

RESUMEN

El ICT creó desde 1997 el programa de CST diseñado para categorizar y diferenciar empresas turísticas de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad, en cuanto al manejo de los recursos naturales, culturales y sociales. El objetivo principal de este trabajo es Incorporar las empresas de Alimentos y Bebidas (AyB) a este programa de Certificación de Sostenibilidad Turística, por medio del diseño de un nuevo instrumento CST^{+AB} para evaluar y certificar estas empresas. Este estudio se dividió en 2 Etapas, la Primera Etapa sobre Declaratoria Turística se confecciono una Tabla de Cotejo referente a Declaratoria Turística para empresas de AyB y se seleccionaron 3 micro empresas turísticas de la región norte para aplicar el instrumento. Con estos datos se generaron Indicadores de organización empresarial y una Tabla Semáforo mostrando por medio de colores, el estado individual y general de las empresas. En la Segunda Etapa de CST, se tomó como base la guía de aplicación actual del CST para empresas hoteleras y se secciono en 2 tablas, una Tabla General de CST que contempla todos los ámbitos, descriptores y preguntas aplicables a cualquier tipo de empresa turística, y una Tabla de Hospedaje, que incluye todos descriptores y preguntas estrictamente aplicables a empresas hoteleras. Luego se aplico a las empresas seleccionadas previamente, la Tabla General de CST y con los resultados obtenidos, se generaron indicadores y una Tabla Semáforo individual y general, igualmente se creó un Perfil de Sostenibilidad Empresarial con los indicadores obtenidos. Y para finalizar se creó un nuevo instrumento CST^{+AB} para evaluar y certificar las empresas turísticas de AyB como empresas sostenibles, basado en la guía de aplicación actual de CST para empresas de Hospedaje. Para los nuevos descriptores y preguntas agregadas, se creó también una Guía de Llenado con el fin de que tanto el evaluador como el empresario, posean más información sobre lo que se pretende evaluar y lo que se espera del empresario y del cliente.

Palabras Clave: Empresas Alimentos y Bebidas – Declaratoria Turística – Certificado de Sostenibilidad Turística – Indicadores – Perfil – Instrumento – Guía de Llenado.

ABSTRACT

The ICT create since 1997 the CST program designed to categorize and differentiate Tourism Company according to the degree to which its operations are approaching a model of sustainability, in terms of natural resource management, cultural and social. The main goal of this work is to incorporate the Food and Beverage business to the Certification Program for Sustainable Tourism (CST) developed by the Costa Rican Tourism Institute (ICT), through the design of a new tool for assessing and certifying these businesses. This study was divided in 2 stages, in the first stage a Tourism Declaration Comparison Chart for food and Beverage companies was created, and three companies from the Northern Region were selected to implement the instrument. With these data, Indicators of Business Organization were created along with a Traffic Light Table, which uses tree color to show both the individual and general situation of the companies. In the second stage of Certification for Sustainable Tourism, the application guide for hotel companies was taking and divided in two tables, a General Table of CST that encompasses all fields, descriptors and questions applicable to any type of tourism company, and a table for Hotels, which includes all fields, descriptors and questions applicable only to hotel companies. Then the General Table of CST was applied to three pre-selected companies, and with the obtained results, indicators were again generated to create another Traffic Light Table along with Corporate Sustainability Profile. Finally a new tool to assess and certify food and beverage companies as sustainable enterprises was created based on the current application guide of CST for Hotel Companies, along with a filling guide for the new descriptors and questions added, in order to provide both the field and the entrepreneur, with more information about what's been evaluated and what is expected, from bout the entrepreneur and the costumer.

Keyword: Food and Beverage Companies – Tourism Declaration – Certificate of Sustainable Tourism – Indicators – Profile – Instrument- Filling Guide.



**Instituto Tecnológico de Costa Rica
Sede Regional San Carlos**

Carrera de Gestión del Turismo Rural Sostenible

**Proyecto de Graduación para Optar por el Grado de Bachillerato en
Gestión del Turismo Rural Sostenible**

**PROPUESTA DE INSTRUMENTO “CST^{+AB}” PARA INCORPORAR
LAS EMPRESAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS AL PROGRAMA CST,
BASADO EN LA GUÍA DE APLICACIÓN PARA HOTELES**

**Elaborado por:
Natalia Álvarez Hernández**

**Profesor Asesor
Roberto Gallardo Loria**

SAN CARLOS NOVIEMBRE, 2009



COMITÉ ASESOR

Coordinador de Práctica Supervisada:

M.B.A Daniel Francisco Pérez Murillo

Lectores a cargo:

M.Sc. Grace Damazio Acosta

Bach. Francisco Céspedes Obando

TRIBUNAL EXAMINADOR

Aprobado por los miembros:

M.B.A. Roberto Gallardo Loria

Profesor Asesor

MSc. Grace Damazio Acosta

Jurado

Bach. Francisco Céspedes Obando

Jurado

M.B.A Daniel Pérez Murillo

Coordinador
Trabajos Finales de Graduación

DEDICATORIA

Con todo el orgullo que siento dedicado a mi familia. A mis padres María Isabel y German por darme todo su apoyo constantemente para estudiar con empeño y por alentarme en los buenos y malos momentos. A mis hermanas, la mayor María Esmeralda, por darme el ejemplo y aliento para seguir adelante y no rendirme en los momentos de crisis, y a Rocío y María Jesús, quienes han sido de una u otra manera una importante fuente de valor y motivación para continuar adelante y así poder contribuirles en un futuro próximo.

Muchas Gracias... Los Quiero Mucho

Natalia Álvarez Hernández

AGRADECIMIENTO

Especial Agradecimiento a todas las personas que facilitaron la elaboración de este proyecto Final de Graduación:

- A mi tutor de Práctica M.B.A. Roberto Gallardo Loria, por haberme guiado durante todo este semestre y orientado hacia la excelencia, y enseñarme que las cosas no siempre están a la vista y son fáciles de encontrar, sino que se debe ser perseverante e investigar para alcanzarlas. Por enseñarme a ver las cosas desde otro punto de vista. Y por mostrarme que nuestra existencia no tiene porque ser aburrida y monótona, sino que siempre se deben transformar cosas para hacerlas divertidas.
- Al coordinador y profesor de prácticas M.B.A. Daniel Francisco Pérez Murillo, por ser más que un profesor, un excelente amigo. Por dedicar su valioso tiempo para atender y responder a mis consultas, y por enseñarme a ser siempre correcta y a dar lo mejor de mí.
- A la coordinadora de la Carrera de Turismo M.Sc. Grace Damazio Acosta, por dedicar su tiempo a atender mis consultas y mostrarse siempre dispuesta a colaborar en lo que fuera necesario.
- Al colaborador M.B.A. Jose Solera del PICZEE, por darme la luz para iniciar con el proyecto de graduación y por estar siempre dispuesto a atenderme y colaborar para despejar las dudas generadas durante la investigación.
- A todos los empresarios de los tres restaurantes visitados (Happy Land, Don Rufino y La choza del Laurel) que dedicaron su valioso tiempo para atenderme y brindarme información de vital importancia para la elaboración de este documento.
- Y a todas las demás personas, representantes del ICT en San Carlos, y profesionales de diferentes disciplinas que dieron lectura a la propuesta y ayudaron a corregir errores para obtener mejores resultados.

ACLARACION

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.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN	1
Título	2
Antecedentes de la Propuesta	3
Problema.....	4
Justificación del Problema.....	4
Objetivos del Estudio.....	5
- Objetivo General.....	5
- Objetivos Específicos	5
Alcances y Limitaciones del Proyecto	6
CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO	7
MARCO CONCEPTUAL.....	7
CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO	19
Localización del Estudio	19
Procedimiento para Seleccionar la Empresa.....	19
Etapas del Proceso	20
Etapa I: Respecto a la Declaratoria Turística	22
Etapa II: Respecto al Certificado de Sostenibilidad Turística.....	26
Tipo De Estudio	30
Metodología para Recolección de Información	30
Procedimientos y Técnicas de Análisis de Información.....	31
CAPÍTULO IV – RESULTADOS	32
Etapa I: Declaratoria Turística.....	32

Etapa II: Certificado de Sostenibilidad Turística.....	36
Incorporaciones al Instrumento.....	42
Guía de Llenado	46
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	58
CAPÍTULO V - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	60
Conclusiones.....	60
Recomendaciones.....	62
LITERATURA CONSULTADA.....	64
APÉNDICES.....	67
Apéndice 1: Tabulación de Resultados aplicación de Tabla de Cotejo Declaratoria Turística para empresas Gastronómicas	67
Apéndice 2: Cuadro de agrupamiento Tabla de Cotejo sobre Declaratoria Turística Empresas Gastronómicas.....	69
Apéndice 3: Nueva Tabulación de Aplicación Tabla de Cotejo Declaratoria Turística Empresas Gastronómicas.....	70
Apéndice 4: Estructura conceptual de CST y cambios por realizar para la creación del nuevo instrumento	74
Apéndice 5: División del Actual Instrumento de CST para Hoteles para efectos de descartar aspectos aplicables solamente a empresas hoteleras.	75
Apéndice 6: Resultados Aplicación Tabla General de CST	76
Apéndice 7: Nuevo Instrumento CST +AB Propuesto para Evaluar Empresas de Alimentos y Bebidas.....	83
Criterios Para Ponderación.....	92
Apéndice 8: Nueva Estructura Conceptual de CST+AB confeccionada a partir de las incorporaciones al nuevo Instrumento de CST.....	93
ANEXOS	94

Anexo 1: Abreviaturas Empleadas.....	94
Anexo 2: Hoja de Información	95
Anexo 3: Formato de Tabla de Cotejo sobre Declaratoria Turística para Empresas Gastronómicas	97
Anexo 4: Herramienta brindada a empresarios para valorar los documentos poseídos o no para solicitar la DT.....	99
Anexo 5: Informe Ejecutivo de Resultados sobre Valoración de Declaratoria Turística Entregado a Cada Empresa.....	100
Anexo 5.1 Informe ejecutivo de resultados sobre valoración de declaratoria turística Bar y Restaurante Happy Land.....	100
Anexo 5.2 Informe ejecutivo de resultados sobre valoración de declaratoria turística Bar, Restaurante y Cafetería DonRufino.....	104
Anexo 5.3 Informe ejecutivo de resultados sobre valoración de declaratoria turística Restaurante La Choza del Laurel	107

TABLA DE FIGURAS

Figura 1: Esquema Conceptual de Etapa I Declaratoria Turística, iniciando con la etapa principal y sus consecuentes sub etapas.	22
Figura 2: Esquema Conceptual Etapa II Certificado Sostenibilidad Turística... ..	26
Figura 3: Perfil General Básico de Organización Empresarial de acuerdo a las fortalezas, deficiencias o debilidades obtenidas en los Indicadores de Declaratoria Turística.....	35
Figura 4: Perfil General Básico de Sostenibilidad Empresarial de acuerdo a las fortalezas, deficiencias o debilidades obtenidas en algunos descriptores del CST.	39
Figura 5: Resumen de Productos Creados con el presente trabajo.....	40
Figura 6: Figura descriptiva de los componentes del producto principal creado para la Nueva Dimensión del CST.....	41
Figura 7: Componentes de la Propuesta de Instrumento CST^{+AB}.....	57

TABLA DE CUADROS

Cuadro 1: Indicadores de Declaratoria Turística y Tabla Semáforo elaborados a partir de los Resultados de la aplicación de Tabla Cotejo, favorable (color verde), debilidad (color amarillo) deficiencia (color rojo).....	33
Cuadro 2: Ámbitos y Descriptores de CST y Tabla Semáforo Individual elaborados a partir de la aplicación de la Tabla General de CST, de acuerdo a los resultados obtenidos, favorable (color verde), Intermedio (color amarillo) y deficiente (color rojo).....	36
Cuadro 3: Indicadores de Sostenibilidad Empresarial y Tabla Semáforo General elaborados a partir los resultados de los Ámbitos del cuadro 2, en donde favorable representa el color verde), Intermedio el color amarillo y deficiente color rojo.	38
Cuadro 4: Presentación de nuevos Descriptores y Preguntas agregados al Instrumento de CST	42
Cuadro 5: Presentación de la Guía de Llenado para las nuevas preguntas incorporadas al Instrumento de CST.....	46

CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN

El Instituto Costarricense de Turismo creó desde 1997 el programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística. Este programa fue “diseñado para categorizar y diferenciar empresas turísticas (hospedaje y tour operadoras) de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad, en cuanto al manejo de los recursos naturales, culturales y sociales” (Instituto Costarricense de Turismo , 1999).

Actualmente el programa de Certificación de Sostenibilidad Turística desarrollado solamente certifica Empresas Hoteleras y Tour Operadoras. Con el fin de cambiar esta situación desventajosa es que se formula el siguiente trabajo, el mismo presenta una propuesta de instrumento con el cual se puedan evaluar y certificar empresas del área de Alimentos y Bebidas (AyB) como empresas turísticas sostenibles.

No se concibe dejar por fuera a las empresas de AyB de una Certificación tan importante como la del CST, ya que éstas empresas son tanto o más importantes que los demás tipos de empresas turísticas, debido a que ofrecen igualmente un servicio diario y se utilizan recursos y materias primas para brindar dichos servicios. En el presente documento el lector podrá encontrar las siguientes secciones:

El CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN, en este capítulo se detalla la justificación del estudio, que incluye el planteamiento del problema, los objetivos que se desean alcanzar en el desarrollo del trabajo y los alcances y limitaciones de la Investigación que se presentaron

El CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO, en este capítulo se fundamenta lo expresado en el documento, ya que se incluyen conceptos teóricos tales como sostenibilidad,

certificación, etc., para reforzar muchas secciones en el trabajo y los productos creados en el mismo.

El CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO, acá se presentan los procedimientos llevados a cabo para obtener los resultados, incluye apartados como localización del estudio, procedimiento para seleccionar las empresas, metodologías para recolección de información, así como procedimientos y técnicas para analizar la información. Para un mejor orden y entendimiento, este capítulo, y como consecuencia el trabajo, se dividió en 2 etapas, una sobre Declaratoria Turística y la segunda sobre Certificado de Sostenibilidad Turística; cada etapa presenta una serie de sub etapas.

El CAPÍTULO IV – RESULTADOS, como su nombre lo expresa se presentan los resultados obtenidos con el desarrollo de las 2 etapas los cuales fueron básicamente Indicadores y perfiles de Declaratoria Turística y Sostenibilidad Empresarial, la confección de Tablas Semáforo con dichos indicadores y como producto principal la nueva dimensión del CST, en donde se presentan las nuevas preguntas incluidas y su correspondiente guía de llenado. Al final se presenta una discusión de los resultados.

El CAPÍTULO V – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, se puntualizan las conclusiones obtenidas durante el desarrollo del proyecto y las recomendaciones formuladas para mejorar dicho trabajo.

Finalmente se presenta por separado la LITERATURA CONSULTADA para la fundamentación del trabajo y los APENDICES y ANEXOS.

Título: Propuesta De Instrumento Para Incorporar Las Empresas Turísticas De Alimentos y Bebidas Al Programa CST Basado En La Guía de Aplicación Para Hoteles.

Antecedentes de la Propuesta

El Instituto Costarricense de Turismo creó desde 1997 el programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística. Este programa fue “diseñado para categorizar y diferenciar empresas turísticas de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad, en cuanto al manejo de los recursos naturales, culturales y sociales” (Instituto Costarricense de Turismo , 1999). Este programa ha sido diseñado para empresas de Hospedaje y Tour Operadoras y se evalúan los siguientes aspectos:

- Entorno 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.
- Planta de servicio - Establecimientos de Hospedaje: 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 energía eléctrica y agua.
- Gestión del servicio-Agencias Tour Operadoras: Comprende el proceso mediante el cual, la empresa considerando todos los elementos exógenos y endógenos, diseña un producto turístico acorde con las tendencias del mercado y las características propias del país y de las localidades en donde se va a operacionalizar el producto.
- 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.
- Entorno 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.

Problema

¿Qué ámbitos, descriptores y preguntas son necesarios incorporar al instrumento actual de Certificación de Sostenibilidad Turística para empresas de hospedaje, para que el mismo sea aplicable a establecimientos de Alimentos y Bebidas? ¿Cuáles de los ámbitos, descriptores y preguntas del instrumento actual se deben modificar, replantear o descartar para que junto con las novedades pueda ser readecuado a las empresas de Alimentos y Bebidas?

Justificación del Problema

Hoy en día las certificaciones de diferentes productos han tenido gran auge principalmente porque representan una herramienta de comercialización muy importante para la empresa, sin embargo mas allá de solo la venta de los productos las certificaciones deben verse como parte de un proceso de mejora continua en todas las áreas de la empresa. Las certificaciones para la sostenibilidad son fundamentalmente importantes ya que tienen como fin proporcionar un manejo adecuado de los recursos naturales, sociales y económicos, en actividades como el turismo, el cual representa uno de los mayores depredadores de los recursos naturales locales y su cultura.

Actualmente las empresas de Alimentos y Bebidas no tienen la posibilidad de certificarse como empresas sostenibles. Es de vital importancia que las empresas de Alimentos y Bebidas puedan acceder a Certificaciones de Sostenibilidad, que los identifique y posicione en un mejor y más selecto mercado, y los comprometa con la gestión integral de la empresa, en las áreas tanto ambiental, económica y social. Debido a lo anterior se cree que esta propuesta será un paso sumamente importante para iniciar los procesos de una nueva Certificación de Sostenibilidad Turística, la cual será igual o más importante que las que actualmente existen, agregándole el énfasis en Alimentos y Bebidas que hoy día no se tiene.

Objetivos del Estudio

- Objetivo General

Diseñar una propuesta de instrumento de evaluación que incorpore aspectos relacionados a empresas turísticas de alimentos y bebidas para que las mismas sean incluidas al programa de Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) desarrollado por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

- Objetivos Específicos

1. Estudiar la situación de algunas empresas de Alimentos y Bebidas en la Zona Norte con respecto a los aspectos que contempla la Declaratoria Turística.
2. Estudiar la situación de algunas empresas de Alimentos y Bebidas en la zona norte con respecto a aspectos de Sostenibilidad Turística.
3. Proponer cambios al CST actual de empresas de hospedaje, para la inclusión de empresas de Alimentos y Bebidas a dicho programa.

Alcances y Limitaciones del Proyecto

Se pretende por medio de este trabajo crear un instrumento propuesta para certificar a las micro empresas de Alimentos y Bebidas como empresas turísticas sostenibles, y se espera que este instrumento sea acogido y evaluado por el ente rector, el ICT, para dar así inicio a un importante proceso que permita en el menor tiempo posible que los Restaurantes puedan también acceder a este tipo de certificación.

Entre las limitaciones que se presentaron para esta propuesta están las siguientes:

- El plazo asignado para realizar el estudio fue de Agosto hasta la segunda Semana de noviembre, por lo cual no se puede extender la investigación sino que se debe reducir o concretar.
- El presupuesto para el estudio está limitado a las posibilidades económicas del estudiante.
- Una gran limitante fue la falta de tiempo por parte de los empresarios para reunirse y brindar información.
- El espacio geográfico utilizado también es una limitante, ya que el estudio se restringe a empresas de AyB de la Zona Norte, por lo cual no se puede generalizar para todas las demás empresas de AyB de todo el país.
- La muestra o el número de empresas seleccionadas para este trabajo también es una limitante, pero esto se debe al por el poco tiempo disponible para llevar a cabo la investigación.
- Debido a la extensa legislación existente y al poco tiempo de estudio disponible no se abordaron a fondo algunas leyes (7699 y 7501).

CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se forma la base teórica de la investigación. En el mismo se incluyen los conceptos teóricos que fueron necesarios para la fundamentación y desarrollo de la investigación. Este capítulo tiene como propósito ayudar al lector en la comprensión de los términos más complejos empleados en el estudio, por lo tanto se involucran conceptos generales, así como algunos conceptos y descripciones más complejos.

MARCO CONCEPTUAL

Definición de PYMES

PYME: Unidad productiva de carácter permanente que dispone de recursos físicos estables y de recursos humanos; los maneja y opera, bajo la figura de persona física o persona jurídica, en actividades industriales, comerciales o de servicios. (Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC), 2006)

Pequeñas y Medianas Empresas PYMES

Son generalmente compañías que emplean a menos de 250 pero a más de diez individuos, de acuerdo a un criterio común. A las compañías que dan empleo a menos de diez personas se les conoce normalmente como micro-empresas. (Rainforest Alliance, 2009)

¿Qué es un Restaurante?

Según la definición de términos del ICT: se considera por restaurantes.

Establecimiento gastronómico de expendido de alimentos de acuerdo a un menú de comida nacional e internacional. Debe contar con un salón comedor, caja, mueble, salomero, área de cocción y preparación de alimentos, área de bodegas para granos y enlatados, líquidos y licores, envases, cámara de refrigeración y congelación separadas para mariscos, aves, carnes, y legumbres, servicios sanitarios públicos para ambos sexos, conserjería y comedor de empleados y estacionamiento. Se incluye: restaurantes formales, a la carta, los de auto servicio, los de comidas rápidas y otros. Además pueden incluir bar. (Instituto Nacional de Aprendizaje, 2002)

Declaratoria Turística

Es un sistema que marca la categorización de calidad que otorga a todas aquellas empresas del ramo que voluntariamente lo soliciten.

Para ello deben cumplir con requisitos técnicos, económicos y legales señalados en el Reglamento de las Empresas y Actividades Turísticas. Con estos requisitos se busca garantizar la legalidad de la actividad turística y lograr la más alta calidad del producto. Cada empresa es inspeccionada y técnicamente calificada. (Murillo, 2009)

Beneficios de la Declaratoria Turística

- Participación en ferias Internacionales y Nacionales.
- Ingresar al WebSite www.visitecostarica.com de la Institución, información sobre los servicios que brinda la empresa.
- Establecer Link en el WebSide www.visitecostarica.com
- Participar en el Programa de Campañas Cooperativas con Líneas Aéreas y Agencias de Viajes.
- Acceso a información actual sobre el comportamiento del mercado.
- Participar en el Programa de Certificación de Sostenibilidad Turística.

- Recomienda se otorgue la patente de cierre indefinido por parte de la Municipalidad: es un previo visto bueno del ICT.
- Ser incluido en los listados oficiales del ICT.
- Recibir capacitación del ICT en diferentes áreas relacionadas con la actividad turística. (Murillo, 2009)

Sostenibilidad Turística

El desarrollo turístico sostenible debe verse 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. Sostenibilidad turística no solo es la respuesta a la demanda, sino una condición indispensable para competir con éxito ahora y en el futuro. La sostenibilidad, como modelo para el desarrollo, plantea la necesidad de satisfacer los requerimientos actuales de la sociedad, sin comprometer el derecho de las futuras generaciones de satisfacer las suyas. Es decir, que el desarrollo del país no puede basarse en una explotación desmedida de los recursos (naturales, culturales, sociales, etc.) para cubrir las carencias de la población (alimentación, vivienda, salud, empleo,...), porque estos recursos son la única plataforma, con la que cuentan las futuras generaciones de este país para poder satisfacer sus propias necesidades. (Instituto Costarricense de Turismo, (s.f))

Certificación

Es un procedimiento voluntario que evalúa, monitorea y proporciona garantía escrita en el sentido de que un negocio, producto, proceso, servicio o sistema de gestión se ajusta a requisitos específicos. Otorga un logotipo o etiqueta "mercadeable" a quienes cumplen o sobrepasan los estándares básicos, o sea, aquellos que, al menos, cumplen con regulaciones nacionales y regionales y típicamente satisfacen otros estándares declarados o negociados prescritos por el programa. (Rainforest Alliance, 2009)

Certificado de Sostenibilidad Turística – CST

El Certificado para la Sostenibilidad Turística - CST - es un programa del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), diseñado para categorizar y diferenciar empresas turísticas de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad, en cuanto al manejo de los recursos naturales, culturales y sociales.

Dicho galardón es otorgado por la Comisión Nacional de Acreditación con sede en Costa Rica. (Instituto Costarricense de Turismo , 1999)

Con el programa CST se evalúan los siguientes ámbitos fundamentales: - Entorno 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. - Planta de servicio - Establecimientos de Hospedaje: 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 energía eléctrica y agua. - Gestión del servicio - Agencias Tour Operadoras: Comprende el proceso mediante el cual, la empresa considerando todos los elementos exógenos y endógenos, diseña un producto turístico acorde con las tendencias del mercado y las características propias del país y de las localidades en donde se va a operacionalizar el producto. - Cliente: 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. - Entorno 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. (Instituto Costarricense de Turismo , 1999)

Tipos de Certificación

Según Honey (2001) citado en Rainforest Alliance (2002), dependiendo del enfoque y los requerimientos de estos programas, podemos clasificarlos en tres tipos de certificación turística:

1. Certificación Para Turismo Masivo

Está dirigida al turismo convencional. Estos programas están basados en la utilización de sistemas de manejo ambiental (ISO 14001 o sus derivados) adaptados a los negocios individualmente y aportan los pasos a seguir para conseguir la certificación y la utilización de un logotipo.

Se apoyan en el cumplimiento de la legislación de cada localidad o país y en la adopción de “buenas prácticas”, tales como el ahorro en consumo energético. Las principales certificaciones de esta clase han sido financiadas y desarrolladas por asociaciones empresariales, quienes también son las encargadas de su implementación. Algunas proveen certificaciones corporativas o a un destino turístico completo. Estas certificaciones enfocadas principalmente a la planta física; en algunas oportunidades incluyen el entrenamiento a sus empleados pero, desafortunadamente, muy pocas veces involucran a la comunidad y a otros actores clave, con lo que se hacen insuficientes para generar un desarrollo sostenible, aunque proveen a la industria turística tradicional con algunas innovaciones “verdes”. En conclusión, son programas que satisfacen las necesidades de las empresas, proveyéndoles de un sistema de manejo ambiental, ahorro de costos, asistencia técnica y mejoramiento continuo, así como una “distinción” utilizada para fines de mercadeo.

2. Certificación Para Turismo Sostenible

Es el tipo de programa que “mide” los sistemas a largo plazo e integrando aspectos económicos, ambientales y sociales. Como parte de los acuerdos del Taller de Certificación de Ecoturismo y Turismo Sostenible cualquier proyecto de certificación que utilice criterios de *turismo sostenible* debe enfocar estándares mínimos en las siguientes áreas:

En aspectos generales:

- Planificación ambiental y una evaluación de impacto que valore las incidencias en lo social, lo cultural, lo ecológico y lo económico (incluyendo incidencias acumulativas y estrategias de mitigación).
- Compromiso con la gestión ambiental por parte del comercio en turismo.
- Entrenamiento para el personal, educación, responsabilidad, conocimiento y conciencia de la gestión ambiental, social y cultural.
- Mecanismos para monitorear e informar sobre el desempeño ambiental.
- Mercadeo preciso y responsable que conduzca a la formación de expectativas realistas.
- Retroalimentación por parte del consumidor.

En lo socio-cultural:

- Impactos en las estructuras sociales, culturales y económicas (tanto local como nacionalmente).
- Los procesos de adquisición y acceso de terrenos y de tenencia de la tierra llevados a cabo en forma apropiada.
- Medidas para proteger la integridad de la estructura social de la comunidad.
- Mecanismos para garantizar los derechos y aspiraciones de la población local e indígena.

En lo ecológico

- Ubicación adecuada de los sitios turísticos.
- Conservación de la biodiversidad e integridad de los procesos del ecosistema.
- Disminución de la perturbación del sitio, paisajismo y rehabilitación.
- Drenaje, manejo de suelos y aguas pluviales.
- Sostenibilidad en el suministro de energía y minimización de su uso.
- Sostenibilidad en el suministro de agua y minimización de su uso.
- Sostenibilidad en tratamiento y disposición de las aguas residuales.
- Ruido y calidad del aire, incluyendo emisiones asociadas al efecto invernadero.
- Minimización de desechos y sostenibilidad en su eliminación.

- Impactos visuales y de luminosidad.
- Sostenibilidad de materiales y suministros (materiales reciclados y reciclables, producidos localmente, productos madereros certificados, entre otros).
- Impactos ambientales mínimos de las actividades

En lo económico:

- Requerimientos para la práctica ética en los negocios.
- Mecanismos para asegurar que los arreglos laborales y los procedimientos en las relaciones industriales no exploten a los trabajadores y que, además, funcionen de acuerdo con las leyes locales y los estándares internacionales laborales, cualesquiera sean los más estrictos.
- Mecanismos para asegurar que los impactos económicos negativos en las comunidades locales sean minimizados y que existan, preferiblemente, beneficios económicos sustanciales para las comunidades locales.
- Requerimientos para garantizar contribuciones al desarrollo y mantenimiento de la infraestructura de la comunidad local.

Los programas de certificación de turismo sostenible no hacen diferenciación en el tamaño de las operaciones (medianas, pequeñas), ni tampoco de aquellas que están dentro, cercanas o fuera de las áreas naturales.

3. Certificación Ecoturística:

Los programas de certificación ecoturística, van más allá de “estándares verdes”, fomentan una contribución directa a la conservación y al bienestar social e involucran activamente a los actores locales y nacionales; generalmente son desarrollados e implementados por el Gobierno o por ONGs, aunque no siempre dispongan de fondos suficientes para su funcionamiento. Cualquier programa de certificación *ecoturística*, aparte de contemplar los estándares mencionados en las áreas de la certificación de turismo sostenible, deben contar al menos con estándares mínimos en los siguientes aspectos:

- Enfoque en las experiencias personales con la naturaleza como guía para un mejor entendimiento y apreciación de ésta.

- Interpretación y conciencia ambiental sobre la naturaleza, la sociedad y la cultura.
- Contribuciones positivas y activas hacia la conservación de las áreas naturales o la biodiversidad.
- Beneficios económicos, sociales y culturales para las comunidades locales.
- Fomentar la participación de la comunidad cuando sea oportuno.
- Diseño y escalas apropiadas para hospedaje, operación turística (servicios terrestres) y atracciones.
- Impacto mínimo en las culturas locales.

En síntesis, los programas de certificación ecoturística tienden a beneficiar a pequeñas y medianas empresas, son más respetuosos de las necesidades de las comunidades locales y la conservación de la biodiversidad y facilitan la distinción geográfica de las áreas naturales.

Elementos Comunes en los Programas De Certificación

El estudio de la Rainforest Alliance (2002) señala que aún a pesar de las distinciones entre los tres tipos de certificación, también existen puntos de convergencia o componentes comunes, de los cuales podemos enumerar seis:

1. Aplicación voluntaria
2. Otorgamiento de un logotipo distintivo
3. Fomento al cumplimiento de regulaciones (locales, nacionales e internacionales) y a implementar medidas ambientales y sociales más allá de lo exigido por ley
4. Aplicación de algún sistema de evaluación o auditoría
5. Aplicación de membrecía
6. Cuotas que pagan las operaciones certificadas. (Rainforest Alliance, 2002)

Discapacidad Física:

Cualquier deficiencia física, mental o sensorial que limite, sustancialmente, una o más de las actividades principales de un individuo. (Asamblea Legislativa, 1996).

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, 1996)

Menú Turístico

El menú turístico es un tipo de menú ofrecido a los turistas en ciertos países con el objeto de poder reproducir los estereotipos de una cultura culinaria. Por regla general los menús turísticos son una oferta barata y atractiva para un turismo de bajo poder adquisitivo. Este tipo de menús se encuentra como oferta en los países que son objeto de turismo. Se puede decir que se componen de un menú de degustación con los platos más populares en la localidad, generalmente a un precio fijo.. El menú turístico debe estar traducido al menos en 2 idiomas, además del español. (Wikipedia, 2009). En este menú cada establecimiento por un precio aceptable pone al alcance del cliente las especialidades culinarias de la región ó de la casa y suele estar formado por dos grupos de platos y postre además de pan y vino. (Blog de Cocina, 2006)

Planificación Estratégica

Es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multifuncionales que le permiten a una organización lograr sus objetivos. La administración estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, las actividades de investigación y desarrollo, así como los sistemas computarizados de información, para lograr el éxito de la organización. (David, 2008)

Agricultura Orgánica

La agricultura orgánica es un sistema de producción que trata de utilizar al máximo los recursos de la finca, dándole énfasis a la fertilidad del suelo y la actividad biológica y al mismo tiempo, a minimizar el uso de los recursos no renovables y no utilizar fertilizantes y plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente y la salud humana. En Centroamérica se está produciendo una gran variedad de productos agrícolas orgánicos para exportación. (FAO, (s.f))

Principales Requisitos para Certificar la Producción

Existen requisitos específicos para certificar la producción orgánica de la mayoría de los cultivos, animales, cría de peces, cría de abejas, actividades forestales y cosecha de productos silvestres. Las reglas para la producción orgánica contienen requisitos relacionados con el período de transición de la finca (tiempo que la finca debe utilizar métodos de producción orgánicos antes de que pueda certificarse; que es generalmente de 2 a 3 años). Entre los requisitos están la selección de semillas y materiales vegetales; el método de mejoramiento de las plantas; el mantenimiento de la fertilidad del suelo empleado y el reciclaje de materias orgánicas; el método de labranza; la conservación del agua; y el control de plagas, enfermedades y malezas. Además, se han establecido criterios sobre el uso de fertilizantes orgánicos e insumos para el control de plagas y enfermedades. Con respecto a la producción de animales, normalmente hay requisitos sobre la sanidad de los animales, su alimentación, reproducción, condiciones de vida, transporte y procedimientos para sacrificarlos. (FAO, (s.f))

¿Cómo se obtiene la Certificación Orgánica?

Las normas para la agricultura orgánica son creadas principalmente por agencias certificadoras privadas, pero también muchos países han creado normas nacionales. En Centroamérica, el gobierno de Costa Rica ha establecido sus propias reglas y los otros países están en el proceso de crear y poner en práctica las suyas.

Europa, Estados Unidos y Japón tienen normas nacionales y si los productores desean exportar sus productos a estos mercados deben cumplir los requisitos de etiquetado orgánico de los países importadores. La selección de la agencia certificadora es muy importante. La agencia que escoja el productor debe estar reconocida oficialmente y ser de confianza para el comprador en el país importador. (FAO, (s.f))

Abono orgánico

Sustancia constituida por desechos de origen animal, vegetal o mixto que se añade al suelo con el objeto de mejorar sus características físicas, biológicas y químicas. Puede consistir en: residuos de cultivos dejados en el campo después de la cosecha, cultivos para abonos en verde (principalmente leguminosas fijadoras de nitrógeno), restos orgánicos de la explotación agropecuaria (estiércol, purín), restos orgánicos del procesamiento de productos agrícolas, desechos domésticos (basuras de vivienda, excretas) o compost preparado con las mezclas de los compuestos antes mencionados. (Rainforest Alliance, 2009)

Compost

Resultado del proceso de descomposición y consumo de los almidones, proteínas y grasas contenidas en la materia orgánica, en presencia de oxígeno para transformarla en una especie de abono. Tiene un bajo contenido de fósforo y potasio por lo cual algunos no lo consideran un fertilizante. (Rainforest Alliance, 2009)

Biodegradable

Una sustancia que no persistirá en el ambiente y que se descompondrá, con relativa rapidez, en formas biológicamente inocuas, gracias a la acción de bacterias, hongos, gusanos o insectos. (Rainforest Alliance, 2009)

Biodiesel

Biocombustible sintético líquido que se obtiene a partir de lípidos naturales como aceites vegetales o grasas animales, con o sin uso previo, mediante procesos industriales de esterificación, y que se aplica en la preparación de sustitutos totales o parciales del petrodiesel o gasóleo obtenido del petróleo. (Wikipedia, 2009)

Ley 7501 Ley De Áreas De Fumado

La ley de Áreas de Fumado fue creada por los diputados de la Asamblea Legislativa en Abril de 1995, durante la administración del Presidente Jose María Figueres Olsen. Esta ley se creó para regular la actividad del fumado en áreas públicas en donde convergen muchas personas, con el fin de proporcionar espacios seguros y limpios de contaminantes para las personas no simpatizantes de esta actividad, ya que como se indica en el artículo 1 de la misma “el estado debe velar por la salud individual y colectiva de los costarricenses, respetando siempre los derechos individuales y sociales reconocidos en la Constitución Política y las leyes”. (Asamblea Legislativa, 1995)

Ley 7600 Ley De Igualdad De Oportunidades

La ley de áreas de fumado fue creada por los diputados de la Asamblea Legislativa en 1996. Está estructurada en 84 artículos, organizados estos a su vez en 5 títulos. Esta ley se creó con el fin de eliminar la discriminación y fomentar la inclusión de las personas con discapacidad en diferentes áreas específicas de la vida. La ley en el artículo 1 declara “se declara 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” (Asamblea Legislativa, 1996)

CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico se crea con el objetivo de establecer un orden secuencial que permita mostrarle al lector, de una manera meticulosa y concreta, sobre el procedimiento para llevar a cabo la investigación. En este capítulo se describen los métodos y procedimientos utilizados para alcanzar los objetivos. Para alcanzar los resultados esperados en este proyecto, se dividió la investigación en dos etapas y sus correspondientes sub-etapas

Localización del Estudio

El presente estudio se llevo a cabo en la Zona Norte de Costa Rica, específicamente en las comunidades de Santa Clara de San Carlos y La fortuna de San Carlos, de donde se seleccionaron tres empresas del área de alimentos y bebidas, con características un tanto similares, para utilizar como ejemplo y referencia en el estudio.

Procedimiento para Seleccionar la Empresa

Para efectos de este trabajo se seleccionaron tres empresas que brindarán el servicio de alimentación en la Zona Norte. La selección se dio por conveniencia debido al limitado tiempo de estudio, basándose en dos criterios fundamentalmente: cercanía de las empresas al instituto Tecnológico y por la similitud en el tamaño y características físicas visibles de las mismas.

Con base en lo anterior fueron seleccionadas las siguientes empresas de servicios de alimentos y bebidas.

- Bar y Restaurante Happy Land: esta empresa inicia operaciones en el mes de Julio del año 2004, y se ubica frente a las instalaciones del Instituto Tecnológico de Costa Rica, sede San Carlos. Está ubicado a la orilla de la carretera por lo cual la gran mayoría de sus visitantes son personas de paso.

Esta empresa se clasifica como turística debido a que se encuentra ubicada camino hacia un importante sector turístico, La fortuna, por lo cual recibe a diario turistas que van a visitar esta ciudad. Es una pequeña empresa ya que no cuenta con una gran cantidad de personal. Ofrece todo tipo de comida, mariscos, carnes, ensaladas, etc.

- Bar Restaurante y Cafetería Don Rufino: esta empresa nació como un proyecto familiar de parte de los hermanos Quesada Sánchez, en abril del 2004. Se encuentra localizado diagonal a la Gasolinera La Fortuna, en La Fortuna de San Carlos. Por su localización y el tipo de servicio brindado, esta empresa tiene una gran afluencia de turistas que buscan un lugar agradable en medio de la ciudad para degustar un platillo. Es una pequeña empresa puesto que no cuenta con mucho personal y ofrece todo tipo de platillos, variedad de carnes, ensaladas, mariscos, café, repostería, etc.

- Restaurante La Choza del Laurel: Ubicado 400 m oeste del Templo Católico en La Fortuna de San Carlos. Por su localización y diseño estructural (adornada con muchos elementos antiguos representativos de la cultura), esta empresa recibe una cantidad considerable de turistas que buscan saborear la comida tica, y generalmente se atienden muchos grupos de turistas nacionales y extranjeros. Es una pequeña empresa pero si posee una cantidad considerable de colaboradores y espacio físico mayor que las anteriores empresas descritas. Se ofrecen igualmente variedad de platillos, y se pueden degustar de la comida típica con algunas variantes en su estilo.

Etapas del Proceso

- Etapa I. Respecto a la Declaratoria Turística: esta etapa consistió principalmente en contribuir con las empresas seleccionadas para obtener la Declaratoria Turística, así como obtener también alguna información importante para efectos del estudio y la propuesta final.

Cabe resaltar que se le brindó asesoría a las empresas involucradas durante el proceso, por medio de mi persona y la ayuda pertinente de personal del ICT, es decir se le dio un acompañamiento a los empresarios para que tuvieran el conocimiento

necesario. Nunca fue un objetivo estricto que las empresas involucradas, obtuvieran dicha declaratoria obligatoriamente.

- Etapa II. Respecto al Certificado de Sostenibilidad Turística: esta etapa consistió principalmente en desarrollar un nuevo instrumento que sea aplicable a las micro empresas turísticas de AyB para que las mismas sean evaluadas y puedan obtener el CST^{AB}.

Se realizaron varias giras de campo para aplicar instrumentos y obtener los resultados esperados. La mayoría de las giras se realizaron hacia la zona de La Fortuna, en donde se visitaron las empresas seleccionadas para conocerlas en primera instancia, y luego para analizarlas a fondo y poder crear los perfiles respectivos con lo observado en dichas empresas. Para el análisis de las empresas se aplicaron 2 tablas de cotejo, una con requisitos para la obtención de la Declaratoria Turística (ICT, 2008) y la otra una Tabla General del CST, elaborada a partir del Cuestionario de Evaluación del CST (ICT, 2003) actual para empresas de hospedaje, solamente que se eliminaron las preguntas aplicables a empresas de hospedaje y se mantuvieron las preguntas adaptables a cualquier tipo de empresas. La información recolectada se tabuló para su posterior análisis.

Además se analizaron los pasos que debe seguir una empresa de AyB para obtener la declaratoria turística, esto con el fin de encaminar las empresas seleccionadas hacia esa importante identificación.

Del mismo modo se analizaron cuidadosamente todos los componentes del CST y se hizo un marco conceptual del mismo para facilitar su análisis. Así también se realizaron 3 visitas a Ciudad Quesada para reunirse con personal de ZEE y del ICT y obtener información relevante, como también la ayuda pertinente para efectos de la formulación de la propuesta final.

Por último se propusieron nuevos descriptores y preguntas para agregar al actual instrumento de CST, con el fin de que pueda ser evaluado por la entidad respectiva (ICT) y que las empresas de AyB logren certificarse.

A continuación se explica de forma detallada cada una de las acciones realizadas en las diferentes Etapas y sus consecuentes Sub etapas.

Etapa I: Respecto a la Declaratoria Turística



FUENTE: *Elaboración Propia*

Figura 1: Esquema Conceptual de Etapa I Declaratoria Turística, iniciando con la etapa principal y sus consecuentes sub etapas.

■ Sub etapa # 1: Selección de Empresas

Para iniciar se seleccionaron 3 PYMES del área de AyB de la Zona Norte. Estas fueron elegidas a conveniencia de acuerdo a las características físicas visibles que presentaban. Como característica principal las empresas debían estar ubicadas dentro de las categorías de Pymes o Mi pymes, debido a que con el presente trabajo se pretende dar un aporte significativo a esta modalidad de empresas. Otro factor que incidió en la selección de las empresas fue la cercanía a la Institución (ITCR-SSC) esto con el fin de facilitar el traslado para las visitas que fueran necesarias realizar.

Las empresas seleccionadas fueron:

- Bar y Restaurante Happy Land: ubicado en Santa Clara, frente a las instalaciones del Instituto Tecnológico.
- Bar, Restaurante y Cafetería Don Rufino: ubicado en La Fortuna de San Carlos, diagonal a la Gasolinera La Fortuna.
- Restaurante La Choza del Laurel: ubicado en La Fortuna de San Carlos, 400 metros oeste del Templo Católico.

Las fichas con la información general correspondiente a cada empresa se encuentran en el Anexo 2

■ Sub etapa # 2: Primera Visita a empresas

Luego de seleccionar las empresas y conversar primeramente vía teléfono para obtener una cita con la persona correspondiente, se procedió a visitar a cada empresa para conocer al encargado de la misma o a la persona que colaboraría en el proceso con el fin de explicarle más detalladamente en qué consistía el proyecto, y que se despejaran las dudas generadas.

En esta primera visita también se le entregó a cada empresario toda la documentación correspondiente a los Requisitos de la Declaratoria Turística e información básica respecto al CST, para que fueran analizando información indispensable y compenetrándose más con el tema.

■ **Sub etapa # 3: Segunda Visita a empresas – Aplicación Tabla de Cotejo DT**

La segunda visita se realizó para aplicar una tabla de cotejo diseñada con los requisitos más relevantes que exige el Instituto Costarricense de Turismo a través de la Declaratoria Turística (ICT, 2008) para determinar cuáles de estos requisitos cumplía o no la empresa, y así tomarlos como parámetros relevantes a considerar en el trabajo (Anexo 3). Estos requisitos fueron tomados de los documentos en línea que ofrece el ICT en su página Web. (Instituto Costarricense de Turismo, 2008)

■ **Sub etapa # 4: Primera Tabulación de Resultados Tabla de Cotejo**

Luego de aplicar la Tabla de Cotejo a cada empresa por separado, se procedió a tabular los resultados obtenidos, de acuerdo a la información brindada por el empresario en cada uno de los rubros incluidos en dicha tabla (Apéndice 1).

Cabe resaltar que la gran mayoría de estos resultados están sujetos a verificación, puesto que no se pueden corroborar a simple vista, y el proyecto no pretende analizar tan meticulosamente la empresa, sino obtener una percepción general de la misma.

■ **Sub etapa # 5: Creación de Cuadro de Agrupamiento Tabla de Cotejo**

Luego de tabulados los datos obtenidos con la Tabla de Cotejo, se evidencio que era necesario agrupar los requisitos en diferentes áreas para un mejor entendimiento de los mismos.

De esta forma se creó un cuadro de agrupamiento con 8 grandes áreas y se incluyo en cada una, los rubros afines o los requisitos que contemplaba la Tabla de Cotejo, de acuerdo con su similitud (Apéndice 2).

■ **Sub etapa # 6: Nueva Tabulación de Resultados Tabla de Cotejo**

Luego de agrupar todos los requisitos en sus respectivas áreas se procedió a tabular nuevamente los resultados, pero esta vez de acuerdo al área respectiva, para obtener una visión más clara de las empresas, tanto en forma individual como general, ya que se creó un promedio de general de la situación de las empresas en cada área, de acuerdo a los rangos establecidos para obtener ese promedio (Apéndice 3).

■ **Sub etapa # 7: Creación de “Tabla Semáforo”**

Con los resultados de la nueva Tabulación se creó una “Tabla Semáforo” (Cuadro 1) con el fin de poder exponer de forma clara y de fácil entendimiento los resultados tanto individuales como generales de las empresas analizadas.

Una “Tabla Semáforo es la denominación que se le ha dado a un cuadro demostrativo, en el cual por medio de los colores rojo, amarillo y verde se muestra el estado de determinado elemento analizado; el verde representa el color o resultado favorable, el amarillo un resultado intermedio y el rojo un resultado desfavorable; cada uno de estos colores representa a su vez rubros de puntaje establecidos.

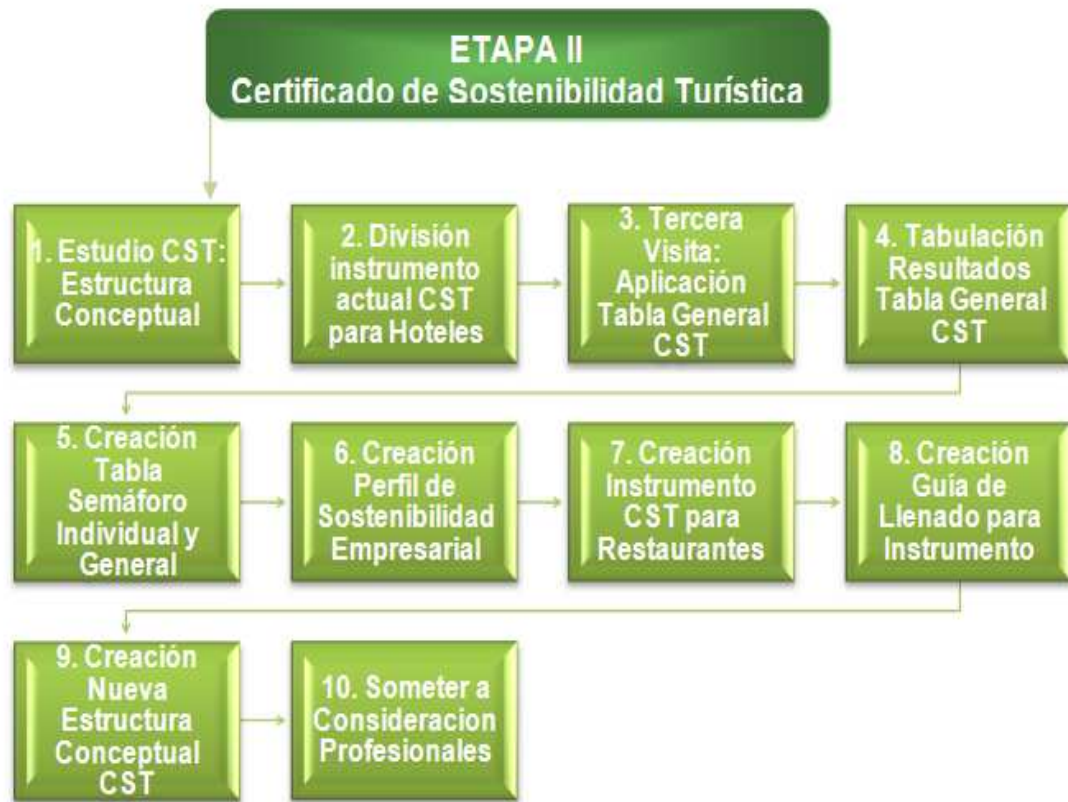
Con los resultados de la “Tabla Semáforo” se establecieron los Indicadores de la Declaratoria Turística, y se interpretaron de una mejor forma los resultados obtenidos

■ **Sub etapa # 8: Creación del Perfil Básico de Organización Empresarial**

Con los primeros resultados, se logro crear un Perfil Básico de Organización Empresarial (Figura 3) de acuerdo a las fortalezas, deficiencias o debilidades que poseen las empresas analizadas. Este perfil brinda una visión más amplia de la situación empresarial interna. Se tomaron como base para crear el Perfil los indicadores generales establecidos en la Tabla Semáforo, y de acuerdo a los

colores que cada uno representaba, así se evidenció la fortaleza, deficiencia o debilidad en el Perfil.

Etapa II: Respecto al Certificado de Sostenibilidad Turística.



FUENTE: *Elaboración Propia*

Figura 2: Esquema Conceptual Etapa II Certificado Sostenibilidad Turística

❏ Sub etapa # 1: Estudio del CST por medio de una Estructura Conceptual

Se procedió a estudiar el CST actual para empresas de hospedaje. Para un mejor estudio se confeccionó una Estructura Conceptual del mismo (Apéndice 4). La estructura contempla primeramente los 4 ámbitos, y cada ámbito se desglosa de acuerdo a los descriptores que posee. Con el esquema realizado se facilitó su comprensión, ya que se tenía una visión completa del CST y todos los aspectos que lo integran.

Lo siguiente que se hizo fue dar lectura a cada una de las preguntas que contempla el instrumento, para poder saber cuáles de estas se podían dejar intactas, a cuales era necesario realizar cambios aunque fueran mínimos y cuales se debían replantear o simplemente descartar para el caso del nuevo instrumento CST^{+AB} a proponer; y luego en la Estructura Conceptual se demarcó por medio de colores, en cuales y descriptores era necesario realizar cambios aunque fueran mínimos, sirviendo esto como base para elaborar el nuevo instrumento.

✚ Sub etapa # 2: División del actual instrumento del CST para Hoteles

En este caso lo que se hizo fue tomar el instrumento actual del CST para hoteles (ICT, 2003) y desglosarlo a conveniencia (Apéndice 5)

Primero se revisaron todas las preguntas y se procedió a separarlas en 2 tablas. Una tabla comprende las preguntas que pueden ser aplicables a cualquier tipo de empresa turística “Tabla General de CST”, y la otra tabla comprende las preguntas que son estrictamente aplicables a empresas de hospedaje “Tabla Hospedaje CST”. Y por último se creará una Tabla de Novedades que corresponderá al Instrumento Final CST^{+AB} que se confeccionara con este estudio para ser aplicable a las empresas de Alimentos y Bebidas.

✚ Sub etapa # 3: Tercera Visita – Aplicación Tabla General CST

La tercera visita a las empresas se realizo para aplicar la Tabla General de CST con el fin de obtener una visión, un poco amplia, de cómo se encontraban las empresas de alimentos y bebidas en cuanto a la sostenibilidad.

Cabe destacar que la aplicación de este instrumento no coincide con la aplicación que realiza el ICT, debido a que no se pretende categorizar a las empresas, sino obtener información de las mismas en cuanto a las prácticas de sostenibilidad que se realicen y conseguir también formular los indicadores y perfil necesarios.

■ Sub etapa # 4: Tabulación de Resultados Tabla General CST

Luego de aplicar la Tabla de General de CST a cada empresa, se procedió a tabular los resultados obtenidos, de acuerdo a la información brindada por los empresarios, sobre las preguntas presentes en dicha tabla. Se confecciono una hoja en Microsoft Office Excel y se incluyeron los resultados, de esta forma se obtuvo un promedio por descriptor, por ámbito, luego un promedio individual y por último el promedio general de las tres empresas (Apéndice 6). Cabe destacar que muchos de estos resultados están sujetos a verificación, puesto que no se pueden corroborar a simple vista, y el proyecto no pretende analizar a fondo cada empresa, sino obtener una percepción general de la misma.

■ Sub etapa # 5: Creación de “Tabla Semáforo” Individual y General

Con los resultados de la nueva tabulación se creó una “Tabla Semáforo”, con el fin de poder exponer de forma clara y para un fácil entendimiento los resultados tanto individuales como generales de las empresas analizadas (Cuadro 2 y 3). Las tablas individuales y generales establecieron los Indicadores de Sostenibilidad Empresarial y ayudaron a una mejor interpretación de los resultados.

■ Sub etapa # 6: Creación del Perfil General Básico de Sostenibilidad Empresarial

Con los resultados de las empresas obtenidos con respecto a las acciones de sostenibilidad, se logro crear un Perfil Básico de Sostenibilidad Empresarial (Figura 4), de acuerdo a las fortalezas, deficiencias o debilidades que poseen las empresas analizadas. Este perfil nos da una visión más amplia de la situación empresarial interna con respecto a prácticas de conservación natural y cultural. Los aspectos tomados en cuenta para crear el perfil se obtuvieron de los resultados de la aplicación de la Tabla General.

■ **Sub etapa # 7: Creación del Instrumento de CST^{+AB} para empresas AyB.**

Luego de haber estudiado las empresas a fondo, se dispuso a crear un nuevo instrumento de CST^{+AB} que fuera aplicable específicamente a empresas de alimentos y bebidas (Apéndice 7). Se tomaron como ejemplo las 3 empresas analizadas y algunas consideraciones observadas durante las visitas realizadas a las empresas; se propusieron nuevos descriptores y preguntas, correspondientes a las actividades y gestión diaria de los restaurantes, para ser evaluadas y determinar así su grado de sostenibilidad en lo ambiente, lo sociocultural y lo económico.

■ **Sub etapa # 8: Creación de la Guía de Llenado para las Novedades del Instrumento CST^{+AB}.**

Luego de haber finalizado el nuevo instrumento de CST^{+AB} para AyB, se procedió a crear la Guía de Llenado respectiva para cada una de las novedades (preguntas) agregadas al instrumento (Cuadro 5). En la Guía se especifica lo que se evalúa concretamente por cada pregunta agregada, y los resultados que se esperan obtener, por parte del empresario y del visitante, de acuerdo a lo solicitado.

■ **Sub etapa # 9: Creación Nueva Estructura Conceptual CST^{+AB}**

Luego de creado el respectivo instrumento y su guía de Llenado, se procedió a diseñar nuevamente la estructura conceptual del CST para las empresas de alimentos y bebidas (Cuadro 5).

Esta estructura está compuesta igualmente por ámbitos, los cuales se desglosan en los descriptores contemplados en cada ámbito. En síntesis se incluyeron (a la estructura conceptual antigua) los nuevos descriptores agregados y se demarcaron a cuales se les realizará cambios o cuales eran totalmente novedosos; y se eliminaron de la Estructura Conceptual los descriptores que no aplicaban para empresas gastronómicas.

■ Sub etapa # 10: Someter a Consideración Profesionales nuevo Instrumento CST ^{+AB}

Una vez creado el nuevo Instrumento CST ^{+AB} y la Guía de Llenado, se solicito a varios profesionales darle revisión a estos documentos con el fin de obtener recomendaciones de los profesionales y corregir errores presentes. El documento se envió vía correo electrónico a cada profesional y fue devuelto por la misma vía. Luego de devueltas las correcciones, se incorporaron al documento final.

Tipo De Estudio

El estudio se enmarca dentro del tipo de estudio Cualitativo, este tipo de estudio utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Algunas de las características del enfoque cualitativo en las cuales se fundamenta el presente trabajo, son las siguientes: el investigador plantea un problema, pero no sigue un proceso claramente definido; sus planteamientos no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo; en la mayoría de los estudios no prueban hipótesis, estas se generan durante el proceso y van refinándose conforme se recaban más datos o son un resultado del estudio; no se efectúa una medición numérica por lo cual el análisis no es estadístico; el investigador utiliza técnicas para recolectar datos como la observación, entrevistas, revisión de documentos, etc. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006)

Metodología para Recolección de Información

Para la recolección de información se elaboraron 2 instrumentos tipo encuesta los cuales fueron aplicados por medio de una entrevista personal, con cada uno de los empresarios involucrados.

- a. Tabla de Cotejo de Declaratoria Turística: elaborada a partir de los requerimientos solicitados por el ICT para la declaratoria de empresas gastronómicas, como empresas turísticas. Esta tabla consta de 44 preguntas, todas cerradas y divididas en 6 secciones.
- b. Tabla General de CST: cuya base de elaboración es la actual guía de aplicación de CST para empresas de hospedaje (la cual fue dividida y se eliminaron todas las preguntas estrictamente para hoteles). Esta tabla general está compuesta de 4 ámbitos, 23 descriptores y 135 preguntas.

Procedimientos y Técnicas de Análisis de Información.

La información se analizó principalmente por medio de hojas electrónicas de Microsoft Office Excel.

Después de haber aplicado la Tabla de Cotejo de Declaratoria Turística se ingresaron los resultados en una hoja electrónica de Microsoft Office Excel en la cual se marcaba con equis si la empresa poseía o no el rubro evaluado. Luego los componentes de la Tabla de Declaratoria Turística se agruparon por secciones en un cuadro y se volvió a crear otra hoja electrónica de Microsoft Office Excel en donde se incluyeron nuevamente los resultados de acuerdo a las áreas creadas. En cada área se obtuvo un porcentaje por empresa, y luego un porcentaje general de las tres empresas.

Con la aplicación de la Tabla General de CST se llevó a cabo el mismo proceso anterior. Luego de aplicar dicha tabla los resultados se tabularon en una hoja electrónica de Microsoft Office Excel, y se obtuvo un valor promedio por empresa, por descriptor y luego un promedio general de las tres empresas por cada descriptor.

CAPÍTULO IV – RESULTADOS

A continuación se presentarán los resultados obtenidos, luego de realizados todos los procesos descritos en el marco metodológico. Al igual que la investigación los resultados se presentarán de acuerdo a las etapas del estudio generadas.

Etapas I: Declaratoria Turística

Se inicio el proceso de las empresas para obtener la Declaratoria Turística con una primera visita de mi parte a las empresas, en la cual se le entregó a cada empresario todos los documentos necesarios para que conocieran el proceso de la Declaratoria y los requisitos a cumplir.


Luego de haber aplicado a cada empresa la Tabla de Cotejo de Declaratoria Turística, y haber procesado los resultados, se elaboró y entregó a cada empresa un Informe Ejecutivo de Resultados (Anexos 5.1, 5.2, 5.3) en el cual se demarcan los aspectos en los cuales cada empresa está en desventaja de acuerdo a los requisitos solicitados por el ICT para optar por la Declaratoria, además se incluyeron algunas recomendaciones y posibles soluciones para estos aspectos en los cuales estaban fallando las empresas con el fin de facilitarles más el proceso.

Con los resultados de la agrupación de la Tabla de Cotejo de Declaratoria Turística para empresas de AyB y su posterior tabulación, se formuló el siguiente cuadro con Indicadores sobre la Declaratoria Turística y su posterior “SEMÁFORO” con el cual se muestra de una mejor manera la situación actual en general de las empresas estudiadas, en cuanto a los requisitos de la Declaratoria Turística.

Cuadro 1: Indicadores de Declaratoria Turística y Tabla Semáforo elaborados a partir de los Resultados de la aplicación de Tabla Cotejo, favorable (color verde), debilidad (color amarillo) deficiencia (color rojo).

Indicadores Declaratoria Turística						
TABLA SEMÁFORO						
Rubros	Empresas	Happy Land	Don Rufino	La Choza del Laurel		SEMÁFORO GENERAL
Documentos		Verde	Verde	Verde		Verde
Materiales y Equipo		Amarillo	Amarillo	Verde		Amarillo
Personal		Amarillo	Amarillo	Verde		Amarillo
Acceso		Verde	Rojo	Amarillo		Amarillo
Menú		Rojo	Verde	Verde		Amarillo
Facilidades		Amarillo	Amarillo	Amarillo		Amarillo
Acondicionamiento del Lugar		Amarillo	Verde	Rojo		Amarillo
Seguridad		Rojo	Rojo	Rojo		Rojo

FUENTE: *Elaboración Propia*

Rangos de Puntaje a obtener	0-70	
	71-90	
	91-100	

En el cuadro 1 se evidencia claramente el estado, tanto individual como general, de las empresas analizadas.

Se puede ver que las empresas en general tienen un buen manejo de los documentos necesarios que son requisitos para obtener la declaratoria turística.

En la mayoría de los indicadores se encuentran en un nivel intermedio con algunas deficiencias, pero al ser tan elevado el rango o intervalo solicitado, esto demuestra que en realidad la empresa posee una deficiencia en el indicador, la cual es fácilmente superable; pero en el último indicador de Seguridad las tres empresas presentaron grandes deficiencias no logrando alcanzar por lo menos un nivel intermedio con el puntaje.

Con los indicadores anteriormente mostrados (cuadro 1) se logró obtener un Perfil General Básico de Organización Empresarial, de acuerdo a las fortalezas y debilidades que presenta cada indicador, los cuales se explican en la siguiente figura.



FUENTE: *Elaboración Propia*

Figura 3: Perfil General Básico de Organización Empresarial de acuerdo a las fortalezas, deficiencias o debilidades obtenidas en los Indicadores de Declaratoria Turística

En la Figura 3 se muestran las fortalezas y debilidades que presenta el sector empresarial con respecto a los requerimientos de la Declaratoria turística. Al igual que en la tabla semáforo, en esta figura se evidencia que la única fortaleza real (según lo dicho por los empresarios entrevistados) corresponde al manejo de la documentación necesaria para solicitar la Declaratoria Turística (círculo verde). El estudio revela también que en las empresas predomina una debilidad general en la mayoría de los indicadores (círculos amarillos). Y existe una gran deficiencia en general en todas las empresas en cuanto a seguridad que se brinda en el lugar (círculo rojo).

Etapa II: Certificado de Sostenibilidad Turística.


Con los resultados de la Aplicación de la Tabla General se obtuvo el siguiente cuadro en donde se muestra el estado de las empresas en cada Ámbito y sus Descriptores.

Cuadro 2: Ámbitos y Descriptores de CST y Tabla Semáforo Individual elaborados a partir de la aplicación de la Tabla General de CST, de acuerdo a los resultados obtenidos.

Ámbitos y Descriptores CST			
TABLA SEMÁFORO			
Empresas	Happy Land	Don Rufino	La Choza del Laurel
Rubros			
ENTORNO FÍSICO BIOLÓGICO			
Políticas y Programas			
Emisiones y Desechos			
Áreas Verdes		*	
Áreas Naturales			
Protección Flora y Fauna			
PLANTA DE SERVICIO			
Formulación de Políticas			
Consumo de Agua			
Consumo Energía			
Consumo de Productos			
Alimentos y Bebidas			
Limpieza y Cosméticos			
Manejo de Desechos			
Capacitación			
CLIENTE EXTERNO			
Comunicación y Participación			
Manejo de Grupos			
Medición de la Respuesta			
ENTORNO SOCIOECONÓMICO			
Beneficios Económicos Directos			
Beneficios Económicos Indirectos			
Contribución Desarrollo Local			
Contribución en Salud			
Infraestructura y Seguridad			

* La empresa no posee espacios naturales o áreas verdes

FUENTE: Elaboración Propia



Rangos de Puntaje a obtener	0-70	
	71-90	
	91-100	

En el cuadro 2 se muestran los resultados de la aplicación de la Tabla General de CST. Se observa que en general todas las empresas se encuentran en un mal estado de cumplimiento en la mayoría de los ámbitos y descriptores que incluye en CST. Ninguna empresa logró alcanzar el porcentaje adecuado fijado para obtener la luz verde del semáforo o la luz amarilla. En las áreas en las que se encuentran en un nivel intermedio algunas empresas, son básicamente en el último ámbito de entorno socioeconómico, principalmente en cuanto a los beneficios directos y en infraestructura y seguridad, pero de igual forma en los Indicadores de Sostenibilidad Empresarial mostrados en el cuadro 3 se observa que el porcentaje de cumplimiento de todos los indicadores (ámbitos) en general es muy muy bajo, esto se evidencia claramente en la tabulación de resultados de la Tabla General de CST (Apéndice 6)

Cuadro 3: Indicadores de Sostenibilidad Empresarial y Tabla Semáforo General elaborados a partir los resultados de los Ámbitos del cuadro 2, en donde favorable representa el color verde), Intermedio el color amarillo y deficiente color rojo.

Indicadores Sostenibilidad Empresarial						
TABLA SEMÁFORO						
Rubros	Empresas	Happy Land	Don Rufino	La Choza del Laurel		SEMÁFORO GENERAL
ENTORNO FISICO BIOLÓGICO						
PLANTA DE SERVICIO						
CLIENTE EXTERNO						
ENTORNO SOCIOECONÓMICO						

FUENTE: *Elaboración Propia*

Rangos de Puntaje a obtener	0-70	
	71-90	
	91-100	

En los Cuadros 2 y 3 se evidencia claramente el estado, tanto individual como general, de las empresas del área de AyB analizadas. Se puede ver que las empresas en general presentan un grave problema y deficiencias muy importantes en todos los ámbitos y descriptores que contempla el Instrumento General CST. Ninguna de las empresas logro alcanzar los niveles intermedio o superior estipulados para este estudio.

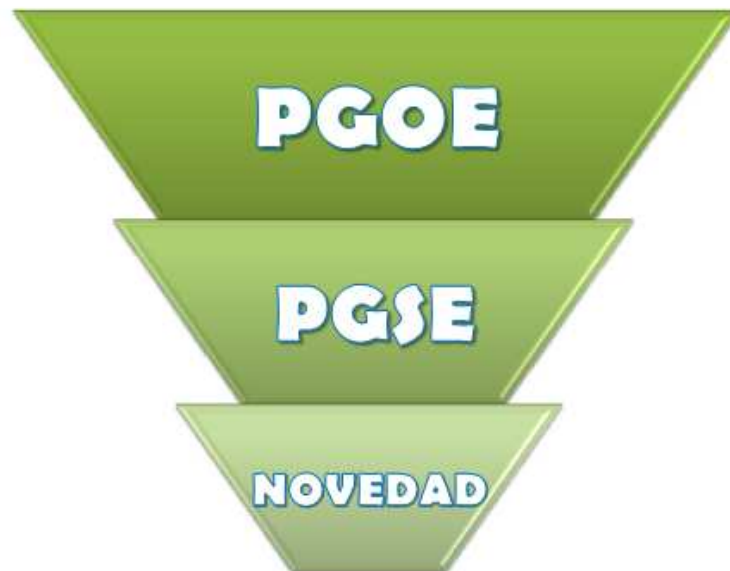


FUENTE: *Confección Natalia Álvarez Hernández, Estudiante GTRS ITCR – SSC*

Figura 4: Perfil General Básico de Sostenibilidad Empresarial de acuerdo a las fortalezas, deficiencias o debilidades obtenidas en algunos descriptores del CST.

Este perfil (figura 4) nos da una visión en cuanto a las fortalezas y debilidades que presenta el sector empresarial con respecto a algunos indicadores (descriptores) de Sostenibilidad, presentes en el instrumento CST. Al igual que en la tabla semáforo se evidencia que no existen fortalezas en ninguna de las empresas en cuanto a aspectos de índole sostenibles, algunos descriptores lograron alcanzar niveles intermedios en algunas empresas, pero esto no fue suficiente para poder obtener la luz verde que demuestra un nivel casi de excelencia en el cumplimiento de prácticas sostenibles.

Con la investigación llevada a cabo y el análisis de los resultados obtenidos con los instrumentos aplicados se generaron 3 grandes productos (figura 5) a saber:



FUENTE: *Confección Natalia Álvarez Hernández, Estudiante GTRS ITCR – SSC*

Figura 5: Resumen de Productos Creados con el presente trabajo

- 1- **PGOE:** Perfil General de Organización Empresarial. Este perfil fue obtenido gracias a los datos recolectados con la Tabla de Cotejo sobre Declaratoria Turística para empresas Gastronómicas aplicada a cada empresa seleccionada (Figura 3)

- 2- **PGSE:** Perfil General de Sostenibilidad Empresarial: este perfil se obtuvo gracias a la aplicación de la Tabla General de Cotejo sobre el CST (Figura 4)

- 3- **Novedad:** Por último, seguido de los perfiles, se creó el producto principal, la Nueva Dimensión de CST para Empresas Turísticas de Alimentos y Bebidas (figura 4), lo cual incluye el instrumento de Evaluación (Apéndice 7) y su respectiva Guía de Llenado (Cuadro 5).

Nueva Dimensión de CST



FUENTE: *Elaboración Propia*

Figura 6: Figura descriptiva de los componentes del producto principal creado para la Nueva Dimensión del CST

La propuesta final de la Nueva Dimensión del CST consistió en la creación de un instrumento que incluye 4 ámbitos, 25 descriptores y 173 preguntas para evaluar y categorizar a las empresas turísticas de alimentos y bebidas de acuerdo a las acciones de sostenibilidad que las mismas presenten.

Además del instrumento se creó una guía de llenado para cada uno de los nuevos descriptores y preguntas (39 en total) agregados al instrumento, con el fin de facilitar su interpretación, tanto para el empresario como para el evaluador. En esta guía se explicó detalladamente cómo se debe entender o leer correctamente cada uno de los aspectos incorporados al instrumento, es decir lo que se evalúa en cada pregunta y lo que se espera del empresario y de los clientes.

INCORPORACIONES AL INSTRUMENTO CST^{+AB} PROPUESTO

A continuación se presenta una tabla en donde se muestran cada una de las preguntas agregadas como novedad al instrumento de propuesta, en total se incorporaron 39 preguntas 4 descriptores totalmente nuevos.

Cuadro 4: Presentación de nuevos Descriptores y Preguntas agregados al Instrumento de CST^{+AB}

Instrumento CST ^{+AB}		
ÁMBITOS y Descriptores	Apreciación	Ponderación
ENTORNO FISICO BIOLOGICO		
1. Políticas y Programas		
2. Emisiones y Desechos		
4. Áreas Naturales		
5. Protección de Flora y Fauna		
5.7 La empresa apoya algún centro de rescate de animales afectados o en peligro de extinción.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
PLANTA DE SERVICIO		
6. Formulación de Políticas		
6.1 La empresa ha diseñado un Plan Estratégico (misión, visión, objetivos)	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
7. Consumo de Agua		
8. Consumo de Energía		
8.12 Se está haciendo uso de nuevas tecnologías para aumentar la eficiencia en el sistema de aire acondicionado.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
8.13 Se está haciendo uso de nuevas tecnologías para aumentar la eficiencia en el sistema de refrigeración.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
9. Consumo de Productos		
10. Alimentos y Bebidas		
10.8 El Restaurante ofrece platillos completamente orgánicos y da garantía	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3

de ello.		
10.9 El Restaurante posee su propio huerto de cultivo orgánico para consumo local.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
11. Limpieza y Cosméticos		
11.6 Se promueve el ahorro de productos en lavados como jabón, toallas de secado, etc.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
12. Manejo de Desechos		
12.5 Se ofrecen recipientes biodegradables para llevar comida	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
12.6 La empresa tiene un programa de devolución de recipientes biodegradables para llevar comida, donde los reutiliza mientras sea posible, y se brinda un incentivo a la persona que contribuya con este programa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
12.7 El aceite de cocina de desecho se almacena debidamente y se envía para ser reciclado o producido en Biodiesel.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
Desechos Orgánicos		
12.9 Los basureros para desechos orgánicos se encuentran en un lugar despejado y libre de contaminación o mal olor.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1
12.10 Los desechos orgánicos producidos en la empresa son enviados o donados a algún poblador local para alimento de animales o producción de compostaje.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
12.11 El restaurante está utilizando los desechos orgánicos para producir su propio compostaje y aplicarlo al huerto orgánico.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
13. Capacitación		
13.7 Todo el personal de restaurante se encuentra capacitado o tiene conocimiento de cómo se realiza una correcta separación de desechos	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1
CLIENTE EXTERNO		
14. Comunicación y Participación		
14.8 La empresa publica y promociona su política de compras y consumo a proveedores locales o regionales que presenten criterios ambientales y sociales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
15. Acondicionamiento del Comedor		
15.1 Se implementan acciones específicas de ahorro de productos ofrecidos en la mesa, servilletas, salsas, etc.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
15.2 El restaurante cumple con la Ley 7501, que separa las áreas de Fumado y No Fumado, y estas áreas están debidamente señalizadas	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
15.3 En las áreas aptas para fumadores existen condiciones para aminorar la contaminación del aire por esta acción.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
15.4 El establecimiento ofrece facilidades para que el cliente separe la basura por su cuenta.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
15.5 La Carta del Menú está confeccionada con papel reciclado	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3

15.6 La empresa utiliza la ventilación natural, reflexión de luz y calor, sombra natural y otros para procurar un ambiente agradable.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
16. Manejo de Higiene		
16.1 Se utilizan de preferencia artículos de limpieza reutilizables como servilletas, paños, etc.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
16.2 Se promueve el lavado constante de los artículos de limpieza utilizados por el personal de la empresa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
16.3 Se esterilizan al menos una vez por semana los accesorios utilizados en el comedor, y cocina para preparar y servir alimentos.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
17. Calidad del servicio		
17.1 La empresa posee estacionamiento proporcional a la capacidad del restaurante (1/15)	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
17.2 Se ofrece servicio a la mesa o existen saloneiros en el restaurante para atender la capacidad del salón.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
17.3 La empresa posee al menos un colaborador por jornada laboral que posea conocimiento de otro idioma, (inglés y/u otros) para brindar un mejor servicio al visitante extranjero	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
17.4 Todos los colaboradores están debidamente identificados y poseen uniformes para una mejor presentación personal.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
17.5 En la empresa existe un Menú Turístico para los visitantes extranjeros en donde se ofrezcan mayormente comidas nacionales y regionales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
18. Manejo de Grupos		
19. Medición de la Respuesta		
ENTORNO SOCIOECONÓMICO		
20. Beneficios Económicos Directos		
21. Beneficios Económicos Indirectos		
21.10 Se incentiva al cliente a consumir diferentes platillos locales, y se dona un porcentaje de la ganancia de ese platillo a alguna fundación, programa social o de beneficencia local.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
21.11 Más del 60% de los proveedores de la empresa son locales o regionales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
22. Contribución al Desarrollo Cultural		
23. Contribución en Salud		
24. Aplicación Ley 7600 y su reglamento		
24.1 El mostrador posee una adecuación para personas con capacidad	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2

física restringida		
24.2 Las mesas poseen las dimensiones necesarias estipuladas en la Ley 7600.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
24.3 El espacio para la correcta movilización de personas con discapacidad dentro del restaurante sigue lo normado en la ley	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
24.4 Los servicios sanitarios, lavados, puertas, barandas, agarraderas y cualquier otro detalle arquitectónico en las instalaciones de servicios sanitarios poseen las adecuaciones de acceso para las personas con discapacidad	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
24.5 Existe en la empresa una persona capacitada para atender a personas con discapacidad, según sus necesidades.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
24.6 El restaurante posee diferentes presentaciones del menú, para que pueda ser comprendido por personas con discapacidad visual o de lectura	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
24.7 En el caso de estar a desnivel con el piso, el acceso físico a las diferentes áreas que ofrece el restaurante se encuentra adecuado para personas con capacidad física restringida etc).	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
24.8 La empresa cuenta con menaje de mesa apropiado para diferentes discapacidades físicas.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
25. Infraestructura y Seguridad		

FUENTE: *Elaboración Propia*

Criterios para Ponderación

1= Importancia Baja.
2= Importancia Media
3= Importancia Alta

A cada pregunta se le asignó una ponderación del 1 al 3, en donde 1 representa una importancia baja, 2 representa una importancia media y 3 representa una importancia alta.

Después de un análisis de la información, se procedió a confeccionar la anterior herramienta CST ^{+AB} (instrumento de propuesta) mostrada arriba (cuadro 4) con algunas novedades a incluir dentro del actual sistema del ICT, para que sea posible la certificación de empresas de Alimentos y Bebidas, con fundamentos reales y aplicables cien por ciento a este tipo de empresas. En la tabla se muestran los 4 ámbitos del CST, los cuales incluyen, 25 descriptores y todas las preguntas que aparecen anteriormente (39 en total), son las novedades agregadas para evaluar a las empresas gastronómicas.

GUIA DE LLENADO

A continuación se presenta la guía de llenado para todas las preguntas incorporadas (cuadro 4), en donde se explica detalladamente lo que se pretende evaluar en cada pregunta y lo que se espera del empresario y el visitante.

Cuadro 5: Presentación de la Guía de Llenado para las nuevas preguntas incorporadas al Instrumento de CST

Instrumento CST^{+AB}	
ENTORNO FÍSICO BIOLÓGICO.	
5. Protección de Flora y Fauna	
<p>Preg. 5.7 La empresa apoya algún centro de rescate de animales afectados o en peligro de extinción.</p> <p>¿Que se evalúa? Si la empresa realiza contribuciones de carácter económico o utiliza algún otro incentivo, para ayudar a lugares en donde se brinde cuidado a animales afectados o en peligro de extinción, y que luego sean devueltos a su entorno natural.</p> <p>¿Que se espera? Que el empresario se sensibilice y tome conciencia con el ambiente y sus especies, y pueda traducir su ejemplo a los visitantes. Contribuir con los lugares de rescate y protección de animales para que puedan seguir llevando a cabo esta importante acción de protección al ambiente.</p>	
PLANTA DE SERVICIO	
6. Formulación de Políticas	
<p>Preg. 6.1 La empresa ha diseñado un Plan Estratégico (misión, visión, objetivos).</p> <p>¿Que se evalúa? Si la empresa ha confeccionado un planeamiento a futuro. Que posea el documento impreso. Que se haya comunicado con todos los colaboradores y que se esté verificando periódicamente su cumplimiento.</p> <p>¿Que se espera? Que la empresa posea un rumbo y se dirija correctamente. Que los colaboradores entiendan y se involucren en los planes. Que la empresa tenga la capacidad de prevenir posibles problemas, buscar y encontrar la forma más segura de resolverlos.</p>	
8. Consumo de Energía	
<p>Preg. 8.12 Se está haciendo uso de nuevas tecnologías para aumentar la eficiencia en el sistema de aire acondicionado.</p> <p>Preg. 8.13 Se está haciendo uso de nuevas tecnologías para aumentar la eficiencia en el sistema de refrigeración</p>	

Estas preguntas anteriormente estaban contempladas en una misma, pero fueron divididas para efectos de una mejor aplicación, ya que al evaluar 2 aspectos distintos (aire acondicionado y refrigeración) se dejaba un cierto margen de error, puesto que algunos restaurante no poseen aire acondicionado, pero si sistema de refrigeración.

10. Alimentos y Bebidas

Preg. 10.8 El Restaurante ofrece platillos completamente orgánicos y da garantía de ello.

¿Que se evalúa?

Si en el Menú existe una sección donde se ofrezcan platillos completamente orgánicos, y se le da garantía al cliente de ello, nombrando la certificadora o proveedor certificado del cual se adquieren los productos.

¿Que se espera?

Reducir el consumo de productos cultivados con químicos, y reducir los efectos negativos para el ambiente por la excesiva utilización de los mismos. Ampliar y variar el menú ofrecido, brindando la oportunidad de degustar una comida completamente saludable.

Preg. 10.9 El Restaurante posee su propio huerto de cultivo orgánico para consumo local.

¿Que se evalúa?

Si en la propiedad del restaurante se cultivan productos a pequeña escala aprovechables en el comedor, sin utilizar ningún tipo de químicos durante todo el proceso de producción, sino más bien utilizando el control biológico de plagas.

¿Que se espera?

Crear una política de consumo, prefiriendo los productos orgánicos, tanto por el empresario como por el consumidor. Que el empresario aprenda a cultivar y preferir los productos orgánicos. Que los clientes, por medio del ejemplo, se acostumbren a consumir alimentos orgánicos y saludables, y que sepan que de esa manera están contribuyendo con el medio ambiente.

11. Limpieza y Cosméticos

Preg. 11.6 Se promueve el ahorro de productos en lavados, jabón, toallas de secado, etc.

¿Que se evalúa?

Si al interior de la empresa existe alguna campaña, carteles o elementos que informen y concienticen al visitante y a los colaboradores a utilizar correctamente los productos ofrecidos en las áreas de lavado de manos y sanitarios.

¿Que se espera?

Concientizar al visitante y a los colaboradores a utilizar solamente lo necesario para reducir el gasto excesivo de estos productos, y reducir así los desechos generados. Disminuir los costos de producción.

12. Manejo de Desechos

Preg. 12.5 Se ofrecen recipientes biodegradables para llevar comida

¿Que se evalúa?

Si la empresa ofrece recipientes de diversos tamaños o capacidades, que sean completamente biodegradables, en caso de que el cliente solicite su comida para llevar.

¿Que se espera?

Reducir completamente el consumo de recipientes de plástico, cartón, estereofón y

tetrabrik.

Preg. 12.6 La empresa tiene un programa de devolución de recipientes biodegradables para llevar comida, los reutiliza mientras sea posible, y se brinda un incentivo a la persona que contribuya con este programa.

¿Qué se evalúa?

La presencia de carteles o anuncios dentro de las instalaciones de la empresa que invite a los clientes a la devolución de recipientes biodegradables. Brindar algún incentivo para este programa, por ejemplo por cada 10 recipientes devueltos, la persona obtendrá un platillo gratis.

¿Qué se espera?

Incorporar a los clientes a los programas de sostenibilidad haciendo que lleven a cabo prácticas de sostenibilidad y se preocupen por reducir los desechos. Que el cliente se identifique con la empresa y continúe visitándola y siendo parte de sus acciones para proteger el ambiente.

Preg. 12.7 El aceite de cocina de desecho se almacena debidamente y se envía para ser reciclado o producido en Biodiesel.

¿Que se evalúa?

Las acciones que la empresa realice para desechar el aceite de cocina ya utilizado, si se almacena correctamente para ser donado o vendido a lugares en donde se reutilice con otros fines ecológicos como la producción de biodiesel.

¿Que se espera?

Desechar correctamente el aceite de cocina, una vez que se ha utilizado para reducir la contaminación del ambiente por esta práctica. Concientizar al empresario para que se resuelva a donar o vender este desecho, en lugar de botarlo por la tubería. Contribuir con la generación de este combustible alterno, el Biodiesel.

Desechos Orgánicos

Preg. 12.9 Los basureros para desechos orgánicos se encuentran en un lugar despejado y libre de contaminación o mal olor.

¿Que se evalúa?

Si la empresa almacena los desechos orgánicos en recipientes adecuados e identificados, y ubica los basureros recolectores de desechos orgánicos en lugares abiertos y despejados, para evitar los malos olores y la posible contaminación de otros productos o alimentos por los insectos o animales que se acerquen.

¿Que se espera?

Que la empresa tenga un adecuado manejo de desechos orgánicos, para evitar la contaminación de otros productos, o el mal olor que atraiga insectos u roedores al interior de la empresa.

Preg. 12.10 Los desechos orgánicos producidos en la empresa son enviados o donados a algún poblador local para alimento de animales o producción de compostaje

¿Que se evalúa?

Si la empresa almacena sus desechos orgánicos y luego los envía a algún poblador local que los utilice para alimento de animales o la producción de compost para cultivos.

¿Que se espera?

Utilizar correctamente los alimentos que son desecho orgánico. Que el empresario aprenda a separar los desechos que pueden ser utilizables. Contribuir con algún o varios pobladores locales.

Preg. 12.11 El restaurante está utilizando los desechos orgánicos para producir su propio abono compost y aplicarlo al huerto orgánico de su propiedad.

¿Que se evalúa?

Si el empresario aplica de manera adecuada los desechos orgánicos generados en su restaurante a su propio huerto, o genera compost para abonar el mismo.

¿Que se espera?

Que el empresario se deshaga correctamente de los desechos orgánicos producidos en su actividad, y los utilice para fertilizar el suelo donde se cultivan productos orgánicos.

13. Capacitación

Preg. 13. 7 Todo el personal de restaurante se encuentra capacitado o tiene conocimiento de cómo se realiza una correcta separación de desechos.

¿Que se evalúa?

Si el personal de la empresa conoce y puede enseñar a otros como se debe realizar una adecuada separación de desechos y como se realiza en la empresa, y saber cuáles desechos no se pueden reciclar con el fin de reducir o evitar completamente su consumo.

¿Que se espera?

Que exista una capacitación de la empresa hacia los empleados para que estos conozcan como se deben separar los desechos generados, con el fin de que los empleados puedan transmitir sus conocimientos y pongan en práctica lo aprendido en sus casas y con sus familiares.

CLIENTE EXTERNO

14. Comunicación Y Participación

Preg. 14.8 La empresa publica y promociona su política de compras y consumo a proveedores locales o regionales que presenten criterios ambientales y sociales.

¿Que se evalúa?

Las practicas que lleve a cabo la empresa para dar a conocer la políticas de compras a proveedores consientes que posean criterios ambientales y sociales, especialmente proveedores locales o regionales. Si se muestra o se promociona por medio de la Web esfera su política, o por medio de volantes o carteles.

¿Que se espera?

Que los clientes conozcan más acerca de la empresa que visitan y estén seguros de que los productos consumidos vienen de buenas fuentes, pero sobre todo que están comprometidas con el ambiente y la sociedad

15. Acondicionamiento del Comedor

Preg. 15.1 Se implementan acciones específicas de ahorro de productos ofrecidos en la

mesa como servilletas, salsas, etc.

¿Que se evalúa?

Anuncios que estén a simple vista, ya sea en la misma mesa o en otras áreas, donde se incentive al cliente a utilizar de forma moderada los productos ofrecidos en la mesa, para reducir su desperdicio y desechos excesivos generados.

¿Que se espera?

Concientizar a los clientes para que utilicen solo los productos necesarios, sin excederse. Crear una política de ahorro de productos en los visitantes, para que se acostumbren a utilizar lo necesario y apliquen y transmitan estos principios en sus casas y con conocidos.

Preg. 15.2 El restaurante cumple con la Ley 7501, que separa las áreas de Fumado y No Fumado, estas áreas están debidamente señalizadas

¿Que se evalúa?

La presencia en algún sector del local de algún cartel que informe al visitante sobre el cumplimiento de la Ley de Fumado. Que se observe claramente desde la entrada al lugar, las áreas en las cuales es permitido fumar o las áreas en las que se prohíbe esta práctica.

¿Que se espera?

Que el visitante pueda identificar desde que ingresa su área de preferencia, sea de fumado o no, y evitar así malentendidos producto de la mala información. La satisfacción de todo tipo de cliente.

Preg. 15.3 En las áreas aptas para fumadores existen condiciones para aminorar la contaminación del aire por esta acción.

¿Que se evalúa?

Presencia de algún sistema interno que descontamine o reduzca la contaminación del aire producto de esta acción.

¿Que se espera?

Proporcionar un ambiente sano y agradable a todo tipo de cliente, sin limitar las acciones de algunos visitantes.

Preg. 15.4 El establecimiento ofrece facilidades para que el cliente separe la basura por su cuenta.

¿Que se evalúa?

Presencia en el área de comedor y área de acceso o salida de basureros debidamente señalizados y con información ilustrativa que ayude al cliente a separar algunos de los desechos que él mismo pueda producir.

¿Que se espera?

Llevar a otro nivel la separación de basura en la empresa, que sean los mismos clientes los que realicen la separación. Integrar a los clientes en las acciones de sostenibilidad que realiza la empresa. Educar y enseñar a los visitantes a separar los desechos para un mejor manejo y disposición final de los mismos.

Preg. 15.5 La Carta del Menú está confeccionada con papel reciclado

¿Que se evalúa?

Que todos los tipos de menú (vinos, bebidas, comidas, etc) estén confeccionados con material reciclable y los adornos que presenten los mismos sean de objetos y materiales reciclables o de desecho.

¿Que se espera?

Dar una buena impresión de la empresa ante el visitante al no utilizar el papel, cartón o plástico común para elaborar el menú. Contribuir con la conservación del ambiente y la reducción de la corta de árboles para elaborar papel y sus derivados.

Preg. 15.6 La empresa utiliza la ventilación natural, reflexión de luz y calor, sombra natural y otros para procurar un ambiente agradable.**¿Que se evalúa?**

El espacio del salón comedor, que posea buena ventilación y sombra natural para dar tranquilidad. Presencia de árboles y plantas al exterior e interior del lugar. Que exista una adecuada reflexión de luz, que se permita ingresar la luz solar por medio de traga luces, grandes ventanales o paredes abiertas para evitar la iluminación artificial o el uso de sistema de aire acondicionado o ventiladores.

¿Que se espera?

Reducir al máximo el consumo de energía por artefactos eléctricos, aire acondicionado, ventiladores, bombillas, lámparas etc. Procurar un excelente ambiente al visitante lo más natural posible.

16. Manejo de Higiene**Preg. 16.1 Se utilizan de preferencia artículos de limpieza reutilizables como servilletas de tela, paños, etc.****¿Que se evalúa?**

Utilización de artículos de limpieza de tela u otros materiales que permitan su uso variado sin desechar constantemente.

¿Que se espera?

Reducir al máximo los desechos de productos no reutilizables. Compromiso por parte del empresario y los colaboradores a utilizar estos artículos reutilizables en lugar de estar desechando constantemente y después de cada limpieza los artículos.

Preg. 16.2 Se promueve el lavado constante de los artículos de limpieza utilizados por el personal de la empresa.**¿Que se evalúa?**

La higiene de los artículos de limpieza, que se promueva entre los colaboradores el lavado constante de estos artículos. El olor que despidan cuando se realiza la limpieza en presencia de los visitantes.

¿Que se espera?

Reducir la mala imagen que se tiene de limpiar diferentes áreas con el mismo artículo sin lavar y en presencia de los visitantes. Compromiso por parte de los colaboradores a utilizar y lavar constantemente estos artículos de limpieza.

Preg. 16.3 Se esterilizan al menos una vez por semana, los accesorios utilizados en el comedor y cocina para preparar y servir alimentos.

¿Que se evalúa?

El área de cocina debe poseer una batería de lavado, de tipo industrial, dotada de su respectiva agua caliente (Manual de Aplicación (ICT)). Los accesorios se deben esterilizar como mínimo una vez por semana y sin utilizar productos que contengan químicos.

¿Que se espera?

Brindar un servicio de calidad con buenas prácticas de higiene. Evitar posibles bacterias, virus o contagio de enfermedades por contacto excesivo de humanos y mala higiene. Proporcionar una imagen segura y de higiene en la empresa.

17. Calidad del Servicio

Preg. 17.1 La empresa posee estacionamiento proporcional a la capacidad del restaurante (1/15)

¿Que se evalúa?

El área de estacionamiento debe estar debidamente demarcada, puede encontrarse a una distancia no superior a los 100 m, en relación a la ubicación de la empresa. Existirá un espacio de estacionamiento por cada 15 personas como mínimo. (Manual de Aplicación (ICT)).

¿Que se espera?

Brindar un adecuado servicio de estacionamiento a los visitantes. No comprometer la venta del establecimiento sin poseer estacionamiento para todos los vehículos.

Preg. 17.2 Se ofrece servicio a la mesa o existen saloneros en el restaurante para atender la capacidad del salón.

¿Que se evalúa?

Que existan saloneros en el restaurante o en su defecto al menos esté una persona disponible en caso de que lleguen personas que requieran ayuda en el servicio. Que la cantidad de saloneros sea proporcional a la cantidad de mesas. La cantidad establecida es 1 salonero por cada 6 mesas de 4 asientos.

¿Que se espera?

Brindar el mejor servicio a los visitantes, en el menor tiempo posible. Atender y despejar las dudas o consultas que se presenten en todos los visitantes. Que las personas con discapacidad puedan ser atendidas debidamente. Que el cliente se sienta a gusto con la atención.

Preg. 17.3 La empresa posee al menos un colaborador por jornada laboral que posea conocimiento de otro idioma, (inglés y/u otros) para brindar un mejor servicio al visitante extranjero

¿Que se evalúa?

Si al menos uno o más colaboradores por jornada laboral hablan otros idiomas (además del español) y puede atender o comunicarse perfectamente con el visitante extranjero.

¿Que se espera?

Que el visitante extranjero pueda ser atendido de la mejor forma sin que el idioma sea un

limitante. Que exista una buena comunicación entre el salonero y el visitante para poder brindar un mejor servicio y obtener la satisfacción del cliente.

Preg. 17.4 Todos los colaboradores están debidamente identificados y poseen uniformes para una mejor presentación personal.

¿Que se evalúa?

La utilización de uniformes que identifique al personal de la empresa. La identificación de los mismos colaboradores, y el estado de deterioro de los uniformes.

¿Que se espera?

Brindar una mejor imagen y servicio personalizado a los visitantes. Que se creen lazos de amistad o buenas relaciones entre los visitantes persistentes y los colaboradores.

Preg. 17.5 En la empresa existe un Menú Turístico para los visitantes extranjeros en donde se ofrezcan mayormente comidas nacionales y regionales.

¿Que se evalúa?

Que el menú contemple todo lo que se estipula. Sea de oferta económica y atractiva para un poder adquisitivo moderado, que incluya los platillos más populares en la localidad o región, y que se encuentre traducido en al menos 2 idiomas más, además del español.

¿Que se espera?

Que los visitantes extranjeros conozcan y degusten la comida nacional. Que los clientes puedan tener una buena interpretación del menú gracias a los idiomas en el que está confeccionado.

ENTORNO SOCIOECONÓMICO

21. Beneficios Económicos Indirectos

Preg. 21.10 Se incentiva al cliente a consumir diferentes platillos locales, y se dona un porcentaje de la ganancia de ese platillo a alguna fundación, programa social o de beneficencia local.

¿Que se evalúa?

Programas o acciones visibles o incluidas en el menú que incentiven al visitante a consumir determinados platillos sabiendo que contribuirá con alguna fundación social.

La contribución que se realice deberá estar garantizada por la fundación a la que se ayude.

¿Que se espera?

Brindar ayuda económica a fundaciones u organizaciones locales para el desarrollo de la comunidad y para tratar problemáticas sociales. Aceptación y compromiso del empresario en este tema.

Preg. 21.11 Más del 60% de los proveedores de la empresa son locales o regionales.

¿Que se evalúa?

Que más de la mitad de los proveedores de cualquier producto, ya sea de comida, artículos, etc, sean de la localidad o de la región, o en su defecto a nivel nacional.

¿Que se espera?

Compromiso del empresario en mantener encadenamientos con los productores locales.

Compromiso de los proveedores de brindar un excelente servicio y productos, especialmente los que sean del área de alimentos, que estén frescos y a tiempo.

24. Aplicación Ley 7600 y su reglamento

Preg. 24.1 El mostrador posee una adecuación para personas con capacidad física restringida

¿Que se evalúa?

Los restaurantes que ofrezcan servicio de bar y posean mostrador o barra, deberán contar con al menos un espacio a desnivel, exclusivo para personas con alguna discapacidad. La altura del mostrador deberá de ser de 80 cm exactos.

Véase Reglamento a la Ley 7600 de Igualdad de Oportunidades para personas discapacitadas, específicamente el capítulo IV acceso al espacio físico y todos sus artículos. Reglamento disponible a texto completo en <http://www.cnree.go.cr/en/biblioteca-legislacion/decreto-26831-mp-reglamento-a-la-ley-7600-de-igualdad-de-oportunidades-para-personas-discapaci.html>

¿Que se espera?

Brindar igualdad de oportunidades para todos los visitantes. La satisfacción del cliente que presente alguna discapacidad física.

Preg. 24.2 Las mesas poseen las dimensiones necesarias estipuladas en la Ley 7600 y su reglamento.

¿Que se evalúa?

Las medidas de una mesa de restaurante deberán estar de acuerdo a las medidas de una silla de ruedas, es decir se deberá brindar la facilidad para que una silla de ruedas ingrese fácilmente al lugar y pueda utilizar la mesa para comer sin necesidad de cambiarse de asiento.

Véase Reglamento a la Ley 7600 de Igualdad de Oportunidades para personas discapacitadas, específicamente el capítulo IV acceso al espacio físico y todos sus artículos. Reglamento disponible a texto completo en <http://www.cnree.go.cr/en/biblioteca-legislacion/decreto-26831-mp-reglamento-a-la-ley-7600-de-igualdad-de-oportunidades-para-personas-discapaci.html>

¿Que se espera?

Brindar igualdad de oportunidades a las personas con discapacidad. La satisfacción del cliente que presente alguna discapacidad física.

Preg. 24.3 El espacio para moverse dentro del restaurante es el adecuado según lo estipulado en la ley y su reglamento para la correcta movilización de personas con discapacidad

¿Que se evalúa?

Según la ley 7600, el espacio adecuado para propiciar un correcto desplazamiento de personas con alguna discapacidad en pasillos al interior del restaurante deberá de ser de 120 cm mínimo.

Véase Reglamento a la Ley 7600 de Igualdad de Oportunidades para personas discapacitadas, específicamente el capítulo IV acceso al espacio físico y todos sus artículos.

Reglamento disponible a texto completo en <http://www.cnree.go.cr/en/biblioteca-legislacion/decreto-26831-mp-reglamento-a-la-ley-7600-de-igualdad-de-oportunidades-para-personas-discapaci.html>

¿Que se espera?

Brindar igualdad de oportunidades a las personas con discapacidad. La satisfacción del cliente que presente alguna discapacidad física.

Preg. 24.4 Los servicios sanitarios, lavados, puertas, barandas, agarraderas y cualquier otro detalle arquitectónico en las instalaciones de servicios sanitarios poseen las adecuaciones de acceso para las personas con discapacidad

¿Que se evalúa?

Los servicios sanitarios deberán poseer las siguientes medidas, 225 * 225 cm mínimo con barras a ambos lados si el servicio están en el centro, con 1 barra si esta junto a la pared. Deben estar a máximo 90 cm del suelo la pañera, toallero, barandas y agarraderas.

Las puertas deberán de ser de 120 cm mínimo de ancho y deberán abrir hacia fuera o serán corredizas. Para el caso de los lavados o fregaderos deben estar a máximo 85 cm el espejo (borde inferior) y el lavatorio.

Véase Reglamento a la Ley 7600 de Igualdad de Oportunidades para personas discapacitadas, específicamente el capítulo IV acceso al espacio físico y todos sus artículos.

Reglamento disponible a texto completo en <http://www.cnree.go.cr/en/biblioteca-legislacion/decreto-26831-mp-reglamento-a-la-ley-7600-de-igualdad-de-oportunidades-para-personas-discapaci.html>

¿Que se espera?

Brindar igualdad de oportunidades a las personas con discapacidad. La satisfacción del cliente que presente alguna discapacidad física.

Preg. 24.5 Existe en la empresa al menos una persona capacitada para atender a personas con discapacidad, según sus necesidades.

¿Que se evalúa?

Si en la empresa existe al menos una persona por jornada capacitada o con conocimiento para comunicarse por lenguaje de señas (Lesco) con los discapacitados que lo requieran.

¿Que se espera?

Brindar igualdad de oportunidades a las personas con discapacidad. La satisfacción del cliente que presente alguna discapacidad física.

Preg. 24.6 El restaurante posee diferentes presentaciones del menú, para que pueda ser comprendido por personas con discapacidad visual o de lectura

¿Que se evalúa?

Si en la empresa existe un menú adecuado para personas no videntes, o un menú ilustrativo para personas con discapacidad de habla, entre otros.

¿Que se espera?

Brindar igualdad de oportunidades a las personas con discapacidad. La satisfacción del cliente que presente alguna discapacidad física.

Preg. 24.7 En el caso de estar a desnivel con el piso, el acceso físico a las diferentes áreas que ofrece el restaurante se encuentra adecuado para personas con capacidad física restringida.

¿Qué se evalúa?

En caso de que las instalaciones se encuentren a desnivel con el piso, deberá existir facilidades para ingresar, rampas barandas, entre otros.

Véase Reglamento a la Ley 7600 de Igualdad de Oportunidades para personas discapacitadas, específicamente el capítulo IV acceso al espacio físico y todos sus artículos. Reglamento disponible a texto completo en <http://www.cnree.go.cr/en/biblioteca-legislacion/decreto-26831-mp-reglamento-a-la-ley-7600-de-igualdad-de-oportunidades-para-personas-discapaci.html>

¿Qué se espera?

Brindar igualdad de oportunidades a las personas con discapacidad. La satisfacción del cliente que presente alguna discapacidad física.

Preg. 24.8 La empresa cuenta con menaje de mesa apropiado para diferentes discapacidades físicas.

¿Qué se evalúa?

Que exista menaje (utensilios) como vasos, platos especializados, cogedores de instrumentos para comer, adecuados para personas con alguna discapacidad como no videntes, personas con párkinson, entre otros.

¿Qué se espera?

Brindar la posibilidad a todos los visitantes de disfrutar diferentes platillos sin restricción por enfermedades o padecimientos.

FUENTE: *Elaboración Propia*



FUENTE: Elaboración Propia

Figura 7: Componentes de la Propuesta de Instrumento CST^{+AB}

En la figura anterior se muestran en secuencia, los componentes de la propuesta de instrumento aquí planteada, iniciando con el Instrumento nuevo de CST^{+AB}, el cual a su vez, está compuesto de 4 ámbitos, 25 descriptores (cuatro de ellos totalmente nuevos, agregados para esta propuesta) y sus correspondientes preguntas, 173 en total, de las cuales, 39 de estas fueron formuladas como novedad para el instrumento, y las mismas se explican detalladamente en la Guía de Llenado (cuadro 5).

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La intención de contemplar la Declaratoria Turística en este trabajo era ayudar a las empresas de alimentos y bebidas a iniciar con este proceso, entregándoles toda la documentación necesaria y despejando dudas del mismo. Nunca fue un requisito para los empresarios obtener dicha declaratoria, puesto que se deben tomar en cuenta muchos factores que lo impide, limitantes tanto a lo externo como interno de la empresa por ejemplo falta de tiempo de los empresarios para llevar a cabo toda la tramitología, y falta de recursos económicos para realizar modificaciones de acuerdo a los aspectos negativos encontrados con la evaluación.

Se observa gracias a los resultados de la Tabla de Cotejo de DT, que todas las empresas poseen un excelente manejo de documentación necesaria para iniciar el proceso de solicitud de Declaratoria ante el ICT. Lo más preocupante es que en lo que respecta a seguridad en el restaurante, todas las empresas presentan grandes deficiencias; no existen sistemas contra incendios, ni rotulación de seguridad, y en algunas empresas ni siquiera existe un botiquín básico de primeros auxilios, entre otros aspectos fundamentales para situaciones de emergencia. En general los resultados tuvieron una calificación intermedia de acuerdo a los rangos fijados, y si se le diera prioridad a estas áreas se podría alcanzar fácilmente el nivel aceptable, lo que dejaría una muy alta probabilidad de obtener la Declaratoria Turística cuando el personal del ICT visitara y evaluara la empresa (véase cuadro 1 y 2).

En la Figura 4 se evidencia que existen algunas deficiencias más leves (círculo amarillo) en las empresas. Por ejemplo el consumo de agua y energía no se monitorea continuamente, aunque si se llevan a cabo algunas acciones para reducir su uso (como utilización de dispositivos para ahorro, “campañas” para ahorro de agua y energía), pero aún así no se tiene como prioridad reducir al máximo su consumo. En los demás aspectos contemplados, en general las 3 empresas poseen problemas muy serios de cumplimiento ya que no presentan indicios de prácticas sostenibles realizadas en los diferentes procesos de la empresa.

Con los resultados mostrados en los cuadros 2 y 3, y en la figura 4 se evidencia una situación preocupante. Los datos obtenidos son alarmantes y demuestran que hay mucho trabajo por realizar en cuanto a aspectos de sostenibilidad para las micro empresas turísticas de Alimentos y Bebidas, esto podría deberse al desinterés por parte de la entidad de turismo respectiva, ya que no se les incluye a menudo en programas turísticos o de otra índole para efectos de mercadeo y promoción, como si lo hacen con otras empresas del ámbito turístico.

El instrumento creado fue revisado por diferentes profesionales, profesores del ITCR del área de turismo específicamente, personal de la Oficina Regional ICT en Ciudad Quesada y profesionales del área de Alimentos y Bebidas del Colegio Técnico de Venecia. Cada uno de los profesionales aportó sugerencias en diferentes secciones del instrumento y en la guía de Llenado. Se incluyeron en el nuevo instrumento descriptores muy importantes como los de Manejo de Higiene, Calidad del Servicio, Acondicionamiento del Comedor y sobre todo de la Aplicación de la Ley 7600, aspecto que en los instrumentos actuales no se contempla, lo cual genera disconformidad entre los profesionales que conocen el programa del CST.

Con el aval de los profesionales, se puede decir que el instrumento incluye y presenta aspectos muy importantes relacionados con la gestión diaria de las empresas de AyB. Es por esto que el instrumento presenta un grado alto de profesionalismo, lo cual podría considerarse como un factor fundamental para la adopción del mismo por parte del ICT. La intención es que se inicie el respectivo proceso para validar esta herramienta lo más rápido posible, y poder ver pronto a las empresas de alimentos y bebidas alcanzando esta importante certificación, que les permita integrarse todavía más, al ámbito turístico

El descriptor 24 Aplicación de ley 7600 y su reglamento, se incorporó al ámbito Entorno Socioeconómico tomando en cuenta que las personas con discapacidad deben recibir un trato equivalente al que recibe cualquier otra persona. Sin embargo se hace la aclaración de que dicho descriptor se debe aplicar y cumplir a lo largo de cualquier proceso o actividad que desarrolle la empresa, debe ir transversal a ellos.

CAPÍTULO V - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Conclusiones

- La mayoría de los empresarios no poseía gran conocimiento sobre la Declaratoria Turística, los requisitos que solicita cumplir el ICT, y el proceso en general que se requiere llevar a cabo para poder obtener esta declaratoria.
- En general las empresas si cumplían con la mayoría de los requisitos solicitados para obtener la Declaratoria Turística, a pesar de que se presentaron resultados en niveles intermedios de los rangos propuestos.
- Los intervalos de puntaje que se propusieron para las tablas semáforo buscaban la exigencia del cumplimiento casi total en cada rubro, para obtener un puntaje favorable.
- Los requisitos sobre Declaratoria Turística en los cuales las tres empresas presentaban una gran debilidad son: materiales y equipos, personal, y principalmente en aspectos de seguridad en el restaurante.
- En cuanto a la debilidad que presentan los restaurantes estudiados en el aspecto de seguridad, es necesario recalcar que las empresas están fallando en requisitos como botiquín para primeros auxilios, sistemas contra incendios y rotulación de seguridad. Esto no quiere decir que estos restaurantes sean lugares inseguros y no se les deba visitar, sino que no están cumpliendo con algunos de los requisitos solicitados por el ICT para la completa seguridad del visitantes en caso de eventuales problemas que se puedan presenten.

- Es necesario que una persona con conocimientos en el área de turismo asesore a los empresarios si pretenden llevar a cabo el proceso de Declaratoria Turística. Y más aún si se implementara esta propuesta de CST^{AB} para empresas turísticas de alimentos y bebidas, ya que se evidencio con el estudio que en la mayoría de los casos el empresario no posee ni el tiempo suficiente ni los conocimientos necesarios para encargarse de dichos procesos.
- En cuanto a los aspectos de Sostenibilidad Turística, las tres empresas estudiadas presentaron resultados negativo, no lograron alcanzar el rango de puntaje intermedio o superior en ningún porcentaje favorable, ni de forma individual, ni general. Esto actualmente puede no ser un problema para el empresario y el restaurante ya que por el momento no están optando por ninguna certificación, sin embargo a la larga puede representar un gran problema para la comunidad y el mismo restaurante.
- Las empresas presentan fortalezas en cuando a infraestructura y elementos materiales o de estética se refiere, sin embargo en prácticas para proteger los recursos naturales o contribución con la comunidad local presentan grandes deficiencias evidenciadas con los resultados de los cuadros 2 y 3.
- Existe mucho desconocimiento por parte de los empresarios contactados, sobre el concepto y los alcances del Certificado de Sostenibilidad Turística.
- Se evidencio por medio del estudio de la estructura conceptual del CST de empresas hoteleras, que este no incluye ningún aspecto relacionado con la Ley 7600 de Igualdad de Oportunidades, en ninguno de sus apartados.

- Con la aplicación de la Tabla General de CST se evidencio que no existe grandes relaciones entre las empresas analizadas con la comunidad, ya que entre otras cosas no existe un consumo de productos de la localidad, y se da una escasa o casi nula promoción de las actividades culturales que se desarrollan en la comunidad.
- Fue necesario, adaptar, dividir y/o descartar algunas preguntas importantes incluidas en el actual instrumento de CST, para integrarlas o modificarlas y proponer en el nuevo instrumento.
- La creación de la Guía de Llenado es fundamental para explicar más detalladamente cada pregunta incluida al nuevo instrumento de CST, ya que en el instrumento en sí se limita el desarrollo de la misma y se elabora de forma puntual.

Recomendaciones

- Sería recomendable ampliar la muestra de empresas utilizada, con el fin de obtener datos más acertados en cada unos de los estudios realizados anteriormente.
- Se sugiere verificar personalmente, a la hora de aplicar las Tablas de Cotejo, todos los rubros incluidos que así lo requieran, para obtener resultados más fidedignos y una visión más segura de la situación empresarial en cuanto al cumplimiento a cabalidad de los requisitos solicitados.

- Se recomienda aplicar la Tabla de Cotejo de Declaratoria Turística y Tabla General de CST con la mayor disposición de los empresarios, a fin de poder obtener información más precisa en lo solicitado.
- Se propone al ICT que se lleve a cabo la respectiva validación instrumento creado y su guía de aplicación, utilizando como ejemplo empresas de alimentos y bebidas de todo el país con el fin de valorar errores o vacíos no contemplados.
- Se recomienda estudiar a más a fondo las Leyes 7600 de Igualdad de Oportunidades y 7501 de Fumado, para evaluar aspectos que no fue posible contemplar en el nuevo Instrumento CST ^{+AB} por limitante de tiempo, para aplicar en los establecimientos y posibilitar la visitación de una mayor población.
- Con respecto al Descriptor 24 que contempla la Ley 7600 junto que con las preguntas incluidas, es necesario hacer hincapié en que se debe procurar su cumplimiento paralelo a cualquier proceso que se esté implementando y se quiera implementar en la empresa de AyB, solamente que se hace visible en un descriptor a fin de poder evaluar más fácilmente su cumplimiento eficaz.

LITERATURA CONSULTADA

- Asamblea Legislativa. (18 de Abril de 1996). *Ley 7600 de Igualdad de Oportunidades*. Recuperado el 28 de Octubre de 2009, de www.tramitesconstruccion.go.cr/.../leyes/7600%20Ley%20de%20Igualdad%20de%20oportunidades.doc
- Asamblea Legislativa. (25 de Abril de 1995). *Ley de Áreas de Fumado*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2009, de www.iafa.go.cr/quienessomos/LEY%20%207501.doc
- Asamblea Legislativa. (1996). *Ley N° 7600*. Recuperado el 28 de Agosto de 2009, de www.tramitesconstruccion.go.cr/.../leyes/7600%20Ley%20de%20Igualdad%20de%20oportunidades.doc
- Blog de Cocina. (14 de Noviembre de 2006). Blog de Cocina. Recuperado el 24 de Noviembre de 2009, de <http://www.blogdecocina.com/>
- David, F. R. (2008). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación.
- FAO. ((s.f)). *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación* . Recuperado el 16 de Noviembre de 2009, de Que es la Agricultura Orgánica: <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s03.htm>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- ICT. (2008). *Leyes y Reglamentos*. Recuperado el 27 de Agosto de 2009, de http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/infoEmpresas/es_requisitos_leg.asp

- ICT. (s.f.). *Manual de Aplicación del CST* . Recuperado el 12 de Septiembre de 2009, de http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/infoEmpresas/es_manuales.asp
- ICT. (2003). *Turismo Sostenible*. Recuperado el 26 de Agosto de 2009, de <http://www.turismo-sostenible.co.cr/ES/sobreCST/guia/intro.shtml>
- Instituto Costarricense de Turismo . (1999). *Certificación para la Sostenibilidad Turística*. Recuperado el 25 de Agosto de 2009, de <http://www.turismo-sostenible.co.cr/ES/sobreCST/about-cst.shtml>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2008). *Requisitos Legales*. Recuperado el 20 de Agosto de 2009, de http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/infoEmpresas/es_requisitos_leg.asp
- Instituto Costarricense de Turismo. ((s.f)). *Sostenibilidad CST*. Recuperado el 25 de Agosto de 2009, de Concepto de Sostenibilidad: <http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/sostenibilidad.asp?tab=0>
- Instituto Nacional de Aprendizaje. (2002). *Técnicas de Bar y restaurante para microempresas turísticas*. San Jose, Costa Rica: INA .
- Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC). (23 de Mayo de 2006). Reglamento General a la Ley N° 8262 Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas. *Definición de PYMES* . San Jose , Costa Rica: Gaceta.
- Murillo, D. (Junio de 2009). *Legislación Turística*. (D. Murillo, Intérprete) Hotel Las Colinas, La Fortuna, San Carlos, Costa Rica.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). ((s.f)). *Que es la Agricultura Orgánica*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2009, de <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s03.htm>

- Rainforest Alliance. (2002). *Certificaciones Turísticas en Centroamérica*. Guatemala: Rainforest Alliance.
- Rainforest Alliance. (2009). *Sustainable Turismo - Glosario*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2009, de <http://www.rainforest-alliance.org/tourism.cfm?id=glosario>
- Wikipedia. (2009). *Biodiesel*. Recuperado el 6 de Noviembre de 2009, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Biodiesel>
- Wikipedia. (2009). *Menú Turístico*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2009, de http://es.wikipedia.org/wiki/Men%C3%BA_tur%C3%ADstico

APÉNDICES

Apéndice 1: Tabulación de Resultados aplicación de Tabla de Cotejo Declaratoria Turística para empresas Gastronómicas

Tabla de Cotejo - Declaratoria Turística Empresas Gastronómicas

ASPECTOS	APRECIACIÓN					
	Happy Land		Don Rufino		La Choza del Laurel	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Requisitos Legales y Técnicos						
Antecedentes Penales (SV)		X		X		X
Fax notificaciones	X		X		X	
Patente Municipal (SV)	X		X		X	
Plano Catastro (SV)	X		X		X	
Título de Propiedad (SV)	X		X		X	
Permiso de Funcionamiento (SV)	X		X		X	
Personería Jurídica Vigente (SV)	X		X		X	
Al día con CCSS (SV)	X		X		X	
Acceso vehicular y peatonal	X		X		X	
Acceso y est para discapacitados	X			X	X	
Mostrador adecuado para discapacitados	X		X		X	
Estacionamiento (1/15)	X			X		X
Área para uso de empleados (SV)	X		X		X	
Facturero Timbrado	X		X		X	
Menú turístico		X	X		X	
Salidas de emergencia personal cocina		X	X			X
Bodegas (SV)	X		X		X	
Rótulo (iluminado, propio)		X	X		X	
Requisitos de Personal						
Uniformes	X		X		X	
Higiene Personal	X		X		X	
Trato adecuado	X		X		X	
Idiomas	X		X		X	

Capacitación en puestos (SV)	X		X		X	
Presentación Interna						
Entrada para clientes	X		X		X	
Acabado del cielo raso	X		X			X
Acabado de pisos	X		X		X	
Acabado de paredes	X		X		X	
Equipamiento y Acondicionamiento						
Elementos decorativos		X	X		X	
Iluminación y ventilación natural	X		X		X	
Sonido integral ambiental	X		X		X	
Imagen Integral ambiental	X		X			X
Desodorante ambiental		X	X			X
Mueble para saloneros	X		X		X	
Vajilla (vidrio, porcelana, loza, acero inoxidable, etc.)	X		X		X	
Acepta Tarjeta Crédito	X		X		X	
Ventilación cocina	X		X		X	
Composición de la Carta del Menú						
Entradas		X	X		X	
Platos fuertes / Especialidades	X		X		X	
Postres y Bebidas		X	X		X	
Carta de Vinos y Licores (SV)	X		X		X	
Normas de Seguridad						
Facilidades para evacuación	X		X		X	
Rotulación de Seguridad		X		X		X
Sistemas contra incendios	X		X		X	
Luces de emergencia	X		X		X	
Vigilancia (SV)	X		X		X	
Personal capacitado para emergencias (SV)		X		X	X	
Botiquín Primeros Auxilios (SV)		X	X		X	

SV=Sujeto a Verificación

FUENTE: *Elaboración propia a partir de requisitos solicitados por el ICT en documentación en la Web.*

Apéndice 2: Cuadro de agrupamiento Tabla de Cotejo sobre Declaratoria Turística Empresas Gastronómicas.



Cuadro de Agrupamiento de Tabla de Cotejo Sobre Declaratoria Turística	
DOCUMENTOS <ul style="list-style-type: none"> • Antecedentes Penales • Patente Municipal • Plano Catastro • Título de Propiedad • Permiso de Funcionamiento • Personería Jurídica Vigente • Al día con la CCSS 	MATERIALES Y EQUIPO <ul style="list-style-type: none"> • Fax Para Notificaciones • Ventilación en Cocina • Facturero Timbrado • Rótulo (Iluminado y Propio) • Vajilla (Vidrio, porcelana, etc) • Bodegas
PERSONAL <ul style="list-style-type: none"> • Uniformes • Higiene Personal • Trato Adecuado • Idiomas • Capacitación en Diferentes Puestos • Personal Capacitado Para Emergencias 	ACCESO <ul style="list-style-type: none"> • Entrada para Clientes Independiente • Acceso Vehicular y Peatonal • Acceso y Estacionamiento Para Discapacitados • Estacionamiento (1/15)
MENÚ <ul style="list-style-type: none"> • Entradas • Platos Fuertes / Especialidades • Postres y Bebidas • Carta de Vinos y Licores • Menú Turístico 	FACILIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Mostrador Adecuado Para Discapacitados • Área Para Uso de Empleados • Mueble Para Saloneros • Acepta Tarjeta de Crédito
ACONDICIONAMIENTO DEL LUGAR <ul style="list-style-type: none"> • Acabado del Cielo Raso • Acabado del Piso • Acabado de Paredes • Elementos Decorativos • Iluminación y Ventilación Natural • Sonido Integral Ambiental • Imagen Integral Ambiental • Desodorante Ambiental 	SEGURIDAD <ul style="list-style-type: none"> • Botiquín Primeros Auxilios • Sistemas Contra Incendios • Salidas Emerg Personal de Cocina • Facilidades Para Evacuación • Rotulación de Seguridad • Vigilancia




FUENTE: Elaboración propia a partir de Rubros de la Tabla de Cotejo de DT

Apéndice 3: Nueva Tabulación de Aplicación Tabla de Cotejo Declaratoria Turística Empresas Gastronómicas.




	Puntaje Empresas				
	Happy Land	Don Rufino	La Choza del Laurel		
	Puntaje	Puntaje	Puntaje		
Documentos					
Antecedentes Penales ¹	1	1	1		
Patente Municipal	1	1	1	Si=1	
Plano Catastro	1	1	1	No=0	
Título de Propiedad	1	1	1		
Permiso de Funcionamiento	1	1	1	0-70	
Personería Jurídica Vigente	1	1	1	71-90	
Al día con CCSS	1	1	1	91-100	
Puntaje Obtenido	7	7	7		
Total de Puntos	7	7	7		
Porcentaje	100	100	100		
Promedio					
				100	
	SEMÁFORO				
Materiales y Equipo	Puntaje	Puntaje	Puntaje		
Fax notificaciones	1	1	1		
Ventilación cocina	1	1	1		
Facturero Timbrado	1	1	1	Si=1	
Rótulo (iluminado, propio)	0	0	1	No=0	
Vajilla (vidrio, porcelana, loza, etc.)	1	1	1		
Bodegas	1	1	1	0-70	
Puntaje Obtenido	5	6	6	71-90	
Total de Puntos	6	6	6	91-100	
Porcentaje	83.33%	83.33%	100.00%		


¹ En este rubro, en caso de que la empresa diga no contar con antecedentes penales, se toma como un punto positivo.

Promedio		
SEMÁFORO		88.89%

Personal	Puntaje	Puntaje	Puntaje		
Uniformes	1	1	1		
Higiene Personal	1	1	1	Si=1	
Trato adecuado	1	1	1	No=0	
Idiomas	1	1	1		
Capacitación en puestos	1	1	1	0-70	
Personal capacitado para emergencias	0	0	1	71-90	
Puntaje Obtenido	5	5	6	91-100	
Total de Puntos	6	6	6		
Porcentaje	83.33%	83.33%	100.00%		




Promedio		
SEMÁFORO		88.89%

Acceso	Puntaje	Puntaje	Puntaje		
Entrada para clientes independiente de entrada para personal	1	1	1		
Acceso vehicular y peatonal	1	1	1	Si=1	
Acceso y est para discapacitados	1	0	1	No=0	
Estacionamiento (1/15) ²	1	0	0		
Puntaje Obtenido	4	2	3	0-70	
Total de Puntos	4	4	4	71-90	
Porcentaje	100.00%	50.00%	75.00%	91-100	




Promedio		
SEMÁFORO		75.00%





Menú	Puntaje	Puntaje	Puntaje	
Entradas	0	1	1	
Platos fuertes / Especialidades	1	1	1	Si=1



² El estacionamiento debe ser adecuado, con un mínimo de un espacio por cada 15 comensales

Postres y Bebidas	0	1	1	No=0	
Carta de Vinos y Licores	1	1	1		
Menú turístico	0	1	1	0-70	
Puntaje Obtenido	2	5	5	71-90	
Total de Puntos	5	5	5	91-100	
Porcentaje	40.00%	100.00%	100.00%		




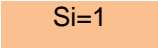
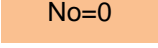




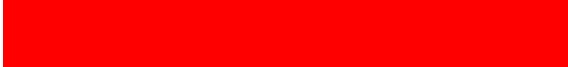
Promedio				
SEMÁFORO				80.00%

Facilidades	Puntaje	Puntaje	Puntaje		
Mostrador adecuado para discapacitados ³	0	0	0	Si=1	
Área para uso de empleados	1	1	1	No=0	
Mueble para saloneros	1	1	1		
Acepta Tarjeta Crédito	1	1	1	0-70	
Puntaje Obtenido	3	3	3	71-90	
Total de Puntos	4	4	4	91-100	
Porcentaje	75.00%	75.00%	75.00%		

Promedio				
SEMÁFORO				75.00%

Acondicionamiento del lugar	Puntaje	Puntaje	Puntaje		
Acabado del cielo raso	1	1	0		
Acabado de paredes	1	1	1		
Acabado de pisos	1	1	1	Si=1	
Elementos decorativos	0	1	1	No=0	
Iluminación y ventilación natural	1	1	1		
Sonido integral ambiental	1	1	1	0-70	
Imagen Integral ambiental	1	1	0	71-90	

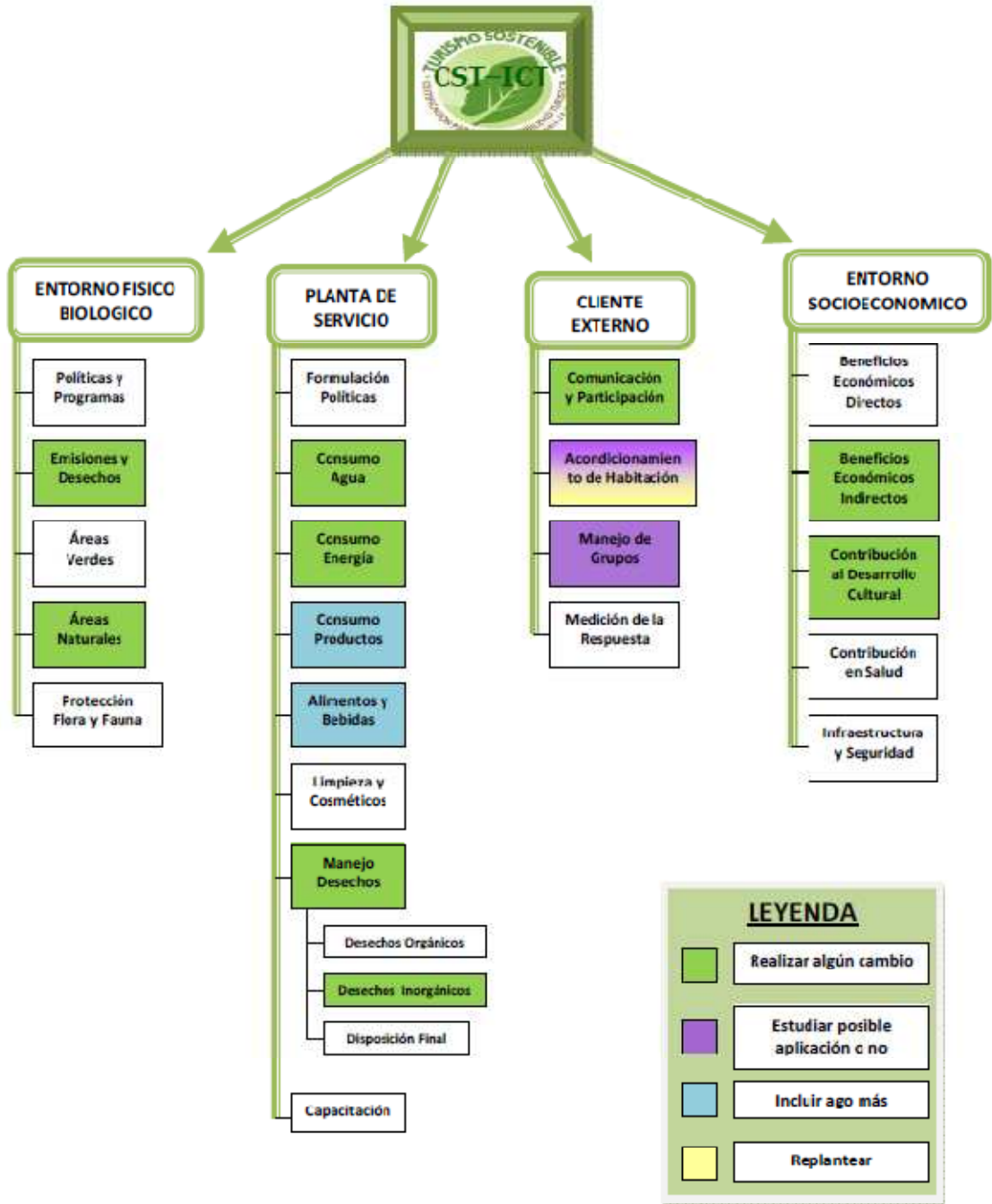
³ Ninguna de estas empresas tuvo este puntaje puesto que por ley debe haber un espacio en el mostrador adecuado para personas con capacidad física restringida. Sin embargo todas las empresas brindan servicio a la mesa, por lo cual no creen indispensable el cumplimiento de este rubro, sino meramente por acatamiento de la ley.

Desodorante ambiental	0	1	0	91-100	
Puntaje Obtenido	6	8	5		
Total de Puntos	8	8	8		
Porcentaje	75.00%	100.00%	62.50%		
Promedio					
SEMÁFORO				79.17%	
Seguridad	Puntaje	Puntaje	Puntaje		
Botiquín Primeros Auxilios	0	1	1		
Sistemas contra incendios ⁴	0	0	0	Si=1	
Salidas de emergencia personal cocina	0	1	0	No=0	
Facilidades para evacuación	1	1	1		
Rotulación de Seguridad	0	0	0	0-70	
Vigilancia	1	1	1	71-90	
Puntaje Obtenido	2	4	3	91-100	
Total de Puntos	6	6	6		
Porcentaje	33.33%	66.67%	50.00%		
Promedio					
SEMÁFORO				50.00%	

FUENTE: Elaboración propia a partir de resultados obtenidos con aplicación de Tabla de Cotejo DT.

⁴ Todas las empresas contaban con extintores contra incendios, sin embargo ninguna cuenta con alarmas contra incendios, y el requisito es muy claro, sistemas contra incendios, por lo que se tomo como punto negativo, el que solo contaran con una parte del sistema y no los 2 requerimientos.

Apéndice 4: Estructura conceptual de CST y cambios por realizar para la creación del nuevo instrumento



FUENTE: *Elaboración propia*

Apéndice 6: Resultados Aplicación Tabla General de CST

Tabla General CST				
Ámbitos y Descriptores	Apreciación			Pond
	Happy Land	Don Rufino	La Chozza del Laurel	
	PUNTAJE	PUNTAJE	PUNTAJE	
ENTORNO FISICO BIOLOGICO				
Políticas y Programas				
La empresa identifica y monitorea los impactos ambientales negativos causados o que es posible causar en su actividad, mediante un registro escrito.	0	0	0	1
La empresa ha diseñado planes específicos para mitigar o eliminar impactos negativos o para actuar en caso de emergencia.	0	0	0	1
La empresa participa continuamente en programas de mejora ambiental en las zonas aledañas o en otras regiones del país.	1	1	1	2
La empresa forma parte de organizaciones, regionales o locales que trabajan activamente sobre la problemática ambiental y social.	1	0	1	2
Puntaje Obtenido	2	1	2	
Total Puntos	4	4	4	
Porcentaje	50	25	50	
Promedio				
SEMÁFORO				41.66
Emisiones y Desechos				
La empresa mantiene un estricto control periódico, en forma de registro, sobre la composición y calidad de sus aguas residuales	0	0	0	1
La empresa cuenta con la certificación de la calidad de aguas servidas emitida por el Departamento de Control Ambiental del Ministerio de Salud.	0	0	0	2
La empresa tiene funcionando un sistema de tratamiento de aguas residuales, para evitar su disposición en crudo hacia las aguas nacionales.	0	0	0	3
Las aguas servidas, de calidad aceptada, se disponen sin producir alteraciones en el medio ambiente.	1	1	1	1
Las aguas servidas de calidad aceptada se están reutilizando apropiadamente.	0	0	0	2
Las aguas de lluvia son manejadas y evacuadas por medio de sistemas que no implican ninguna forma de alteración en el medio.	0	0	0	1
Cualquier fuente de contaminación por emisiones en los alrededores del establecimiento, debe estar denunciada ante las autoridades competentes.	0	0	0	2
Se han rotulado zonas contaminadas para advertir sobre riesgos o peligros	0	0	0	1
La empresa está participando activamente en el programa BAE en zonas costeras	*	*	*	
Puntaje Obtenido	1	1	1	
Total Puntos	8	8	8	
Porcentaje	12.5	12.5	12.5	
Promedio				
SEMÁFORO				12.5
Áreas Verdes				
En el área de jardines la vegetación está compuesta, en forma, predominante, por especies nativas de la región	1	*	1	2
Las especies introducidas de carácter ornamental, no se están propagando hacia otras regiones del entorno.	0	*	0	1
Las principales especies arbóreas están debidamente identificadas con su nombre local y nombre científico.	0	*	0	1
Se mantiene por escrito una pequeña reseña ilustrativa para efectos divulgativos, sobre las especies en las áreas verdes.	0	*	0	1
Para el mantenimiento de las áreas verdes, se utilizan medios naturales evitando el uso de abonos químicos, plaguicidas y herbicidas.	*	*	1	2
Puntaje Obtenido	1	0	2	
Total Puntos	4	0	5	

Si=1

No=0

NA= *

0-70

71-90

91-100

Si=1

No=0

NA= *

0-70

71-90

91-100

Si=1

No=0

NA= *

0-70

71-90

91-100

Porcentaje	25	0	40		
Promedio		5			
SEMÁFORO				21.66	
Áreas Naturales					
La empresa incentiva a sus clientes a visitar las áreas protegidas del país.	0	0	1	1	
La empresa mantiene información detallada sobre áreas naturales de interés turístico para sus clientes.	0	0	1	1	Si=1
La empresa conoce y cumple con la política de manejo estipulada para realizar actividades turísticas en áreas naturales y la divulga a los clientes.	0	0	0	2	No=0
La empresa tienen su propia área de reserva natural	0	1	1	2	NA= *
La reserva natural propiedad de la empresa se está manejando adecuadamente	*	1	1	1	0-70
La empresa participa o apoya el mantenimiento y manejo de alguna área protegida sea estatal o privada.	1	1	1	3	71-90
Puntaje Obtenido	1	3	5		91-100
Total Puntos	6	6	6		
Porcentaje	16.67	50	83.33		
Promedio					
SEMÁFORO				50	
Protección de Flora y Fauna					
La empresa promueve, mediante acciones específicas, la no extracción de plantas o animales silvestres por parte de los turistas o de cualquier otra persona.	0	0	0	1	
La empresa demuestra su resolución de evitar toda comercialización de especies o productos de flora y fauna vedados por la ley.	0	0	0	2	Si=1
No se mantienen especies animales silvestres en cautiverio.	1	1	1	1	No=0
La empresa desarrolla actividades para evitar la alimentación (artificial) directa o indirecta a los animales silvestres.	0	1	0	1	NA= *
La iluminación artificial externa no causa perturbaciones o alteraciones en el medio natural o cambios en el comportamiento de los animales.	0	1	1	1	0-70
Las fuentes generadoras de ruido se encuentran alejadas o bien aisladas de sitios donde puedan causar alteraciones en el medio.	0	1	1	1	71-90
Puntaje Obtenido	1	4	3		91-100
Total Puntos	6	6	6		
Porcentaje	16.67	66.67	50		
Promedio					
SEMÁFORO				44.44	
PLANTA DE SERVICIO					
Formulación de Políticas					
La empresa ha establecido su misión y diseñado una política de sostenibilidad para el lugar.	0	1	1	1	Si=1
La empresa ha confeccionado un documento para divulgar y hacer de conocimiento general los alcances de su política de sostenibilidad.	0	0	0	1	No=0
Los empleados de la empresa conocen los alcances de la misión y las políticas para la sostenibilidad.	0	0	0	2	NA= *
La empresa tiene un manual en el que se definen los objetivos de su plan de sostenibilidad y se incluyen los programas generales a desarrollar.	0	0	0	1	0-70
La empresa mantiene un registro de acciones propuestas y avance sobre el cumplimiento de los objetivos del plan de sostenibilidad.	0	0	0	1	71-90
Puntaje Obtenido	0	1	1		91-100
Total Puntos	5	5	5		
Porcentaje	0	20	20		
Promedio					
SEMÁFORO				13.33	
Consumo de Agua					
El consumo de agua es monitoreado continuamente por medio de medidores.	1	1	1	1	
Existe un plan en el cual se estipulan las metas de ahorro de agua que el establecimiento se ha planteado.	0	0	0	1	Si=1
Existe en la empresa un responsable y un cronograma de ejecución de actividades para el ahorro de agua que es conocido por todos los empleados.	0	0	0	2	No=0

⁵ La empresa Don Rufino no posee áreas verdes

La empresa está implementando una campaña para el ahorro de agua, dirigida a visitantes y empleados.	1	1	1	2	NA= *
Existe un programa sobre verificación de fugas de agua en las tuberías de la empresa para lo cual se hacen revisiones periódicas y se lleva un registro de ubicación y reparación.	0	0	1	1	0-70
La empresa utiliza dispositivos para el ahorro de agua en grifos y otros.	1	1	0	2	71-90
La empresa cuenta con un análisis actualizado bimensualmente de calidad de agua y hielo para consumo humano extendido por un ente autorizado.	1	0	0	3	91-100
Puntaje Obtenido	4	3	3		
Total Puntos	7	7	7		
Porcentaje	57.14	42.86	42.86		
Promedio					
SEMÁFORO				47.62	
Consumo de Energía					
El consumo de energía es monitoreado continuamente por medio de medidores.	1	1	1	1	
Existe un registro cronológico y análisis estadísticos mensuales sobre los datos de consumo general o por estación de servicio.	0	0	0	1	
Existe un plan en el cual se estipulan las metas de ahorro de energía que el establecimiento se ha planteado.	0	0	0	1	
Existe en la empresa un responsable y un cronograma de ejecución de actividades para el ahorro de energía que es conocido por todos los empleados.	0	0	0	1	Si=1 No=0
La empresa está utilizando al máximo la iluminación natural.	0	1	1	1	NA= *
Existe un programa de mantenimiento preventivo para todos los equipos e instalaciones eléctricas de la empresa.	0	1	0	2	0-70
Se promueve el apagado de luces cuando su uso no es estrictamente necesario.	1	0	1	1	71-90
El establecimiento está utilizando sistemas de iluminación eficientes con los que se cubre al menos el 80% de las necesidades de la empresa.	0	0	1	2	91-100
La empresa utiliza nuevas tecnologías para el ahorro de energía en iluminación, refrigeración y otros (apagado automático, interruptores de presencia, desactivado de circuitos, etc).	1	0	0	2	
La empresa está utilizando algún sistema de energía alternativa (celdas fotovoltaicas u otros sistemas solares por ejemplo) para iluminación.	0	0	0	3	
La empresa utiliza la ventilación natural, reflexión de luz y calor, sombra natural y otros para procurar un ambiente agradable.	1	1	1	1	
Se está haciendo uso de nuevas tecnologías para aumentar la eficiencia en el sistema de aire acondicionado y refrigeración.	*	*	*	2	
Se observa un estricto programa de control de fugas de aire y de gas en los sistemas de refrigeración y aire acondicionado.	*	*	*	1	
La empresa utiliza equipo eléctrico eficiente para cubrir al menos el 50% de las necesidades de la empresa.	0	0	0	2	
Puntaje Obtenido	4	4	5		
Total Puntos	12	12	12		
Porcentaje	33.33	33.33	41.67		
Promedio					
SEMÁFORO				36.11	
Consumo de Productos					
Existe una política de compras y utilización de productos, de toda índole, para la empresa en el que se observan criterios ambientales y sociales.	0	0	0	1	
Los empleados conocen las directrices de las políticas de compra de la empresa.	0	0	0	2	Si=1 No=0
La empresa tiene un manual de proveedores por medio de los cuales se asegura el cumplimiento de las normas sociales y ambientales del plan de compras	0	0	0	1	NA= *
En el establecimiento no se utilizan ni se venden productos que tengan contraindicaciones ambientales.	0	1	1	1	0-70
No menos del 50% de los materiales impresos, incluyendo los de promoción e información, se imprimen en papel reciclado y blanqueado sin cloro.	0	0	1	2	71-90
Puntaje Obtenido	0	1	2		
Total Puntos	5	5	5		
Porcentaje	0	20	40		
Promedio					
SEMÁFORO				20	
Alimentos y Bebidas					
De preferencia, la empresa está utilizando productos frescos para preparar y servir	0	1	1	1	91-100

alimentos.					
La empresa se provee de fuentes de agricultura orgánica debidamente certificada.	0	0	1	3	Si=1
En el menú se ofrecen platillos de comidas nacionales o regionales	1	1	1	2	No=0
Los productos en conserva necesarios se compran en envases grandes y se prefieren los envases de vidrio o los de metal reciclable.	0	0	0	1	NA= *
Como norma, la empresa tiene la política de reusar o intercambiar envases y para tal efecto tiene proveedores que prestan efectivamente este servicio.	0	0	0	2	0-70
Se utilizan envases rellenables o reutilizables para servir comidas tales como recipientes para mantequilla, mermelada, miel, azúcar, salsas, etc.	1	1	1	2	71-90
En la cocina, el comedor o en el bar, se utiliza menaje y accesorios de uso prolongado evitando así productos de un solo uso o desechables como vajilla de cartón, plástico o aluminio y otros.	1	1	1	2	91-100
Puntaje Obtenido	3	4	5		
Total Puntos	7	7	7		
Porcentaje	42.86	57.14	71.43		
Promedio					
SEMÁFORO				57.14	
Limpieza y Cosméticos					
La empresa utiliza productos de limpieza biodegradables, sin componentes corrosivos o tóxicos.	1	1	1	1	Si=1
Los detergentes para lavar vajillas y lavadoras de ropa no contienen fosfatos ni sustancias para abrillantar o blanquear.	0	0	1	1	No=0
El jabón y otros productos cosméticos para el uso de clientes y empleados son biodegradables.	0	0	1	1	NA= *
Se utilizan productos de limpieza y productos cosméticos en empaques biodegradables, reciclables o reutilizables.	1	0	0	1	0-70
Para el suministro de productos cosméticos en lavabos se emplean dosificadores o dispensadores.	1	1	1	2	71-90
Se dispone adecuadamente, reciclando o reutilizando, los desechos de productos cosméticos como jabón, y otros.	0	0	0	2	91-100
Puntaje Obtenido	3	2	4		
Total Puntos	6	6	6		
Porcentaje	50	33.33	66.67		
Promedio					
SEMÁFORO				50	
Manejo de Desechos					
La producción de desechos sólidos, en cuanto a cantidad y composición, es monitoreada continuamente.	0	0	0	1	
Existe un registro de los datos de producción general de desechos por estación de servicio.	0	0	0	1	
Existe en la empresa un responsable y un cronograma de ejecución de actividades para la reducción de desechos que es conocido por todos los empleados	0	0	0	1	Si=1
Desechos Orgánicos					No=0
Se utilizan basureros adecuados para el depósito y manejo de desechos orgánicos.	0	1	1	1	NA= *
Los desechos orgánicos producidos en la empresa son utilizados en un programa de compostaje u otra aplicación apropiada.	0	1	1	2	0-70
Desechos Inorgánicos					71-90
La empresa dispone de recipientes adecuados para la separación de la basura (aluminio, plástico, vidrio y papel)	0	1	1	2	91-100
Existe un sitio acondicionado en el cual se realiza la separación final de los desechos.	0	0	1	1	
Disposición Final					
Los desechos sólidos generados por la empresa son almacenados apropiadamente antes de su recolección final.	1	1	1	2	
La empresa verifica y garantiza que la recolección, y disposición final de los desechos se hace en forma eficiente.	1	0	0	1	
La empresa participa en un programa de reciclaje al cual se envían los desechos debidamente clasificados.	1	1	1	3	
Puntaje Obtenido	3	5	6		
Total Puntos	11	11	11		
Porcentaje	27.27	45.45	54.55		
Promedio					

SEMÁFORO				42.42			
Capacitación							
Todos los empleados reciben información y conocen la política de sostenibilidad de la empresa.						2	
Existe un programa de capacitación dirigido a los empleados, de acuerdo a sus funciones.						1	Si=1
Como resultado de la capacitación los empleados conocen y participan activamente de las iniciativas y programas de carácter ambiental de la empresa.						2	No=0
Los empleados de la empresa participan periódicamente en reuniones en las que se discuten aspectos relacionados con la sostenibilidad.						1	NA= *
La empresa desarrolla una estrategia de motivación que reconoce e incentiva las iniciativas viables para el programa.						2	0-70
La empresa cuenta con un programa de evaluación y control de los resultados de los programas de capacitación.						1	71-90
Puntaje Obtenido				0	1		
Total Puntos				6	6	6	
Porcentaje				0	0	16.67	
Promedio				5.56			
SEMÁFORO						5.56	
CLIENTE EXTERNO							
Comunicación y Participación							
Se brinda al cliente información histórico-cultural y ecológica del sitio donde está la empresa.						1	
La empresa tiene un programa de información a los huéspedes sobre su compromiso de cumplimiento del programa de CST y sus objetivos.						2	Si=1
La empresa declara bajo juramento que toda la información contenida en su material promocional es estrictamente veraz.						1	No=0
El material promocional de la empresa hace referencia y promueve los objetivos del CST.						1	NA= *
Se informa y motiva al cliente para que participe en los diferentes programas del CST que la empresa está desarrollando						2	0-70
Se brinda información a los huéspedes sobre las acciones de protección del medio ambiente que se desarrollan en la región						2	71-90
Se brinda información sobre actividades socioculturales que se están desarrollando en la región						2	91-100
Puntaje Obtenido				1	2	3	
Total Puntos				7	7	7	
Porcentaje				14.29	28.57	42.86	
Promedio				28.57			
SEMÁFORO						28.57	
Manejo de Grupos							
Se incentiva y orienta a los clientes para la visita a diferentes áreas naturales protegidas u otros atractivos naturales.						1	Si=1
La empresa cuenta con personal especializado que puede guiar y brindar información detallada a los clientes.						1	No=0
La empresa ha desarrollado un programa efectivo para motivar al cliente a ayudar en la limpieza, mantenimiento y conservación de las áreas visitadas.						2	NA= *
El cliente tiene información de como conducirse y sobre sus responsabilidades en los sitios que visita						2	0-70
Puntaje Obtenido				0	1	3	
Total Puntos				4	4	4	
Porcentaje				0	25	75	
Promedio				33.33			
SEMÁFORO						33.33	
Medición de la Respuesta							
La empresa analiza las opiniones de los clientes sobre el CST, en un formulario debidamente diseñado al efecto.						2	Si=1
Se comunica al ICT y la comisión del CST los resultados de las encuestas hechas a los clientes al menos cada 6 meses.						1	No=0
El cliente dispone de un formulario para hacer comentarios o quejas sobre el programa CST y en general sobre el funcionamiento de la empresa.						2	NA= *

Puntaje Obtenido	0	0	0		0-70
Total Puntos	2	2	2		71-90
Porcentaje	0	0	0		91-100
Promedio					
SEMÁFORO				0	
ENTORNO SOCIOECONÓMICO					
Beneficios Económicos Directos					
La empresa utiliza personas de la localidad para cubrir más del 60% de las necesidades de personal.	1	1	1	3	
La empresa imparte los cursos de capacitación necesarios para que las personas de la localidad puedan ocupar efectivamente puestos de trabajo en la empresa.	0	1	1	2	Si=1
La empresa utiliza personas del ámbito comunal o nacional para trabajar en el nivel administrativo o gerencial.	0	1	1	1	No=0
La empresa contribuye y apoya la formación de recursos humanos para actividades complementarias del turismo.	0	0	0	1	NA= *
Los recursos humanos locales capacitados de la forma anteriormente planteada, o parte de ellos, son empleados o contratados por la empresa.	0	0	0	1	0-70
No se contrata personal de forma ilegal o por debajo de condiciones mínimas.	1	1	1	2	71-90
La oferta de trabajo de la empresa no está generando situaciones indeseables en la comunidad	1	1	1	2	91-100
Puntaje Obtenido	3	5	5		
Total Puntos	7	7	7		
Porcentaje	42.86	71.43	71.43		
Promedio					
SEMÁFORO				61.90	
Beneficios Económicos Indirectos					
Por medio de material promocional se informa sobre las actividades recreativas manejadas por organizaciones comunales o empresas locales.	0	1	0	1	
A través de material promocional se informa sobre actividades benéficas que se desarrollan en la comunidad.	0	1	1	1	Si=1
La empresa participa activamente contribuyendo al desarrollo de actividades deportivas, artísticas, culturales.	1	1	1	2	No=0
La empresa aprovecha y promueve el uso y consumo de insumos producidos a nivel local.	0	0	0	2	NA= *
La empresa tiene programas específicos que promueven el turismo nacional en los que se ofrecen facilidades y tarifas reducidas.	0	1	1	1	0-70
La empresa apoya o tiene una relación comercial o de apoyo permanente con al menos una microempresa regional o nacional, de carácter turístico o no, con la cual colabora.	1	1	1	3	71-90
La tecnología, materiales y equipo aplicados por la empresa son producidos localmente o cuentan con un importante componente nacional.	1	0	0	1	91-100
La empresa facilita transporte terrestre o marítimo a personas de la comunidad con frecuencia o en casos de emergencia.	0	0	0	1	
Puntaje Obtenido	3	5	4		
Total Puntos	8	8	8		
Porcentaje	37.5	62.5	50		
Promedio					
SEMÁFORO				50	
Contribución al Desarrollo Cultural					
En la promoción de la empresa se integran los elementos culturales de la región y de las comunidades locales.	0	1	0	1	
Se ha destinado un espacio en la empresa donde las organizaciones comunales puedan expresar, previa autorización del hotel, sus proyectos e iniciativas de interés turístico	0	0	1	2	Si=1
La empresa facilita el uso de sus instalaciones para reuniones o encuentros comunales para tratar asuntos importantes de la comunidad.	1	1	1	2	No=0
La empresa promueve e incentiva manifestaciones y actividades culturales	0	1	1	1	NA= *
La empresa prohíbe el uso y promoción de actividades de comercio sexual, prostitución, expendio de drogas u otros problemas sociales.	0	1	0	3	0-70
La empresa establece acciones prácticas que desincentivan el acoso sexual y promueven la igualdad de oportunidades para ambos sexos.	0	0	0	1	71-90
Los rótulos dedicados a la orientación y promoción de la empresa no interfieren con el medio cultural, social o ambiental.	0	0	0	1	91-100

Puntaje Obtenido	1	4	3	
Total Puntos	7	7	7	
Porcentaje	14.29	57.14	42.86	
Promedio				
SEMÁFORO				38.10
Contribución en Salud				
Los requerimientos de servicios básicos de la empresa no están comprometiendo los de las comunidades cercanas	1	1	1	2
La empresa participa como facilitador en los programas preventivos del Sector Salud	0	0	0	1
El control de plagas se lleva a cabo con sustancias y procedimientos que no afectan a los clientes, los trabajadores, a los vecinos, fauna silvestre y el ambiente.	0	1	0	1
Puntaje Obtenido	1	2	1	
Total Puntos	3	3	3	
Porcentaje	33.33	66.67	33.33	
Promedio				
SEMÁFORO				44.44
Infraestructura y Seguridad				
La empresa ha realizado o realiza contribuciones económicas o en especie a la comunidad para obras específicas de infraestructura o su mantenimiento.	1	1	1	3
La empresa aplica sus influencias y conocimientos en apoyo a la solución de los problemas de infraestructura de las comunidades	1	1	1	1
La empresa se involucra para integrar asociaciones o comités que trabajen en pro de mejoras para la localidad donde opera.	0	0	0	2
La empresa apoya los programas de seguridad turística que se estén desarrollando	0	1	1	2
La empresa tiene y respeta un código de ética en beneficio de la moral y la seguridad.	0	0	0	3
La empresa ejecuta acciones prácticas para garantizar la seguridad de los turistas y empleados	1	1	1	1
La empresa cuenta con un plan para actuar en caso de desastres naturales o emergencias.	1	1	1	2
Puntaje Obtenido	4	5	5	
Total Puntos	7	7	7	
Porcentaje	57.14	71.43	71.43	
Promedio				
SEMÁFORO				66.67

Si=1	
No=0	
NA= *	
0-70	
71-90	
91-100	

FUENTE: *Elaboración propia a partir de resultados aplicación Tabla General de CST*

Apéndice 7: Nuevo Instrumento CST +AB Propuesto para Evaluar Empresas de Alimentos y Bebidas

Instrumento CST ^{+AB}		
ÁMBITOS y Descriptores	Apreciación	Ponderación
ENTORNO FISICO BIOLOGICO		
1. Políticas y Programas		
1.1 La empresa identifica y monitorea los impactos ambientales negativos causados o que es posible causar en su actividad, mediante un registro escrito.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
1.2 La empresa ha diseñado planes específicos para mitigar o eliminar impactos negativos o para actuar en caso de emergencia.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
1.3 La empresa participa continuamente en programas de mejora ambiental en las zonas aledañas o en otras regiones del país.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
1.4 La empresa forma parte de organizaciones, regionales o locales que trabajan activamente sobre la problemática ambiental y social.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
2. Emisiones y Desechos		
2.1 La empresa mantiene un estricto control periódico, en forma de registro, sobre la composición y calidad de sus aguas residuales	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
2.2 La empresa cuenta con la certificación de la calidad de aguas servidas emitida por el Departamento de Control Ambiental del Ministerio de Salud o algún otro ente autorizado.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
2.3 La empresa tiene funcionando un sistema de tratamiento de aguas residuales, para evitar su disposición en crudo hacia las aguas nacionales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	3
2.4 Las aguas servidas, de calidad aceptada, se disponen sin producir alteraciones en el medio ambiente.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1
2.5 Las aguas servidas de calidad aceptada se están reutilizando apropiadamente.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
2.6 Las aguas de lluvia son manejadas y evacuadas por medio de sistemas que no implican ninguna forma de alteración en el medio.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
2.7 Cualquier fuente de contaminación por emisiones en los alrededores del establecimiento, debe estar denunciada ante las autoridades competentes.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
2.8 Se han rotulado zonas contaminadas para advertir sobre riesgos o peligros	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1
3. Áreas Verdes		
3.1 En el área de jardines la vegetación está compuesta, en forma, predominante, por especies nativas de la región	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
3.2 Las especies introducidas de carácter ornamental, no se están propagando hacia otras regiones del entorno.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1
3.3 Las principales especies arbóreas están debidamente identificadas con	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1

su nombre local y nombre científico.		
3.4 Se mantiene por escrito una pequeña reseña ilustrativa para efectos divulgativos, sobre las especies en las áreas verdes.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1
3.5 Para el mantenimiento de las áreas verdes, se utilizan productos naturales evitando el uso de abonos químicos, plaguicidas y herbicidas.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
4. Áreas Naturales		
4.1 La empresa incentiva a sus clientes a visitar las áreas protegidas del país o de la zona.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
4.2 La empresa mantiene información detallada sobre áreas naturales de interés turístico para los clientes.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
4.3 La empresa conoce y cumple con la política de manejo estipulada para realizar actividades turísticas en áreas naturales y la divulga a los clientes.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
4.4 La empresa tienen su propia área de reserva natural	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
4.5 La reserva natural propiedad de la empresa se está manejando adecuadamente	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1
4.6 La empresa participa o apoya el mantenimiento y manejo de alguna área protegida sea estatal o privada.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
5. Protección de Flora y Fauna		
5.1 La empresa promueve, mediante acciones específicas, la no extracción de plantas o animales silvestres por parte de los turistas o de cualquier otra persona.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
5.2 La empresa demuestra su resolución de evitar toda comercialización de especies o productos de flora y fauna vedados por la ley.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
5.3 No se mantienen especies animales silvestres en cautiverio.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
5.4 La empresa desarrolla actividades para evitar la alimentación (artificial) directa o indirecta a los animales silvestres.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1
5.5 La iluminación artificial externa no causa perturbaciones o alteraciones en el medio natural o cambios en el comportamiento de los animales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
5.6 Las fuentes generadoras de ruido se encuentran alejadas o bien aisladas de sitios donde puedan causar alteraciones en el medio.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
5.7 La empresa apoya algún centro de rescate de animales afectados o en peligro de extinción.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
PLANTA DE SERVICIO		
6. Formulación de Políticas		
6.1 La empresa ha diseñado un Plan Estratégico (misión, visión, objetivos)	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
6.2 La empresa ha diseñado una política de sostenibilidad para el lugar.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
6.2 La empresa ha confeccionado un documento para divulgar y hacer de conocimiento general los alcances de su política de sostenibilidad.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
6.3 Los empleados de la empresa conocen los alcances de la misión y las políticas para la sostenibilidad.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
6.4 La empresa tiene un manual en el que se definen los objetivos de su plan de sostenibilidad y se incluyen los programas generales a desarrollar.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
6.5 La empresa mantiene un registro de acciones propuestas y avance	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1

sobre el cumplimiento de los objetivos del plan de sostenibilidad.		
7. Consumo de Agua		
7.1 El consumo de agua es monitoreado continuamente por medio de medidores.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
7.2 Existe un plan en el cual se estipulan las metas de ahorro de agua que el establecimiento se ha planteado.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
7.3 Existe en la empresa un responsable y un cronograma de ejecución de actividades para el ahorro de agua que es conocido por todos los empleados.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
7.4 La empresa está implementando una campaña para el ahorro de agua, dirigida a visitantes y empleados.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
7.5 Existe un programa sobre verificación de fugas de agua en las tuberías de la empresa para lo cual se hacen revisiones periódicas y se lleva un registro de ubicación y reparación.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
7.6 La empresa utiliza dispositivos para el ahorro de agua en grifos y otros.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
7.7 La empresa cuenta con un análisis actualizado trimensualmente de calidad de agua y hielo para consumo humano extendido por un ente autorizado.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
8. Consumo de Energía		
8.1 El consumo de energía es monitoreado continuamente por medio de medidores.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
8.2 Existe un plan en el cual se estipulan las metas de ahorro de energía que el establecimiento se ha planteado.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
8.3 Existe en la empresa un responsable y un cronograma de ejecución de actividades para el ahorro de energía que es conocido por todos los empleados.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
8.4 La empresa está implementando una campaña para el ahorro de energía, dirigida a visitantes y empleados.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
8.5 La empresa está utilizando al máximo la iluminación natural.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
8.6 Existe un programa de mantenimiento preventivo para todos los equipos e instalaciones eléctricas de la empresa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
8.7 Se promueve el apagado de luces cuando su uso no es estrictamente necesario.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
8.8 El establecimiento está utilizando sistemas de iluminación eficientes con los que se cubre al menos el 80% de las necesidades de la empresa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
8.9 La empresa utiliza nuevas tecnologías para el ahorro de energía en iluminación, refrigeración y otros (apagado automático, interruptores de presencia, desactivado de circuitos, etc).	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
8.10 La empresa está utilizando algún sistema de energía alternativa (celdas fotovoltaicas u otros sistemas solares por ejemplo) para iluminación.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
8.11 Las tuberías expuestas (internas cuando sea posible) están recubiertos con material aislante para evitar pérdidas de calor.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
8.12 Se está haciendo uso de nuevas tecnologías para aumentar la eficiencia en el sistema de aire acondicionado.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2

8.13 Se está haciendo uso de nuevas tecnologías para aumentar la eficiencia en el sistema de refrigeración.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
8.14 Se observa un estricto programa de control de fugas de aire y de gas en los sistemas de refrigeración.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1
8.15 La empresa utiliza equipo eléctrico eficiente para cubrir al menos el 50% de las necesidades de la empresa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
9. Consumo de Productos		
9.1 Existe una política de compras y utilización de productos, de toda índole, para la empresa en el que se observan criterios ambientales y sociales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
9.2 Los empleados conocen las directrices de las políticas de compra de la empresa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
9.3 La empresa tiene un manual de proveedores por medio de los cuales se asegura el cumplimiento de las normas sociales y ambientales del plan de compras	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
9.4 En el establecimiento no se utilizan ni se venden productos que tengan contraindicaciones ambientales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
9.5 No menos del 50% de los materiales impresos, incluyendo los de promoción e información, se imprimen en papel reciclado y blanqueado sin cloro.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
10. Alimentos y Bebidas		
10.1 De preferencia, la empresa está utilizando productos frescos para preparar y servir alimentos.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
10.2 La empresa se provee de fuentes de agricultura orgánica debidamente certificada.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	3
10.3 En el menú se ofrecen platillos de comidas regionales o nacionales	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
10.4 Los productos en conserva necesarios se compran en envases grandes y se prefieren los envases de vidrio o los de metal reciclable.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
10.5 Como norma, la empresa tiene la política de reusar o intercambiar envases y para tal efecto tiene proveedores que prestan efectivamente este servicio.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
10.6 Se utilizan envases rellenables o reutilizables para servir comidas tales como recipientes para mantequilla, mermelada, miel, azúcar, salsas, etc.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
10.7 En la cocina, el comedor o en el bar, se utiliza menaje y accesorios de uso prolongado evitando así productos de un solo uso o desechables como vajilla de cartón, plástico o aluminio y otros.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
10.8 El Restaurante ofrece platillos completamente orgánicos y da garantía de ello.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
10.9 El Restaurante posee su propio huerto de cultivo orgánico para consumo local.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
11. Limpieza y Cosméticos		
11.1 La empresa utiliza productos de limpieza biodegradables, sin componentes corrosivos o tóxicos.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
11.2 Los detergentes para lavar vajillas no contienen fosfatos ni sustancias	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1

para abrillantar o blanquear.		
11.3 El jabón y otros productos cosméticos para el uso de clientes y empleados son biodegradables.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
11.4 Se utilizan productos de limpieza y productos cosméticos en empaques biodegradables, reciclables o reutilizables.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
11.5 Para el suministro de productos cosméticos en lavabos se emplean dosificadores o dispensadores.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
11.6 Se promueve el ahorro de productos en lavados como jabón, toallas de secado, etc.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
11.7 Se dispone adecuadamente, reciclando o reutilizando, los desechos de productos cosméticos como jabón, y otros.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
12. Manejo de Desechos		
12.1 La producción de desechos sólidos, en cuanto a cantidad y composición, es monitoreada continuamente.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
12.2 Existe un plan en el cual se estipulan las metas de reducción en la cantidad de desechos que el establecimiento se ha planteado.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
12.3 Existe un registro de los datos de producción general de desechos por estación de servicio.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
12.4 Existe en la empresa un responsable y un cronograma de ejecución de actividades para la reducción de desechos que es conocido por todos los empleados	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
12.5 Se ofrecen recipientes biodegradables para llevar comida	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
12.6 La empresa tiene un programa de devolución de recipientes biodegradables para llevar comida, donde los reutiliza mientras sea posible, y se brinda un incentivo a la persona que contribuya con este programa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
12.7 El aceite de cocina de desecho se almacena debidamente y se envía para ser reciclado o producido en Biodiesel.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
Desechos Orgánicos		
12.8 Se utilizan basureros adecuados para el depósito y manejo de desechos orgánicos.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
12.9 Los basureros para desechos orgánicos se encuentran en un lugar despejado y libre de contaminación o mal olor.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1
12.10 Los desechos orgánicos producidos en la empresa son enviados o donados a algún poblador local para alimento de animales o producción de compostaje.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
12.11 El restaurante está utilizando los desechos orgánicos para producir su propio compostaje y aplicarlo al huerto orgánico.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
Desechos Inorgánicos		
12.12 La empresa dispone de recipientes adecuados para la separación de la basura (aluminio, plástico, vidrio y papel)	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
12.13 Existe un sitio acondicionado en el cual se realiza la separación final de los desechos.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
Disposición Final		
12.14 Los desechos sólidos generados por la empresa son almacenados apropiadamente antes de su recolección final.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2

12.15 La empresa verifica y garantiza que la recolección, y disposición final de los desechos se hace en forma eficiente.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
12.16 La empresa participa en un programa de reciclaje al cual se envían los desechos debidamente clasificados.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
13. Capacitación		
13.1 Todos los empleados reciben información y conocen la política de sostenibilidad de la empresa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
13.2 Existe un programa de capacitación dirigido a los empleados, de acuerdo a sus funciones.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
13.3 Como resultado de la capacitación los empleados conocen y participan activamente de las iniciativas y programas de carácter ambiental de la empresa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
13.4 Los empleados de la empresa participan periódicamente en reuniones en las que se discuten aspectos relacionados con la sostenibilidad.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
13.5 La empresa desarrolla una estrategia de motivación que reconoce e incentiva las iniciativas viables para el programa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
13.6 La empresa cuenta con un programa de evaluación y control de los resultados de los programas de capacitación.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
13.7 Todo el personal de restaurante se encuentra capacitado o tiene conocimiento de cómo se realiza una correcta separación de desechos	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1
CLIENTE EXTERNO		
14. Comunicación y Participación		
14.1 Se brinda al cliente información histórico-cultural y ecológica del sitio donde está la empresa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
14.2 La empresa tiene un programa de información a los huéspedes sobre su compromiso de cumplimiento del programa de CST y sus objetivos.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
14.3 La empresa declara bajo juramento que toda la información contenida en su material promocional es estrictamente veraz.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
14.4 El material promocional de la empresa hace referencia y promueve los objetivos del CST.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
14.5 Se informa y motiva al cliente para que participe en los diferentes programas del CST que la empresa esté desarrollando	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
14.6 Se brinda información a los huéspedes sobre las acciones de protección del medio ambiente que se desarrollan en la región	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
14.7 Se brinda información sobre actividades socioculturales que se están desarrollando en la región	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
14.8 La empresa publica y promociona su política de compras y consumo a proveedores locales o regionales que presenten criterios ambientales y sociales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
15. Acondicionamiento del Comedor		
15.1 Se implementan acciones específicas de ahorro de productos ofrecidos en la mesa, servilletas, salsas, etc.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
15.2 El restaurante cumple con la Ley 7501, que separa las áreas de	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1

Fumado y No Fumado, y estás áreas están debidamente señalizadas		
15.3 En las áreas aptas para fumadores existen condiciones para aminorar la contaminación del aire por esta acción.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
15.4 El establecimiento ofrece facilidades para que el cliente separe la basura por su cuenta.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
15.5 La Carta del Menú está confeccionada con papel reciclado	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
15.6 La empresa utiliza la ventilación natural, reflexión de luz y calor, sombra natural y otros para procurar un ambiente agradable.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
16. Manejo de Higiene		
16.1 Se utilizan de preferencia artículos de limpieza reutilizables como servilletas, paños, etc.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
16.2 Se promueve el lavado constante de los artículos de limpieza utilizados por el personal de la empresa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
16.3 Se esterilizan al menos una vez por semana los accesorios utilizados en el comedor, y cocina para preparar y servir alimentos.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
17. Calidad del servicio		
17.1 La empresa posee estacionamiento proporcional a la capacidad del restaurante (1/15)	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
17.2 Se ofrece servicio a la mesa o existen salonereros en el restaurante para atender la capacidad del salón.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
17.3 La empresa posee al menos un colaborador por jornada laboral que posea conocimiento de otro idioma, (inglés y/u otros) para brindar un mejor servicio al visitante extranjero	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
17.4 Todos los colaboradores están debidamente identificados y poseen uniformes para una mejor presentación personal.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
17.5 En la empresa existe un Menú Turístico para los visitantes extranjeros en donde se ofrezcan mayormente comidas nacionales y regionales, y en menor proporción comida internacional.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
18. Manejo de Grupos		
18.1 El personal incentiva y orienta a los clientes para la visita a diferentes áreas naturales protegidas u otros atractivos naturales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
18.2 La empresa ha desarrollado un programa efectivo para motivar al cliente a ayudar en la limpieza, mantenimiento y conservación de las áreas visitadas.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
18.3 El cliente tiene información de cómo conducirse y sobre sus responsabilidades en los sitios que visita. Incentivos a los visitantes para visitar áreas naturales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
19. Medición de la Respuesta		
19.1 La empresa analiza las opiniones de los clientes sobre el CST, en un formulario debidamente diseñado al efecto.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
19.2 Se comunica al ICT y la comisión del CST los resultados de las encuestas hechas a los clientes al menos cada 6 meses.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1

19.3 El cliente dispone de un formulario para hacer comentarios o quejas sobre el programa CST y en general sobre el funcionamiento de la empresa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
19.4 El hotel ha diseñado y puesto en ejecución algún tipo de garantía para el cliente, fácilmente ejecutable, con relación a los servicios ofrecidos y a los resultados del CST.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
ENTORNO SOCIOECONÓMICO		
20. Beneficios Económicos Directos		
20.1 La empresa utiliza personas de la localidad para cubrir más del 60% de las necesidades de personal.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
20.2 La empresa imparte los cursos de capacitación necesarios para que las personas de la localidad puedan ocupar efectivamente puestos de trabajo en la empresa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
20.3 La empresa utiliza personas del ámbito comunal o nacional para trabajar en el nivel administrativo o gerencial.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
20.4 La empresa contribuye y apoya la formación de recursos humanos para actividades complementarias del turismo.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
20.5 Los recursos humanos locales capacitados de la forma anteriormente planteada, o parte de ellos, son empleados o contratados por la empresa.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
20.6 No se contrata personal de forma ilegal o por debajo de condiciones mínimas.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
20.7 La oferta de trabajo de la empresa no está generando situaciones indeseables en la comunidad	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
21. Beneficios Económicos Indirectos		
21.1 Por medio de material promocional se informa sobre las actividades recreativas manejadas por organizaciones comunales o empresas locales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
21.2 A través de material promocional se informa sobre actividades benéficas que se desarrollan en la comunidad.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
21.3 La empresa participa activamente contribuyendo al desarrollo de actividades deportivas, artísticas, culturales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
21.4 La empresa aprovecha y promueve el uso y consumo de insumos producidos a nivel local.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
21.5 Para adornos del lugar y del comedor se utilizan artesanías u otro tipo de manifestaciones artísticas producidas local, regional o nacionalmente.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
21.6 La empresa tiene programas específicos que promueven el turismo nacional en los que se ofrecen facilidades y tarifas reducidas.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
21.7 La empresa apoya o tiene una relación comercial o de apoyo permanente con al menos una microempresa regional o nacional, de carácter turístico o no, con la cual colabora.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
21.8 La tecnología, materiales y equipo aplicados por la empresa son producidos localmente o cuentan con un importante componente nacional.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
21.9 La empresa facilita transporte terrestre o marítimo a personas de la comunidad con frecuencia o en casos de emergencia.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	1
21.10 Se incentiva al cliente a consumir diferentes platillos locales, y se	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3

dona un porcentaje de la ganancia de ese platillo a alguna fundación, programa social o de beneficencia local.		
21.11 Más del 50% de los proveedores de la empresa son locales o regionales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
22. Contribución al Desarrollo Cultural		
22.1 En la promoción de la empresa se integran los elementos culturales de la región y de las comunidades locales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
22.2 Se ha destinado un espacio en la empresa donde las organizaciones comunales puedan expresar, previa autorización del restaurante, sus proyectos e iniciativas de interés turístico	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
22.3 La empresa facilita el uso de sus instalaciones para reuniones o encuentros comunales para tratar asuntos importantes de la comunidad.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
22.4 La empresa promociona e incentiva manifestaciones y actividades culturales	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
22.5 La empresa prohíbe el uso y promoción de actividades de comercio sexual, prostitución, expendio de drogas u otros problemas sociales.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	3
22.6 La empresa establece acciones prácticas que desincentivan el acoso sexual y promueven la igualdad de oportunidades para ambos sexos.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
22.7 Los rótulos dedicados a la orientación y promoción de la empresa no interfieren con el medio cultural, social o ambiental.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
23. Contribución en Salud		
23.1 Los requerimientos de servicios básicos de la empresa no están comprometiendo los de las comunidades cercanas	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
23.2 La empresa participa como facilitador en los programas preventivos del Sector Salud	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
23.4 El control de plagas se lleva a cabo con sustancias y procedimientos que no afectan a los clientes, los trabajadores, a los vecinos, fauna silvestre y el ambiente.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
24. Aplicación Ley 7600 y su reglamento		
24.1 El mostrador posee una adecuación para personas con capacidad física restringida	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> n/a	2
24.2 Las mesas y ventanillas poseen las dimensiones necesarias estipuladas en la Ley 7600.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
24.3 El espacio para la correcta movilización de personas con discapacidad dentro del restaurante sigue lo normado en la ley	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
24.4 Los servicios sanitarios, lavados, puertas, barandas, agarraderas y cualquier otro detalle arquitectónico en las instalaciones de servicios sanitarios poseen las adecuaciones de acceso para las personas con discapacidad	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
24.5 Existe en la empresa una persona capacitada para atender a personas con discapacidad, según sus necesidades.	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	1
24.6 El restaurante posee diferentes presentaciones del menú, para que pueda ser comprendido por personas con discapacidad visual o de lectura	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2
24.7 En el caso de estar a desnivel con el piso, el acceso físico a las	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no	2

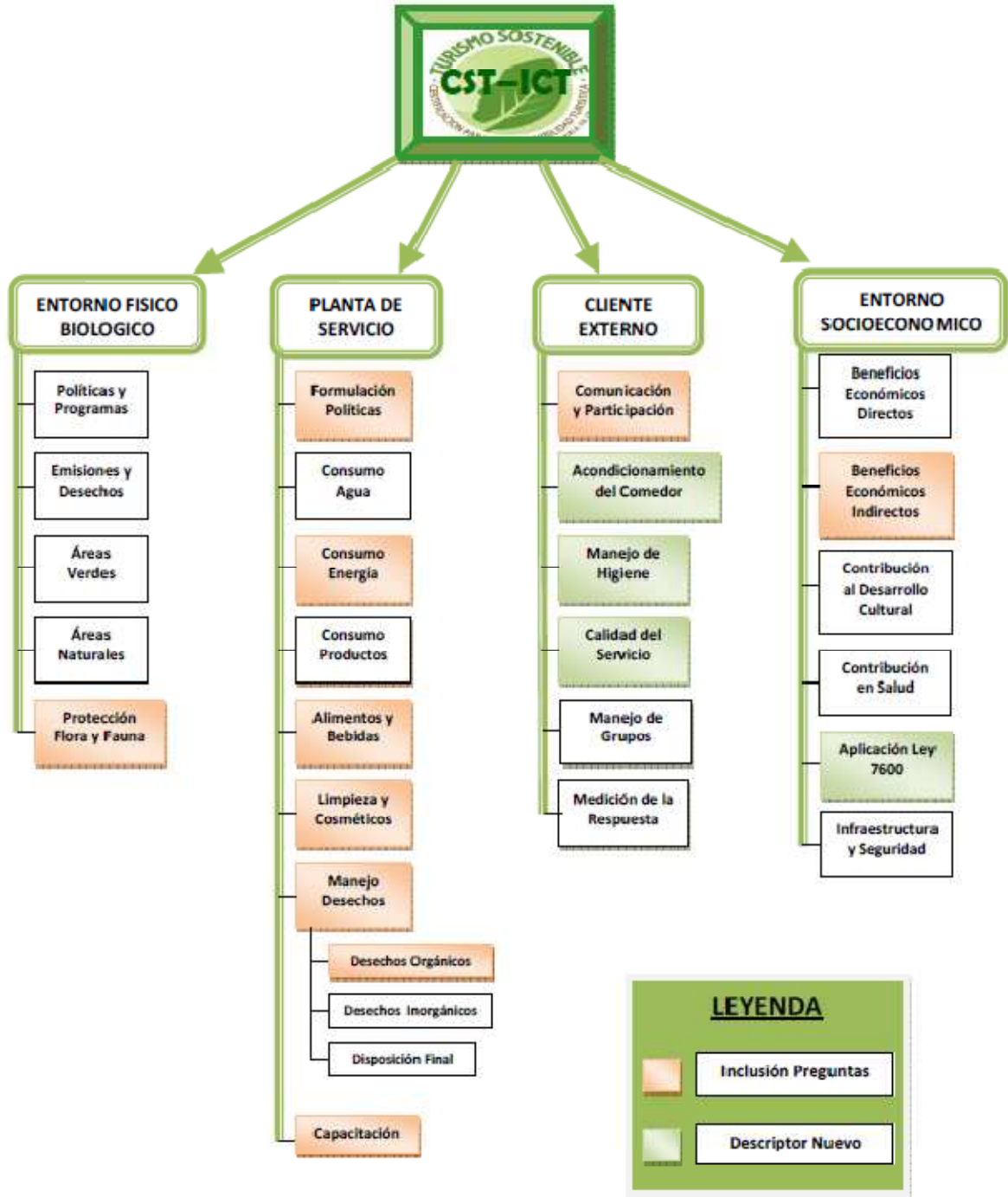
diferentes áreas que ofrece el restaurante se encuentra adecuado para personas con capacidad física restringida (apoyo con barandas, rampas, etc).		
24.8 La empresa cuenta con menaje de mesa apropiado para diferentes discapacidades físicas.	[]sí []no	1
25. Infraestructura y Seguridad		
25.1 La empresa ha realizado o realiza contribuciones económicas o en especie a la comunidad para obras específicas de infraestructura o su mantenimiento.	[]sí []no	3
25.2 La empresa aplica sus influencias y conocimientos en apoyo a la solución de los problemas de infraestructura de las comunidades	[]sí []no	1
25.3 La empresa se involucra para integrar asociaciones o comités que trabajen en pro de mejoras para la localidad donde opera.	[]sí []no	2
25.4 La empresa apoya los programas de seguridad turística que se estén desarrollando	[]sí []no []n/a	2
25.5 La empresa tiene y respeta un código de ética en beneficio de la moral y la seguridad.	[]sí []no	3
25.6 La empresa cuenta con un plan para actuar en caso de desastres naturales o emergencias.	[]sí []no	2

FUENTE: *Elaboración propia tomando como base guía de aplicación de CST para empresas hoteleras.*

CRITERIOS PARA PONDERACIÓN

1= Importancia Baja.
2= Importancia Media
3= Importancia Alta

Apéndice 8: Nueva Estructura Conceptual de CST^{+AB} confeccionada a partir de las incorporaciones al nuevo Instrumento de CST



FUENTE: *Elaboración propia*

ANEXOS



Anexo 1: Abreviaturas Empleadas

- ❖ **DT** = Declaratoria turística
- ❖ **CST** = Certificado de Sostenibilidad Turística
- ❖ **ICT** = Instituto Costarricense de Turismo
- ❖ **AyB** = Alimentos y Bebidas
- ❖ **SV** = Sujeto a Verificación
- ❖ **PGOR** = Perfil General de Organización Empresarial
- ❖ **PGSE** = Perfil General de Sostenibilidad Empresarial

Anexo 2: Hoja de Información

Información del estudiante:

Nombre: Natalia María Álvarez Hernández

Cédula o No: 6-0377-0260

Carné ITCR: 200868958

Carrera: Gestión del Turismo Rural Sostenible

Dirección de su residencia en época lectiva: Residencias del ITCR - SSC

Dirección de su residencia en época no lectiva: Cerrillos de Esparza, Puntarenas

Teléfono en época lectiva: 8889-9239

Teléfono época no lectiva: 8889-9239 / 2636-7970

Email: nalvarezhz@gmail.com

Información del Proyecto:

Nombre del Proyecto: Propuesta De Instrumento Para Incorporar Las Empresas De Alimentos Y Bebidas Al Programa CST Basado En La Guía De Aplicación Para Hoteles

Profesor Asesor: M.B.A Roberto Gallardo Loría

Teléfono de Oficina: 2401-3072

Información de la Empresa 1:

Nombre: Bar y Restaurante Happy Land

Dirección: Frente a las instalaciones del ITCR, Santa Clara San Carlos

Persona Contactada: Minor Quesada (Propietario)

Teléfono: 2475-5174 / 8352-9752

Actividad Principal: Servicio de alimentación

Información de la Empresa 2:

Nombre: Bar, Restaurante y Cafetería Don Rufino

Dirección: Diagonal a la Gasolinera La Fortuna, La Fortuna de San Carlos

Persona Contactada: Marcela Quesada (Gerente)

Teléfono: 2479-9997

Fax: 2479-9633

Actividad Principal: Servicio de alimentación

Página Web: www.donrufino.com

Información de la Empresa 3:

Nombre: Restaurante La Choza del Laurel

Dirección: 400 metros Oeste del Templo Católico de La Fortuna, San Carlos

Persona Contactada: Ronny Solís (Gerente) y Martha Madriz (Asistente Gerencia)

Teléfono: 2479-7069

Actividad Principal: Servicio de alimentación

Página Web: www.lachozadelaurel.com

Anexo 3: Formato de Tabla de Cotejo sobre Declaratoria Turística para Empresas Gastronómicas

	Lugar:	Fecha:
ASPECTOS	APRECIACION	
	SI	NO
Requisitos Legales y Técnicos		
Antecedentes penales, P. física: dueño, P. jurídica: representante empresa		
Fax para notificaciones a la empresa departe del ICT		
Patente Municipal de la empresa		
Plano Catastro de la propiedad de la Empresa		
Título de propiedad del inmueble		
Permiso de Funcionamiento de la empresa		
Categoría mínima: 3 tenedores		
Personería vigente del representante de la empresa o personería jurídica.		
Esta al día con la CCSS		
Tiene buen acceso vehicular y peatonal al local		
Tiene buen acceso para personas con discapacidad física (estacionamiento para discapacitados)		
Mostradores con alturas adecuadas para personas discapacitadas		
Estacionamiento (área mínima 1 espacio cada 15 comensales)		
Área para uso de empleados (comedor y sanitarios)		
Tiene Facturero		
Tiene Menú Turístico		
Salidas de Emergencia para personal cocina		
Bodegas para: limpieza, vajillas y utensilios, licores, áreas de congelación y preservación de alimentos.		
Rotulo (iluminado, propio)		
Requisitos de Personal		
Uniformes de empleados		
Buena higiene personal empleados		
Trato Adecuado clientes		
Habla Idiomas		
Capacitación en los diferentes puestos de personal		
Presentación Interna		

Entrada para clientes independiente del personal		
Acabado y recubrimiento de cielo raso		
Acabado y recubrimiento del piso		
Acabado y recubrimiento de paredes		
Equipamiento y Acondicionamiento		
Elementos decorativos		
Iluminación y ventilación natural		
Sistema de sonido integral ambiental		
Sistema de imagen integral ambiental		
Desodorante ambiental		
Mueble para salones		
Vajilla (vidrio, porcelana, acero inoxidable)		
Acepta tarjeta crédito		
Ventilación en Cocina		
Composición de la Carta del Menú		
Entradas		
Platos fuertes / especialidades		
Postres y bebidas digestivas		
Posee Carta de Vinos y Licores		
Normas de seguridad		
Facilidades para evacuación, espacio, señalamiento, etc.		
Rotulación de seguridad (luminosa)		
Sistemas contra incendios (alarmas, extinguidores)		
Luces de emergencia		
Tiene Vigilancia, cuantas horas al día?		
Personal capacitado para atender emergencias		
Botiquín Primeros Auxilios		

FUENTE: Elaboración propia

Anexo 4: Herramienta brindada a empresarios para valorar los documentos poseídos o no para solicitar la DT.

DOCUMENTOS NECESARIOS PARA SOLICITAR DECLARATORIA TURISTICA		
	LO TIENE	
DOCUMENTOS REQUISITO	SI	NO
<p>Solicitud de Declaratoria Turística: por el representante de la empresa, indicando si la empresa se encuentra en operación; la actividad a la que se dedica, el lugar específico desde donde opera; el nombre comercial.</p> <p>Este documento deberá estar debidamente autenticado, adjuntándole un timbre de abogado.</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Certificados de carencia de antecedentes penales, del propietario de la empresa en caso de persona física y tratándose de personas jurídicas de aquellos que de acuerdo a los estatutos, tengan la representación legal de la empresa (apoderados). Si los apoderados son costarricenses, deberán presentarse al Departamento de Fomento con el documento de identificación respectivo, a solicitar la fórmula que el Registro Judicial pedirá, para extender la certificación de carencia de antecedentes penales.</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Declaración Jurada: conteniendo los siguientes puntos: Que la empresa tendrá como objeto exclusivo la actividad gastronómica y que de que se dedique a otros giros, los llevará contable y administrativamente por separado. Comprometerse a reportar cualquier cambio de propietario, administradores, domicilio, razón social, nombre comercial u otros cambios que modifiquen los alcances de la declaratoria turística otorgada. Indicar un medio (fax) o un lugar exacto donde recibir notificaciones, relacionadas con el trámite de obtención de declaratoria, así como para cualquier acto o resolución que en el futuro y una vez otorgada la declaratoria, puedan afectar a la empresa comprometiéndose además a comunicar cualquier cambio de esta dirección. Esta Declaración deberá estar debidamente autenticada y contar con el correspondiente timbre de abogado.</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Carta de autorización para que el Departamento de Fomento del ICT, previo a la obtención de la declaratoria turística, realice una inspección al establecimiento a fin de evaluar y clasificar a la empresa</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Copia certificada de la patente municipal y del permiso de funcionamiento, donde que conste que están autorizados a realizar la actividad para la que piden declaratoria.</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Certificación registral o notarial, que demuestre la personería vigente del representante de la empresa, con indicación de las facultades que ostenta, dejando claro si puede actuar en forma separada o conjunta. Es importante incluir todas las personas que tiene representación judicial y extrajudicial, ya que solo se atenderán gestiones a los apoderados debidamente acreditados. Además contar con los siguientes timbres: ¢ 18.75 fiscales, ¢ 5 archivo nacional y el correspondiente timbre de abogado. Por cada folio adicional certificado, debe incluirse ¢ 2.50 fiscales.</p>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FUENTE: Elaboración propia a partir de Requisitos solicitados por ICT para Declaratoria Turística.		

Anexo 5: Informe Ejecutivo de Resultados sobre Valoración de Declaratoria Turística Entregado a Cada Empresa

Anexo 5.1 Informe ejecutivo de resultados sobre valoración de declaratoria turística Bar y Restaurante Happy Land

Empresa:	Bar y Restaurante Happy Land
Responsable:	Minor Quesada
Fecha Entrevista:	Miércoles 02 Septiembre del 2009
Realizado por:	Natalia Álvarez Hernández nalvarezhz@gmail.com

RESULTADOS DE APLICACIÓN TABLA DE COTEJO SOBRE DECLARATORIA TURISTICA

TABLA DE COTEJO - DECLARATORIA TURÍSTICA - EMPRESAS GASTRONÓMICAS		
ASPECTOS	HAPPY LAND	
	SI	NO
1. Requisitos Legales y Técnicos		
1.1 Antecedentes Penales (SV)		X
1.2 Fax notificaciones (SV)	X	
1.3 Patente Municipal (SV)	X	
1.4 Plano Catastro (SV)	X	
1.5 Título de Propiedad (SV)	X	
1.6 Permiso de Funcionamiento	X	
1.7 Personería Jurídica Vigente (SV)	X	
1.8 Al día con CCSS (SV)	X	
1.9 Acceso vehicular y peatonal	X	
1.10 Acceso y est. para discapacitados	X	
1.11 Mostrador adecuado para discapacitados		X
1.12 Estacionamiento (1/15)	X	
1.13 Área para uso de empleados (SV)	X	
1.14 Facturero Timbrado	X	
1.15 Menú turístico		X

1.16 Salidas de emergencia personal cocina (SV)		X
1.17 Bodegas	X	
1.18 Rotulo (iluminado, propio)		X
2. Requisitos de Personal		
2.1 Uniformes	X	
2.2 Higiene Personal	X	
2.3 Trato adecuado	X	
2.4 Idiomas (SV)	X	
2.5 Capacitación en puestos (SV)	X	
3. Presentación Interna		
3.1 Entrada para clientes	X	
3.2 Acabado del cielo raso	X	
3.3 Acabado de pisos	X	
3.4 Acabado de paredes	X	
4. Equipamiento y Acondicionamiento		
4.1 Elementos decorativos		X
4.2 Iluminación y ventilación natural	X	
4.3 Sonido integral ambiental	X	
4.4 Imagen Integral ambiental	X	
4.5 Desodorante ambiental		X
4.6 Mueble para saloneros	X	
4.5 Vajilla (vidrio, porcelana, acero inoxidable)	X	
4.6 Acepta tarjeta crédito	X	
4.7 Ventilación en Cocina	X	
5. Composición de la Carta del Menú		
5.1 Entradas		X
5.2 Platos fuertes / Especialidades	X	
5.3 Postres y Bebidas		X
5.4 Carta de Vinos y Licores (SV)	X	
6. Normas de Seguridad		
6.1 Facilidades para evacuación	X	
6.2 Rotulación de Seguridad (luminosa)		X

6.3 Sistemas contra incendios		X
6.4 Luces de emergencia	X	
6.5 Vigilancia	X	
6.6 Personal capacitado para emergencias		X
6.7 Botiquín Primeros Auxilios		X

SV= -Sujeto a Verificación

RECOMENDACIONES

Ítem 1.11 Mostrador Adecuado para Discapacitados: Cada establecimiento debe brindar facilidades para las personas con capacidades físicas restringidas. Sin embargo el ICT no evalúa fuertemente o este aspecto, tanto como la accesibilidad al lugar, espacios entre mesas, etc.

Ítem 1.15 Menú Turístico: la carta de menú debe estar confeccionada con motivos alusivos a la especialidad del restaurante o con su respectivo logotipo. La misma no podrá llevar en su portada ningún material publicitario, que se oriente a casas comerciales. Además, deben estar claramente presentados los alimentos en idioma español e inglés, con sus respectivos precios, aclarando si incluyen los impuestos de ley. (Manual para la Categorización de Empresas Gastronómicas, ICT).

Ítem 1.16 Salidas de Emergencia Personal de Cocina: el área de cocina deberá estar construida en forma tal que brinde la máxima protección al personal, y en caso de siniestro facilite una rápida evacuación. (Manual para la Categorización de Empresas Gastronómicas, ICT).

Ítem 4.1 Elementos decorativos: Se debe acondicionar el lugar (salón comedor) con elementos que adornen y proporcionen tranquilidad y una imagen agradable a la vista.

Ítem 4.5 Desodorante Ambiental: es necesario que el comedor despidiera un aroma suave y del agrado de los clientes. (Manual para la Categorización de Empresas Gastronómicas, ICT).

Ítem 5.1 Entradas: el ICT califica de 4 a 0.5 puntos los siguientes aspectos como entradas de un menú.

Un grupo de entremeses con 10 variantes selectas y cuatro sopas o cremas (4 puntos)

Un grupo de entremeses con 8 variantes selectas y tres sopas o cremas (3 puntos)

Un grupo de entremeses con 5 variantes selectas y dos sopas o cremas (2 puntos)

Un grupo de entremeses con 4 variantes selectas y dos sopas o cremas (1 punto)

Un grupo de entremeses y sopas (0.5)

Ítem 5.3 Postres y Bebidas: el ICT califica de 4 a 0.5 puntos los siguientes aspectos como entradas de un menú.

Ofrece 3 clases de dulce o helado, quesos y frutas variadas, además de 5 tipos de café: americano, exprés, capuchino, irlandés o cualquier otra especialidad del país (4 puntos)

Ofrece compuesto de dulces y helados, quesos y frutas (2 puntos)

Ofrece dulces o helados, queso y frutas (1 punto)

Ofrece queso, dulce o fruta (0.5 puntos)

Ofrece quesos o frutas (0.5 puntos)

Ítem 6.2 Rotulación de Seguridad: El lugar debe estar correctamente rotulado (tanto el comedor, sanitarios, cocina, etc), las salidas de emergencia demarcadas y sobre todo con luminosidad.

Ítem 6.3 Sistemas contra incendios: Todos los establecimientos deben de tener un sistema de alarmas y extinguidores contra incendios. Entendiendo que deben estar los 2 elementos (alarmas y extinguidores) en conjunto, y no uno por separado.

Ítem 6.6 Personal Capacitado para Emergencias: la empresa debe contar como mínimo, por cada turno de trabajo, con una persona capacitada en Primeros Auxilios para atender cualquier emergencia.

Ítem 6.7 Botiquín Primeros Auxilios: En la empresa debe existir estrictamente un botiquín con todos los medicamentos y elementos indispensables para cubrir emergencias pequeñas o dar atención primaria en caso de emergencias graves, mientras llegan los especialistas.

POSIBLE SOLUCIÓN

Ítem 4.1 Elementos Decorativos: adornar con elementos propios de la región, o característicos de la época; por ejemplo: estamos en el Mes de la Patria, entonces se podrían colocar adornos con los colores de la bandera. Buscar artefactos antiguos o nuevos pero representativos o simbólicos, como carretas típicas, faroles, etc.

Ítem 4.5 Desodorante Ambiental: Se pueden comprar unidades que despidan un olor agradable y ubicarlos en lugares estratégicos, por donde corra brisa del viento por ejemplo, para que el aroma se disperse por todo el lugar, pero de forma no visible o palpable para que no se note. Y no necesariamente deben ser elementos artificiales, se pueden conseguir plantas que despidan un olor agradable y colocarlas en las mesas de los clientes que sirvan de “elementos decorativos” a la vez, o bien plantas en los alrededores del restaurante que aromaticen todo el lugar.

Ítem 6.2 Rotulación de Seguridad: Se pueden confeccionar los rótulos de seguridad y conseguir tubitos fluorescentes que se carguen con la luz y se observen cuando es de noche o se apaga la luz para cubrir las letras de cada rótulo o el borde de los mismos.

Ítem 6.7 Botiquín Primeros Auxilios: consultar en Ebais o Farmacias o clínicas sobre los implementos que debe llevar estrictamente un Botiquín Primeros Auxilios para ubicarlo en la empresa.

Anexo 5.2 Informe ejecutivo de resultados sobre valoración de declaratoria turística Bar, Restaurante y Cafetería DonRufino

Empresa:	Bar, Restaurante y Cafetería Don Rufino
Responsable:	Marcela Quesada Sánchez
Fecha Entrevista:	Miércoles 07 Septiembre del 2009
Realizado por:	Natalia Álvarez Hernández nalvarezhz@gmail.com

RESULTADOS DE APLICACIÓN TABLA DE COTEJO SOBRE DECLARATORIA TURISTICA

TABLA DE COTEJO - DECLARATORIA TURISTICA - EMPRESAS GASTRONÓMICAS		
ASPECTOS	DON RUFINO	
	SI	NO
1. Requisitos Legales y Técnicos		
1.1 Antecedentes Penales (SV)		X
1.2 Fax notificaciones (SV)	X	
1.3 Patente Municipal (SV)	X	
1.4 Plano Catastro (SV)	X	
1.5 Título de Propiedad (SV)	X	
1.6 Permiso de Funcionamiento (SV)	X	
1.7 Personería Jurídica Vigente (SV)	X	
1.8 Al día con CCSS (SV)	X	
1.9 Acceso vehicular y peatonal	X	
1.10 Acceso y est. para discapacitados		X
1.11 Mostrador adecuado para discapacitados		X
1.12 Estacionamiento (1/15)		X
1.13 Área para uso de empleados (SV)	X	
1.14 Facturero Timbrado	X	
1.15 Menú turístico	X	
1.16 Salidas de emergencia personal cocina (SV)	X	
1.17 Bodegas (SV)	X	
1.18 Rotulo (iluminado, propio)		X
2. Requisitos de Personal		
2.1 Uniformes	X	

2.2 Higiene Personal	X	
2.3 Trato adecuado	X	
2.4 Idiomas (SV)	X	
2.5 Capacitación en puestos (SV)	X	
3. Presentación Interna		
3.1 Entrada para clientes	X	
3.2 Acabado del cielo raso	X	
3.3 Acabado de pisos	X	
3.4 Acabado de paredes	X	
4. Equipamiento y Acondicionamiento		
4.1 Elementos decorativos	X	
4.2 Iluminación y ventilación natural	X	
4.3 Sonido integral ambiental	X	
4.4 Imagen Integral ambiental	X	
4.5 Desodorante ambiental	X	
4.6 Mueble para saloneros	X	
4.5 Vajilla (vidrio, porcelana, acero inoxidable)	X	
4.6 Acepta tarjeta crédito	X	
4.7 Ventilación en Cocina (SV)	X	
5. Composición de la Carta del Menú		
5.1 Entradas	X	
5.2 Platos fuertes / Especialidades	X	
5.3 Postres y Bebidas	X	
5.4 Carta de Vinos y Licores (SV)	X	
6. Normas de Seguridad		
6.1 Facilidades para evacuación	X	
6.2 Rotulación de Seguridad (luminosa)		X
6.3 Sistemas contra incendios		X
6.4 Luces de emergencia	X	
6.5 Vigilancia (SV)	X	
6.6 Personal capacitado para emergencias		X
6.7 Botiquín Primeros Auxilios (SV)	X	

SV= Sujeto a Verificación

RECOMENDACIONES

Ítem 1.11 Mostrador Adecuado para Discapacitados: Cada establecimiento debe brindar facilidades para las personas con capacidades físicas restringidas. Sin embargo el ICT no evalúa fuertemente o este aspecto, tanto como la accesibilidad al lugar, espacios entre mesas, etc.

Ítem 1.10 Acceso y estacionamiento para discapacitados. Ítem 1.12 Estacionamiento: el área de estacionamiento debe estar debidamente demarcada, y puede encontrarse a una distancia no superior a 100 metros, en relación a la ubicación de la empresa. Existirá un aparcamiento por cada 15 personas, independientemente del estacionamiento de servicio. Este último tendrá una capacidad mínima para dos vehículos. El parqueo para personas con capacidad física restringida debe ser de 3.30X 5 m.

Ítem 1.18 Rótulo (Iluminado y propio): presentarán rótulos de tipo luminoso, sin que los mismos sean alusivos a marcas comerciales. En él se identificará claramente el nombre de la empresa con su respectivo logotipo.

Ítem 6.2 Rotulación de Seguridad: El lugar debe estar correctamente rotulado (tanto el comedor, sanitarios, cocina, etc), las salidas de emergencia demarcadas y sobre todo con luminosidad.

Ítem 6.3 Sistemas contra incendios: Todos los establecimientos deben de tener un sistema de alarmas y extinguidores contra incendios. Entendiendo que deben estar los 2 elementos (alarmas y extinguidores) en conjunto, y no uno por separado.

Ítem 6.6 Personal Capacitado para Emergencias: la empresa debe contar como mínimo, por cada turno de trabajo, con una persona capacitada en Primeros Auxilios para atender cualquier emergencia.

POSIBLE SOLUCIÓN

Ítem 1.10 Acceso y estacionamiento para discapacitados: Acondicionar un lugar cercano, ya que el lugar no cuenta con él, para que funcione como estacionamiento y demarcarlo y señalizarlo debidamente, indicar los estacionamientos para discapacitados.

Ítem 6.2 Rotulación de Seguridad: Se pueden confeccionar los rótulos de seguridad y conseguir tubitos fluorescentes que se carguen con la luz y se observen cuando es de noche o se apaga la luz para cubrir las letras de cada rótulo o el borde de los mismos

Anexo 5.3 Informe ejecutivo de resultados sobre valoración de declaratoria turística Restaurante La Choza del Laurel

Empresa:	Restaurante La Choza del Laurel
Responsable:	Ronny Solís Ugalde y Martha Madriz Altamirano
Fecha Entrevista:	Miércoles 02 Septiembre del 2009
Realizado por:	Natalia Álvarez Hernández nalvarezhz@gmail.com

RESULTADOS DE APLICACIÓN TABLA DE COTEJO SOBRE DECLARATORIA TURISTICA

TABLA DE COTEJO - DECLARATORIA TURÍSTICA - EMPRESAS GASTRONÓMICAS		
ASPECTOS	LA CHOZA DEL LAUREL	
	SI	NO
1. Requisitos Legales y Técnicos		
1.1 Antecedentes Penales (SV)		X
1.2 Fax notificaciones (SV)	X	
1.3 Patente Municipal (SV)	X	
1.4 Plano Catastro (SV)	X	
1.5 Título de Propiedad (SV)	X	
1.6 Permiso de Funcionamiento (SV)	X	
1.7 Personería Jurídica Vigente (SV)	X	
1.8 Al día con CCSS (SV)	X	
1.9 Acceso vehicular y peatonal	X	
1.10 Acceso y est. para discapacitados	X	
1.11 Mostrador adecuado para discapacitados		X
1.12 Estacionamiento (1/15)		X
1.13 Área para uso de empleados (SV)	X	
1.14 Facturero Timbrado	X	
1.15 Menú turístico	X	
1.16 Salidas de emergencia personal cocina (SV)		X
1.17 Bodegas (SV)	X	
1.18 Rotulo (iluminado, propio)	X	
2. Requisitos de Personal		

2.1 Uniformes	X	
2.2 Higiene Personal	X	
2.3 Trato adecuado	X	
2.4 Idiomas (SV)	X	
2.5 Capacitación en puestos (SV)	X	
3. Presentación Interna		
3.1 Entrada para clientes	X	
3.2 Acabado del cielo raso		X
3.3 Acabado de pisos	X	
3.4 Acabado de paredes	X	
4. Equipamiento y Acondicionamiento		
4.1 Elementos decorativos	X	
4.2 Iluminación y ventilación natural	X	
4.3 Sonido integral ambiental	X	
4.4 Imagen Integral ambiental		X
4.5 Desodorante ambiental		X
4.6 Mueble para saloneros	X	
4.5 Vajilla (vidrio, porcelana, acero inoxidable)	X	
4.6 Acepta tarjeta crédito	X	
4.7 Ventilación en Cocina (SV)	X	
5. Composición de la Carta del Menú		
5.1 Entradas	X	
5.2 Platos fuertes / Especialidades	X	
5.3 Postres y Bebidas	X	
5.4 Carta de Vinos y Licores (SV)	X	
6. Normas de Seguridad		
6.1 Facilidades para evacuación	X	
6.2 Rotulación de Seguridad (luminosa)		X
6.3 Sistemas contra incendios		X
6.4 Luces de emergencia	X	
6.5 Vigilancia (SV)	X	
6.6 Personal capacitado para emergencias (SV)	X	
6.7 Botiquín Primeros Auxilios (SV)	X	

SV= -Sujeto a Verificación

RECOMENDACIONES

Ítem 1.11 Mostrador Adecuado para Discapacitados: Cada establecimiento debe brindar por ley facilidades para las personas con capacidades físicas restringidas. Sin embargo el ICT no evalúa fuertemente este aspecto, tanto como la accesibilidad al lugar, espacios entre mesas, etc.

Ítem 1.12 Estacionamiento: el área de estacionamiento debe estar debidamente demarcada, y puede encontrarse a una distancia no superior a 100 metros, en relación a la ubicación de la empresa. Existirá un aparcamiento por cada 15 personas, independientemente del estacionamiento de servicio. Este último tendrá una capacidad mínima para dos vehículos.

Ítem 1.16 Salidas de Emergencia Personal de Cocina: el área de cocina deberá estar construida en forma tal que brinde la máxima protección al personal, y en caso de siniestro facilite una rápida evacuación. (Manual para la Categorización de Empresas Gastronómicas, ICT).

Ítem 3.2 Acabado del Cielo Raso: Los pisos, paredes y techos estarán revestidos de materiales incombustibles de fácil limpieza e impermeables, ya sean estos en acero inoxidable o en azulejos. (Manual para la Categorización de Empresas Gastronómicas, ICT).

Ítem 4.4 Imagen Integral Ambiental: el salón comedor deberá contar con sistemas de imagen (televisores o pantallas) para el entretenimiento de los visitantes.

Ítem 4.5 Desodorante Ambiental: es necesario que el comedor despidan un aroma suave y del agrado de los clientes. (Manual para la Categorización de Empresas Gastronómicas, ICT).

Ítem 6.2 Rotulación de Seguridad Luminosa: El lugar debe estar correctamente rotulado (tanto el comedor, sanitarios, cocina, etc), las salidas de emergencia demarcadas y sobre todo con luminosidad.

Ítem 6.3 Sistemas contra incendios: Todos los establecimientos deben de tener un sistema de alarmas y extinguidores contra incendios. Entendiendo que deben estar los 2 elementos (alarmas y extinguidores) en conjunto, y no uno por separado.

POSIBLE SOLUCIÓN

Ítem 4.5 Desodorante Ambiental: Se pueden comprar unidades que despidan un olor agradable y ubicarlos en lugares estratégicos, por donde corra brisa del viento por ejemplo, para que el aroma se disperse por todo el lugar, pero de forma no visible o palpable para que no se note. Y no necesariamente deben ser elementos artificiales, se pueden conseguir plantas que despidan un olor agradable y colocarlas en las mesas de los clientes que sirvan de “elementos decorativos” a la vez, o bien plantas en los alrededores del restaurante que aromaticen todo el lugar.

Ítem 6.2 Rotulación de Seguridad: Se pueden confeccionar los rótulos de seguridad y conseguir tubitos fluorescentes que se carguen con la luz y se observen cuando es de noche o se apaga la luz para cubrir las letras de cada rótulo o el borde de los mismos