intercambio para satisfacer una necesidad o deseo. Estos pueden ser tangibles o no, como ejemplo se tiene: la compra de alimentos hasta el requerimiento de un servicio de guía.

### **Practicadas Recomendadas:**

-Elaborar un Manual de Compras permanente que norme además de los elementos como precio, distribución, entrega, volumen, entre otros, las consideraciones de carácter ambiental y social:

- Disminución en la cantidad de desechos.
- Reducción de impactos por contaminación.
- Impulso a la producción con tecnología limpia.
- Reciclaje y reutilización como formas de ahorro.
- Utilización de los recursos estrictamente necesarios.
- Aumento de la eficiencia en el uso de productos.
- Incentivo a la producción local de bienes y servicios.

-Estipular normas ambientales y sociales dentro de un plan de compras, como las consideraciones citadas anteriormente.

-Perfilar dentro del Manual el diseño de un Plan Anual de Compras dirigido a orientar a los colaboradores de los departamentos y en especial a la Proveeduría, que contemple al menos tres componentes básicos:

¿Qué Comprar? Qué es lo que realmente necesita la empresa para brindar el mejor servicio y en consecuencia con los principios de sostenibilidad.

Volumen y Proveedor: ¿qué cantidad y cada cuánto se debe comprar? Criterios utilizados para elegir el proveedor: precio, tiempo de entrega, seguridad, ajuste a los lineamientos de sostenibilidad, productos preferiblemente locales, entre otros.

Requisitos de Calidad: normas que se observan para asegurar que lo que se compra es realmente lo que la empresa necesita. Criterios no negociables que deben ser observados en el proceso de compra en relación con la elaboración y comercialización por parte de los proveedores y fabricantes .

-Elaborar una lista de productos aprobados para utilizar, de acuerdo con los criterios sanitarios o ambientales explícitos.

-Elaborar la política por escrito sobre la compra de productos biodegradables, orgánicos, oxobiodegradables, y sobre la utilización de empaques o utensilios reutilizables y verificar en campo que esto se cumple. .

-Establecer como norma que los materiales de promoción y la información escrita que se entrega al turista, deben ser impresos en material reciclado u otra forma de celulosa no tradicional.

-Elaborar una política por escrito sobre la utilización de sistemas informáticos en la tramitación documental.

### Anexo 43

	15. Alimentos y bebidas	Ponderación	Si	No	NA(*)
15.1	La empresa procura o prefiere ciertos productos orgánicos locales o regionales certificados.	3			
15.2	En el menú se ofrecen al menos tres platillos de comidas locales o típicas de Costa Rica.	2			
15.3	Los productos en conserva necesarios se compran en envases grandes y se prefieren los envases reciclables.	1			
15.4	Como norma, la empresa intercambia envases y para tal efecto tiene proveedores que prestan efectivamente este servicio, con excepción de aquellas bebidas industrializadas.	2			
15.5	Se utilizan recipientes rellenables o reutilizables para servir productos tales como: mantequilla, mermelada, miel, azúcar, salsas, entre otros y así disminuir la producción de desechos.	2			
15.6	Se utiliza menaje y accesorios de uso prolongado, para evitar el uso de productos como vajilla de cartón, plástico, estereofón, aluminio u otros materiales no amigables con el ambiente tales como biodegradables, orgánicos y/o reutilizables.	2			
15.7	En el menú se indica que las especies que se ofrecen son tales que no están en peligro de extinción, no son vulnerables, no están amenazadas ni ha irrespetado periodos de veda.	3			
15.8	La empresa garantiza y lo da a conocer a sus clientes y colaboradores, que las especies compradas para el uso de su restaurante no incumplen con los tamaños recomendados para la pesca, según regulaciones o recomendaciones emanadas	3			

por el ente competente sobre los parámetros de talla que indiquen que la especie ya esté en su edad madura.

15.9 La empresa se preocupa por exigir a su proveedor de especies marinas que el producto que le vende esté debidamente etiquetado y / o identificado el nombre comercial y el nombre de la especie.

1

## Anexo 44

### ¿Por qué?

La compra y utilización de productos alimenticios debe reflejar la política de sostenibilidad de la empresa.

#### **Prácticas recomendadas:**

-Utilizar productos frescos en lugar de los enlatados o las conservas. Particularmente importante para frutas, jugos de frutas, legumbres, vegetales y productos pesqueros. Esto además de tener impacto positivo en la imagen, contribuye con la disminución de los desechos.

-Prefiera contratar con proveedores de pescado y mariscos quienes comercialicen productos obtenidos a través de prácticas de pesca responsable.

-Compre pescado y mariscos que cumplan con las tallas mínimas de captura recomendadas. No compre, ni incluya en el menú de comidas, especies de pescado y mariscos prohibidas, vedadas o categorizadas como en peligro de extinción, vulnerable o amenazado.

-Todo producto de pescado y mariscos que se adquiera deberá acompañarse de una guía que contenga la siguiente información: nombre científico (nombre latino con el que se designa la especie, compuesto de dos términos. En primer lugar figura el nombre del género, que debe escribirse en mayúscula y a continuación el específico), de la especie, nombre vulgar o común (nombre de la especie aceptado por la comunidad científica, que no es el nombre científico), nombre comercial (nombre de la especie aceptado comercialmente, que no induce en error al consumidor final, y que es distinto al nombre científico) del producto y zona de captura, para lo que se adjuntará un anexo a este manual.

-Consumir productos cultivados bajo alguna forma de agricultura orgánica y mencionarlo así en el menú. Esta medida incentiva la disminución de la contaminación por productos químicos en los cultivos, incentiva la producción local bajo este régimen y disminuye riesgos para la salud de los consumidores.

## Anexo 45

-Preferir la compra de productos en envases grandes, reciclables. Generalmente estas presentaciones ofrecen ahorros en el precio y generan disminuciones en la cantidad y volumen de desechos producidos.

-Rehusar envases, seleccionar proveedores y fabricantes que ofrezcan el servicio de rehúso o intercambio de envases. Este puede ser el caso de refrescos, salsas, condimentos, entre otros, o adquirir el producto y almacenarlo en los recipientes adecuados que la empresa tiene.

-Utilizar envases rellenables para servir las comidas. Utilizar mantequillera, azucarera, recipientes para mermelada, salsas, condimentos, entre otros, y eliminar el uso de productos empacados en pequeños envases de aluminio, plástico y papel. Esto además de tener un impacto positivo sobre la imagen del establecimiento, tiende a disminuir la cantidad de desechos.

-Utilizar envases rellenables para servir las comidas. Utilizar mantequillera, azucarera, recipientes para mermelada, salsas, condimentos, entre otros, y eliminar el uso de productos empacados en pequeños envases de aluminio, plástico y papel. Esto además de tener un impacto positivo sobre la imagen del establecimiento, tiende a disminuir la cantidad de desechos.

-Preferir la compra de productos en envases grandes, reciclables. Generalmente estas presentaciones ofrecen ahorros en el precio y generan disminuciones en la cantidad y volumen de desechos producidos.

-Rehusar envases, seleccionar proveedores y fabricantes que ofrezcan el servicio de rehúso o intercambio de envases. Este puede ser el caso de refrescos, salsas, condimentos, entre otros, o adquirir el producto y almacenarlo en los recipientes adecuados que la empresa tiene.

-Utilizar envases rellenables para servir las comidas. Utilizar mantequillera, azucarera, recipientes para mermelada, salsas, condimentos, entre otros, y eliminar el uso de productos empacados en pequeños envases de aluminio, plástico y papel. Esto además de tener un impacto positivo sobre la imagen del establecimiento, tiende a disminuir la cantidad de desechos.

-Utilizar envases rellenables para servir las comidas. Utilizar mantequillera, azucarera, recipientes para mermelada, salsas, condimentos, entre otros, y eliminar el uso de productos empacados en pequeños envases de aluminio, plástico y papel. Esto además de tener un impacto positivo sobre la imagen del establecimiento, tiende a disminuir la cantidad de desechos.

## Anexo 46

16. Limpieza y Cosméticos		Ponderación	Si	No
16.1	La empresa utiliza productos de limpieza amigables con el ambiente (preferiblemente biodegradables), sin componentes corrosivos o tóxicos y cuenta con los respaldos respectivos para demostrarlo.	2		
16.2	i) Los detergentes para lavar vajillas y batería de cocina no contienen fosfatos y son biodegradables en alta proporción y ii) Los detergentes para ropa no contienen fosfatos ni sustancias para abrillantar o blanquear y son biodegradables en alta proporción. Además cuenta con los respaldos respectivos para demostrarlo.	2		
16.3	El jabón y otros productos cosméticos para el uso de clientes y colaboradores son biodegradables en alta proporción y cuenta con los respaldos respectivos para demostrarlo.	1		
16.4	Se utilizan productos de limpieza y productos cosméticos en empaques biodegradables, reciclables o reutilizables.	1		
16.5	Para el suministro de productos cosméticos en las habitaciones se emplean dispensadores, con el objeto de disminuir los desechos y desperdicio.	3		
16.6	Para el suministro de productos cosméticos en lavabos públicos se emplean dispensadores, con el objeto de disminuir los desechos y desperdicios.	2		
16.7	Se dispone adecuadamente, reciclando o reutilizando, los desechos de productos cosméticos como jabón, champú y otros.	1		
16.8	La planta física a nivel de áreas comerciales se observa en buen estado de mantenimiento y limpieza.	1		

## Anexo 47

### ¿Por qué?

-La mayoría de productos de limpieza que se utilizan diariamente para limpieza, lavar ropa y productos cosméticos, son altamente tóxicos, contaminan el agua y dañan la salud.

-Sin embargo, existen en el mercado productos que respetan el medio ambiente y la salud de quienes los utilizan. Los productos de limpieza y cosméticos biodegradables contribuyen al equilibrio ecológico y mantienen al planeta libre de contaminantes químicos.

*-“Los productos amigables con el ambiente son aquellos que son menos perjudiciales para el medio ambiente y/o la salud humana que productos competidores que sirven para el mismo propósito”. (Eco Buy 2006)*

## Anexo 48

-Asimismo se establece que son productos que durante su cadena de producción utilizan los recursos naturales, humanos y económicos de manera eficiente, inteligente y responsable.

-Su uso reduce algún impacto negativo o genera un beneficio directo sobre el medio ambiente y la salud humana.

### Prácticas Recomendadas

Incentive la utilización de productos amigables con el ambiente

-Capacite al personal para la utilización de este tipo de productos

**-Solicite a la empresa fabricante y/o proveedora de productos de limpieza, detergentes y cosméticos:** Fichas técnicas de los productos que adquiere, certificado de biodegradabilidad, certificación de producto amigable con el ambiente de cada uno de los productos y nota de Regente Químico de la empresa productora con la que se pueda verificar la información.

**-Presente por separado:** listado de productos, fichas técnicas, certificados y notas, para cada uno de los grupos mencionados anteriormente:

- Productos de limpieza
- Detergentes para vajillas y detergentes para ropa
- Productos cosméticos

**-Participe en un programa de reutilización de envases:** reutilice internamente o devuelva a los proveedores los envases de los productos adquiridos, adjuntando constancia por parte del proveedor en la que se indique que se brinda el servicio de recolección y reutilización.

**-Disminuya la cantidad de desechos:** la intención del uso de dispensadores es generar menos desechos que se producen al usar en las instalaciones envases individuales y pastillas de jabón.

**Reutilice los residuos:** en la medida de lo posible reutilice los sobrantes de pastillas de jabón, evitando que estos sean reutilizados para el aseo humano

**-Disminuya la cantidad de desechos:** la intención del uso de dispensadores es generar menos desechos que se producen al usar en las instalaciones envases individuales y pastillas de jabón.

**Reutilice los residuos:** en la medida de lo posible reutilice los sobrantes de pastillas de jabón, evitando que estos sean reutilizados para el aseo humano.

## Anexo 49

17. Condiciones Físicas para actividades laborales		Ponderación	Si	No	NA (*)
17.1	La empresa tiene instalaciones apropiadas para el personal (servicios sanitarios con duchas -separados por sexo- y cocina/comedor de colaboradores, entre otros).	1			
17.2	La empresa cuenta con instalaciones apropiadas para albergar personal en caso de ser necesario debido a la distancia con sus sitios de residencia.	2			
17.3	No existen condiciones de hacinamiento en las instalaciones de cocinas y bodegas.	2			
17.4	La empresa ofrece la máxima protección posible a sus colaboradores a través de capacitación, manuales operacionales, señalizaciones y equipos de protección, entre otros.	3			
17.5	Se tienen facilidades y señalización en casos de emergencia contemplando la ley 7600.	1			
17.6	La empresa cuenta con núcleos de servicios sanitarios, instalaciones, áreas de acceso o áreas comunes con accesibilidad total según las especificaciones técnicas reglamentarias de los organismos públicos y privados encargados de la materia y según su tamaño.	2			

## Anexo 50

### ¿Por qué?

Una relación nueva, cualitativamente superior entre los modelos de producción, la organización del trabajo, las exigencias de calificación y el desarrollo cultural de los trabajadores conducen incuestionablemente a la humanización de los procesos de trabajo, así como a una nueva dimensión intelectual y de las relaciones sociales, en que el principal protagonista es el hombre alrededor del cual deben crearse las mejores condiciones para el desempeño de su actividad laboral con el fin de incrementar su calidad de vida laboral.

### Ambiente Laboral

-El trabajador es un ser biosicosocial que vive las 24 horas del día intercambiando con el medio ambiente, trabaja 8 horas y comparte aproximadamente 16 horas con su familia, por ello debe verse en forma integral en la familia, la empresa y como un elemento muy importante del medio ambiente.

## Anexo 51

-En el ambiente laboral el trabajador realiza su actividad, se relaciona con su objeto de trabajo, los instrumentos de producción, el puesto de trabajo, la zona de trabajo, la zona respiratoria y los elementos del medio físico o natural que intervienen en el proceso productivo, entre los que se encuentran los factores de riesgo nocivos y peligrosos, que pueden alterar su salud y producir enfermedades relacionadas con el trabajo.

### **La Empresa**

-En ellas trabaja el hombre e interactúa con las máquinas y el medio laboral, se expone a factores de riesgos nocivos y peligrosos, que pueden romper el equilibrio salud-enfermedad y generar como consecuencia alteraciones en la salud del trabajador.

-Los factores de riesgo presentes en el ambiente laboral de los colaboradores se dividen en: físicos (temperatura y humedad, iluminación, campos electrostáticos, radiación electromagnética y campos magnéticos), biológicos (insectos, bacterias, parásitos, hongos presentes en el polvo de los documentos almacenados), psicofisiológicos (monotonía del trabajo, carga emocional y estrés) y ergonómicos (área de trabajo, condiciones de trabajo, condiciones organizacionales).

### **Prácticas recomendadas**

-La empresa debe buscar el saneamiento básico ambiental y una serie de medidas que buscan crear un ambiente de higiene, bienestar, salud, seguridad y calidad de vida entre los trabajadores.

-Higiene de los lugares de trabajo: el número de trabajadores debe corresponderse con el espacio en los locales de trabajo.

-Con el objetivo de favorecer la limpieza se recomienda pintar las paredes interiores de los edificios o locales con colores claros, sobre los cuales las manchas resaltan y pueden verse fácilmente, mejora la iluminación, evita la monotonía.

-Buscar la mejor forma de diseñar el puesto de trabajo de acuerdo a las características y necesidades del trabajador y las tareas que debe desempeñar.

-Contemplar las medidas higiénicas: el agua de consumo; control de vectores (moscas, cucarachas, roedores, entre otros); control de aguas residuales; control de desechos sólidos; instalaciones sanitarias (deben guardar una proporción con el número de colaboradores que las utilizan y ubicarse en lugares convenientes y a distancias adecuadas de los puestos de las áreas de labor); ventilación; iluminación; ventanas; mantenimiento y limpieza.

-Los comedores deben estar separados de las oficinas, destinado exclusivamente al consumo de alimentos. Se deben disponer las mesas en número suficiente y cumplir los requisitos higiénico-sanitarios de manipulación, elaboración y almacenamiento de alimentos.

-Dar cumplimiento a la Ley 7600.

## Anexo 52

<b>18. Facilidades en casos de emergencia</b>		<b>Ponderación</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>NA (*)</b>
18.1	Las instalaciones cuentan con escaleras y salidas de emergencia y están señalizadas según las especificaciones técnicas reglamentarias de los organismos encargados de la materia.	1			
18.2	Las instalaciones cuentan con extintores contra incendio (y éstos se encuentran vigentes) y están señalizadas según las especificaciones técnicas reglamentarias de los organismos encargados de la materia.	2			
18.3	Las instalaciones cuentan con detectores de humo y alarmas contra incendios y se encuentran en adecuado estado para su utilización.	1			
18.4	Las instalaciones cuentan con sistemas automáticos de rociadores de agua contra incendios y se encuentran en adecuado estado para su utilización.	1			
18.5	La empresa cuenta con póliza de seguros de responsabilidad civil y sombrilla (umbrella) para cubrir a los turistas en caso de accidente.	2			
18.6	La empresa analiza las recomendaciones del riesgo ambiental, emitido y/o brindado por las instituciones responsables para los sitios donde opera.	1			

## Anexo 53

### ¿Por qué?

-El término Salud es definido por la Constitución de 1946 de la Organización Mundial de la Salud como el caso de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. También puede definirse como el nivel de eficacia funcional o metabólica de un organismo tanto a nivel micro (celular) como en el macro (social).

-La salud laboral se construye en un medio ambiente de trabajo adecuado, con condiciones de trabajo justas, donde los trabajadores y trabajadoras puedan desarrollar una actividad con dignidad y donde sea posible su participación para la mejora de las condiciones de salud y seguridad.

-Además, se requiere que la infraestructura cuente con las instalaciones de uso en caso de emergencia en la cual se pueda evacuar los colaboradores, clientes de una edificación en el menor tiempo posible sin poner en riesgo la integridad física, que se cuente con todos los implementos de extinción de incendios y señalización oportuna que optimice el uso de estos implementos y salidas.

## Anexo 54

### **Prácticas recomendadas**

- Realizar un diagnóstico de los riesgos que se presentan en el desarrollo de la actividad, para tal efecto se puede guiar con los protocolos del ministerio de salud.
- Desarrollar procedimientos y normas técnicas para minimizar las consecuencias de los riesgos presentes en las actividades diarias, para tal efecto ver las normas que INTECO ha desarrollado en la materia.
- Formar diferentes comités que colaboren en la prevención de riesgos, atención de emergencias.
- Establecer planes de capacitación para todos los colaboradores en cuanto la atención de emergencias.
- Realizar simulacros para verificar la implementación de planes de evacuación adecuados.
- Contar con equipo adecuados para atender las emergencias.
- Realizar inventario de la señalización requerida.
- Colocar la señalización de seguridad respectiva en las diferentes áreas de la empresa.
- Revisar la vigencia de los extintores y ubicarlos correctamente, según las especificaciones técnicas reglamentarias de los organismos encargados de la materia.
- Se deben efectuar reuniones periódicas informativas para todo el personal, en las que se explique el plan de emergencia, se debe efectuar al menos una vez al año, un simulacro de emergencia general, en donde se obtendrán conclusiones reales que encaminen a lograr mayor efectividad, mejora en el plan y cambio de conducta de todos los colaboradores y una retroalimentación entre las partes.

## Anexo 55

19. Otros elementos de seguridad		Ponderación	SI	No	NA(*)
19.1	Dentro de la propiedad de la empresa se han señalado las áreas para advertir sobre riesgos o peligros.	1			
19.2	Los rótulos, vallas y señalización dedicados a la orientación y promoción de la empresa cumplen con las normas legales de derecho de vía y publicidad exterior promovidas por el Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT) o ente correspondiente.	1			
19.3	La empresa apoya los programas de seguridad que se están desarrollando en la comunidad o zonas aledañas.	2			
19.4	En caso de desarrollar alguna actividad de aventura, la empresa cuenta con un Manual de Operación de la Actividad de Turismo de Aventura, en donde se contemplan aspectos como: Operativos, Mantenimiento, Capacitación al Personal y Seguridad para clientes y personal, entre otros.	2			
19.5	En el caso de que la empresa desarrolle actividades de aventura, la misma cuenta con las pólizas de Responsabilidad Civil (terceras personas) y Riesgos de Trabajo (colaboradores).	3			
19.6	Los guías de turismo ya sean generales, especializados o locales de la empresa, en caso de tenerlos, cuentan con la credencial otorgada por el Instituto Costarricense de Turismo, según lo dispuesto en el Decreto Ejecutivo N°31030-MEIC-TUR del 17 de enero del 2003 y sus reformas, Reglamento de los Guías de Turismo y en el artículo 38 de la Ley N° 1917 del 29 de julio de 1955y sus reformas, Ley Orgánica del Instituto	2			

Costarricense de Turismo.		
19.7	La empresa cuenta con la patente municipal respectiva al día de la actividad que opera.	1
19.8	La empresa cuenta con un código de ética por escrito que contempla los principios y valores de la empresa, y se da a conocer a todos sus colaboradores y clientes a la vez que hay un departamento o persona responsable para su seguimiento.	2
19.9	La empresa ejecuta acciones prácticas para garantizar la seguridad de los turistas y colaboradores.	3
19.10	La empresa cuenta con un plan de emergencias integral para actuar en caso de desastres naturales o emergencias, debidamente aprobado por el ente o profesional competente y desarrolla mecanismos para comunicar y capacitar a sus colaboradores y clientes.	3

## Anexo 56

### ¿Por qué?

Las normas de seguridad en los servicios turísticos constituyen una constante del vínculo entre turista, empresa y destino. En este sentido la empresa, su dirección y sus colaboradores asumen una responsabilidad directa sobre la seguridad del turista, motivo por el cual la previsión constituye uno de los elementos que debe fortalecerse a través de una formación y preparación continua.

### Prácticas recomendadas

-Señalización adecuada para aquellos sitios que provoquen un riesgo para los colaboradores, como para el cliente.

-Cumplir con la normativa relacionada sobre el tipo de rotulación, vallas dedicadas a la orientación y promoción de la empresa, por ejemplo: Decreto No. 29253-MOPT —Reglamento de los Derechos de Vía y Publicidad Exteriorll, Ley No. 5060 —Ley General de Caminos Públicosll; Decreto Ejecutivo No. 26213-MOPT, Reglamento No. 13041, entre otros.

-Apoyar aquellos grupos organizados locales en donde el fin primordial sea velar por la seguridad de la comunidad o aledañas, por ejemplo: integrando grupos de seguridad comunitaria, o de forma logística, económica o en especie.

-Cumplir con la normativa vigente para el desarrollo de actividades de turismo aventura, según lo dispuesto mediante La Gaceta N° 109, del lunes 8 de junio del 2009, donde se publica el Decreto No. 35280 MEIC-S-TUR, que establece:

Derogatoria del Decreto Ejecutivo N°29421 del 23 de marzo del 2001, publicado en la Gaceta N°77 del 23 de abril de 2001

## Anexo 57

	Ámbito Cliente externo	Ponderación	Si	No	NA (*)
	20. Comunicación a Huéspedes y a clientes				
20.1	Se brinda al cliente información histórico-cultural de la zona o región donde está la empresa.	2			
20.2	La empresa declara bajo juramento que toda la información contenida en su material promocional es estrictamente veraz.	1			
20.3	El material promocional de la empresa hace referencia y promueve los objetivos del CST.	2			
20.4	Se informa y motiva al cliente para que participe en los diferentes programas del CST que la empresa esté desarrollando.	3			
20.5	La empresa divulga su Manual (o documento similar) en el que se define su Misión, Visión y Políticas desde la perspectiva de la Sostenibilidad (considerando aspectos ambientales, sociales y económicos) a sus huéspedes, colaboradores y todos sus públicos de interés por medio de un documento en lugares visibles y accesibles en las instalaciones de la empresa y otros medios de comunicación como en su página web.	3			
20.6	Se brinda información a los huéspedes sobre las acciones y actividades de protección del medio ambiente que se desarrollan en la región.	1			
20.7	La empresa comunica, denuncia y prohíbe el uso y promoción de actividades de comercio sexual como la prostitución y explotación de niñas, niños y adolescentes, el acoso, hostigamiento y/o abuso sexual, expendio de drogas u otros problemas sociales, a todos sus colaboradores, clientes y otros públicos de interés, tales como el Código de Conducta contra la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes.	3			
20.8	Se brinda información sobre actividades socioculturales que se están desarrollando en la región.	1			
20.9	La empresa tiene una política formal de mercadeo, realiza investigación y diseña estrategias de mercadeo que garanticen la sostenibilidad del servicio turístico y es consecuente a nivel de publicidad y promoción	2			

	con los lineamientos de sostenibilidad establecidos por la empresa.	
20.10	Se le informa al cliente sobre el ecosistema y la biodiversidad del área donde se realizan las actividades.	2
20.11	Se brinda información a los huéspedes sobre las acciones y actividades de protección del medio ambiente que se desarrollan en la región.	
20.12	Se indican las acciones que pueden ser realizadas por el cliente para disminuir el impacto ambiental en donde se desarrollarán las actividades turísticas de la empresa.	2
20.13	El personal que atiende a los turistas está debidamente uniformado y lleva su correspondiente identificación o gafete.	1
20.14	Se comunica al cliente las diferentes iniciativas con que cuenta la empresa para evitar la alimentación (artificial) directa o indirecta a los animales silvestres.	1
12.15	La empresa ha diseñado valores, políticas, procedimientos, formularios, guías de trabajo, u otro, para la gestión de cliente intermedios y finales en forma escrita.	2
20.16	La empresa ha implementado planes correctivos durante los últimos dos años, derivado del monitoreo y plan estratégico de la empresa, en el eje de servicio al cliente.	2

## Anexo 58

### ¿Por qué?

-El Certificado para la Sostenibilidad Turística CST es una herramienta de mercado que permite que la empresa se identifique por impulsar un modelo de desarrollo sostenible en su operación, por lo tanto, es el cliente quien va a permitir en gran medida, reconocer el éxito a los esfuerzos que la empresa turística ha implementado en sus diferentes áreas de acción a través de iniciativas, acciones o programas.

-Todos los cambios que promueve el CST tienen siempre un impacto positivo sobre el entorno, las comunidades o la misma empresa turística, pero es estrictamente necesario que el cliente pueda reconocer y entender lo que se está llevando a cabo tanto a lo interno, como externo de ésta.

-Es por ello que la información y la comunicación que se realiza sobre la empresa, sus actividades y programas deben formar parte de una estrategia que le permita al cliente identificar a ésta como consecuente y responsable con los principios del desarrollo sostenible, en todo su accionar.

### **Prácticas recomendables:**

-Capacitar periódicamente a los colaboradores para informar al cliente de todos los procedimientos y acciones del CST implementadas por parte de la empresa, esta información se puede brindar en el momento que se recibe al turista, por escrito en el directorio del huésped, página web, signos externos, entre otros.

-Mantener la información real y actualizada al alcance de los clientes, vecinos de la zona y autoridades, relacionada con las políticas implementadas en la empresa en los campos social, cultural, ambiental y económico.

-Brindar al cliente mediante un documento escrito (directorio del huésped, página web, portafolio de información general, entre otros), una reseña histórica del sitio, comunidad, región, que de a conocer la riqueza natural, social-cultural, idiosincrasia, entre otros.

-En el material informativo, publicitario y promocional, se incorpora en forma clara, resumida y ejemplificada, la misión, las políticas y programas de sostenibilidad desarrollados por la empresa para alcanzar los objetivos del Programa Certificación para la Sostenibilidad Turística CST.

-Mantener información actualizada acerca de las actividades de conservación ambiental desarrolladas en la zona por diferentes organismos no gubernamentales y privados, ejemplo: rescate de especies en peligro de extinción, programas educativos en pro de la conservación ambiental, entre otros.

-Mantener actualizado el contenido de la página web, debe estar en idioma español y otros idiomas alternos que desee el empresario.

## Anexo 59

-Invitar y motivar al cliente a ser partícipe de todas las diferentes iniciativas implementadas en las áreas accesibles a éste, ejemplo: programa de ahorro de agua, energía, separación de desechos, entre otros.

-Invitar y motivar al cliente a ser partícipe de todas las diferentes iniciativas implementadas en las áreas accesibles a éste, ejemplo: programa de ahorro de agua, energía, separación de desechos, entre otros.

-Diseñar un rincón de sostenibilidad donde se exponga la mayoría de información que se debe brindar al cliente, ejemplo: actividades socioculturales organizadas en la comunidad o aledañas, programas desarrollados en la empresa, exponer atractivos turísticos, parques nacionales, biodiversidad del país, recomendaciones sobre la forma de conducirse y sus responsabilidades en los sitios que visita, ejemplo:

- Caminar únicamente por los senderos habilitados
- Depositar la basura en los basureros o llevársela consigo
- Prohibido cazar
- Prohibido extraer flora y fauna
- Caminar en silencio para no perturbar el estado natural y permitir a los demás visitantes observar la fauna local
- Respetar todas las señales existentes en el área natural
- Prohibido fumar
- No alimentar a las especies
- No introducir especies exóticas

Ninguna especie protegida animal y vegetal o sus derivados deberán ser comercializados en particular, si están en peligro de extinción o cuya comercialización está vedada por ley.

No comprar artículos de caparazón de tortuga, corales, pieles, conchas, maderas preciosas.

.Capacitar a los colaboradores en el conocimiento, aplicación y vigilancia de la legislación relacionada con actividades de acoso sexual (Ley No. 7476-La Gaceta No. 45 del 3 de marzo 1995), prostitución infantil y consumo de sustancias ilegales.

.Suscribir el Código de Conducta para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes contra la Explotación Sexual Comercial en Viajes y Turismo, contactándose al Departamento Sostenibilidad Turística del ICT.

.Elaborar material informativo, publicitario, promocional en el cual se incluyan advertencias sobre su total compromiso con la legislación que prohíbe las actividades de acoso sexual, prostitución infantil y consumo de sustancias ilegales.

## Anexo 60

21. Acondicionamiento de la Habitación		Ponderación	Si	No	NA (*)
21.1	La habitación cuenta con la información y facilidades necesarias para que el huésped pueda hacer separación de los residuos.	3			
21.2	La habitación cuenta con la información y facilidades necesarias para que el cliente pueda ahorrar agua.	1			
21.3	La habitación cuenta con la información y facilidades necesarias para que el cliente pueda ahorrar energía.	1			
21.4	Se implementan programas específicos de retardo para el cambio de toallas, ropa de cama y otros	3			
21.5	La empresa tiene una política de no fumado, ofrece zonas debidamente señalizadas para fumadores y cumple con la normativa establecida al respecto.	2			

### ¿Por qué?

La habitación es la unidad por excelencia dentro de la empresa donde el cliente experimenta la mayor cantidad de sensaciones positivas o negativas.

#### Prácticas recomendables:

-Para el programa de separación de desechos, disponer en las habitaciones, basureros diferenciados, o al menos uno de éstos con una calcomanía del signo de reciclado, para que el cliente tenga opción de ejecutar esta práctica.

-Utilizar rótulos o habladores indicativos para procurar que el cliente apague las luces y otros equipos eléctricos entre los que se puede citar el aire acondicionado, cuando no los esté utilizando o cuando esté fuera de la habitación.

-Utilizar rótulos o habladores indicativos para procurar que el cliente ahorre agua cuando efectúe el lavado de manos, uso de la ducha, entre otros.

-Disponga de habitaciones y zonas para fumadores y no fumadores, éstas deben estar debidamente señalizadas. A este respecto, existe la Ley No. 7501 del 25 de abril 1995, el país en agosto 1998 ratifica un Convenio Marco para el Control del Tabaco (CMCT) impulsado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y a su vez existe en la Asamblea Legislativa un Proyecto de Ley contra el Fumado. El día 31 de mayo se celebra el Día de No Fumado.

## Anexo 61

22. Manejo de grupos		Ponderación	Si	No	NA (*)
22.1	Se incentiva y orienta a los clientes para la visita a diferentes áreas naturales, históricas y culturales protegidas u otros atractivos naturales y culturales.	1			
22.2	La empresa cuenta con personal capacitado que pueda orientar y brindar información detallada a los clientes sobre sitios de interés natural y cultural.	1			
22.3	La empresa implementa, ejecuta y monitorea un programa propio para la conservación de los recursos naturales, culturales y sociales y motiva al cliente a participar en la conservación de los recursos.	3			
22.4	La empresa conoce y divulga el Reglamento de Uso Público o su equivalente de las áreas silvestres protegidas de la zona y lo da a conocer a sus clientes.	2			
22.5	Se le indica al cliente de las condiciones físicas, edad mínima y máxima que debe tener el usuario para la realización de cada actividad que se vaya a practicar.	1			

## Anexo 62

### ¿Por qué?

El cliente no permanece únicamente dentro de las instalaciones de la empresa sino que por el contrario se desplaza hacia otros sitios de su interés, por lo tanto, la responsabilidad de la empresa por el cliente no debe verse únicamente ligada al uso de las instalaciones físicas del establecimiento, sino que se debe incentivar un comportamiento adecuado fuera de éstas.

### Prácticas recomendadas

-Brindar toda la información posible a sus clientes sobre los sitios de interés o atractivos turísticos que el pueda visitar.

Incentivar el desplazamiento de los huéspedes hacia estos sitios.

-En la medida de lo posible, tenga guías especializados que puedan asesorar y/o acompañar a sus clientes en una visita de interés, de no ser así, la persona encargada de orientar al cliente deberá contar un perfil afín con la labor, capacitación, información digital, impresa que le permita orientar adecuadamente a esos sitios de interés seleccionados por el cliente.

-Nunca se debe generar falsas expectativas sobre los sitios que el cliente pueda visitar, apegarse a la realidad y no tratar de esconder realidades que inevitablemente encontrará.

-Brindar las recomendaciones sobre la forma de conducirse y sus responsabilidades en los sitios que visita, ejemplo:

- Caminar únicamente por los senderos habilitados.
- Depositar la basura en los basureros o llevársela consigo.
- Prohibido cazar.
- Prohibido extraer flora y fauna.
- Caminar en silencio para no perturbar el estado natural y permitir a los demás visitantes observar la fauna local.
- Respetar todas las señales existentes en el área natural.
- Prohibido fumar.
- No alimentar a las especies.
- No introducir especies exóticas.

Ninguna especie protegida animal y vegetal o sus derivados deberán ser comercializados en particular, si están en peligro de extinción o cuya comercialización está vedada por ley.

No comprar artículos de caparazón de tortuga, corales, pieles, conchas, maderas preciosas

-Incentivar y motivar al cliente para que participe en el programa desarrollado desde lo interno de la empresa enfocado a la conservación de los recursos naturales, culturales y sociales, es importante que cualquiera que sea el proyecto implementado debe contar con un registro de participación, seguimiento, intercambio de información entre las partes, entre otros.

-Por medio de los tours o viajes no organizados, promueva el interés del cliente por las comunidades cercanas y su cultura. Incentivar la compra de artesanías o la participación en actividades programas (fiestas, desfiles, actividades religiosas, entre otros) en las comunidades locales puede ser una forma de lograr esto. El contacto humano entre los turistas y las personas de la comunidad es importante.

### Anexo 63

23. Medición de la respuesta		Ponderación	Si	No	NA (*)
23.1	Se dispone de un formulario donde el cliente da su opinión sobre los programas implementados del CST y a su vez mide el grado de satisfacción de los clientes con respecto al funcionamiento general de la empresa.	3			x (Cuando es por primera vez)
23.2	Se analiza los resultados obtenidos del formulario anteriormente planteado y se comunican a la unidad técnica del programa CST, al menos cada 6 meses.	2			x (Cuando es por primera vez)
23.3	Existe un Área de Servicio al Cliente con procedimientos establecidos para garantizar por ejemplo: herramientas de recolección de la percepción del cliente, investigación, tramitología, incorporación a la mejora continua (implementa las observaciones y recomendaciones), resolución, respuesta al cliente, protección de información y estudios al menos semestrales del grado de satisfacción del cliente.	2			x (Cuando es por primera vez)
23.4	La empresa periódicamente actualiza la información en la página Web del ICT.	1			x (Cuando es por primera vez)
23.5	El establecimiento hotelero se preocupa por actualizar al menos 1 vez cada 6 meses la información que tiene el Departamento de Sostenibilidad.	1			x (Cuando es por primera vez)
23.6	La empresa comparte información de interés con la Cámara o Asociación correspondiente con el objeto de que sea utilizada para la mejora continua y toma de decisiones sectoriales.	2			x (Cuando es por primera vez)

## Anexo 64

### ¿Por qué?

La empresa debe mantener un sistema de evaluación de su desempeño en materia de sostenibilidad, el cual se puede basar en la normativa del CST y el criterio que los clientes van desarrollando sobre éste.

### Prácticas recomendadas

-Diseñar y aplicar entre los clientes una encuesta con preguntas relativas al CST y las ventajas para el turista, la empresa y el país, ejemplo:

#### Encuesta CST"

Los servicios que usted ha disfrutado en esta empresa han sido diseñados teniendo en cuenta criterios de protección a los recursos naturales, prácticas de responsabilidad social, involucramiento de nuestros colaboradores en los proyectos comunales y en general con el cumplimiento de criterios para el cumplimiento de la norma Certificación para la Sostenibilidad Turística.

Si usted ha visualizado estos esfuerzos, mucho les agradeceré que nos respondan las siguientes preguntas:

¿Considera usted la protección del medio ambiente y la responsabilidad social como factores decisivos al momento de seleccionar el hotel que va a visitar?

SI\_\_ No\_\_

Durante su estadía observó o conoció de algún esfuerzo por parte de esta empresa relacionado con la protección del medio ambiente y/o esfuerzos relacionados con la responsabilidad social?

Si \_\_ No\_\_ ¿Cuales?\_\_\_\_\_

¿Qué opina respecto a la participación del hotel en programas de responsabilidad social y medio ambiente?

( ) Muy importante ( ) Poco importante ( ) Indiferente

¿Conoce acerca del Certificado de Sostenibilidad Turística (CST)?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_ ¿Qué le parece?

¿Gracias a los esfuerzos de sostenibilidad que usted ha visualizado en esta empresa, utilizaría nuevamente sus servicios y/o los recomendaría a otros?

SI NO

-Mantener un registro de las opiniones y valoraciones que tanto los clientes como los empresarios tienen de la participación de la empresa en el Programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST). Esto permitirá conocer el nivel de aceptación y aplicabilidad del cuestionario e introducir los cambios necesarios para su mejor aplicación.

-Comunicar semestralmente a la Comisión Nacional de Acreditación del CST el estudio de los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes sobre el CST, al correo electrónico: **PROC. PROG. DE SOSTENIBILIDAD@ict.go.cr**

-Brindar a los colaboradores la posibilidad de atender problemas, quejas y permitirles desarrollar las soluciones que crean más convenientes según el caso.

-Elaborar material impreso o audiovisual en el que se haga una fiel interpretación de los objetivos, fundamentos y sistemas que constituyen el CST, a fin de enterar integralmente al cliente sobre el Programa.

-Asociarse con otros empresarios para compartir iniciativas, innovaciones y consejos prácticos para la aplicación del CST en sus empresas y para intercambiar resultados de las evaluaciones y encuestas al cliente.

## Anexo 65

Ámbito Socioeconómico	Ponderación	Si	NO	NA (*)
<b>24. Gestión del Recurso Humano</b>				
24.1	La empresa cuenta con un Reglamento Interno de Trabajo y se encuentra aprobado por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.	1		
24.2	La empresa utiliza personas de la localidad o comunidades aledañas para cubrir más del 60% de las contrataciones de Personal	3		
24.3	La empresa aprovecha los cursos de capacitación que da a su personal, brindando la oportunidad a los pobladores de ser partícipes de esta capacitación con la intención de formar colaboradores en potencial de la empresa o que contribuya a su desarrollo profesional o mejoramiento en calidad de vida.	2		
24.4	La empresa cuenta con una política de emplear personas del ámbito comunal o nacional para trabajar en el nivel administrativo o gerencial.	2		
24.5	La empresa contribuye y apoya la formación de estudiantes de la localidad para que estos realicen pasantías o prácticas en la especialidad de turismo y otras.	1		
24.6	Las personas o estudiantes locales capacitadas de la forma anteriormente planteada, son empleados o contratados por la empresa.	1		
24.7	No se contrata personal de forma ilegal o por debajo de condiciones mínimas, u otro tipo de acciones que vayan en contra del respeto humano del colaborador dictadas por la legislación nacional o internacional.	2		
24.8	La empresa ofrece incentivos extra salario para sus colaboradores: tales como asociación solidarita, alimentación subsidiada, guarderías, bonificaciones por reconocimientos en su desempeño, descuentos en paquetes turísticos, entre	3		

	otros; así como para el desarrollo humano y profesional de los colaboradores.	
24.9	Se consulta la percepción de la comunidad con relación a los impactos que genera la empresa mediante la aplicación periódica de encuestas al menos cada 6 meses.	2
24.10	Existe un procedimiento para dar un adecuado manejo de solicitudes, quejas o recomendaciones por parte de la comunidad.	1

## Anexo 66

### ¿Por qué?

-Generar empleo y promover la economía local son acciones que acarrear importantes beneficios a las comunidades y además propician una mejor relación entre la empresa y los habitantes locales.

-El desarrollo sostenible resuelve las necesidades de los actuales turistas y de las regiones anfitrionas mientras protege e incrementa oportunidades del futuro.

### Prácticas recomendadas

-Comunidad local se refiere a las poblaciones o grupos sociales que viven cerca del sitio donde está ubicada la empresa o bien aquellos que por su ubicación pueden establecer algún tipo de contacto con éste.

-Si la población local es extensa es necesario establecer relaciones con grupos específicos dentro de esa comunidad.

-La contratación local y la capacitación (formación) en áreas que sean de interés para la empresa y que a su vez mejore las oportunidades de empleo a las comunidades locales, es la clave para maximizar los beneficios económicos de la comunidad local y fomentar su participación y la integración con el negocio.

-Fomentar la enseñanza de idiomas, computación, administración de empresas, historia natural, manejo de recursos naturales, entre otros.

-Generar empleos en cargos de todos los niveles superiores asegura que la población local no se siente privada de sus derechos y se puede producir el suficiente diálogo entre los dueños del negocio y la comunidad. El negocio debe apoyar programas-internos y externos-que permitan a los colaboradores desarrollar habilidades beneficiosas que les permitan ascender.

-Establecer políticas de incentivos para promover la superación del personal.

-Crear un programa de preparación y capacitación permanente para los colaboradores de la empresa, tratando de limitar al máximo la movilidad horizontal y la rotación de personal, promoviendo la estabilidad laboral.

-Bajo ningún concepto contratar colaboradores de forma ilegal, al no pago de salarios por debajo de lo establecido o del mínimo, asimismo el patrono debe asumir todas las responsabilidades patronales del caso. Se debe presentar copia de los tres últimos reportes de planilla presentados ante la Caja Costarricense de Seguro Social.

-El reglamento de trabajo debe ser elaborado por el patrono de acuerdo con las leyes, decretos, convenciones y contratos que lo afecten, con el objeto de precisar las condiciones obligatorias a que deben sujetarse él y sus trabajadores con motivo de la ejecución o prestación concreta del trabajo.

-Todo reglamento de trabajo debe ser aprobado previamente por la Oficina Legal del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social; será puesto en conocimiento de los trabajadores con quince días de anticipación a la fecha en que comenzará a regir; se imprimirá en caracteres fácilmente legibles y se tendrá constantemente colocado, por lo menos, en dos de los sitios más visibles del lugar de trabajo.

-La empresa puede desarrollar un programa de incentivos al trabajador en donde además del desempeño y la eficacia, se valore las iniciativas, innovaciones y aportes que este realice en apoyo a los proyectos y actividades sostenibles de la empresa. Este programa puede incluir: concurso sobre invención e innovación, premiación periódica al desempeño, incentivos salariales, entre otros.

-La implementación de estos planes de incentivos es tratar a los colaboradores como socios y estimularlos a pensar en el negocio y sus metas como propios.

-Desarrollar una herramienta de evaluación que permita conocer la opinión del poblador sobre la relación empresa-comunidad, de esta manera permitirá desarrollar acciones correctivas y de enlace con dicha comunidad. Algunos de los métodos de los que se puede hacer uso en la práctica de la evaluación, incluyen:

La observación: es la primera técnica para obtener información que aproxime al efecto que tiene la empresa turística sobre sus clientes, trabajadores, paisaje y la inserción de la empresa con la comunidad, tanto en su economía, como en sus actividades sociales.

La entrevista: recolecta las percepciones de las personas, que para el caso de los aspectos sociales y culturales, es fundamental. Al llevar a cabo la entrevista es importante que la persona entrevistadora aclare cuál es su papel y su independencia con la empresa de hospedaje, para facilitar el mayor flujo de información ya sea de colaboradores o de comunitarios.

La encuesta: debe contar con un número de preguntas específicas aplicada a una muestra de la población, puede ser un instrumento muy útil para recoger información de una población mayor de lo que se pudiera abordar de forma personal con las entrevistas. El anonimato de la encuesta puede además facilitar honestidad en las respuestas.

Presentar los análisis de opinión de los pobladores, así como las acciones correctivas de al menos tres semestres de aplicación de alguno de los mecanismos señalados anteriormente.

### Anexo 67

<b>25. Beneficios económicos indirectos</b>		<b>Ponderación</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>NA (*)</b>
25.1	La empresa aprovecha y promueve el uso y consumo de bienes producidos a nivel local o nacional.	2			
25.2	En la tienda del establecimiento en caso de tenerse, se evita la venta de artesanías y productos fabricados con materiales que estén vedados por ley o que sean falsos o de contrabando. Se promueve los artículos característicos de la zona y elaborados por personas o empresas locales.	3			x
25.3	En la decoración de la empresa se utiliza artesanías u otro tipo de manifestaciones artísticas producidas con material que no estén vedados por ley y que tengan verificación de origen.	2			
25.4	La empresa incorpora en su producto final los servicios complementarios de las comunidades.	1			
25.5	La empresa ha tomado un barrio o comunidad para poder potenciarla en los criterios de sostenibilidad.	3			
25.6	Se desarrollan investigaciones específicas para poder identificar necesidades y planes de acción en la comunidad que se ha adoptado para potenciar los criterios de sostenibilidad.	2			
25.7	Las inversiones cuantitativas y no cuantitativas, para apoyar a las comunidades, personas físicas y jurídicas se realiza previamente un diagnostico sobre las necesidades.	1			

## Anexo 68

### ¿Por qué?

-La preocupación social de las empresas no es algo nuevo, es un aspecto que la misma comunidad les ha ido exigiendo, puesto que las organizaciones han adquirido un rol fundamental dentro de la sociedad.

-Una empresa socialmente responsable es aquella que no sólo logra ser sustentable económicamente, sino que es la que se preocupa por los efectos que provoca su gestión en todos los ámbitos posibles, considerando sus alcances desde los clientes, trabajadores, proveedores, y la comunidad en general.

### Prácticas recomendadas

-Poner en manifiesto la intención de colaborar con el desarrollo comunal y para esto como mínimo debe:

Usar y consumir bienes y servicios producidos a nivel local, como lo pueden ser productos agrícolas, orgánicos, biodegradables, confección de muebles, entre otros e informe a sus huéspedes.

Promover la venta de artículos y artesanías producidas a nivel local o regional en la tienda de la empresa, a su vez puede brindar un espacio para que artistas, artesanos, pintores, escultores, entre otros, muestren directamente la elaboración de su arte y el cliente tenga la oportunidad de tener una experiencia o vivencia directa con ese artista local.

Seleccionar artículos y artesanías locales, regionales o nacionales para adornar las diferentes áreas del establecimiento que permita promover los artesanos, escultores, pintores u otros.

Preferir la utilización de bienes y productos locales producidos bajo el concepto sostenible, si no está ocurriendo, conviértase en un promotor de esta idea en la comunidad local.

El consumo de bienes y servicios locales pueden disminuir sustancialmente los costos con menos intermediarios y costos de transporte.

## Anexo 69

<b>26. Salud</b>		<b>Ponderación</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>NA (*)</b>
26.1	Los requerimientos de servicios básicos de la empresa se solventan sin comprometer los de las comunidades locales, tales como agua, energía, salud y otros, que la empresa turística requiera.	3			
26.2	La empresa participa como facilitador en al menos tres programas preventivos del Sector Salud que involucra a la comunidad.	1			
26.3	Se ofrece a sus colaboradores programas o beneficios en el área de salud, adicionales a los establecidos por ley.	2			
26.4	La empresa cuenta con un programa de salud ocupacional aprobado por el ente competente, lo tiene implementado y el mismo es revisado cada dos años.	3			
26.5	La empresa cuenta con el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud al día de la actividad que opera.	1			
26.6	La empresa verifica que los productos fitosanitarios que utiliza estén debidamente registrados y autorizados por el Servicio Fitosanitario (Ministerio de Agricultura y Ganadería).	1			
26.7	El personal participa en forma activa, por medio del o los comités de salud ocupacional y/o de primeros auxilios, sujeto a los procedimientos de monitoreo del consejo de salud ocupacional.	2			
26.8	Se tiene identificados las normas técnicas y su implementación según lo dicta la norma de riesgos del trabajo.	1			
26.9	El plan de salud ocupacional es ejecutado según cronograma y fiscalización de regente o experto en salud ocupacional.	2			
26.10	El plan de emergencia es objeto de al menos dos simulacros al año, con participación de la cruz roja a nivel local y regional.	2			
26.11	La empresa tiene homologado el programa de Salud Ocupacional, con la norma técnica que regula esta actividad a nivel nacional.	3			

26.12	La empresa utiliza para el control de plagas en su infraestructura, alternativas naturales y plaguicidas amigables con el ambiente.	1
26.13	La empresa cuenta con los avales respectivos y tratamientos fitosanitarios por el Servicio Fitosanitario (Ministerio de Agricultura y Ganadería) en el césped y en las áreas ornamentales y arbóreas.	1
26.14	En los últimos años se ha mantenido niveles controlados en los índices de frecuencia y gravedad de la empresa y se realizan análisis de causalidad.	2

## Anexo 70

### ¿Por qué?

-Las empresas tienen las condiciones adecuadas y la capacidad de actuar en forma conjunta con la administración y las organizaciones políticas y de masas en el desarrollo de las acciones que propicien la creación de ambientes favorecedores a la salud, desarrollo local sostenible; el desarrollo de las potencialidades individuales y colectivas de los trabajadores; la estimulación y participación de la comunidad vinculada al centro de trabajo, la formulación de políticas saludables y la reorientación de los servicios de salud hacia la prevención y promoción.

-La salud pública es un asunto de todos y es particularmente para el turismo.

### Prácticas recomendadas

-Realizar un diagnóstico de los riesgos que se presentan en el desarrollo de la actividad, para tal efecto se puede guiar con los protocolos del Ministerio de Salud.

-Formalizar un comité bipartito (colaboradores y autoridades de la empresa), que trabaje en conjunto para la búsqueda del mejoramiento continuo en las labores diarias.

-Desarrollar procedimientos y normas técnicas para minimizar las consecuencias de los riesgos presentes en las actividades diarias, para tal efecto se puede tomar como referencia las normas que INTECO ha desarrollado en la materia.

-Formar diferentes comités que colaboren en la prevención de riesgos, atención de emergencias, entre otros.

-Establecer un cronograma de trabajo para el mejoramiento de las condiciones de trabajo.

-Realizar simulacros para verificar la implementación de planes de evacuación adecuados y llevar registros por ejemplo: participantes, fecha de ejecución, prácticas realizadas, departamentos que participaron, fotos de la actividad, entre otros.

-Contar con los equipos adecuados y revisados periódicamente para atender emergencias.

-Contar con servicio médico de empresa o en su defecto elaborar un contrato con una clínica privada, médico privado, para desarrollar programas de medicina laboral, que permita atender tanto a colaboradores, como clientes.

-Llevar control de las estadísticas de accidentalidad de la empresa, para conocer las causas y establecer los mecanismos necesarios para disminuirla.

-Colocar la señalización de seguridad respectiva en las diferentes áreas.

**Normativa relacionada: Ley General de Salud, No. 5395 del 30/10/1973, Ley Riesgos del Trabajo, No. 6727 del 24/03/1982, Reglamento sobre las Oficinas o Departamentos de**

**-Salud Ocupacional, Decreto MTSS-27434 del 24/09/1998, Reglamento Comisiones de Salud Ocupacional, Decreto No. 18379-TSS del 16/08/1988, Reglamento General para el otorgamiento de Permisos de Funcionamiento por parte del Ministerio de Salud, Decreto No. 30465-S del 09/05/2002, Normas de INTECO relacionadas.**

-Los productos fitosanitarios son herramientas que se emplean para mantener la buena salud de las plantas y los cultivos. Estas herramientas consisten en productos químicos, naturales o sintéticos, que ayudan a controlar las enfermedades, los insectos y las malas hierbas que atacan y destruyen las plantas y los cultivos. Los productos fitosanitarios también se conocen con el nombre de plaguicidas o pesticidas.

Clasificación según toxicidad:

- Grado I, color rojo: extremadamente tóxico
- Grado II, color amarillo: altamente tóxico
- Grado III, color azul: moderadamente tóxico
- Grado IV, color verde: levemente tóxico

Dentro de los agroquímicos prohibidos (la docena sucia), se pueden citar: DDT, Lindano, Los Drines, Paration, Paraquat Gramoxone, Tordon Basal-Tributon 60- Tordon 225e, Pentaclorofenol, DBCP, Dibromuro de Etileno (EDB), Cloridimeformo (CDF), Canfecloro.

Se recomienda el uso de bioplaguicidas, que consiste en el control de organismos por medio de efectos biológicos y no por la toxicidad química de una sustancia. Poseen condiciones selectivas y biodegradables. Los bioplaguicidas son productos derivados de animales, plantas, bacterias, hongos, virus y minerales para prevenir, repeler, eliminar o reducir los daños causados por las

plagas, existen cinco tipos: Bioplaguicidas: microbianos (entomopatógenos), Macrobianos (entomófagos), Botánicos (derivados de las plantas), Bioquímicos, Minerales. Normativa relacionada: Ley de Protección Fitosanitaria No. 7664 de 1997, Reglamento para el Registro de Plaguicidas de Uso Doméstico e Industrial y Fertilizantes de uso Doméstico, Decreto Ejecutivo No. 30043-S del 2000, entre otros.

### Anexo 71

27. Desarrollo social y cultural		Ponderación	Si	No	NA (*)
27.1	Se informa, promueven y destacan las bondades de las actividades recreativas manejadas por organizaciones comunales o empresas locales.	1			
27.2	Se informa y promueven, las actividades benéficas, sociales, culturales y de conservación que se desarrollan en la comunidad.	3			
27.3	La empresa y sus colaboradores, colaboran con donaciones en especie, o económicas que coadyuven a dar soporte a las necesidades prioritarias de la comunidad, por ejemplo: asociaciones comunales, asociaciones de desarrollo, fundaciones, asociaciones de beneficencia, entre otros, o bien las canaliza por medio de intermediarios como el IMAS u otra institución.	3			
27.4	La empresa ha realizado o realiza contribuciones económicas o en especie a la comunidad para obras específicas de infraestructura o su mantenimiento.	2			
27.5	La empresa integra organizaciones locales o comunitarias que trabajen en pro de mejoras para la localidad donde opera.	2			
27.6	La empresa colabora en proyectos sociales en conjunto con instituciones comunitarias, públicas, privadas, ONG'S, entre otras.	2			
27.7	La empresa contribuye al desarrollo de actividades deportivas, artísticas, culturales y otros de especial interés comunitario en lo cual participan los colaboradores y miembros de la comunidad.	1			
27.8	La empresa tiene programas específicos que promueven el turismo doméstico en los que se ofrecen facilidades y tarifas	3			

	reducidas.	
27.9	La empresa apoya o tiene una relación comercial o de apoyo permanente con al menos dos microempresas locales, regionales o nacionales, de carácter no turístico, con las cuales colabora.	1
27.10	En la promoción de la empresa se integran los elementos culturales de la región y de las comunidades locales.	2
27.11	La empresa monitorea el impacto sociocultural que se pueda generar por medio de las actividades que realiza.	2
27.12	La empresa aplica acciones correctivas para minimizar los impactos socioculturales negativos que resulten de su operación.	2
27.13	La empresa ha destinado un espacio en donde las organizaciones comunales y empresas locales puedan expresar, previa autorización del mismo, sus proyectos e iniciativas.	2
27.14	La empresa facilita el uso de sus instalaciones para reuniones o encuentros comunales para tratar asuntos de interés para la comunidad y además participan en las mismas.	2
27.15	La empresa promueve e incentiva manifestaciones y actividades culturales a nivel interno.	3
27.16	La empresa tiene un procedimiento por escrito de divulgación y denuncia, y prohíbe el uso y promoción de actividades de comercio sexual como la prostitución y explotación de niñas, niños y adolescentes, el acoso, hostigamiento y/o abuso sexual, expendio de drogas u otros problemas sociales.	1
27.17	La empresa promueve la igualdad de oportunidades en todos sus ámbitos y respeta los derechos humanos de todos sus públicos de interés.	3
27.18	La empresa tiene un conjunto de plazas para ser ocupadas por personas con alguna discapacidad haciendo valer en caso de considerarlo, su derecho en la disminución, del pago de impuestos sobre la renta, originado en el pago de los salarios para esta población según procedimiento establecido.	3

27.19	La empresa tiene políticas y acciones que prohíben el trabajo infantil (menores de 15 años), u otro tipo de acciones en esta área dictadas por la legislación nacional o internacional, y existe un programa de sensibilización dirigido a los colaboradores sobre el trabajo infantil y sus implicaciones.	
27.20	La empresa tiene un programa interno documentado de voluntariado con sus colaboradores.	3

## Anexo 72

### ¿Por qué?

La actividad turística como componente potencial del desarrollo sostenible no se puede concebir sin considerar su relación con los aspectos de sociedad y cultura, ya que los temas sociales y culturales forman parte fundamental del concepto de desarrollo sostenible, junto con lo económico y lo ambiental.

El eje sociocultural del desarrollo sostenible tiene que ver con la justicia social, el respeto a la diversidad humana, la satisfacción de las necesidades humanas, la igualdad de acceso a las oportunidades y la participación.

### Prácticas recomendadas

-Que la empresa valore los recursos locales, los cuales se tornarán importantes y de interés turístico, generando así su propia conservación y mejoramiento con efectos positivos sobre el bienestar, tanto de la población de turistas, como de las comunidades locales y regionales.

-La empresa como actor importante en la economía local y regional, puede colaborar por ejemplo: con el mejoramiento de la infraestructura (carreteras, parques, espacios deportivos, centros de salud, centros educativos, centros comunales, entre otros), lo que contribuirá a mejorar el bienestar local y regional, inclusive el de la empresa.

-Apoyar el desarrollo de microempresas que puedan desarrollarse en la comunidad. Su experiencia como empresario puede resultar muy valiosa para ayudar a personas de la comunidad a iniciar una pequeña empresa observando lo siguiente: animando a personas de la comunidad, brindando asesoría, apoyo, dando seguimiento. Lo que se pretende es crear —un semillero de microempresasll impulsado por los propios empresarios turísticos precisamente para enriquecer la oferta de servicios en la industria. Este proyecto se puede desarrollar a nivel local, regional e incluso nacional, no existe limitante en este sentido.

-La integración de las empresas al desarrollo local y regional no se limita a sus vínculos económicos, sino que incluye un abanico de aspectos que contribuyen al bienestar, como lo son las relaciones sociales, la seguridad, entre otros, pueden transformarse en un miembro más de la comunidad, participando en las fiestas locales, patrocinando eventos deportivos, apoyando o participando en organizaciones de bien social o de protección ambiental, de esta manera la empresa puede llegar a formar parte de la identidad local o regional de manera positiva y ser respetada y consultada en decisiones que afecten el bienestar de las localidades.

-No subestimar la importancia del turismo local o nacional, se deben diseñar paquetes en los que se ofrezcan facilidades (tarifas reducidas por temporada) para incentivar este tipo de turismo. Debe estar por escrito y del conocimiento de los colaboradores que atienden al turista.

-Se debe promover en los medios escritos, visuales, verbales de promoción, la historia de la comunidad o región inmediata donde se encuentra inmersa la empresa, de esta manera se da a conocer la idiosincrasia del pueblo (su gente, principales actividades, costumbres, comidas tradicionales, el porqué de su nombre, entre otros.).

-Dar la debida continuidad y monitoreo a los compromisos contraídos en la adhesión al Código de Conducta Contra la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes, coordinado por el Instituto Costarricense de Turismo mediante el Departamento Programas de Sostenibilidad Turística, contactarse al correo electrónico: PROC.PROG.DESOSTENIBILIDAD@ict.go.cr, o al teléfono 2299-5800, ext. 372 ó 375 y dar cumplimiento a la Ley No. 7899 Contra Explotación Sexual Comercial Personas Menores de Edad, publicada en la Gaceta No. 159 del 17 de agosto 1999 y Ley No. 8590 —Fortalecimiento de la Lucha Contra la Explotación Sexual de las Personas Menores de Edad Mediante la Reforma y Adición de Varios Artículos al Código Penal, Ley No. 4573 y Reforma de Varios Artículos del Código Procesal Penal, Ley No. 7594.

-La empresa debe tener una política interna que prevenga, desaliente, evite y sancione las conductas de hostigamiento sexual (Ley Contra el Hostigamiento Sexual en el Empleo y la Docencia, No. 7476 del 3 de febrero 1995, y su reforma a través de la Ley No. 8805 del 28 de abril 2010, publicadas en La Gaceta No. 45 del 3 de marzo 1995 y La Gaceta No. 106 del 2 de junio 2010, respectivamente), cuyo objetivo es prohibir y sancionar el acoso u hostigamiento sexual como práctica discriminatoria por razón del sexo, contra la dignidad de la mujer y del hombre en las relaciones laborales y de docencia entre las consideraciones que hay que tomar en cuenta están:

Esta política debe ser puesta en conocimiento de todos los colaboradores de forma escrita y verbal. Asimismo debe divulgarse en la empresa el contenido de la Ley contra el Hostigamiento Sexual.

Se debe mantener en la empresa personal con experiencia en materia de prevención del hostigamiento sexual.

Se debe informar al Ministerio de Trabajo de todas las denuncias de acoso u hostigamiento sexual que se interpongan en el centro de trabajo.

Dentro de la política de acoso u hostigamiento sexual se deben establecer Comisiones Investigadoras, cuyo nombramiento, duración, procedimientos y demás, debe ser reconocido y fiscalizado por el Ministerio de Trabajo.

Trabajo infantil: Es la actividad que implica la participación de niños y niñas menores de quince años, cualesquiera que sea el tipo de relación que se haya establecido -asalariado, trabajo independiente, trabajo familiar, entre otros— en la producción y comercialización de bienes o en la prestación de servicios que les impidan el acceso, rendimiento y permanencia en la educación o se realice en ambientes peligrosos, produzca efectos negativos inmediatos o futuros en el desarrollo intelectual, físico, psicológico, moral o social.

- La empresa debe tener una política interna y por escrito que impida el trabajo infantil.
- La empresa no expondrá a niños ni a adolescentes trabajadores a situaciones, dentro o fuera del lugar de trabajo, que sean peligrosas, inseguras o insalubres.
- La empresa establecerá, documentará, mantendrá y comunicará de modo eficaz a todos sus colaboradores y a las partes interesadas, la política y los procedimientos para el rescate de los niños que se detecten trabajando y prestara la ayuda necesaria para permitir que estos niños sean atendidos por los entes competentes.
- Dar cumplimiento a la legislación vigente relacionada con este tema, por ejemplo entre otros: Código de la Niñez y la Adolescencia Ley No. 7739 del 6 de enero de 1998; Código de Trabajo del 27 de agosto 1943; Convenios Internacionales de la Organización Internacional del Trabajo, especialmente el No. 138, ratificado por Costa Rica mediante Ley No. 5594 del 21 de octubre de 1974; Aprobación del Convenio Internacional Número 182 sobre —La Prohibición de las Peores formas de Trabajo Infantil y la Acción inmediata para su eliminación Ley No. 8122 del 17 de agosto 2001; Prohibición del Trabajo Peligroso e Insalubre para Personas Adolescentes Trabajadoras Ley No. 8922 del 3 de febrero 2011; Reglamento a la Ley sobre Prohibición del Trabajo e Insalubre para Personas Adolescentes Trabajadoras, Decreto Ejecutivo No. 36640-MTSS del 22 de junio 2011, entre otras.
- Definir dentro de los objetivos de la empresa el logro de una atención no discriminatoria para las personas con discapacidad.
- Promover facilidades y condiciones para la inserción laboral de personas con discapacidad.
- Cumplir con la accesibilidad necesaria en su infraestructura, según lo estipulado en la legislación correspondiente.
- Fomentar el trabajo comunitario entre sus colaboradores.

### Anexo 73

<b>28. Preguntas que se calificarán como pluses a la evaluación y que permitirían ser certificado como 1, 2, 3, 4 o 5 niveles PLUS</b>		<b>Ponderación</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>NA (*)</b>
28.1	La empresa ofrece al visitante la opción de compensar emisiones de GEI en el establecimiento vía Internet o con cargo a tarjeta de crédito.	1			
28.2	La empresa tiene planta de tratamiento de aguas residuales, biodigestores u otro tipo de tratamiento que no sea tanque séptico.	1			
28.3	La empresa tiene su propia área de reserva natural.	1			

28.4	La reserva propiedad de la empresa está debidamente inscrita ante el ente correspondiente y bajo un plan de manejo adecuado.	1
28.5	La empresa tiene su propia huerta utilizando principios básicos de agricultura orgánica y/o hidropónica y están certificadas como libres de pesticidas.	1
28.6	Se utiliza un tratamiento para el agua de la piscina que no requiere la adición de químicos como cloro o alguicidas.	1
28.7	La empresa cuenta con habitaciones con accesibilidad total de acuerdo al cumplimiento de la Ley 7600.	1
28.8	Se cuenta con médico de empresa que cubre a todos los colaboradores de la empresa y se desarrolla programas de medicina laboral.	1
28.9	La empresa ha obtenido algún reconocimiento por parte de la comunidad por su labor comunitaria o algún premio a nivel nacional por sus políticas de sostenibilidad	1
28.10	La empresa ha obtenido algún reconocimiento a nivel internacional por sus políticas de sostenibilidad	1
28.11	La empresa ejecuta acuerdos de cooperación para el desarrollo de investigación científica relacionada al conocimiento o a la conservación de la biodiversidad local.	1
28.12	La empresa tiene un área especial arqueológica, edificios declarados patrimonio cultural, histórico y se encuentra protegidos por la legislación nacional o internacional.	1
28.13	La empresa tiene un área especial para la protección y reconocimiento de las culturas vivas según los grupos indígenas costarricenses y cumplen con la legislación nacional.	1