



Informe final del Proyecto

ELABORACIÓN PARTICIPATIVA DE UN PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN SEGÚN CRITERIOS DE CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD EN LA GESTIÓN DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LAS LLANURAS DEL NORTE. “CERTUR”

M.B.A. Daniel Francisco Pérez Murillo, Coordinador;
M.T.S. Francisco Céspedes Obando, Investigador
M.Sc. Grace Damazio Acosta, Investigadora (Ret)
M.B.A. Roberto Gallardo Loría, Investigador (Ret)

07/04/2015

Tabla de contenido

| | |
|--|----|
| Resumen | 2 |
| Palabras clave | 3 |
| Introducción..... | 4 |
| Antecedentes | 4 |
| Definición del problema..... | 7 |
| Objetivos | 8 |
| Objetivo General..... | 8 |
| Objetivos específicos | 8 |
| Revisión literaria | 9 |
| Estado del arte | 9 |
| EJE 1: Turismo rural..... | 11 |
| EJE 2: Certificados de sostenibilidad y competitividad | 19 |
| EJE 3: Estado de situación de las micro y pequeñas empresas turísticas..... | 25 |
| Materiales y métodos | 33 |
| Etapa 1. Investigación | 35 |
| Etapa 2. Diseño Participativo | 36 |
| Etapa 3. Diseño Final..... | 36 |
| Etapa 4. Divulgación..... | 37 |
| Etapa 5. Búsqueda de Fondos para financiamiento del programa..... | 38 |
| Resultados y discusión | 43 |
| 1. La necesidad de acogerse a un certificado de sostenibilidad..... | 44 |
| 2. Los empresarios turísticos están interesados en obtener el C.S.T..... | 46 |
| 3. Desconoce el proceso, aun cuando ya pone en práctica algunas cosas que posibilitan obtenerlo..... | 50 |
| Conclusiones y recomendaciones..... | 52 |
| Aportes..... | 56 |
| Alcances: | 57 |
| Bibliografía | 59 |
| Anexos..... | 62 |
| Anexo 1 Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario | 63 |
| Anexo 2 Manual de Buenas Prácticas para las microempresas turísticas | 68 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1 Impactos generados por el Turismo Rural | 16 |
| Figura 2 Proyectos de Ley formulados en la Asamblea Legislativa de Costa Rica que tienen relación con Turismo Rural..... | 18 |
| Figura 3 Porcentaje de empresas de servicios turísticos con Certificación de Sostenibilidad Turística en tres polos de desarrollo turístico del país, 2007-2008..... | 24 |
| Figura 4 Porcentaje de empresas de servicios turísticos con Certificación de Bandera Azul en tres polos de desarrollo turístico del país, 2007-2008 | 25 |
| Figura 5 Clasificación de las empresas turísticas de La Fortuna-Sarapiquí, según su tamaño, en Fortuna-Sarapiquí; de acuerdo con la ley 8262..... | 26 |
| Figura 6 Etapas de diseño participativo de un Programa de Certificación de la calidad y la sostenibilidad de servicios turísticos de micro y pequeñas empresas turísticas de las Llanuras del Norte de Costa Rica | 34 |
| Figura 7 Componentes de diseño a ser investigados para un Programa de Certificación de la calidad y la sostenibilidad de servicios turísticos de micro y pequeñas empresas turísticas de las Llanuras del Norte de Costa Rica..... | 35 |
| Figura 8 Sub-etapas y eventos de diseño participativo del Programa de Certificación de la calidad y la sostenibilidad de servicios turísticos de micro y pequeñas empresas turísticas de las Llanuras del Norte de Costa Rica..... | 36 |
| Figura 9 Conjugación de productos de talleres con Diseño base para obtener versión preliminar del Programa de Certificación de la calidad y la sostenibilidad de servicios turísticos de micro y pequeñas empresas turísticas de las Llanuras del Norte de Costa Rica..... | 37 |
| Figura 10 Integración de medios divulgativos del proceso de diseño participativo del Programa de Certificación de la calidad y la sostenibilidad de servicios turísticos de micro y pequeñas empresas turísticas de las Llanuras del Norte de Costa Rica | 38 |
| Figura 11 Opciones de organizaciones interesadas en subvencionar empresas para participación en el proceso de mejora continua que promueve el Programa de Certificación de la calidad y la sostenibilidad de servicios turísticos de micro y pequeñas empresas..... | 39 |
| Figura 12 Certificaciones disponibles a nivel Centroamericano | 40 |
| Figura 13 Avances y logros del proyecto hasta agosto del 2011 | 41 |
| Figura 14 Reunión con ADIFOR, 14 de abril 2010. | 43 |

Resumen

Este es el informe final del proyecto que tuvo como objetivo diseñar un programa participativo que ayude a las micro y pequeñas empresas turísticas a acercarse a un proceso de certificación, brindándoles una herramienta para el mejoramiento continuo de la calidad en los servicios de las empresas de turismo rural de la zona de La Fortuna y de Sarapiquí.

El proyecto surgió como consecuencia de la experiencia generada por los investigadores durante tres años con el proyecto ObDeTUR, donde se determinó mediante censos de población empresarial y muestreos locales, debilidades en cinco aspectos básicos que atentaban con el porcentaje de sobrevivencia empresarial de las micro y pequeñas empresas de servicios turísticos en las Llanuras del Norte, a saber:

Estos aspectos son:

- Gran mortalidad de micro y pequeñas empresas turísticas. Consecuencia: pérdida de empleo.
- Pérdida de patrimonio cultural. Consecuencia: aculturación
- Escasos esfuerzos por reducir y mitigar impactos ambientales. Consecuencia: deterioro del producto turístico
- Casi nula capacitación por tiempo y dinero. Consecuencia: Bajísimo nivel de desarrollo empresarial
- Muy pocos establecimientos certificados. Consecuencia: Micro y pequeñas empresas sin estándares mínimos de calidad.

Palabras clave

Turismo rural, certificación turística, calidad, sostenibilidad turística, servicios turísticos, llanuras del norte, pymes turísticas.

Introducción

Antecedentes

La importancia del turismo en la actualidad, el crecimiento acelerado de la demanda de viajes a escala mundial y por consiguiente de la oferta de servicios turísticos; así como la preocupación de los países por desarrollar este sector productivo, no han tenido correspondencia con el grado de desarrollo teórico de los instrumentos necesarios para su análisis y proyección, pero en particular la debida prevención de los impactos que genera.

En este sentido, es común encontrar como argumentación para el desarrollo de empresas en el sector turístico el impacto positivo que esta actividad tiene en la sociedad, sobretodo en términos económicos y de generación de empleos. Otros planteamientos privilegian las implicaciones sociológicas debido al intercambio cultural que se genera. En suma, para los prestadores de servicios turísticos y los órganos encargados de su desarrollo, el soporte teórico conceptual se desconoce o en el mejor de los casos es parcial, con sesgos que van de lo económico, ambientales o sociales.

Se ha apuntado que una de las mayores debilidades del sector turístico nacional es el poco conocimiento del segmento turístico denominado Turismo Rural (TR). Este se caracteriza por la existencia de una evidente falta de información estadística y de estudios científicos sobre cuestiones básicas. A esto contribuye, además, el desconcierto que se produce ante la gran variedad de tipologías de servicios que existen en nuestro país y, por último, la existencia de un volumen de oferta no regulada. Todos estos factores dificultan enormemente el conocimiento de un segmento sobre el que se hacen demasiadas conjeturas.

Con base en lo anterior, el ámbito académico universitario cobra importancia para tratar de dar un enfoque interdisciplinario y participativo de los componentes del sector y basado en un enfoque sostenible del turismo. Para ello, es necesario efectuar un análisis crítico de algunos de los planteamientos conceptuales existentes sobre el papel del turismo en el entorno socioeconómico, las variables involucradas, la forma de operación de los modelos de desarrollo, así como las consecuencias que en términos de su propia dinámica se requieren evaluar para proyectar el futuro de la actividad. Particularmente el ITCR (2006) es explícito en sus Políticas Generales 10 y 11 donde consigna su intención por “Fortalecer e incrementar la vinculación del Instituto con diferentes sectores de la sociedad nacional y con los procesos de internacionalización en forma crítica, de modo que contribuya a reafirmar nuestra cultura e identidad nacional.” y el “Impulsar, a nivel nacional, el desarrollo humano, tecnológico y científico, así como la innovación en las áreas de su competencia, como un medio para el mejoramiento integral de la sociedad que conduzca a disminuir los niveles de dependencia de las tecnologías externas.”, respectivamente.

La experiencia del ITCR sobre el sector turismo de las Llanuras del Norte, generada en diferentes proyectos de investigación, como el ObDeTUR, evidencia cinco aspectos básicos que son los fundamentos del problema a ser atendido con el presente proyecto, a saber:

Gran mortalidad de micro y pequeñas empresas turísticas. Consecuencia: pérdida de empleo.

Perdida de patrimonio cultural. Consecuencia: aculturación

Escasos esfuerzos por reducir y mitigar impactos ambientales. Consecuencia:
deterioro del producto turístico

Casi nula capacitación por tiempo y dinero. Consecuencia: Bajísimo nivel de desarrollo
empresarial

Muy pocos establecimientos certificados. Consecuencia: Micro y pequeñas empresas
sin estándares mínimos de calidad.

Definición del problema

¿Es posible el diseño y desarrollo participativo de un programa de certificación de micro y pequeñas empresas de servicios turísticos rurales con productos relacionados puede convertirse en una herramienta, para el empresario o la empresaria, de evaluación y de seguimiento de su desempeño que puede disminuir la mortalidad empresarial y valoriza el medio ambiente natural, cultural, humano?

El Programa Certificación del Turismo Rural de Calidad y Sostenibilidad (Pro-CTURC) que se pretendía diseñar tomaba elementos aplicables a nuestra realidad empresarial local de los diferentes programas de certificación que hoy existen en Costa Rica: Certificado de Sostenibilidad Turística (CST) y Bandera Azul Ecológica (PBAE), haciendo las adecuaciones pertinentes con la participación de empresarios para diseñar un sistema escalonado para Micro y Pequeñas empresas de TR, según criterios de calidad y sostenibilidad en la gestión de los servicios turísticos de las Llanuras del Norte. Los productos esperados fueron el diseño del programa de certificación formulado con viabilidad empresarial, la prueba del sistema en al menos 15 empresas y una premiación anual de empresas analizadas.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar participativamente un programa de certificación para MiPyMEs de turismo rural según criterios de calidad y sostenibilidad en la gestión de los servicios turísticos de naturaleza de las Llanuras del Norte.

Objetivos específicos

1. Elaborar una propuesta base para un protocolo con indicadores, herramientas y procedimientos para la certificación de calidad y sostenibilidad.
2. Validar, con los actores locales, la propuesta de programa de certificación.
3. Divulgar el proceso y resultados del diseño del programa ante empresarios y la opinión pública.
4. Establecer una estructura que permita financiar parcialmente los procesos de certificación voluntaria de empresas.

Revisión literaria

Estado del arte

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica 2002-2012 (I.C.T., 2001) plantea el turismo sostenible como “el medio por excelencia que el país tiene para utilizar eficientemente su acervo natural y cultural con el objetivo de generar riqueza que se traduzca en beneficios reales para toda la sociedad costarricense” (p. 6).

A partir del mencionado plan, se identifican cambios a introducir en materia de producción, distribución y consumo turístico.

El turismo sostenible es el escenario beneficioso en el que se debe desarrollar el turismo en Costa Rica (Picón Cruz, 2008).

El plan del 2002 al 2012 tenía dos extensiones: la planificación física del espacio turístico y la planificación estratégica. La primera se relaciona con el manejo del espacio turístico y el ordenamiento territorial, fuente para un desarrollo turístico sostenible (Picón Cruz, 2008) (I.C.T., 2001).

La segunda dimensión se relaciona con variables sobre competitividad, especialmente en lo que tiene que ver con diferenciación, producto y comercialización (Picón Cruz, 2008). El mismo autor propone que al hacer una unión entre ambas dimensiones debería de establecerse una relación entre las políticas y estrategias de manera que se establezcan los horizontes del desarrollo futuro de la actividad turística (I.C.T., 2001). Desde esa perspectiva, el plan se refiere a una oferta turística con participación

de la comunidad local, a lo ancho del país, caracterizada por prácticas empresariales con un sentido de responsabilidad social y ambiental alto.

El error más común en el sector turístico, es establecer la cantidad de turistas cómo único indicador de éxito. Esa visión economicista ha generado una competencia internacional que se basa en la atracción de inversionistas y clientes a la industria turística, cuando las tendencias turísticas internacionales se desarrollan hacia productos con destinos más especializados y vivenciales (Picón Cruz, 2008).

Así, se torna necesario que el turismo contribuya “a construir un mundo más pacífico, humano, sostenible, fraternal y unido” (Picón Cruz, 2008). A lo anterior debe de agregarse criterios de sustentabilidad como eje transversal en la actividad turística y cómo lograr un desarrollo general con visión largo-placista, que se convierta en mejor calidad de vida para la sociedad (Picón Cruz, 2008).

Se torna esencial establecer mercados especializados conformados por el tipo de turista que valore la oferta turística que el país ofrece, que a su vez no compita por los recursos escasos con los que cuenta las comunidades. Un destino que no cuente con regulaciones o regulaciones deficientes, podría hacer que los mencionados recursos se deterioren en el mediano o largo plazo (I.C.T., 2001; Picón Cruz, 2008).

La propuesta inicial del proyecto pretendía articular en un Programa de Certificación las acciones de cuatro ejes esenciales del turismo local:

- Turismo rural
- Certificados existentes y cobertura en Costa Rica
- Estado de situación de las micro y pequeñas empresas turísticas.

- Tipo de intervención pertinente.

EJE 1: Turismo rural

El Decimotercer Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (2007), presenta entre sus hallazgos que el turismo se ha consolidado como la segunda actividad generadora de divisas en Costa Rica, superada solo por las exportaciones de bienes. Esto, agrega el informe, lo ha consolidado como uno de los polos de mayor atracción de inversiones.

También explica el informe que luego de haberse posicionado internacionalmente una "marca país", lo cual es un logro significativo, la promoción de Costa Rica como destino turístico, tiende a ser cada vez más confusa y genérica (Programa Estado de la Nación, 2007). El planteamiento debe ser hacia una demanda turística que no sea un turismo masivo y sin control. Definir la oferta del destino como diferenciados y de calidad, caso contrario se pondría en riesgo los elementos básicos de la "marca país" y, peor aún, no favorecer el desarrollo humano (Santamaría y Pratt, 2007 en Programa Estado de la Nación, 2007).

El mismo informe expresa que la posibilidad de que Costa Rica defienda su "marca país", al mismo tiempo que mantenga la expansión que el sector turismo requiere. Para ello se requiere que se establezca la estrategia política a nivel Nación que permita emprendimientos turísticos con características correspondientes a la "marca país", pero aún más importante, que corresponda al desarrollo humano sostenible que se aspira (Programa Estado de la Nación, 2007).

Según Trejos (2007) en Flores Abogabir & Vargas Segnini (2008), en el Plan de Desarrollo Turístico el I.C.T., el turismo rural comunitario es valorado como un complemento a los tres principales macro productos, a saber ecoturismo, aventura y playa. Es necesario que el I.C.T. apoye de una forma activa al sector turístico rural, pero para ello las empresas de base comunal turística deberán obtener la declaratoria turística que otorga el mismo Instituto (Flores Abogabir & Vargas Segnini, 2008).

En el año 2007 el Poder Ejecutivo de la República declaró de interés público la actividad del turismo rural comunitario y a partir de los esfuerzos de las organizaciones involucradas, se consolida un marco institucional que regule el sector a partir de año 2009 con la aprobación de la Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario (ver Anexo 1) fortaleciendo así la política pública de apoyo a esta modalidad de turismo.

Según la Organización Mundial del Turismo (W.T.O., 2002), el término turismo rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido.

El rasgo que lo distingue de los otros productos turísticos es el “ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de los destinos, y en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local” (Cabrini, 2002, pág. 21).

Para Baltodano (2008), el Turismo Rural es aquel que se realiza atraído por los recursos naturales y culturales de una región, que puede ofrecer una o varias posibilidades de esparcimiento, bajo impacto ambiental en espacios no degradados; lejos de las multitudes; tierra adentro o en litorales; no urbanizados con frecuencia cercanos o en pequeños poblados; en edificaciones a pequeña escala; en armonía con el medio ambiente; respetuoso de su entorno y en contacto directo con la población local.

El turismo rural, y en general, el turismo sustentable, es una estrategia de desarrollo territorial, a través de la cual, se generan empleos e ingresos para las comunidades de forma armónica con la protección del medio ambiente y el respeto a las culturas locales. El posicionamiento de un destino turístico tiene un efecto multiplicador sobre otras actividades económicas y es una fuente de atracción para la inversión extranjera. Sin embargo, si las iniciativas de turismo rural no se llevan a cabo de una manera planificada y concertada con los diferentes actores del territorio, pueden traer mayores consecuencias negativas que beneficios (Combariza, Aranda, & Parrado, 2008)

La opción de desarrollo teniendo en cuenta la actividad del Turismo Rural es posible, debido a que en la actualidad existe una clara demanda de los llamados bienes medioambientales, estos en la mayoría de los casos se encuentran localizados en el medio rural (Parra López & Calero García, 2006). Esta “moda” por lo rural, se puede explicar por dos situaciones principalmente, la primera es el querer escapar de la vida cotidiana de las urbes, la segunda es el afloramiento de la cultura rural internada en la población urbana, que renace como un valor y la cual

crece en el número de personas deseosas de vivirla y de reivindicación ancestral (Andrés Sarasa, 2000).

Evidentemente tesis tan básicas, como las facilitadas anteriormente, no abarcan todos sus aspectos, pero es igualmente complejo elaborar una definición que incluya todas sus características. Sin embargo, es posible indicar que el turismo rural abarca manifestaciones que ofrece la naturaleza, la riqueza histórica y cultural que en ella se encuentran: montañas, lagos, ríos, bosques, litorales, volcanes, cuevas, cultura viva y poblados rurales entre otros; Y que el montañismo, el turismo de aventura, el turismo de naturaleza, los viajes orientados al deporte y la salud y el turismo cultural son algunos ejemplos de actividades, que muchos autores consideran como parte de este segmento de mercado .

El TR debería enfocarse como una opción más de desarrollo complementario, dado que al tomarse como único elemento, se cae en la monofuncionalidad del territorio, produciendo problemáticas como la alta estacionalidad, haciendo que el territorio se sometido a la presión de los mercados externos, resultando en un impacto negativo, contrario al desarrollo del espacio rural (Andrés Sarasa, 2000); (Fourneau, 1998).

Por lo anterior, cuando se piense en TR debe enfocársele como un complemento dinamizador de las actividades ya existentes en el territorio, teniendo en cuenta que desarrollarla en todas las regiones puede ser una estrategia no deseada (Fleischer & Felsenstein, 2000).

El desarrollo local derivado del TR, debe ser fundamentado en las capacidades de optimización de los recursos locales, eso sí, priorizándolos para su población. Ellos a través su compromiso con el progreso del territorio y aspectos como el saber local, el saber hacer, la integración de los agentes (Andrés Sarasa, 2000), y el compromiso político (Hall, 2000) son los que, en suma, garantizan el desarrollo de esta actividad en el territorio de una manera sostenible y que permiten generar ingresos adicionales de una manera sustentable.

Para Ratto (2001), sostenibilidad en el turismo se relaciona a tres factores importantes: calidad, continuidad y equilibrio.

El mismo autor liga el concepto a un modelo de desarrollo económico que:

- Mejore la calidad de vida de la población local, de los residentes que viven y trabajan en el destino turístico.
- Provea mayor calidad de experiencia para el visitante.
- Mantiene la calidad del medio ambiente –natural y cultural- del que depende la población local y los turistas.
- Obtiene mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.
- Asegura la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos.
- Procura que el negocio turístico sustentable sea rentable, para que el sector privado mantenga el pacto de sustentabilidad y equilibrio (Ratto, 2001, pág. 1).

El impacto del turismo generado en el país

Para Baltodano (2008), las acciones que involucren “la perturbación del medio genera efectos, sobre el entorno natural los cuales deben ser en lo posible minimizados y esto se logra a través de la planeación de las actividades y la valoración de los posibles desequilibrios que se puedan originar por la actividad a realizar” (pág. 38). El mismo autor resume los impactos que genera el TR la

Figura 1.

| Impactos Positivos Del Turismo Rural En Los Territorios | Impactos Negativos Del Turismo Rural En Los Territorios |
|--|--|
| Diversificación de los ingresos, combinación necesaria entre producción y turismo | Uso del espacio |
| Expansión de proyectos de TR revalorando áreas que antes se consideraban improductivas | Serios conflictos entre los actores del territorio por el uso del espacio |
| Motivación para los jóvenes que están estudiando en las grandes ciudades, a regresar a su lugar de origen | Generación de desechos como basuras Contaminación de fuentes de agua y polución |
| El autoempleo o creación de empleos | Alta presión sobre los recursos naturales |
| Reactiva la economía local al general nuevas necesidades de consumo y de servicios, al abrir el potencial de las artesanías locales y otros productos autóctonos | Rápido desarrollo urbanístico por parte de los habitantes de la ciudad y sobre uso de estos espacios en actividades propias de la actividad turística. |
| Genera un efecto multiplicador en la economía local | La pérdida del espacio rural resultado de la excesiva concentración de actividades humanas en espacios frágiles y reducidos |
| Los productores rurales operan en forma directa esta actividad y el beneficio se detecta claramente en sus predios y en su entorno territorial | Falta de control sobre los recursos físicos y culturales debido a una mala planeación |
| Reduce los flujos de migración y acelera los reasentamientos de inmigrantes | Falta de fortalecimiento de los valores de identidad de las comunidades oferentes de servicios turísticos |
| Revalorización del patrimonio cultural tangible e intangible | Daño al patrimonio histórico tangible e intangible del territorio |

Fuente: Baltodano, 2008

Figura 1 Impactos generados por el Turismo Rural

Factores como el tamaño y escala de la actividad, la tecnología utilizada, la ubicación y características únicas del lugar de destino y los posibles efectos acumulados, así como

la combinación de las diferentes actividades turísticas, llegan a determinar la magnitud del impacto, al igual que la posibilidad de la irreversibilidad de los mismos (Baltodano, 2008).

Trejos (2007), concluye que para el caso de Costa Rica, la actividad de TR tiene características únicas en su formación. La principal es la abundancia de lo que él llama Organizaciones de Apoyo a las Bases (OAB), contando entre ellas con instituciones públicas, organismos de cooperaciones de países desarrollados, entidades multilaterales, y ONG s. Ellas operan, en la actividad turística, como agencias mayoristas u operadoras, pero a su vez actúan como Miembros de Organizaciones de Base Comunal (OBC) o de familias rurales (Baltodano, 2008). Algunas de estas organizaciones han dado apoyo de manera sostenida, mientras que otras han tenido una participación más efímera.

Ejemplos de estas organizaciones son la Asociación Costarricense de Turismo Rural Comunitario (ACTUAR), que promueve la sostenibilidad ambiental, social, cultural y económica de las iniciativas de turismo rural comunitario en Costa Rica; el Consorcio Cooperativo Red ecoturística Nacional (COOPRENA), creada por el movimiento cooperativo y sus afiliadas, buscando organizarse para establecer estrategias de mercadeo del producto turístico; y la Asociación Centroamericana para la Economía, la Salud y el Ambiente (ACEPESA), que es una organización no gubernamental, dedicada al desarrollo humano integrado y sostenible de la Región Centroamericana (Baltodano, 2008).

Marco Normativo para el desarrollo del turismo rural en Costa Rica

Costa Rica cuenta con una serie de Leyes que intentan promover en forma directa o indirecta, el Turismo Rural Comunitario. En la Figura 2 se presentan dichas leyes y la injerencia que tienen para el desarrollo del Turismo Rural.

| Nombre de la ley | Objetivo de la ley |
|---|--|
| 15501 Ley para promover el Turismo Nacional Rural Comunitario. | Modificación del artículo 148 del Código de Trabajo para trasladar feriados a los días viernes, de tal forma que se favorezca la posibilidad de mejorar cualitativa y cuantitativamente, el goce de tiempo libre para la recreación, y contribuir al bienestar de las comunidades locales, la preservación demuestra cultura y del ambiente. |
| 15778 Promoción del Turismo Local Comunitario | Establecimiento de mecanismos para que las municipalidades participen en la promoción del turismo local en sus respectivos cantones. |
| 16179 Ley de Reforma del Calendario Escolar para incentivar el turismo nacional y la recreación de las familias costarricenses. | Reducción del periodo de vacaciones de fin de curso lectivo, para que sean disfrutados, como vacaciones en otros periodos del año, que no coincidan con las temporadas altas del turismo nacional, y aumentar la demanda de servicios de turismo. |
| 16180 Ley para promover el desarrollo Ecoturístico, del Turismo Rural Comunitario y la Titulación de tierras en las Islas del Golfo de Nicoya. | Pretende modificar la Ley de la Zona Marítimo Terrestre, a fin de que a partir de la pleamar ordinaria se reserven los cincuenta metros a lo largo de todas la costas de las islas citadas en esta Ley, como zona pública y ciento cincuenta metros más como zona restringida, y que en el resto del territorio de las islas se titulen los terrenos. Esto con el fin de ofrecer a los habitantes de las islas la posibilidad de ser propietarios de sus terrenos y/o titulares de una concesión, de esta forma garantizar su derecho a ser sujetos de crédito y de formar parte del progreso social por medio del ejercicio empresarial de actividades como el transporte, comercio, ganadería, cultivo de algunos productos, agroturismo, turismo rural comunitario y ecoturismo, entre otros. |
| 16416 Ley para promover el Desarrollo Social, Económico y Ecoturístico en las Islas del Golfo de Nicoya mediante Concesiones | Pretende modificar la Ley de la zona marítimo terrestre, a fin de que a partir de la pleamar ordinaria se reserven los cincuenta metros a lo largo de todas la costas de las islas citadas en esta Ley, como zona pública y que el resto del territorio de las islas se pueda dar en concesión, sin tener que recibir la aprobación por parte de la Asamblea Legislativa. Esto con el fin de otorgar dichas concesiones de una forma más ágil y oportuna y ofrecer así a los habitantes de las islas la posibilidad de ser sujetos de crédito y de formar parte del progreso social por medio del ejercicio empresarial de actividades como el transporte, comercio, ganadería, cultivo de algunos productos, agroturismo, turismo rural comunitario y ecoturismo, entre otros. |
| 16478 Ley de Turismo Rural Comunitario Para el Desarrollo Social y la Conservación Ambiental | Promoción la actividad turística en la zona rural costarricense, en sus diversas categorías de explotación, a partir del desarrollo de organizaciones comunales dedicadas a la actividad turística en armonía con la naturaleza, como un instrumento de desarrollo social y creación de oportunidades para dichos habitantes. |
| 16879 Ley para el Fomento del Turismo Rural Comunitario | Fomentar de la actividad turística de tipo rural comunitario por medio del impulso de empresas de base familiar y comunitaria, con el fin de que los habitantes de las comunidades rurales participen en la planificación, el desarrollo y el aprovechamiento de los recursos de su entorno de manera sostenible que les permita una mejor condición de vida. |

Fuente: Baltodano, 2008

Figura 2 Proyectos de Ley formulados en la Asamblea Legislativa de Costa Rica que tienen relación con Turismo Rural

EJE 2: Certificados de sostenibilidad y competitividad

Según Rodríguez-Becerra y Espinoza (2002), ya se ha aludido a diversos estudios que subrayan la importancia de la interacción compleja de un conjunto de factores como la naturaleza de la organización y los problemas ambientales abordados dependen del grado de éxito de un instrumento de gestión. El mismo autor remarca la importancia de tomar en cuenta a los actores involucrados, su visión sobre la relación sociedad-medioambiente; las condiciones económicas, políticas y sociales; el contexto legal; las capacidades de gestión; las necesidades de coordinación y unión entre los actores y la integración y vinculación con otros instrumentos que inciden en la eficacia y eficiencia de los mismos con el que se estaría implementando.

Dentro de los diversos instrumentos de gestión utilizados en los países latinos se pueden encontrar instrumentos (Rodríguez Becerra & Espinoza, 2002)

- de regulación directa para hacer cumplir una ley
- administrativos que permiten el otorgamiento de una licencia
- económicos dirigidos a hacer que las fuerzas del mercado sean las propiciadoras del cumplimiento de las metas
- para la educación, la investigación, la asistencia técnica y la información.¹

Al hacer esta caracterización en esta investigación no quiere decir que se tenga que usar estrictamente solo una de ellas. Según la experiencia de la última década indica que se está en posibilidades de utilizar múltiples instrumentos para crear la estructura

¹ Rodríguez y Espinoza, 2002

de incentivos necesaria para alcanzar las metas ambientales y de organización empresarial. En síntesis los instrumentos económicos pueden complementarse entre sí o con los de regulación y/o administrativos. En todo caso lo que se pretende con todo ello es instaurar normas y estándares de calidad para prevenir el deterioro de un medio determinado (Espinoza, 2001).

La Certificación es una forma de garantizar que una actividad o producto turístico cumple con ciertos estándares (Bien, 2006) para motivar a las empresas y a otros a mejorar su desempeño ambiental, social y económico.

En Setiembre de 2003, un grupo de diferentes organizaciones relacionadas a la Certificación de Sostenibilidad Turística se reunieron en Sauipe, Brasil. Acordaron formar la Red de Certificación de Turismo Sostenible de las Américas, cuya misión es: “Promover el turismo sostenible en la región, a través del fortalecimiento de las iniciativas de certificación, con base en el respeto y reconocimiento mutuos, en el esfuerzo conjunto, la armonización de sistemas y compartiendo información y experiencias” (Rain Forest Alliance, 2012).

De acuerdo con Kaune (2008), la sostenibilidad turística no solo es una respuesta las tendencias globales de protección ambiental, cultural y social sino que es una condición indispensable para competir con éxito ahora y en el futuro. De esta forma, lo que una empresa necesita para asegurarse beneficios a largo plazo son las ventajas sobre sus competidores; es decir esta ventajas competitivas son las característica que las empresas desarrollan para obtener y reforzar una posición estratégica frente a los otros.

Certificaciones existentes y cobertura en Costa Rica

De acuerdo con la página de la Certificación en Sostenibilidad Turística del ICT (Certificación para la Sostenibilidad Turística, 2008) Para la actividad turística en Costa Rica, la sostenibilidad significa: una forma de desarrollo de la actividad que permite solucionar las situaciones actuales de riesgo de la industria y evita las dinámicas de crecimiento que están generando desequilibrios económicos, sociales, culturales y ecológicos. Esta definición en términos operativos, resulta en una interacción balanceada de tres factores básicos de la industria turística: 1) el uso apropiados de los recursos naturales y culturales; 2) mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales y 3) éxito económico, que pueda contribuir a otros programas de desarrollo. ²

Tradicionalmente, la competitividad de las empresas turísticas de Costa Rica, se asocia con los beneficios que puede generar una compañía, pero muy poco con otras variables.

El I.C.T, identificado con las tendencias mundiales, conocedor de las turbulencias empresariales del sector y preocupado por aportar soluciones a los problemas ambientales en el sector que representa, ha desarrollado una estrategia que impulsa el cambio de mentalidad en el sector y la forma de hacer negocios a fin de que este empiece a considerar otras variables como factores importantes de su competitividad. Por lo tanto es ahora indispensable considerar no solo aquellas variables de carácter económico sino variables de carácter social y ambiental en la gestión empresarial. Esta

² www.turismo-sostenible-co.cr

visión fue el punto de partida para incorporar, en corto plazo, las estrategias que permitieran desarrollar en las empresas evidentemente innovaciones de gestión social y ambiental como elementos claves de la competitividad (Kaune, 2008). A partir de esta perspectiva, Costa Rica adopta dos programas de certificación, a saber:

- Certificado de sostenibilidad turística
- Bandera Azul

a. **Certificado de Sostenibilidad Turística (C.S.T.)³**

El Programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística, o CST, es gestionado por el I.C.T., y está diseñado de manera que se categoriza, diferencia y premia empresas turísticas de acuerdo con su compromiso con la sostenibilidad desarrollado en la operación de la misma. La Comisión Nacional de Acreditación, con sede en Costa Rica es la encargada de otorgar los premios (**Certificación para la Sostenibilidad Turística, 2008**) .

Objetivo General⁴:

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.

³ Instituto Costarricense de Turismo (2009).

⁴ Certificación para la Sostenibilidad Turística (2008)

Los destinatarios de la certificación son⁵:

1. establecimientos hoteleros
2. empresas Tour Operadoras

b. Bandera Azul Ecológica (PBAE)⁶

“El Programa Bandera Azul Ecológica (PBAE) entró en vigencia el 1º de enero de 1996, con el objetivo de incentivar el desarrollo de las zonas costeras en concordancia con la protección de sus respectivas playas” (Mora Alvarado & Chávez Aguilar, 2006).

La administración del PBAE se realiza a través de una Comisión Interinstitucional integrada por el I.C.T., Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE), la Cámara nacional de Turismo (CANATUR), Ministerio de Salud (MINSAL) y el A y A.

Según Mora Alvarado & Chávez Aguilar (2006) el objetivo general del programa es:

Establecer un incentivo para promover la organización de comités locales en las zonas costeras, comunidades, centros educativos, espacios naturales protegidos y otros nichos turísticos y ambientales con el propósito de buscar su conservación y desarrollo en concordancia con la protección de los recursos naturales, la búsqueda de mejores condiciones higiénico-sanitarias y la mejoría de la salud pública costarricense (pág. 5).

El PBAE puede ser adoptado por las empresas u organizaciones dependiendo de si cumplen con incluirse en alguna de las categorías definidas para ello:

1. zonas costeras

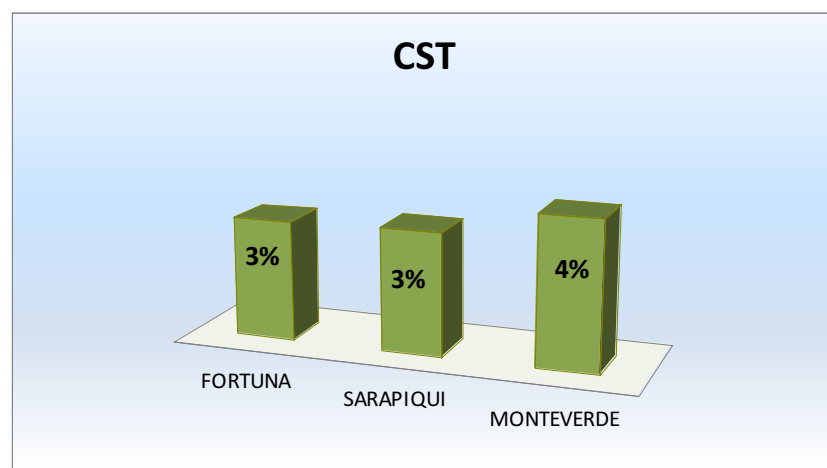
⁵ Idem

⁶ I.C.T, 1996

2. comunidades
3. centros educativos
4. conservación de espacios naturales protegidos⁷

Vale destacar que en las Llanuras del Norte la puesta en marchas de cualquiera de estos dos programas en empresas de servicios turísticos, era realizada hasta el 2010 por los entes pero desde sus Sede Centrales en San José.

En estudios hechos por ObDeTUR (2008), el porcentaje de empresas o de grupos de ellas que han concretado su proceso para optar por alguna de estas dos certificaciones fue de un 3%, en el caso de la CST y un 10% para Bandera Azul como se aprecia en las figuras 3 y 4. Es importante agregar que de estos porcentajes lo que contribuye la micro y pequeña empresa es apenas en un 1% específicamente en procesos de certificación para Bandera Azul⁸.

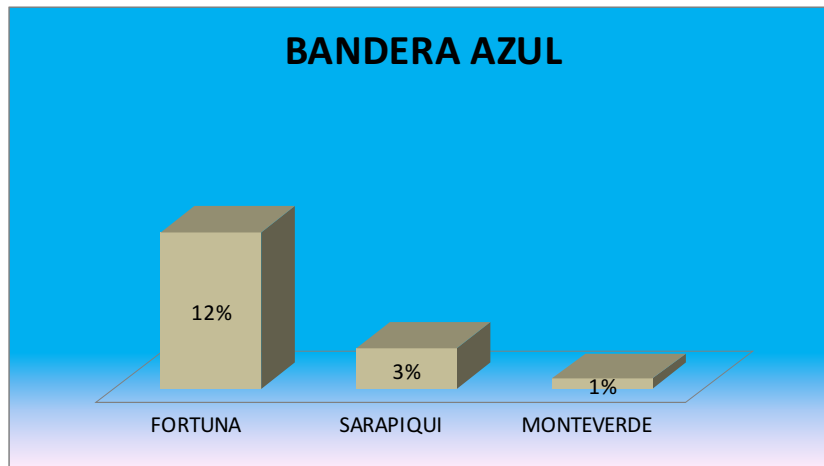


Fuente: ObDeTUR 2007-2008

Figura 3 Porcentaje de empresas de servicios turísticos con Certificación de Sostenibilidad Turística en tres polos de desarrollo turístico del país, 2007-2008

⁷ Mora Alvarado & Chávez Aguilar, 2006

⁸ Informe de ObDeTUR 2007-2008.



Fuente: ObDeTUR 2007-2008

Figura 4 Porcentaje de empresas de servicios turísticos con Certificación de Bandera Azul en tres polos de desarrollo turístico del país, 2007-2008

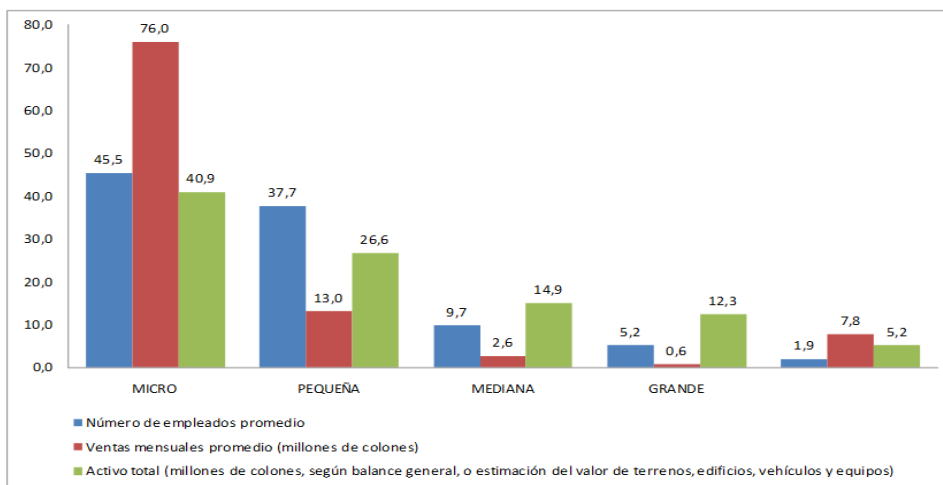
EJE 3: Estado de situación de las micro y pequeñas empresas turísticas.

En el diagnóstico para el caso específico de las micro y pequeñas empresas turísticas de las Llanuras del Norte, que fueron objeto de esta investigación, existen diversos estudios que muestran el estado de situación de las mismas.

En particular, cuando se analiza la experiencia que ofrecen las empresas de turismo en las Llanuras del Norte, y en especial La Fortuna, se cataloga según el resumen del Decimotercer Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano, como un destino más ecológico, que mantiene un dinamismo importante, pero con un desarrollo que apuesta por un producto diferenciado, de alto valor agregado y calidad. Cuando se valoran los efectos que han tenido los desarrollos turísticos de este destino en relación con el mejoramiento del bienestar y las oportunidades de las poblaciones locales, se

tiene claro que el turismo ha traído mejoras a los pobladores, pero la expansión genérica y la falta de controles tiende a desvirtuar la posición que tiene el destino en el mundo, en donde se le asocian valores y prácticas de conservación y manejo sostenible de los recursos naturales. La presencia en las Llanuras del Norte de micro, pequeños y medianos empresarios ofreciendo un producto ecológico más diferenciado, se contrapone a un empresario con problemas económicos, falta de organización y de educación para dotar a su oferta de calidad e innovación.⁹

Basados en lo anterior ObDeTUR ¹⁰ ha obtenido, durante 3 años, información muy valiosa sobre el estado de las micro y pequeñas empresas de las Llanuras del Norte que representan el 81 % del total de empresas del destino y el análisis de los datos obtenidos genera información importante que atañe a la investigación que aquí se propone, como se observa en la Figura 5.



Fuente: ObDeTur 2007

Figura 5 Clasificación de las empresas turísticas de La Fortuna-Sarapiquí, según su tamaño, en Fortuna-Sarapiquí; de acuerdo con la ley 8262.

⁹ Decimotercer Informe del Estado de la Nación, CONARE, 2007

¹⁰ Informe de ObDeTUR, 2007-2008

El 88% de los propietarios de las Pymes turísticas son costarricenses, lo cual confirma la percepción de que en el caso de las Llanuras del Norte, el desarrollo de la actividad turística ha beneficiado la economía local. A diferencia de otros desarrollos turísticos en el país, se ha sustentado en empresarios costarricenses lo cual es importante para el desarrollo local, no obstante, esta situación tiene también implicaciones ya que la mayoría carecía en su momento de la experiencia en la actividad de turismo y sigue carente de formación y capacitación en ese tema.

Un 78% las micro y pequeñas empresas de las Llanuras del Norte no tiene ninguna afiliación con otras organizaciones, eso confirma los resultados presentados en otros estudios sobre el particular, solamente un 23% de las empresas mantiene una afiliación a cámaras, asociaciones o fundación. Este dato refleja el poco interés de las empresas de buscar opciones de crecimiento y desarrollo por medio de la Asociatividad y la cooperación y se reafirma el comportamiento individualista de los miembros del sector del turismo en las Llanuras del Norte. Este tema representa uno de los mayores desafíos de las pymes turísticas de esta zona dado que mucha de la literatura actualizada en el tema, son contundentes al afirmar que el éxito para que las pymes puedan sobrevivir en un panorama cada vez más competitivo será por medio de la cooperación y formas avanzadas de asociatividad como alianzas, redes o *clusters*.

Un significativo 81% de la propiedad familiar de las pymes turísticas contrasta con un limitado 3% de propiedad de capital abierto a muchos accionistas. No obstante, en Costa Rica esto no es una exclusividad de este tipo de pymes, pues el poco desarrollo del mercado accionario y el histórico individualismo presentes en las diferentes formas de propiedad no ha contribuido con una mayor participación en el crecimiento

empresarial. Lo anterior es positivo desde punto de vista de conceptos como el desarrollo local y la democratización económica, pero a su vez, la conformación del capital incide directamente en el tipo de administración, el cual al ser familiar son muy apegados a la tradición, a los viejos métodos de administrar y dirigir los negocios, en contraposición con las exigencias actuales de flexibilidad de cambio, creatividad e innovación. El techo del capital familiar hace que las inversiones y el crecimiento de la empresa sea lento, lo cual en poco tiempo se encuentra con una segunda situación asociada a problemas entre la familia por participación económica, herencias o bien división del negocio.

Un 56% de las empresas utilizan empleados permanentes en contraposición con un 40% de empresas que sí utilizan empleados temporales. Un elevado porcentaje de las empresas mantienen empleados en forma permanente, en especial porque la mayoría tienen una estructura de administración familiar.

El 32% de las empresas entrevistadas mantiene planes de capacitación, un 64% no lo hace y un 4% no responde. De manera mayoritaria las empresas realizan su mercadeo utilizando los rótulos, como forma predilecta de mercadeo, adicional a ello apoyan su mercadeo en formas tradicionales como, los medios de comunicación, plegables y tarjetas y la participación en ferias.

Un 56% de los clientes de las empresas turísticas son extranjeros, en tanto que un 44% de ellos son nacionales.

El 61% de las empresas utiliza el servicio de recolección de desechos sólidos, un 43% recicla, un 21% reutiliza y un 12% los entierra. La mayor práctica de manejo de

desechos sólidos lo sigue constituyendo el servicio de recolección, considerando que la imagen principal del turismo nacional es el turismo ecológico, debería verse reflejado en las prácticas cotidianas de manejo de desechos el reciclaje, la reutilización y los esfuerzos por la reducción de estos desechos. El mayor desafío en este tema es socio cultural, de manera que se pueda incidir en las prácticas gerenciales para que estas sean un verdadero ejemplo de manejo adecuado de los desechos sólidos y se valide la acción con la imagen que se promueve de Costa Rica a nivel mundial.

La mayoría de las empresas, micro, pequeñas, medianas y grandes, no están certificadas con CST. De las certificadas sólo el 6% tiene 4 hojas, ninguna ha llegado a 5 hojas. A pesar de que la certificación de la empresa está dirigida a la búsqueda de la sostenibilidad el bajo porcentaje que se muestra podría estar relacionado con varios factores. Algunos de ellos podrían ser, la falta de credibilidad, imposibilidad en cumplir los requisitos para optar por la certificación, poca solvencia económica para realizar los estudios que solicita la certificadora, desconocimiento de las ventajas que ofrece la certificadora y/o el desinterés por dirigir la actividad dentro de los principios de la sostenibilidad .

Esta situación lleva a concluir que las micro y pequeñas empresas no tienen ninguna opción de mejoramiento con instrumentos de certificación. Principalmente porque ningún sistema de acreditación se aproxima a la realidad micro empresarial y por aspectos de recursos sean estos económicos o de tiempo, el porcentaje de estas empresas que puede optar por una de las acreditaciones que ofrecen las entidades nacionales es casi nulo.

La presente propuesta plantea dos componentes íntimamente relacionadas con el desarrollo efectivo del turismo rural y de la viabilidad del programa por desarrollar. A saber: en el primer componente se da énfasis en la investigación de modelos de certificación y en el segundo al diseño participativo con empresarios y empresarias turísticas, turistas y otros miembros de la cadena de valor. Este último caracterizado por participación directa individual y grupal de actores del sector que son partícipes del diseño de subprogramas con sus protocolos e instrumentos de la validación del programa en su totalidad.

Turismo Rural Comunitario, ecoturismo, agroecoturismo, turismo rural; muestran una dinámica importante que se debe tener en consideración: los participantes comparten principios y valores en las actividades turísticas que desarrollan.

Al involucrar, el turismo rural, a la población local en la organización de los espacios naturales con las actividades de la cotidianidad rural para lograr productos turísticos alternativos, generadores de ingresos adicionales a los pobladores y basados en el patrimonio comunitario (natural, cultural, histórico, otros); es que surge la necesidad inminente de crear un espacio de intervención en el modelo de acreditación que se desea. Sobre todo para que luego esta certificación sea utilizada correctamente y puedan recibir los beneficios de este proceso.

La participación de los habitantes de Latinoamérica y el Caribe en las decisiones que los afectan, se ha incrementado en las dos últimas décadas y que esto ha contribuido al mejoramiento de la gestión, toda vez que los problemas del medio en que se desarrolla el producto de turismo rural generan amplias oportunidades para la

participación e incidencia, en forma significativa, en la calidad de vida de los locales (Rodríguez M., et al. 2002).

Son muchos los mecanismos de participación directa que se han puesto en marcha con el fin de fortalecer y garantizar la sostenibilidad de los proyectos de turismo rural.

Específicamente la participación en la formulación de políticas y normas para la certificación de un producto turístico se basaría en: a) la participación de los ciudadanos a través de sus representantes en cuerpos colegiados decisorios o consultivos de las políticas ya establecidas; b) el derecho de los ciudadanos a iniciar procesos normativos de conformidad con un procedimiento preestablecido; c) los procedimientos singulares para la participación de cualquier ciudadano en el proceso de expedición de una norma (Espinoza, 2001).

Se cuenta con insuficiente experiencia y educación para la utilización de mecanismo de participación de quienes tienen derecho a ellos o están en la obligación de garantizar su funcionamiento (Rodríguez M., et al. 2002). Por eso se debe tener en cuenta las buenas prácticas que han surgido de experiencias con potencial y que pueden ayudar a concientizar en el proceso. La riqueza de información, definición y sobre todo apropiación de los procesos que se obtiene de trabajar con diversos órganos colectivos de carácter decisorio y/o consultivo en la materia que interesa, se puede lograr con la participación de representantes de la sociedad civil y del sector empresarial en las diferentes microrregiones en que se desarrolla el turismo rural. Para los investigadores es de relevancia mantener esta estrategia para precisar los indicadores que apoyaran los criterios de certificación.

En los programas de certificaciones más fiables, la evaluación del cumplimiento corre a cargo de terceras partes independientes. La evaluación realizada por entidades del sector se conoce como certificación por segundas partes (a menudo asociaciones, tour operadoras y otros).

Materiales y métodos

La metodología propuesta para esta investigación de diseño de un programa de certificación para micro y pequeñas empresas turísticas está basado en la participación de actores locales que junto con el acompañamiento de profesionales de la universidad puedan conjuntamente generar una herramienta de gestión de la calidad y la sostenibilidad para este tipo de empresas. Se trabajará con empresas localizadas en la unidad de planeamiento denominada Llanuras del Norte de manera que a través de actividades de sensibilización, capacitación y talleres de trabajo se analicen posibilidades de criterios de certificación basados en indicadores sean viables de aplicación para promover una mejora continua de las empresas.

Para lograrlo el diseño participativo del programa de certificación se realizaran las etapas que se muestran en la Figura 6:



Fuente: Elaboración propia.

Figura 6 Etapas de diseño participativo de un Programa de Certificación de la calidad y la sostenibilidad de servicios turísticos de micro y pequeñas empresas turísticas de las Llanuras del Norte de Costa Rica

Etapa 1. Investigación

Se realizarán investigaciones en diversas áreas, para poder establecer dimensiones, lineamientos, normas e indicadores que sean realistas y aplicables a nuestra realidad empresarial. Se investigará sobre diferentes Programas de Certificación existentes en el país y el mundo, aplicables a empresas turísticas. En cada uno de estos Programas, se analizará la viabilidad de aplicar algunos componentes del mismo a nuestra oferta de micro y pequeñas empresas turísticas de las Llanuras del Norte.

La Figura 7 hace referencia a los componentes de diseño de esta etapa donde se diseñaran protocolos base de certificación que contienen los indicadores pertinentes para cada criterio, los procedimientos de certificación y de mantenimiento de la certificación y sus herramientas fundamentales: instrumentos, manuales de buenas prácticas y premios por cada etapa de certificación.

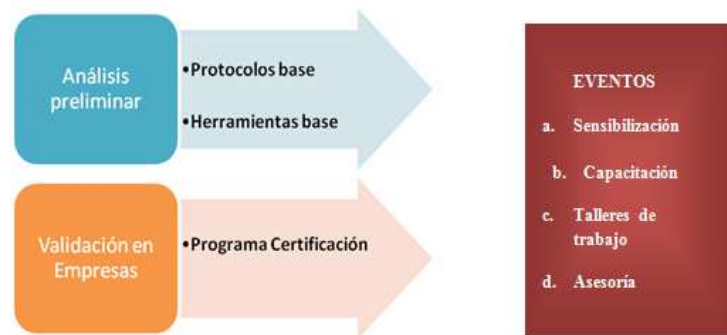


Fuente: Elaboración propia

Figura 7 Componentes de diseño a ser investigados para un Programa de Certificación de la calidad y la sostenibilidad de servicios turísticos de micro y pequeñas empresas turísticas de las Llanuras del Norte de Costa Rica

Etapa 2. Diseño Participativo

Se compone de dos sub-etapas, como se observa en la Figura 8, que se ejecutan en momentos diferentes. La primera es donde se organizarán grupos de trabajo o aplicación de encuestas con diferentes actores locales (Prestadores de servicio del turístico rural, clientes reales y potenciales, Proveedores y operadores) para que analicen las propuestas base diseñadas en la Etapa 1. La segunda implica seleccionar al menos 15 empresas de al menos 3 tipos de servicios a las que se les aplicara el programa finalmente diseñado para hacer una validación integral.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 8 Sub-etapas y eventos de diseño participativo del Programa de Certificación de la calidad y la sostenibilidad de servicios turísticos de micro y pequeñas empresas turísticas de las Llanuras del Norte de Costa Rica

Etapa 3. Diseño Final.

Con base en los productos de la sub-etapa de Análisis preliminar de la etapa anterior se integraran hará el análisis respectivo por el equipo de trabajo y se articularan con la propuesta base de manera que se pueda contar con una versión preliminar de

Programa de Certificación Participativo, como se observa en la Figura 9. La versión final se obtendrá al someter a validación con empresas esta versión preliminar de programa.



Fuente: Elaboración propia

Figura 9 Conjugación de productos de talleres con Diseño base para obtener versión preliminar del Programa de Certificación de la calidad y la sostenibilidad de servicios turísticos de micro y pequeñas empresas turísticas de las Llanuras del Norte de Costa Rica

Etapa 4. Divulgación

El proceso de divulgación de productos se ejecutará por diversos medios entre ellos el diseño de una página Web, la distribución a empresarios de la guía de buenas prácticas en la empresa, medios de prensa masivos y charlas en sesiones de organizaciones empresariales. La muestra la integración de los medios.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 10 Integración de medios divulgativos del proceso de diseño participativo del Programa de Certificación de la calidad y la sostenibilidad de servicios turísticos de micro y pequeñas empresas turísticas de las Llanuras del Norte de Costa Rica

Etapa 5. Búsqueda de Fondos para financiamiento del programa

Teniendo en cuenta que las micro y pequeñas empresas locales en su mayoría no disponen de dinero para financiar la certificación en sus Establecimientos, es que dedican recursos para la búsqueda de fondos para financiar una buena parte de los costos de este Programa. Se aspira a tocar puertas en organizaciones nacionales e internacionales interesadas en MiPyMEs, que puedan subvencionar a los empresarios en el proceso de mejora continua que promueve el Programa de Certificación Participativa, como se aprecia en la .



Fuente: Elaboración propia

Figura 11 Opciones de organizaciones interesadas en subvencionar empresas para participación en el proceso de mejora continua que promueve el Programa de Certificación de la calidad y la sostenibilidad de servicios turísticos de micro y pequeñas empresas

Así, se logró recoger información de certificaciones a nivel centroamericano, que se presentan en la **Error! Reference source not found.**, donde se muestra las certificaciones y empresas responsables por país.

| País | Sistemas de Certificación ambiental | | Sistema de certificación de la calidad | |
|-------------|-------------------------------------|-------------------------|--|------------------|
| | Nombre | Promotor | Nombre | Promotor |
| Costa Rica | CST | I.C.T. | Service Best | CANATUR |
| | Guaria | CANAMET | ISO 9001:2008 | INTECO |
| | Eco-Diseño | ACOT-Holanda | Estrellas/ Ley TRC | I.C.T |
| | Bandera Azul Ecológica | MINAE | | |
| Guatemala | | | Estrellas | INGUAT |
| | | | ISO 9001:2008 | AENOR |
| | | | Medición de calidad | Freeman Group |
| Honduras | | | Service Best | CANATUR |
| | | | Categorización | Freeman Group |
| Nicaragua | | | Service Best | CAMTUR |
| El Salvador | | | Service Best | CASATUR/INSAFORC |
| Panamá | TCI Asotempa | Comité Técnico Asotempa | Service Best | CAMTUR |
| | | | Medición de calidad | Freeman Group |

Figura 12 Certificaciones disponibles a nivel Centroamericano

A pesar de todo lo anterior, se encontraron con dificultades para desarrollar la metodología, tal como se especifica arriba.

Así, a agosto del 2011 se tenían las siguientes actividades y productos, que se muestran en la **Error! Reference source not found.**

| Objetivo general: Elaborar un Programa de mejoramiento continuo en busca de una certificación en calidad y sostenibilidad para las micro y pequeñas empresas de servicios de turismo rural en las Llanuras del Norte | | | | | |
|--|---|--|---------------------------------|---|--|
| Objetivo específico | Actividades | Productos esperados | Fecha propuesta de cumplimiento | % avance | Comentarios |
| 1. Elaborar una propuesta de programa de mejoramiento empresarial, a partir de los protocolos correspondientes a certificadoras existentes con indicadores, herramientas y procedimientos para la certificación de calidad y sostenibilidad. | a. Selección de empresas con las que se trabajará en el análisis de la encuesta y protocolo. | 1.1.1 Lista de Empresarios participantes en el proyecto. | Enero 2011 | 100% | La lista se definió en abril |
| | b. Reuniones con empresarios para explicar el proceso | 1.2.1 Reunión con empresarios para explicar procedimiento a seguir en proyecto | Febrero 2011 | 100% | La primera reunión se realizó en mayo |
| | c. Redacción, impresión y aplicación de pre-diagnóstico para definir los protocolos que seguirían los empresarios para evaluar su empresa con las diferentes etapas del proceso. | 1.3.1 Estudio y definición de Indicadores que se utilizarán en el pre diagnóstico | Enero 2011 | 100% | Se definen cuatro ámbitos con 25 indicadores |
| | | 1.3.2 Pre diagnóstico redactado, impreso aplicado y tabulado | Junio 2011 | 100% | El documento se terminó de redactar en julio (Anexo 1) |
| | | 1.3.3 Reunión con empresarios para aplicación de pre-diagnostico | Julio 2011 | 100% | La aplicación se hizo en agosto y primera semana de setiembre, con participación de los tres investigadores |
| d. Elaboración de propuesta del programa de mejoramiento empresarial: buenas prácticas | i. Manual de Buenas Prácticas para el empresario. | Setiembre 2011 | 40% | Se ajustó el cronograma y el 30 de noviembre debe tenerse dicho manual. | |
| 1 Validar, con los actores locales, la propuesta de programa de mejoramiento empresarial a partir de talleres y capacitaciones. | 2.1 Reunión con funcionarios del ICT, PROMES, y RAIN FOREST ALIANCE con el objetivo de analizar los procesos definidos para el asesoramiento en cuanto a certificaciones de sostenibilidad turística. | 2.1.1 Definición de procesos de apoyo por parte ICT, PROMES, y Rain Forest Alliance de a las empresas con las que el proyecto pueden desarrollar la propuesta de programa. | Enero 2011 | 100% | La reunión con PROMES, ICT y Rain Forest Alliance se llevó a cabo en Marzo 2011. |
| | 2.2 Capacitación empresarios participantes del proyecto para entrega de Propuesta | 2.2.1 Capacitación a los seis micro empresarios de turismo rural de la R.H.N. participantes en el proyecto | Agosto 2011 | 0% | Se ajusta el cronograma y se define la última semana de octubre para realizar capacitación con participantes de proyecto |
| 2 Capacitar a los empresarios de turismo rural de la Región Huetaar Norte para el uso adecuado del manual de buenas prácticas como parte del programa de mejoramiento empresarial, y así poder optar por la certificación de calidad y sostenibilidad. | 3.1 Capacitación a empresarios de turismo rural de la Región para el uso adecuado del manual de buenas prácticas que le permita seguir conseguir la certificación de calidad y sostenibilidad más adecuada. | 3.1.1 Capacitación a 25 micro empresarios de turismo rural de la R.H.N. | Diciembre 2011 | 0% | |

Figura 13 Avances y logros del proyecto hasta agosto del 2011

En esa fecha, la investigadora coordinadora, M.Sc. Grace Damazio decidió acogerse a la pensión, por lo que deja el proyecto en manos del M.B.A. Daniel Pérez Murillo.

Además, por parte de los investigadores restantes, se decidió no renovar el proyecto ante la Vicerrectoría de Investigación y Extensión, dado que se reconocía que el objeto de estudio estaba afectado por una coyuntura económica que hacía difícil poder tener una lectura clara en las microempresas turísticas. Esas dos situaciones, además del atraso que se presentó para generar los permisos presupuestarios correspondientes al Máster Pérez, hicieron que no se pudieran completar las acciones planeadas para el final del año.

Resultados y discusión

Al principio del proyecto se trató de realizar reuniones con micro empresarios turísticos. Para ello, se contactó y se realizaron reuniones con las organizaciones que los agrupaban.

Las OAB que se contactaron son las que estaban en la zona de estudio: Asociación de Desarrollo Integral de La Fortuna (ADIFOR), la Asociación de Microempresarios Turísticos de la Fortuna de San Carlos (AMITUFOR) y la Asociación de Tour operadores de La Fortuna (ATOFOR).



Figura 14 Reunión con ADIFOR, 14 de abril 2010.

En los tres casos, las OAB decidieron que necesitaban consultar con sus bases para poder dar nombres de empresas que podrían estar interesadas en ser incluidas en la muestra de la investigación.

La realidad mostró que la mayoría de los contactados no estaban interesados en participar en el proyecto, dado que en ese momento estaban, muchos de ellos, con problemas financieros producto de la crisis económica del 2009 (Morales-Ramos, 2009). La problemática se agravó debido a que se trató incluir en la muestra empresas de diferentes sub grupos (empresas operadoras, de hospedaje y alimentos y bebidas).

Debido a lo acontecido, los investigadores decidieron establecer una nueva estrategia y trabajar solo con los sub grupos que tuvieran menos afectación, que en este caso fueron las microempresas de turísticas de hospedaje. Otro cambio que se realizó, fue el de abrir el espectro de la zona de estudio. Lo anterior se hizo dado que en el área de estudio que se planteó inicialmente no contaba con suficientes sujetos para incorporarlos a la muestra.

1. La necesidad de acogerse a un certificado de sostenibilidad

Durante el proceso de escritura del proyecto, se detectó la existencia de elementos aplicables a nuestra realidad empresarial local de los diferentes Programas de Certificación que existían en Costa Rica, a saber: CST (Certificado de sostenibilidad turística) y PBAE (Programa de Bandera Azul Ecológica). Se pretendió entonces, realizar las adecuaciones pertinentes a estos programas de certificación, con la participación de empresarios, para diseñar un sistema escalonado para Micro y Pequeñas empresas de turismo rural según criterios de calidad y sostenibilidad en la gestión de los servicios turísticos en la naturaleza de las Llanuras del Norte.

Lo determinado sobre el grado de éxito de un instrumento de gestión particular, es que depende de la interacción compleja de un conjunto de factores como: la naturaleza de la organización y los problemas ambientales abordados; los actores involucrados y sus visiones sobre la relación sociedad-medioambiente; las condiciones económicas, políticas y sociales; el contexto legal; las capacidades de gestión para desplegar el instrumento; las necesidades de coordinación y unión de voluntades para incorporar las distintas sensibilidades de los actores y la integración y vinculación con otros instrumentos que inciden en la eficacia y eficiencia de los mismos con el que se estaría implementando.

Para validar lo anterior, se realizaron reuniones con empresarios, conforme se definió en la metodología. Para la sorpresa de los investigadores, la respuesta de ellos fue variada: reconocieron la necesidad de direccionar su empresa hacia un enfoque de sostenibilidad, pero hicieron saber que el valor que el certificado tiene para ellos es meramente

mercadológico (imagen ante el mercado) y que es esa la razón de mayor peso para acogerse a un estándar.

De esa forma, luego de realizar el pre diagnóstico, se logró determinar que a pasar que los empresarios tienen claro que la “sostenibilidad” se desarrolla en los aspectos económico y medioambiental, ellos dan poca importancia o dedican menos esfuerzos a el desarrollo de estrategias de sostenibilidad en la parte social.

Por lo anterior, es importante recalcar que los esfuerzos que las microempresas hacen en el plano de la “sostenibilidad”, mayormente se realizan para demostrar a los turistas que la organización se preocupa por el impacto de ésta en el medio ambiente y su protección. Es posible establecer como resultado que el impacto de los certificados de sostenibilidad en las empresas turísticas estudiadas, se pueden observar mayormente en el plano medioambiental.

También que se logró determinar que en las microempresas turísticas de hospedaje consultadas para el estudio, existe una preocupación por desarrollar los ámbitos del certificado (en el caso del C.S.T.) en las que no se han podido ejecutar acciones, como es el caso del ámbito socio-económico. La traba que se presenta y que en forma unánime expresaron que era el caso, fue el bache económico que pasaba la actividad turística (depresión económica del 2008-2009) y que les impedía hacer algún tipo de inversión de mejora y adecuación de las instalaciones.

Aún con lo anterior, la imagen que tienen los microempresarios turísticos de empresas de hospedaje, es que se requiere de una inversión económica fuerte para poder optar por algún reconocimiento en los estándares de los certificados.

Sí bien eso no deja de ser cierto, se logró demostrar a los empresarios que se pueden seguir buenas prácticas de sostenibilidad que no requieren una inversión alta en poco tiempo y que sea reconocido por los estándares actuales de certificados de sostenibilidad.

Con todo lo anterior, también se logró establecer en la muestra, que no existe una necesidad de crear un nuevo certificado de sostenibilidad, sino que hay, en los microempresarios de hospedaje turístico un desconocimiento y falta de información para poder aprovechar los pequeños cambios que se pueden hacer en las microempresas y que sean tomados en consideración a la hora de optar por puntuaciones o revaluaciones en el CST.

Todo lo anterior llevó a que los investigadores replantearan el proyecto y se dedicara lo que quedaba del proyecto a ayudarles, de alguna manera, a mejorar la sostenibilidad de la microempresa de hospedaje turística a través de una herramienta sencilla y que se adaptara a las capacidades de estas.

El resultado es el Manual de Buenas Prácticas para la Sostenibilidad que se observa en el Anexo 2.

Por medio de este Manual de Buenas Prácticas para la Sostenibilidad que se generó en el proyecto, se les plantea a los empresarios una serie de actividades e ideas que pueden desarrollar y que sirve para elevar la puntuación durante el proceso de certificación.

2. Los empresarios turísticos están interesados en obtener el C.S.T.

Como se explicó anteriormente, existen en Costa Rica una serie de programas de certificación, con diferentes entidades tanto a nivel nacional como internacional. La

mayoría de los programas se enfocan en el plano de la sostenibilidad, pero solo uno, el CST, tiene como objetivo la sostenibilidad de las empresas turísticas.

De acuerdo con el pre diagnóstico desarrollado, el C.S.T. es percibido por los microempresarios de empresas turísticas de hospedaje, como una herramienta que ha adquirido una imagen a nivel nacional bastante positiva. Curiosamente, a nivel centroamericano también es considerada una herramienta importante y que tendría aceptación en las empresas turísticas. Lo anterior es consecuente con Bien (1999) y otros estudios conducidos a lo largo de la década del 2000.

Destaca entre los aspectos que los investigadores encontraron, la importancia que el Certificado ya ha sido validado y mantiene un proceso de mejora continua, amparado por una institución gubernamental autónoma como es el I.C.T. Esto y el carácter gratuito que tiene el proceso, da a la Certificación una fortaleza que difícilmente puede ser alcanzada por otros en el mercado o por un nuevo certificado.

Lo anterior hace que el CST sea sumamente atractivo para el mercado interno y potencialmente viable para el mercado internacional, donde ya ha empezado a ser reconocido (Bien, 1999; Vasconcelos Vásquez, Balbastre-Benavent & Redondo-Cano, 2011).

Como resultado de la investigación bibliográfica, también se logró determinar que existen otras certificaciones que los empresarios turísticos también acceden. Varias de ellas son de nivel latinoamericano y cuentan con organizaciones que los respaldan, tal es el caso de ECOTEL, Green Glove 21 y Rain Forest Allince.

Aun cuando las certificaciones son ampliamente conocidas y aplicadas en el ámbito turístico, llama la atención que ninguna hace diferenciación entre micro, pequeña o gran empresa turística consecuente con el estudio de Del Valle (2002).

Las certificaciones que existen en el mercado tienen el inconveniente de que son poco accesibles económicamente a las micro y pequeñas empresas. Dado lo anterior, la mejor opción que se les presenta es el CST del ICT. Este Certificado ha venido ganando reconocimiento a nivel nacional y más recientemente, a nivel Centroamericano. Uno de los puntos fuertes de este es el hecho de que es una Certificación gratuita y dónde el costo para el empresario turístico radica en la inversión que se deba hacer para acondicionar las instalaciones y facilidades a la norma.

Aun así, los microempresarios turísticos entrevistados perciben el CST como algo que no es alcanzable para ellos. La idea de hacer inversiones medianas a corto plazo los asusta, sobre todo en años como el 2010, en el que existía una incertidumbre sobre el crecimiento (o falta de este) del sector turístico para el futuro.

El simple hecho de pensar en la contratación de algún colaborador para que se dedique al proceso de Certificación, por supuesto, es algo impensable para los microempresarios. Además, en las entrevistas que se realizaron, se pudo notar que los microempresarios ni siquiera piensan en la posibilidad de dedicar talento humano a la consecución del proceso de Certificación, debido a que sus prioridades son la atención de la operación general de la microempresa.

Analizando la información recolectada en las entrevistas informales, se puede pensar que las certificaciones de sostenibilidad existentes en el mercado, son percibidas por los

microempresarios como certificaciones diseñadas para empresas “Grandes”. Que la inversión que se debe hacer (talento humano y recurso económico) no es real para ellos.

Lo anterior, genera un clima de descontento en los microempresarios entrevistados, plasmándolo en las palabras de que ellos se sienten “excluidos” de los procesos de Certificación y de alcanzar la sostenibilidad como empresa. De esa manera, los microempresarios entrevistados hicieron notar su poca disponibilidad a adoptar procesos de certificación.

Cabe aclarar acá que la percepción de los entrevistados puede estar desfasada de la realidad. Lo que ellos perciben es que los procesos de certificación son caros, tal como se explicó anteriormente, pero que sí se analiza, se pueden obtener puntuaciones altas con solo diseñar procesos y establecerlos, junto con una política de documentación de las actividades de mitigación, así como conocer cuáles de esas actividades sirven para certificarse.

3. Desconoce el proceso, aun cuando ya pone en práctica algunas cosas que posibilitan obtenerlo.

Aunado a lo anterior, los micro empresarios turísticos entrevistados carecen de conocimiento sobre las actividades que implica la certificación. Una carencia clara, es la de conocimiento sobre algunos procesos que pueden ser tomados en consideración para la certificación, como es el tema de documentación.

La documentación es un proceso que pocas veces se realiza en las microempresas turísticas, de acuerdo con las conversaciones que se tuvieron con los entrevistados. El sencillo hecho de pedir a las instituciones comunales notas de agradecimiento una vez que se ha colaborado en alguna actividad, no se realiza dado el desconocimiento que esto se puede presentar como evidencia, para obtener puntos en los procesos de certificación.

El ejemplo anterior es una prueba de que las microempresas turísticas tienen un impacto positivo en las comunidades. Sin embargo, la problemática sobre el aporte de pruebas que respalden lo anterior, persiste. Por ello, es necesario que las microempresas turísticas se desarrollen métodos que permita que dicho impacto sea contabilizado a la hora de llevar un proceso de certificación.

Otra problemática que aqueja a la microempresa turística es el hecho de que en ellas se realizan procesos o técnicas sostenibles innovadoras y que el instrumento del CST no otorga puntuación.

Un ejemplo es el tratamiento de las aguas en piscinas. Un hotel en particular, que no participó en el proyecto, instaló un sistema de tratamiento de aguas con ozono para su

piscina, Siendo que es un sistema mucho más efectivo y tecnológicamente más avanzado, se podría pensar que la puntuación que se le asigne al hotel, en este indicador, sea la más alta. Sin embargo, no es así. Dado que el instrumento no contempla este tipo de tratamiento de aguas, se asigna como que no cuenta con el sistema de tratamiento con cloro, que es el que comúnmente se encuentra.

Lo anterior causa malestar, por supuesto, en el microempresario turístico, pues percibe que sus esfuerzos, además de ser menos impactantes ambientalmente, no tienen valor en el proceso de certificación, tal como debería ser.

Algo que se rescata de las entrevistas es la iniciativa de los microempresarios turísticos entrevistados por traer a la actividad turística, prácticas sostenibles adaptadas de otras actividades productivas. Lo anterior hace que existan casos en los que las microempresas turística tengan una mayor conciencia sobre la importancia de reducir el impacto ambiental.

Por otro lado, queda claro que las prácticas que se realizan se basan solamente en eso: minimizar el impacto ambiental, como es el caso de microempresas que han desarrollado programas de separación de desechos a lo interno, mejoras en la utilización de la energía eléctrica, con la consecuente reducción de costos.

Conclusiones y recomendaciones

Como conclusiones del estudio podemos citar las siguientes:

1. La posibilidad de crear una nueva certificación para mipymes turísticas no tiene mucha razón de ser, dada la existencia del CST, que es una herramienta probada y respaldada por un grupo multidisciplinario que continuamente la revisa y la mejora.
2. Las microempresas turísticas entrevistadas tienen una necesidad de incorporarse a los procesos de certificación turística que existen. La razón principal para hacerlo es básicamente mercadológica, dado que lo que se busca es que el turista reconozca este esfuerzo y le de preferencia sobre otras empresas.
3. Las microempresas turísticas entrevistadas no reconocen la diferenciación entre sostenibilidad e impacto ambiental. De hecho, lo toman como sinónimos, impulsando solo uno de los aspectos de la sostenibilidad y descuidando los demás.
4. El aspecto que prevalece como interés para certificarse es el económico. Como ya se mencionó, al ser una razón de reconocimiento por el mercado, la razón para realizar un proceso de certificación es básicamente poder vender más.
5. Dado los puntos anteriores, las microempresas turísticas entrevistadas no requieren de un programa de certificación, dado que el que existe es suficiente para satisfacer las necesidades del microempresario, toda vez que ésta necesidad es mercadológica.

6. Los microempresarios turísticos entrevistados prefieren, si deben hacer un esfuerzo para certificarse, hacerlo con el Certificado de Sostenibilidad Turística del ICT, dado que está bien posicionado en el mercado turístico, les permite establecer el nivel de involucramiento que quieren tener, es gratuito y es respaldado por el Gobierno.
7. Los microempresarios turísticos entrevistados carecen de información clara sobre lo que significa el proceso de Certificación de la Sostenibilidad Turística. La imagen que ellos tienen es el proceso conlleva procesos de inversión en planta turística que, al momento de realizado el estudio, no se podía realizar por la coyuntura económica imperante. Aun así, los entrevistados no consideraban que con el desarrollo de procesos de documentación se podían recibir al menos una o dos hojas en el CST.
8. La contratación de colaboradores que se dediquen al desarrollo del proceso es un tema complicado, dado que los empresarios entrevistados no lo perciben como una inversión sino como un gasto. La dedicación de colaboradores existentes ya en las microempresas hace que los procesos se tornen lentos y tomen mucho tiempo, sí es que los microempresarios se deciden a hacerlo.
9. Se constató en las visitas realizadas a las microempresas turísticas entrevistadas que cuentan con procesos de buenas prácticas de sostenibilidad, dado que se preocupan por el impacto de las operaciones en el medio ambiente, mejorando la utilización de energías e impactando positivamente en las comunidades aledañas. Aun con lo anterior, todavía hay espacio para el mejoramiento de procesos e innovación de dichas prácticas.

10. Dado que el estudio no se pudo desarrollar en toda su extensión, los investigadores decidieron desarrollar, con base en el CST, un manual que ayude a las microempresas turísticas a alcanzar algún grado dentro de sostenibilidad en el Certificado de Sostenibilidad Turística.

Como recomendaciones se tiene:

1. Es imperativa la educación en el plano de la sostenibilidad, que ayude a concientizar acerca de la importancia de desarrollar procesos de producción limpios, gestión administrativa eficiente e impulso a las políticas de desarrollo local.
2. La sostenibilidad debe ir acompañada de un proceso de mejora continua, que garantice la prestación del servicio con los estándares de calidad apropiados y adecuados según el tipo de cliente que visita la empresa.
3. El programa del CST debe incorporarse, lo antes posible, en otras empresas turísticas que hasta el momento no tienen la opción de certificar sus procesos. Hablamos de las empresas de alimentos y bebidas y empresas dedicadas al turismo de aventura.
4. El ICT debe aprovechar la apertura de oficinas regionales para asignar personal a ellas, de forma que las empresas que están optando por el certificado no tengan que esperar tanto tiempo por el acompañamiento ni para la evaluación final.
5. Alianzas estratégicas y colaborativa entre el ICT, las universidades y las municipalidades para informar sobre el proceso de certificación. Es importante

que el empresario tenga claro que el certificado es gratuito, voluntario y que no exige inversiones costosas.

6. El ICT, en alianza con las universidades públicas que ofrecen carreras de turismo, podrían formar al personal adecuado que ayude a asistir a los empresarios turísticos durante el proceso inicial de la certificación. Lo anterior se podría lograr a través de la capacitación y la formación de los estudiantes de dichas carreras.
7. Se debe hacer conciencia en el empresario turístico para que reconozca los demás aspectos de la sostenibilidad y no se quede únicamente en el beneficio mercadológico.
8. Se requiere de legislación nacional y sectorial que estimule e incentive los procesos y los productos que favorezcan el uso de tecnologías de energías renovables y demás acciones destinadas al uso racional de los recursos.
9. El ICT debe aprovechar las experiencias de los procesos sostenibles de otras actividades diferentes a las turísticas y revisar periódicamente la herramienta de evaluación.
10. Es necesario el desarrollo de procesos de acercamiento con los micro y pequeños empresarios turísticos, de forma tal que conozcan a fondo el certificado, sus beneficios y las facilidades que existen para adoptarlo.

Aportes

El aporte que el estudio hace es El manual de buenas prácticas (ver anexo). Lo que se propone es una herramienta sencilla y fácilmente aplicable por el empresario turístico, que le dé una ruta clara para el desarrollo de actividades tendientes a una calificación inicial en el CST.

Como tal, El Manual busca contribuir de una primera manera al acercamiento de las empresas a la sostenibilidad y que este acercamiento sea valorado por el Certificado de Sostenibilidad Turística del Instituto Costarricense de Turismo.

Se realizó un esfuerzo por fortalecimiento de las capacidades de los empresarios turísticos, especialmente el sector mipymes. Se hizo una revisión de la herramienta, análisis y propuestas para mejorarla, y finalmente se determinó sí su uso o adopción por parte del empresario turístico está teniendo los efectos esperados.

Los investigadores que quedaron al final del proyecto realizaron un esfuerzo para rescatar algo del trabajo realizado, pero que definitivamente no se pudo conseguir por las razones ya citadas de tiempo, recursos y nombramientos.

Alcances:

1. El Manual de Buenas Prácticas para la Sostenibilidad Turística es aplicable a cualquier empresa de alojamiento, sin importar su ubicación geográfica.
2. Como tal, la herramienta debe considerarse como una guía para el mejoramiento continuo de la empresa turística, sin olvidarse de que deben incorporarse las innovaciones tecnológicas que vayan mejorándola.
3. El espíritu que impulsa la herramienta planteada por los investigadores es el de un diseño para colaborar con el proceso de obtención del CST, que ayude a los empresarios insipientes en el proceso de sostenibilidad a adoptar con facilidad las prácticas tendientes a alcanzar niveles en el proceso.
4. Sin embargo, el manual por sí solo ofrece al empresario una guía para una gestión sostenible; lo que no le obliga al empresario a optar por la certificación, sí así lo decide. No obstante, esto no significa que el empresario no debe comprometerse con procesos como el CST u otros en el mercado.
5. En el aspecto académico, la herramienta servirá como material didáctico en los cursos de la carrera. La idea es que los estudiantes cuenten con guías fáciles de aplicación que ayuden al empresario turístico, en la senda de la sostenibilidad.
6. Como un aspecto importante, la herramienta es un desarrollo metodológico realizado por el ITCR, tendiente a impactar en el sector turístico.
7. La herramienta sirve como documento base para la definición de indicadores de sostenibilidad para microempresas turísticas rurales, aspecto que no se ha desarrollado y en el que se seguirá investigando.

8. Por último, el documento sirve como elemento clave para la creación de un instrumento de evaluación dirigido a la pequeña empresa. Este elemento es importante que se retome, igualmente, en investigaciones futuras.
9. El Manual no contiene detalles precisos acerca de cómo poner en práctica algunas de las recomendaciones que plantea. Si bien algunas son de fácil implementación, otras requerirían de apoyo técnico especializado.
10. La puesta en práctica del Manual no implica la obtención de alguna nota o nivel mínimo del CST. Primero que todo, al ser un documento elaborado participativamente a partir de las experiencias de los empresarios entrevistados, no se abarcan todas las variables de evaluación, sino únicamente aquellas de donde se pudieron obtener elementos prácticos que habían sido aplicados por los empresarios.

Bibliografía

- Andrés Sarasa, J. (2000). Aportaciones básicas del Turismo al desarrollo rural. *Cuadernos de Turismo*, 45-59.
- Astorga, A. (1994). *Manual de Diagnóstico Participativo. Tercera Edición*. Quito: CEDEP.
- Baltodano, V. (2008). Turismo Rural y Desarrollo Sostenible: un aporte para su estudio en Costa Rica. *IV Congreso Mesoamericano de Estudios Turísticos*. Nicoya: Universidad Nacional.
- Bien, A. (1999). *Diagnóstico Institucional y Estructura Regional para el Programa de Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) en Centroamérica*. San José: INCAE.
- Bien, A. (1999). *Diagnóstico Institucional y Estructural Regional para El Programa de Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) en Centroamérica*. Turrialba: INCAE.
- Bien, A. (2006). *Una Guía Simple para la Certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo*. San José: CREST.
- Cabrini, L. (2002). Turismo, Desarrollo Rural y Sostenibilidad. *VII Congreso de AECIT* (págs. 21-23). Jaén: WTO.
- Certificación para la Sostenibilidad Turística. (21 de febrero de 2008). *Acerca del CST*. Recuperado el 2 de marzo de 2010, de Certificación para la Sostenibilidad Turística: http://www.turismo-sostenible.co.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=8&lang=es
- Combariza, J., Aranda, Y., & Parrado, Á. (2008). El Turismo Rural como Estrategia de Desarrollo Territorial. *IV Congreso Mesoamericano de estudios Turísticos* (págs. 35-48). Nicoya: Centro Mesoamericano de Desarrollo Sostenible (CEMEDE-UNA).
- Del Valle, D. (2002). *Certificaciones Turísticas en Centroamérica, Actualización de estudio*. Guatemala: Rainforest Alliance.
- Espinoza, G. (2001). *Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental*. Santiago: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Fleischer, A., & Felsenstein, D. (2000). *El agroecoturismo como estrategia de diversificación de las explotaciones agrarias catalanas*. Recuperado el 2008, de Sitio informativo Infoagro.com: http://www.infoagro.com/turismo_rural/agroturismo_catalan.htm
- Flores Abogabir, M., & Vargas Segnini, J. F. (2008). Análisis de los Factores para la Gestión del Proyecto de Turismo Rural Comunitario en Copal de Nicoya. *IV Congreso Mesoamericano de Estudios Turísticos (Edición digital)* (págs. 122-139). Nicoya: CEMEDE-UNA.
- Fourneau, F. (1998). El turismo en espacio rural en Franci. *Cuadernos de Turismo*, n°1, 41-53.
- Hall, C. M. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Harlow: Prentice Hall.

- I.C.T. (2001). *Plan Nacional General de Desarrollo turístico sostenible 2002-2012*. San José: ICT.
- Instituto Costarricense de Turismo. (2009). *Demanda Turística de Costa Rica*. Recuperado el 2009, de Anuarios:
http://www.visitcostarica.com/ict/backoffice/treeDoc/files/6F96_Anuario_de_Turismo_2009.pdf
- ITCR. (2006). *Políticas Generales*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2012, de Página de Reglamentos del ITCR: <http://www.itcr.ac.cr/reglamentos/Consultas/consultarR1.asp?n=529&f=>
- Kaune, C. (2008). Certificación – una estrategia nacional para lograr sostenibilidad y competitividad en el sector turístico. En E. Fürst, & W. Hein, *Turismo de Larga Distancia y Desarrollo Regional en Costa Rica* (págs. 145-188). San José: DEI-CINPE.
- Mora Alvarado, D., & Chávez Aguilar, A. (2006). *Programa Bander Azul Ecológica 6ta Edición: Instrumento Comunitario para Proteger el Recurso Hídrico*. San José: Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados.
- Morales-Ramos, R. (2009). El Impacto de la Crisis Económica Mundial sobre la Economía costarricense: los efectos microeconómicos. *Economía y Sociedad N° 35 y 36*, 61-73.
- Parra López, E., & Calero García, F. (2006). *Gestión y dirección de empresas turísticas*. Madrid: McGraw-Hill.
- Picón Cruz, J. C. (2008). Turismo en Costa Rica: Reflexiones para un Desarrollo Sustentable. *IV Congreso Mesoamericano de Estudios Turísticos (Edición digital)* (págs. 272-285). Nicoya: CEMEDE-UNA.
- Programa Estado de la Nación. (2007). *Decimotercer Informe Estado de la Nación*. San José: Estado de la Nación.
- Programa Estado de la Nación. (2010). *Decimosexto Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible. Capítulo 4: Armonía con la naturaleza*. San José: Programa Estado de la Nación.
- Rain Forest Alliance. (2012). *Estándar de Verificación para Servicios turísticos Versión 2.0*. San José: Rain Forest Alliance.
- Ratto, N. (2001). *Proyecto de Turismo Eco-Cultural para la provincia de Catamarca, Argentina*. Recuperado el 2008, de Ciudad Virtual de Antropología y Arqueología:
http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponencias/norma%20ratto.htm#_ftn1
- Rodríguez Becerra, M., & Espinoza, G. (2002). *Gestión ambiental en América Latina y el Caribe: Evolución, tendencias y principales prácticas*. Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Trejos, B. (2007). *Turismo Rural Comunitario y Organización Social. Contribución realizada para el Decimotercer Informe Estado de La Nación*. San José: Programa Estado de la Nación.

Vasconcelos Vásquez, K. L., Balbastre-Benavent, F., & Redondo-Cano, A. M. (2011). La Certificación de Sostenibilidad Turística (CST): Facilita la Certificación ISO 9000: El Caso del HPL. *Ciencias Económicas* 29-No. 1, 601-625.

W.T.O. (2002). *Compendium of Tourism Statistics*. Recuperado el 25 de mayo de 2010, de Web oficial de la O.M.T.: www.world-tourism.org/isroot/wto/pdf/1352-1.pdf

Anexos

Anexo 1 Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA

DECRETA:

LEY DE FOMENTO DEL TURISMO

RURAL COMUNITARIO

ARTÍCULO 1.- Objeto de la ley

La presente Ley tiene como objeto el fomento de la actividad turística de tipo rural comunitario, cuyo acrónimo será TRC, por medio del impulso de empresas de base familiar y comunitaria, conformadas por la Ley de Asociaciones, No.218 y la Ley De Asociaciones Cooperativas y Creación del INFOCOP y Otras Normas Conexas, No. 4179, con el fin de que las personas habitantes de las comunidades rurales procuren la gestión de su propio desarrollo, incluido el manejo de destinos turísticos locales. Además, que participen en la planificación y el aprovechamiento de los recursos naturales de su entorno de manera sostenible, de forma que les permita una mejor condición de vida.

ARTÍCULO 2.- Objetivos de la Ley

Los objetivos de esta Ley son:

- a) Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- b) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos, vivos y sus valores tradicionales; contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- c) Asegurar las actividades económicas viables a largo plazo, que reporten beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos, así como servicios sociales para las comunidades anfitrionas, que contribuyan a la reducción de la pobreza.
- d) Promover que el turismo rural comunitario tenga un alto grado de satisfacción entre los turistas y que represente para ellos una experiencia significativa, que los haga más concientes de los problemas de la sostenibilidad y fomenta prácticas turísticas sostenibles.

ARTÍCULO 3.- Declaratoria de interés

Declarase de interés público el turismo rural comunitario como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo de las comunidades rurales del territorio nacional. El turismo rural comunitario es una actividad prioritaria dentro de las políticas de Estado, por lo que se autoriza a las Instituciones de la Administración Pública, Entes estatales y no estatales, Empresas Públicas y Municipalidades a impulsar actividades de apoyo para su desarrollo.

ARTÍCULO 4.- Actividades de turismo rural comunitario

El Turismo Rural Comunitario es una actividad apoyada por el Instituto Costarricense de Turismo, de experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por las agrupaciones reconocidas en esta ley.

Las actividades de turismo rural comunitario son:

a) **Posadas de turismo rural:** tipo de establecimiento con un mínimo de 3 habitaciones, dotadas de baño privado, que pueda ofrecer los servicios de alimentación y se encuentre localizado en un entorno rural, definido por el Instituto Costarricense de Turismo.

b) **Agencias de Viajes especializadas en turismo rural comunitario:** establecimiento ubicado en la zona rural, que ofrezca un destino turístico local.

c) **Actividades temáticas especializadas en turismo rural comunitario:** área destinada a ofrecer servicios turísticos y/o de rescate del patrimonio cultural material o inmaterial.

d) **Servicios de alimentos y bebidas:** restaurantes rurales, fondas, sodas de comidas locales y servicios de comidas criollas a domicilio.

Las actividades enunciadas en los incisos a, b, c, y d, de este artículo, deberán ser realizadas por una organización regida por la Ley de Asociaciones, No.218; o conformada como cooperativa de autogestión de la zona rural, regulada en la Ley de Asociaciones Cooperativas y Creación del INFOCOP y otras normas conexas, No. 4179.

ARTÍCULO 5.- De las Posadas de TRC

Las posadas de TRC, deberán cumplir con todos los requisitos establecidos en la legislación vigente para obtener la declaratoria turística y el contrato turístico, exceptuando el mínimo de habitaciones, las cuales podrán obtenerlo con un mínimo de 3 habitaciones.

ARTÍCULO 6.- Competencias del ICT

El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) es el ente rector de la actividad turística en el país y podrán tener las siguientes competencias en relación con la actividad de TRC:

a) Otorgar la declaratoria y contrato turístico a las agrupaciones TRC que cumplan con los requisitos establecidos en la legislación vigente.

b) Regular, tramitar y resolver el reconocimiento por parte del ICT de las agrupaciones que realicen actividades de TRC, conforme al Plan Nacional de Desarrollo Turístico.

c) Incorporar dentro de sus planes de desarrollo turístico y planes anuales operativos, programas específicos que garanticen el fomento y promoción del TRC.

d) Destinar los recursos humanos, técnicos y económicos necesarios para la ejecución de las políticas que fomenten y promuevan el TRC.

e) Promover frente a otras entidades del Estado y gobiernos locales el desarrollo de obras y servicios que requiere la actividad.

f) Impulsar a nivel nacional e internacional la actividad de TRC, tanto en las campañas que lleva a cabo el ICT, como en la divulgación permanente que realiza.

g) Coordinar el asesoramiento y capacitación de las acciones formativas para el fomento y el desarrollo de la actividad del TRC.

h) Promover el desarrollo de programas de capacitación específicos para las agrupaciones de TRC en conjunto con otras instituciones públicas.

- i) Promover en coordinación con el Ministerio de Ambiente, Energía y Telecomunicaciones, la implementación de contratos por pago de servicios ambientales en terrenos dedicados al TRC.
- j) Fomentar en coordinación del Ministerio de Salud, la gestión integral de residuos en las TRC.
- k) Desarrollar campañas publicitarias para informar a nivel nacional e internacional las actividades que desarrollan las TRC.
- i) Garantizar el cumplimiento de las disposiciones de esta Ley.

ARTÍCULO 7.- Competencias del INA

El Instituto Nacional de Aprendizaje, para el apoyo de las agrupaciones de TRC podrán:

- a) Desarrollar e incorporar dentro de sus planes anuales operativos, programas específicos que garanticen la formación y asistencia técnica para las agrupaciones del TRC.
- b) Brindar capacitación e instrucción técnica para el fomento y el desarrollo de la actividad del TRC.

ARTÍCULO 8.- Competencias del IMAS

El Instituto Mixto de Ayuda Social podrá incorporar en su programas de generación de empleo y desarrollo comunitario, los espacios necesarios para el fomento y apoyo a las iniciativas de TRC en las áreas rurales con mayor incidencia de pobreza extrema.

ARTÍCULO 9.- Competencias de la Comisión Permanente de Cooperativas de Autogestión (CPCA).

Para los efectos de esta ley le corresponderá a la Comisión Permanente de Cooperativas de Autogestión, otorgar recursos del Fondo Nacional de Cooperativas de Trabajo Asociado o Autogestión para las Cooperativas de TRC, asignándoles financiamiento para proyectos viables, avales, y el acompañamiento a través de la asistencia técnica, la formación, la capacitación, la asesoría, los estudios de preinversión, la viabilidad y estudios de factibilidad, asimismo favorecer las iniciativas de emprendimiento cooperativo y la incubación de empresas cooperativas de autogestión de TRC.

ARTÍCULO 10.- Autorización

Se autoriza a las Instituciones de la Administración Pública, Entes estatales y no estatales, Empresas Públicas y Municipalidades, incorporar en sus planes anuales operativos las acciones necesarias para el apoyo de las agrupaciones de TRC, así como recursos humanos, técnicos y financieros para el cumplimiento de los fines de esta Ley.

La Contraloría General de la República velará por el óptimo cumplimiento de esta disposición.

ARTÍCULO 11.- De los municipios

Las Municipalidades para el apoyo de las agrupaciones de TRC podrán:

- a) Establecer mecanismos para que las comunidades organizadas participen en la planificación del desarrollo turístico local.
- c) Desarrollar e implementar políticas de fomento al sector basados en criterios de sostenibilidad, en relación con el desarrollo turístico de su municipio y considerando las condiciones propias y necesarias para

la implementación de proyectos de turismo rural comunitario.

c) Crear una oficina de gestión local en turismo rural comunitario, con el fin de incentivar la coordinación de las actividades turísticas de la comunidad y la regulación competente, para lo cual se procederá con la elaboración del reglamento municipal correspondiente.

ARTÍCULO 12.- Incentivos

Las agrupaciones de TRC que cuenten con la declaratoria turística y el contrato turístico aprobado por el ICT, además de lo establecido en la Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico, No. 6990, podrán acogerse a los siguientes beneficios e incentivos, por una única vez:

a) Exonérese de todo tributo y sobretasas que se aplique a la importación o compra local de motores fuera de borda, cuando quien lo requiera se ubique en una zona geográfica aledaña a ríos navegables, lagos navegables, canales navegables o zonas costeras, así como el pago de los impuestos de inscripción.

b) Exonérese del pago de tributos y sobretasas que se aplique a la importación o compra local de vehículos tipo doble tracción o microbuses con capacidad de 8 a 12 pasajeros, cuyas características serán definidas por el ICT atendiendo las necesidades de las agrupaciones TRC, así como el pago de los impuestos de inscripción.

c) Exonérese del pago de tributos y sobretasas que se aplique a la importación o compra local de tecnologías alternativas para el tratamiento de aguas residuales y sus componentes, así como los materiales e insumos, que se incorporen directamente en la construcción de este tipo de plantas, para su instalación en el territorio nacional.

Los incentivos establecidos en los incisos a y b de este artículo, podrán ser solicitados únicamente por las posadas de turismo rural y las agencias de Viajes especializadas en turismo rural comunitario.

El control y la fiscalización de los incentivos aquí estipulados, se regirán según lo dispuesto en la legislación vigente para cada caso.

Las agrupaciones que hayan sido exoneradas al amparo de la presente ley, y vendieren, arrendaren, prestaren o negociaren en cualquier forma, o les dieran un uso diferente al que motivó la exoneración o beneficio, serán sancionadas con una multa igual a diez veces el valor de la exoneración, sin perjuicio de cualesquiera otras sanciones de orden penal o civil que se les puedan aplicar.

ARTÍCULO 13.- Sobre el financiamiento y servicios no financieros y de desarrollo empresarial y avales o garantías

En el marco de esta Ley, tendrán acceso a los recursos para financiamiento, avales o garantías y servicios no financieros y de desarrollo empresarial, y además tendrán tratamiento prioritario y preferencial, las agrupaciones de TRC, que desarrollen proyectos viables y factibles promovidos por las micros, pequeñas y medianas agrupaciones, en zonas de menor desarrollo relativo, según lo estipulado por la Ley del Sistema de Banca para el Desarrollo, No. 8634, del 7 de mayo de 2008.

ARTÍCULO 14.- Autorización al SINART S.A.

Se autoriza al Sistema Nacional de Radio y Televisión S.A., facilitar espacios de promoción y divulgación de las actividades de TRC dentro de su sistema de comunicación compuesto por los siguientes medios: la Red Nacional de Televisión, Radio Nacional, la revista Contrapunto y la Agencia de Publicidad de Radio y Televisión Nacional, al menos una vez cada tres meses, para contribuir al desarrollo y enriquecimiento de turismo rural comunitario.

ARTÍCULO 15. Transitorio Único.

Esta ley deberá reglamentarse en un plazo no mayor a un mes, a partir de su publicación.

Rige a partir de su publicación.

Olivier Pérez González Maureen Ballestero Vargas

Ana Helena Chacón Echeverría Luis Antonio Barrantes Castro

Yalile Esna Williams

DIPUTADOS

Anexo 2 Manual de Buenas Prácticas para las microempresas turísticas