

# Presentación

---

La Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST) ha sido diseñada para diferenciar empresas turísticas de acuerdo con el grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad.

El desarrollo turístico sostenible debe verse como la interacción balanceada en el uso apropiado de nuestros recursos naturales y culturales, el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales y el éxito económico de la actividad que, además, contribuya al desarrollo nacional. Sostenibilidad turística no solo es una respuesta a la demanda, sino una condición indispensable para competir con éxito ahora y en el futuro. (CST 1997”)

Su objetivo fundamental consiste en convertir el concepto de sostenibilidad en algo real, práctico y necesario de tal forma que se mejore la dinámica en la que se utilizan los recursos naturales y culturales de que dispone el país e incentive la participación activa de las comunidades locales. Todo ello con miras a reforzar la competitividad del sector empresarial.

El presente documento contiene ejemplos prácticos para implementar el CST para Agencias Tour Operadoras, que se ha diseñado para la ejecución del programa CST.

---

---



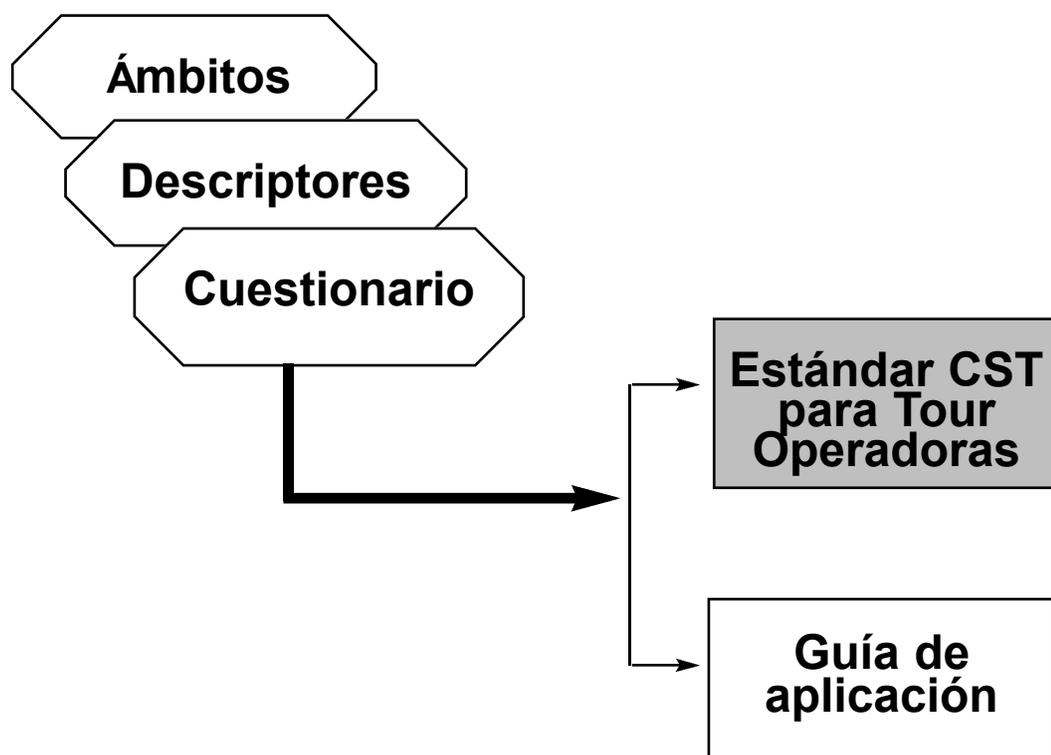
# Sistema CST

Para evaluar la posición de sostenibilidad de una empresa turística, el CST hace un análisis de la empresa con respecto a cuatro **ÁMBITOS**:

**Entorno físico biológico**  
**Gestión de servicio**  
**Cliente externo**  
**Entorno socioeconómico**

A su vez, cada uno de estos ámbitos está desagregado en **DESCRIPTORES**, que representan las fuentes de origen para impactos positivos o negativos en relación con una empresa turística.

Para cada uno de los **DESCRIPTORES** se diseñó un **CUESTIONARIO** con preguntas específicas, mediante las cuales se evalúa, directamente en el campo, la ejecutoria de la empresa turística en términos de sostenibilidad. El esquema general es el siguiente:

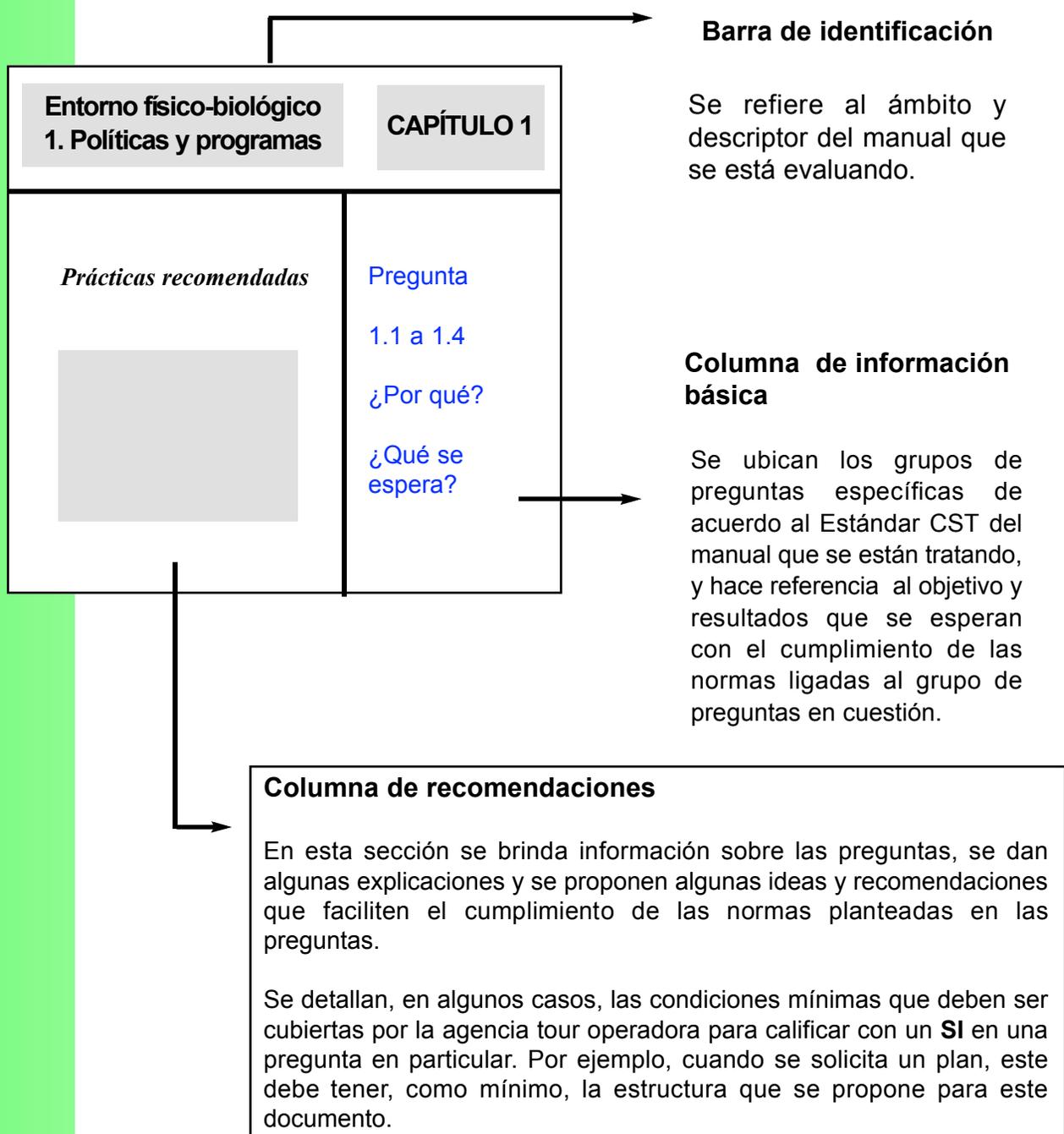




# Guía de aplicación

La **Guía de aplicación** es un documento que complementa el Estándar del CST(Norma CST), en el que se brinda información sobre las preguntas de evaluación y hace referencia a algunas prácticas recomendadas para facilitar la puesta en ejecución de medidas de sostenibilidad, en arreglo al programa CST, en empresas tour operadoras.

La guía no pretende ser un documento exhaustivo, de manera que no represente la única vía que existe para cumplir con la norma del CST. La estructura de la guía es la siguiente:





# Capítulo 1

---

## Entorno Físico Biológico

---

---



# Diseñando políticas

Una política es una directriz establecida para orientar las ideas y las acciones de una empresa en pro de la consecución de objetivos relativos a la sostenibilidad.

En las políticas se estipula lo que se debe y puede hacer ante las actividades diarias que se ejecutan en la empresa. Son objetivos, guías para la acción. La idea de tener políticas claramente establecidas es que permitan, de una manera ordenada, generar proyectos y programas integrales que unan la operación de la empresa con elementos de sostenibilidad.

## Prácticas recomendadas

- Diseñar y actualizar (permanentemente) políticas de operación para la empresa inspiradas en los valores de la sostenibilidad en el campo social, económico y ambiental.
- Informarse permanentemente sobre las técnicas, normas, lineamientos o políticas del desarrollo sostenible promovidos por las organizaciones oficiales nacionales e internacionales.
- Elaborar periódicamente un documento para divulgar y hacer de conocimiento general los alcances de las políticas de sostenibilidad, conservando las siguientes características para su elaboración:
  - Documento breve, entretenido.
  - Que muestre innovaciones y progresos de la propia empresa y otras empresas en materia de sostenibilidad.
  - Que presente un equilibrio entre lo gráfico y lo textual.
  - Que muestre las ventajas y ganancias que ha obtenido la empresa aplicando esas políticas.
- Asignar a un encargado, u oficina de la empresa, la tarea de elaboración y revisión del documento de divulgación.
- Mantener un registro actualizado de proveedores de servicios que practiquen en su gestión los principios del desarrollo sostenible. Para esto se recomienda verificar las siguientes condiciones:

- El proveedor debe estar suscrito a algún sistema de certificación de sostenibilidad nacional o internacional, por ejemplo: CST, Bandera Ecológica, Normas ISO 14000, etc.
- El proveedor debe destacarse por aplicar prácticas de protección del medio ambiente.
- La empresa debe ser reconocida oficial o popularmente por su proyección para el bien social.

## Procedimiento para el diseño de políticas

- Establecer la **misión y visión** mediante declaraciones cortas (un párrafo a lo sumo) en el que se resume la razón de ser de la empresa y sus valores, haciendo énfasis en lo que se cree y en lo que se quiere llegar a ser.
- Informarse y documentarse sobre los principales problemas de tipo ambiental, social y cultural que están afectando el medio ambiente en que se desenvuelve la empresa.
- Analizar y discutir con expertos, personal de la empresa y actores del entorno las causas y efectos de los problemas enfocados.
- Derivar posibles soluciones o contribuciones a la solución de los problemas enfocados.
- Diseñar la forma o mecanismo de aplicación de la línea política derivada de los pasos anteriores.
- Diseñar las **políticas**: Estas son guías de acción u objetivos que tratan de concretizar los elementos incluidos en la misión. En las políticas se estipula lo que debe y puede hacerse ante las actividades diarias que se ejecutan en la agencia tour operadora. En este sentido pueden existir políticas de compras, de servicio, de calidad, de ahorro, etc.

- Preguntas evaluadas

## 1.1 a 1.4

- ¿Por qué?

Las políticas de la empresa deben considerar el medio ambiente en el que operan como un elemento fundamental e integral en su operación.

- ¿Qué se espera?

Que la empresa valore la importancia del entorno ambiental.

Que la empresa conozca y mitigue los impactos ambientales negativos potenciales.

Que la empresa cuente con un documento que oriente sus pasos en materia de políticas ambientales.



- Preguntas evaluadas

## 2.1 a 2.2

- ¿Por qué?

El impacto negativo sobre el medio ambiente provocado por una empresa tour operadora tiene consecuencias directas e indirectas sobre su sostenibilidad económica.

- ¿Qué se espera?

Que la empresa conozca las formas de impacto que se producen en el desarrollo de sus actividades.

Que la empresa plantee una solución programada y viable a estos problemas.



# Controlando impactos

## ¿Qué es un impacto ambiental?

Cualquier cambio en el ambiente, adverso o beneficioso, que resulta de las actividades, productos o servicios de una organización.

### Ley Orgánica del Ambiente, artículo 2. Principios:

- El ambiente es patrimonio común de todos los habitantes de la Nación, con las excepciones que establezcan la Constitución Política, los convenios internacionales y las leyes. El Estado y los particulares deben participar en su conservación y utilización sostenibles, que son de utilidad pública e interés social.**
- Todos tiene derecho a disfrutar de un ambiente sano y ecológicamente sostenible para desarrollarse, así como el deber de conservarlo, según el artículo 50 de nuestra Constitución Política.**

## Prácticas recomendadas

- Generar un círculo de discusión periódica entre funcionarios clave de la empresa sobre impactos actuales y potenciales que genera la actividad de la empresa.
- Atender las sugerencias o reclamos provenientes de las comunidades y entidades oficiales respecto a prácticas perjudiciales de parte de la empresa.
- Organizar una serie de planes de contingencia para problemas específicos que se presenten o hayan sido detectados en los circuitos turísticos de la empresa.
- Incluir la realización de un monitoreo o seguimiento del impacto, y los resultados de las acciones para su mitigación, como una actividad rutinaria paralela a las actividades normales de la empresa.
- En lo que sea necesario, debe cumplirse con los dispuesto en el artículo 17 de la Ley Orgánica del Ambiente, número 7574, respecto a la elaboración de la evaluación de impacto ambiental.

### Prevención:

Acciones para evitar el impacto potencial previsto sobre el medio .

### Mitigación:

Acciones para corregir o aminorar los efectos de la alteración del medio ambiente.

## ¿Qué es monitoreo y seguimiento?

Es la aplicación de técnicas de investigación en la realización del estudio de algún aspecto ambiental, para señalar las causas y consecuencias actuales y futuras del impacto, por medio de técnicas de observación, identificando los diferentes factores que intervienen en el proceso y procurando su corrección o prevención.

## Normativas

Las normativas son una serie de indicaciones explícitas sobre lo que se puede hacer o no (prácticas o restricciones) por parte de la empresa y su personal. Su objetivo es contribuir al desarrollo sostenible de la actividad turística.

## Prácticas recomendadas

- Elaborar un documento conciso en el que se estipulen las principales normas de gestión y operación de la empresa en materia ambiental.
- Revisar periódicamente los documentos oficiales que estipulan la legislación vigente a fin de actualizarse sobre la normativa nacional y propia.
- Nombrar un encargado o equipo supervisor de las actividades de la empresa, para procurar:

- La orientación de esfuerzos en pro del cumplimiento de la normativa
- El cumplimiento de los principales objetivos ambientales de la empresa
- La actualización de la normativa

- Incentivar mediante reconocimientos, a los funcionarios que cumplan ejemplarmente con las normativas de la empresa en materia ambiental.
- Editar en un formato agradable y fácilmente legible las normas de operación de la empresa en materia ambiental.

### Código Ético Mundial para el Turismo

El turismo: factor de desarrollo sostenible (OMT,2002)

#### Artículo 3, inciso 1

Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

Preguntas evaluadas

## 2.3 a 2.5

- ¿Por qué?

La empresa tiene que estar enterada de la legislación vigente y contar con los mecanismos internos que le permitan seguirla cabal y responsablemente.

- ¿Qué se espera?

Que la empresa, dentro del conjunto de tour operadoras a escala nacional, cumpla de forma controlada con la normativa nacional y de la actividad que realiza.

Que la empresa desarrolle capacidades para el diseño, aplicación y control de la normativa ambiental interna.



• Preguntas evaluadas

### 3.1 - 3.5

• ¿Por qué?

Nuestro entorno natural es el principal componente del producto turístico, por lo que este hecho, aunado a muchas otras labores como, la protección de los recursos naturales y culturales, garantizará un producto satisfactorio a las expectativas del turista.

• ¿Qué se espera?

Que la protección se constituya en una actividad más de la empresa.

Que la empresa desarrolle estrategias de protección propias.

Un mejoramiento en la calidad del producto turístico ofrecido por la empresa.



## Protegiendo y colaborando

### Prácticas recomendadas

- Llevar un archivo de comunicaciones escritas, cartas u otros que demuestren el apoyo que brinda la empresa a las organizaciones regionales o locales que protegen el medio ambiente.
- Incluir en la información que se da por escrito al turista un llamado directo a que todas sus acciones contribuyan con la protección ambiental en las regiones que visita. Asimismo, instruir sobre la prohibición de la extracción, cautiverio y comercialización ilegal de animales y plantas silvestres.
- Capacitar a todos los funcionarios, y en especial a los guías, en el conocimiento y denuncia de la extracción, cautiverio y comercialización ilegal de especies y productos de flora y fauna vedados por la ley.
- Hacer clara reseña, dentro del material escrito de información y en el contenido de las charlas, sobre las consecuencias negativas que puede acarrear la alimentación de animales silvestres.

### ¿Por qué no alimentar a los animales silvestres?

#### Porque esta práctica puede causar:

- Problemas en la salud por contaminación o contagio por el intercambio de alimentos.
- Surgimiento de dependencia alimentaria.
- Pérdida de aspectos del comportamiento natural.
- Alteración de los procesos metabólicos.



# Protegiendo y colaborando

## Prácticas recomendadas

- Establecer contacto con las administraciones de las áreas protegidas que forman parte de los circuitos turísticos aprovechados por la empresa, para conocer sobre las regulaciones relativas a la capacidad de carga (u otras técnicas de regulación del uso público) o establecerlas de manera conjunta, en caso de que no se hayan establecido.
- Instruir a los guías para que estén conscientes de las razones técnicas y las normativas existentes en materia de capacidad de carga en las áreas protegidas.
- Mantener un registro de los reglamentos de uso público de las áreas visitadas por la agencia y, en la medida de lo posible, de todas las áreas silvestres protegidas del país.

### La regulación del uso público

Existen diversas metodologías para regular el manejo de visitantes en áreas protegidas, entre las cuales se destacan el VIM (Visitor Impact Management), LAC (Límites de Cambio Aceptable), VAM (Manejo de las Acciones de los Visitantes) y CCT (Capacidad de Carga Turística).

### Límites de Cambio Aceptable

Cobra especial actualidad el concepto de Límites de Cambio Aceptable (LCA), que establece técnicamente el umbral por encima del cual la presión de visitantes deteriora los recursos de un área protegida. Se asumen criterios como el conocimiento de los hábitos y preferencias de los visitantes, técnicas de control de visitantes y lugares de uso recreativo, y el seguimiento de los impactos causados por la actividad recreativa.

### ¿Qué es capacidad de carga turística?

La capacidad de carga de visitantes se refiere a la capacidad biofísica y social del entorno con respecto a la actividad turística y su desarrollo. Representa el máximo nivel de uso por visitantes que un área puede mantener. Se puede definir la capacidad de carga ambiental como la posibilidad que posee un ecosistema de mantener organismos mientras conserva su productividad, adaptabilidad y capacidad de regeneración. Representa el límite de la actividad humana: si este es excedido, el recurso se deteriorará y, por ende, repercutirá en la calidad y satisfacción de la experiencia del turista y en la calidad de vida de los locales.

• Preguntas evaluadas

## 3.6 y 3.7

• ¿Por qué?

Nuestro entorno natural es el principal componente de nuestro producto turístico, por lo que este hecho, aunado a muchas otras labores, la protección de los recursos naturales y culturales, garantizará un producto satisfactorio a las expectativas del turista.

• ¿Qué se espera?

Que la empresa y el área protegida constituyan una unidad operativa en la previsión y control del impacto en las zonas de uso público.

Un mejoramiento en la calidad del atractivo y por ende del producto turístico ofrecido por la empresa.



• Preguntas evaluadas

### 4.1 a 4.2

• ¿Por qué?

Contar con sistemas para el tratamiento de desechos reduce notablemente el impacto que pueda ocasionar cualquier sustancia o material con capacidad de modificar las características físicas y químicas del agua, aire o el suelo.

• ¿Qué se espera?

Que la disposición final de los desechos producidos en las actividades de la empresa no cause impactos negativos en la salud humana y en el entorno y puedan, más bien, constituirse en factor de generación de trabajo y ganancias.



La Ley Orgánica del Ambiente, en su capítulo XV, establece las obligaciones de las autoridades y los ciudadanos en materia de contaminación: artículos del 59 al 72.

## Manejo de desechos

Estos sistemas pueden fundamentarse en las siguientes estrategias:

**Disminución en la fuente:** reducción de la cantidad de contaminantes en los puntos donde son generados para evitar la contaminación del medio social y natural en que opera la empresa.

**Manejo:** los desechos son sometidos a un proceso técnico mediante el cual son discriminados, clasificados, reutilizados y dispuestos, finalmente, de tal forma que no afecten el entorno social y natural.

### Prácticas recomendadas

- Instaurar un programa de manejo de desechos sólidos y líquidos que se generen en los tours, fundamentado en la reutilización de los desechos orgánicos y no orgánicos.
- Mantener un contacto permanente con Programas de Manejo de Desechos en Destinos Turísticos.
- Instalar o construir sistemas de tratamiento para aguas residuales que permitan alcanzar los estándares de calidad necesarios para salvaguardar la salud y el medio ambiente.
- Monitorear la composición y calidad de las aguas residuales con base en los estándares fijados para este propósito.
- Tener y actualizar el Certificado de Calidad de agua servidas emitido por el Ministerio de Salud.

Los estándares de calidad son fijados por el Estado y aplican para cualquier empresa hotelera, independientemente de su ubicación. Una referencia sobre los estándares se encuentra en el **Decreto Ejecutivo N° 26042-S-MINAE**, publicado el 19 de junio de 1997, en la Gaceta N 117.

#### Ley General de Salud:

##### Libro I, título III, capítulo 1, artículo 278:

Todos los desechos sólidos que provengan de las actividades corrientes personales, familiares o de la comunidad y de operaciones agrícolas, ganaderas, industriales o comerciales, deberán ser separados, recolectados, acumulados, utilizados cuando proceda y sujetos a tratamiento o dispuestos finalmente, por las personas responsables a fin de evitar o disminuir en lo posible la contaminación del aire, del suelo o de las aguas. (ver de artículos 278 a 284).

##### Libro I, título III, capítulo III, artículo 285:

Las excretas, las aguas negras, las servidas y las pluviales, deberán ser eliminadas adecuada y sanitariamente a fin de evitar la contaminación del suelo y de las fuentes naturales de agua para el uso y consumo humano, la formación de criaderos de vectores y enfermedades y la contaminación del aire mediante condiciones que atenten contra su pureza o calidad. (véase artículos del 285 al 292).

## Denunciando

En algunas localidades, las prácticas ilegales que afectan el medio ambiente y la salud pública, han sido consentidas muchas veces por desconocimiento de su carácter ilegal y otras veces por factores de influencia política o poder económico. Por este motivo, el empresario turístico tiene la tarea fundamental de demostrar su educación y su solidez de valores, siendo el abanderado en la denuncia de actos ilícitos.

- Conservar de forma ordenada las copias de comunicaciones o escritos que han sido remitidas o recibidas en el proceso de denuncia.
- Instruir al personal y al cliente sobre la importancia del acto de denuncia de las violaciones a las leyes ambientales y de salud pública.
- Mantenerse informado y en contacto con la estructura institucional encargada de la vigilancia y seguridad en comunidades y áreas silvestres.
- Asegurarse de contar con las pruebas documentales y gráficas que permitan plantear la denuncia con la debida consistencia.
- Conocer y difundir los contenidos de la Ley General de Salud en materia de sanciones a los delitos e infracciones relacionados con la conservación del medio ambiente, contenidos en dicha ley, número 5395. Igualmente, lo concerniente a la Ley General del Ambiente, número 7554, en su capítulo de sanciones.

### Ley General de Salud

Delitos contra la salud:  
Libro III, título I, capítulo 1, artículos 270 a 372.

De las contravenciones:  
Libro I, título III, capítulo III, artículo 373 a 384.

## Prácticas recomendadas

### Ley Orgánica del Ambiente

Capítulo XIX. Sanciones.

Artículo 98. Imputación por daño al ambiente. El daño o contaminación al ambiente puede producirse por conductas de acción u omisión y le son imputables a todas las personas físicas o jurídicas que la realicen. (Véase artículos 98 a 102).

Capítulo XX. Contralor Ambiental.

Artículo 102. Se crea el cargo de contralor del ambiente, adscrito al despacho del ministro del Ambiente y Energía, quién lo nombrará. Su tarea será vigilar la aplicación correcta de los objetivos de esta ley y de las que, por su naturaleza, le correspondan. Estará obligado a denunciar cualquier violación de esta ley y las conexas ante la Procuraduría Ambiental y de la Zona Marítima Terrestre, así como ante el Ministerio Público.

• Preguntas evaluadas

## 4.3

• ¿Por qué?

Se debe denunciar porque constituye una obligación ciudadana velar por la conservación del ambiente (ver código ambiental) y de la salud pública (ver la ley de salud).

• ¿Qué se espera?

Que los empresarios y trabajadores de las empresas tour operadoras sean conscientes de la necesidad y de la obligación de la denuncia y participen activamente en la tarea de protección del medio ambiente y la salud.



Según la Ley de Conservación de la Vida Silvestre, No 7317, capítulo IV a XIX, queda prohibida la caza, la pesca y la extracción de fauna y flora continentales o insulares de especies en vías de extinción, así como su importación, exportación o tránsito.



- Preguntas evaluadas

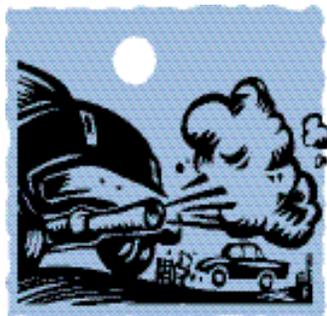
### 4.4 a 4.6

- ¿Por qué?

El importante papel de los vehículos de transporte, tanto acuático como terrestre y aéreo, involucra un constante uso de las unidades, en el que la revisión técnica de estas asegura que minimizarán el impacto al ambiente.

- ¿Qué se espera?

Que los vehículos estén en perfecto estado mecánico y no generen emanaciones ni pérdida de fluidos sintéticos contaminantes que puedan perjudicar la salud ambiental y de los visitantes dentro de los circuitos turísticos



## Vehículos

Una buena condición de las unidades vehiculares asegura un desempeño estable de las actividades, una respuesta ágil ante una emergencia, así como la minimización del impacto que estas puedan ocasionar al entorno natural.

### Prácticas recomendadas

- Organizar una revisión periódica de las unidades vehiculares, sobre todo si se exponen a algún tipo de terreno con accidentes geográficos, o bien a algún factor corrosivo como el agua de mar en el caso de los vehículos acuáticos.
- Procurar un consumo razonable y seguro de los productos básicos para el funcionamiento del vehículo, como lo son la gasolina, lubricantes y el aceite.
- Revisar la estructura mecánica de cada unidad para notar algún posible desperdicio de fluidos que pudiera estar afectando la naturaleza dentro de la infraestructura turística.
- Dar prioridad al uso de vehículos que no generen contaminación y que no desperdicien combustible ni lubricantes. Si el vehículo utiliza gasolina, utilizar una que evite la emisión nociva de gases.
- Elaborar instructivos (rótulos, afiches o folletos) con directrices y políticas relacionadas con la compra, uso y mantenimiento de vehículos acuáticos, terretres y aéreos para el servicio turístico y la operación de la empresa, fundamentados en los siguientes propósitos:
  - Que se conserve en perfecto estado todo vehículo usado.
  - Que no contaminen el medio ambiente natural.
  - Que economicen al máximo el consumo de hidrocarburos y repuestos.
- Introducir dentro del manual de compras, políticas para la escogencia de proveedores de servicios de transporte en relación con los criterios antes mencionados.

Se debe contar con herramientas, repuestos así como capacitar al personal responsable para atender las unidades en caso de un percance o eventualidades. La organización en torno a la seguridad del ambiente y de las personas es un elemento esencial en el desarrollo sostenible

Según la Ley de Tránsito y el Decreto 30184 - MOPT, la revisión técnica de los vehículos es requisito obligatorio para circular y para realizar trámites administrativos tales como pagar el derecho de circulación, inscribir el vehículo en el registro correspondiente, cambio de características del vehículo, etc.

Artículo 31, Ley de Tránsito por Vías Públicas Terrestres No 7331 del 13 de abril de 1993, publicada en el diario oficial La Gaceta No 76 del 22 de abril de 1993.

Decreto 17266 – MOPT del 23 de octubre de 1986, Reglamento de Dispositivos de Seguridad en Vehículos Automotores, publicado en el diario oficial La Gaceta No 215 del 12 de noviembre de 1986.

Decreto 28280 – MOPT- MINAE – S, del 28 de octubre de 1999, Reglamento para el control y revisión técnica de las emisiones de los gases contaminantes producidas por vehículos automotores, publicado en el diario oficial La Gaceta No 236 del 6 de diciembre de 1999.

## Innovando

Uno de los más grandes obstáculos con los que se enfrenta la persona, empresa o entidad que trata de evitar los impactos negativos de las actividades humanas, es la inexistencia de suficientes y adecuadas técnicas, tecnologías y procedimientos de aplicación universal o particular con ese propósito. De aquí la importancia de auspiciar y estimular las innovaciones en el campo del manejo y protección ambiental.

### Prácticas recomendadas

- La empresa puede contar con un programa de incentivos y premios para impulsar la actitud innovadora entre su personal.
- La empresa investiga sobre técnicas, tecnologías y procedimientos sostenibles aplicados por otras empresas para evitar la contaminación, en diferentes regiones o países, y los adapta creativamente a la realidad local.
- Es necesario informarse permanentemente mediante catálogos, revistas, Internet, etc., sobre los avances e innovaciones más recientes en materia de manejo empresarial sostenible.
- La empresa utiliza tecnología de punta en el equipo o maquinaria, lo que le permite minimizar la contaminación.

El término 'innovaciones' se refiere, entre otros, a tecnología de punta en la maquinaria o el equipo que se utiliza, de origen propio o ajeno, lo que permite minimizar la contaminación (sónica, del aire o por hidrocarburos).

Ejemplo: motores fuera de borda eléctricos o de cuatro tiempos.

### Generación de iniciativas

#### Programa de Manejo de Desechos en Destinos Turísticos

Es una iniciativa auspiciada, mediante la cual se organizan y realizan talleres con los empresarios y comunidades turísticas. El objetivo de estos talleres es capacitar al empresario turístico y a la población en general, para el desempeño adecuado en los procesos de generación, separación, disposición y reutilización de los diferentes tipos de desecho que se generan en cada localidad.

Los principios fundamentales que rigen este programa son:

- Promover el uso eficiente de materiales, insumos y energías.
- Promover la disposición y separación de los diferentes tipos de desechos generados.
- Propiciar capacidades para la reutilización de los desechos aprovechables.

- Preguntas evaluadas

## 4.7

- ¿Por qué?

La innovación es un recurso del cual se puede valer la empresa para cumplir de manera más eficiente, económica y adecuada a su realidad, las tareas relacionadas con la protección del medio ambiente y la salud.

- ¿Qué se espera?

Que la empresa sea capaz de enfrentar el desarrollo de técnicas, tecnologías y procedimientos para el control ambiental de forma autónoma y sostenible.



• Preguntas evaluadas

## 5.1 a 5.2

• ¿Por qué?

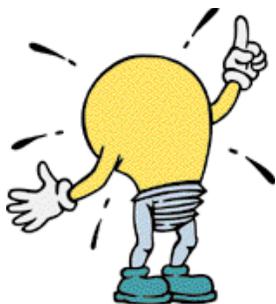
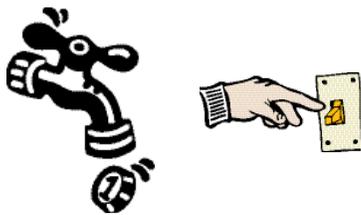
La sostenibilidad de una empresa turística guarda íntima relación con los principios del desarrollo sostenible, que proponen una manera de actuar orientada al uso racional de los recursos energéticos y acuíferos en la naturaleza.

• ¿Qué se espera?

Que las empresas contribuyan y se beneficien con los esfuerzos de conservación de los recursos hídricos y energéticos.

Que la empresa invierta y solicite a sus proveedores, prácticas y tecnologías eficientes en el consumo de energía y agua dentro de los circuitos turísticos, para promulgar el ejemplo de ahorro y bajar el impacto a la naturaleza a nivel regional y nacional.

Aumentar la conciencia y conocimiento entre el personal de la empresa y los visitantes sobre la necesidad de protección del agua y los recursos energéticos.



# Ahorrando

El ahorro de agua y de energía son actividades indispensables para el desarrollo sostenible de cualquier país. El encarecimiento de los combustibles fósiles y la problemática de contaminación generada por estos, son razones suficientes para buscar formas de energía limpias y hacer un uso eficaz de estas. Asimismo, el agua constituye hoy en día el recurso natural de uso masivo más importante del mundo, y a su vez, el más amenazado. En general las prácticas de ahorro son exitosas cuando responden a planes concertados y preestablecidos inspirados en la sostenibilidad del desarrollo.

## Prácticas recomendadas

- Incluir dentro del plan operativo anual la previsión para el desarrollo de campañas para el ahorro de energía y agua. Estas campañas deben contar con un plan y el respectivo financiamiento.
- Incentivar y promover el ahorro entre empleados y clientes a través del empleo de carteles, incentivos, gráficas u otros métodos que garanticen el interés y permanencia de la correspondiente campaña.
- Hacer un mantenimiento **preventivo** sobre la tubería del agua para asegurar su correcto funcionamiento. Elimine tubos, uniones y llaves en mal estado y hágalas una revisión periódica. Mantenga un registro sobre el particular.

### Utilice dispositivos para el ahorro de agua.

Algunos de estos son:

- Cabezales de bajo consumo para duchas
  - Aireadores para grifos
  - Tanques para inodoros de menor galonaje
  - *Dams* para inodoros. Productos diseñados para reducir la cantidad de agua que se utiliza en un tanque de inodoro.
- Haga mantenimiento **preventivo** sobre el equipo eléctrico para asegurar su correcto funcionamiento. Elimine cables y tomacorrientes en mal estado y haga revisión periódica sobre el cableado eléctrico.
  - Desarrolle una **campaña** dirigida a empleados para promover el apagado de las luces cuando no se estén utilizando. Puede utilizar murales, folletos, recordatorios, signos u otros medios, colocándolos cerca de los interruptores o en otros sitios estratégicos.

Según la Ley Orgánica del Ambiente, No 7574, el agua y la energía constituyen recursos de interés social y estratégicos para el desarrollo sostenible del país, por lo que se les debe conservar, ahorrar y manejar responsablemente (véase cap. XXII y XIV).

## Consumo sostenible

### Prácticas recomendadas

Debe existir una política de compras en la cual se tomen en cuenta, además de los elementos corrientes como precio, distribución, entrega, volumen, etc., las consideraciones de carácter ambiental y social.

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

Asumir **normas ambientales y sociales** dentro de un plan de compras, como el que se muestra en el cuadro anterior, significa que se utilizarán proveedores y productos con los que se promueva, entre otras cosas:

- Elaborar una lista de productos aprobados para utilizar, de acuerdo con criterios sanitarios o ambientales explícitos.
- Contar, por escrito, con criterios de compra de productos, así como con un sistema de evaluación periódica de esos productos.
- Elaborar una política por escrito sobre la compra de productos biodegradables o sobre la utilización de empaques o utensilios reutilizables, y la verificación en campo de que esto se cumpla.
- Establecer como norma que los materiales de promoción y la información escrita que se entrega al turista, deben ser impresos en material reciclado u otra forma de celulosa no tradicional.
- Solicitar a los proveedores los certificados y fichas técnicas de los productos suministrados.
- Elaborar una política por escrito sobre la utilización de sistemas informáticos en la tramitación documental y sobre la reutilización del papel.

- Preguntas evaluadas

## 6.1 a 6.4

- ¿Por qué?

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

- ¿Qué se espera?

Que la empresa utilice bienes y servicios producidos bajo normas de sostenibilidad.

Promover un uso más eficiente de recursos, eliminando o disminuyendo al máximo la producción de desechos asociados con el consumo de productos y la reducción de impactos no deseados sobre el medio social y natural.



- Preguntas evaluadas

### 7.1

- ¿Por qué?

Operar grupos pequeños asegura un manejo responsable de los turistas, pues no se sobrepasa la capacidad de carga preestablecida para cada infraestructura dentro de un circuito turístico, con lo cual no se daña el entorno natural y no pone en riesgo la seguridad de los visitantes.

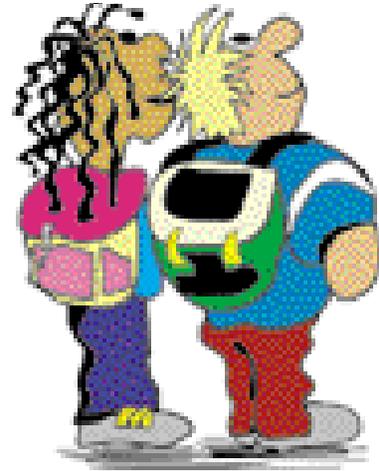


- ¿Qué se espera?

Que la empresa cuente con una directriz establecida sobre la cantidad de turistas que integrarán los grupos, que lo aplique en la práctica cotidiana dentro del circuito, y que la dé a conocer tanto al personal de la empresa y a los turistas.

## Operando *tours*

El manejo de visitantes en un área protegida debe ser rigurosamente planificado para alcanzar los objetivos de conservación por los cuales fue creada y, a la vez, lograr que los visitantes tengan una experiencia placentera y educativa que le satisfaga sus expectativas.



### Prácticas recomendadas

- Privilegiar el diseño y operación de tours que involucran grupos reducidos de turistas, en especial si estos se desplazan dentro de áreas silvestres protegidas susceptibles de impacto.
- Generar un círculo de discusión periódica entre funcionarios clave sobre impactos actuales y potenciales que genera la actividad de la empresa.
- Obtener información relevante sobre los conceptos y técnicas de capacidad de carga para senderos, miradores y demás recursos paisajísticos e infraestructurales que utiliza la empresa.
- Capacitar a los guías para que conozcan la reglamentación básica de las áreas protegidas y puedan transmitirle al visitante la idea e importancia de acatar las normas en cuanto a la regulación del ingreso de personas.
- En caso de áreas naturales propias, procurar ubicar en lugar visible un rótulo informativo-preventivo de las características del sendero, así como sobre la regulación de ingreso.

## Áreas Naturales

La protección de áreas naturales o silvestres bajo diferentes sistemas de manejo, es un elemento básico si se quiere que el desarrollo sea sostenible. La empresa privada, en especial la turística, puede cumplir un destacado papel, sumando sus esfuerzos al apoyo y ampliación de la cobertura de zonas protegidas tanto públicas como privadas. Las empresas tour operadoras podrían de esta forma beneficiar los propósitos nacionales de protección, conservación y manejo para enriquecer el producto turístico del país.

### Prácticas recomendadas

- Procurar que las propiedades territoriales de la empresa cubiertas de bosques o ecosistemas naturales cumplan un papel en materia de protección, conservación o manejo ambiental.
- Adoptar como beneficiarias, con fines de protección y manejo, zonas protegidas públicas o privadas con importancia ecológica y turística.
- Hacer constar, por medios escritos, la colaboración o contribución que se brinda a las áreas protegidas propias o ajenas.
- Diseñar planes de manejo de las áreas protegidas propias y contribuir con el diseño y ejecución de los mismos en otras.
- Someter las áreas naturales propiedad de la empresa, a los regímenes correspondientes a sus características ecológicas y culturales.
- Establecer contacto con la Red Nacional de Reservas Privadas, a fin de procurar su apoyo y asesoría en el manejo de las áreas protegidas propias, o bien para proceder a contribuir con el manejo y protección de otras.
- Mantener un registro de información actualizado sobre aspectos generales de áreas silvestres protegidas, que constituya una fuente de información para educación y capacitación del personal.

- Existen 11 Áreas de Conservación dentro de las cuáles se administran 126 áreas protegidas estatales bajo diferentes categorías de manejo.
- Se han desarrollado mecanismos alternos de protección y manejo de recursos a través de Corredores Biológicos, Servidumbres Ecológicas y Proyectos de Manejo de Cuencas Hidrográficas entre otros.
- La Red Nacional de Reservas Privadas es una organización nacional que se dedica a la coordinación de las actividades de estas áreas protegidas y al mejoramiento de sus condiciones de manejo. Cuenta con más de 150 áreas afiliadas que apoyan la conservación como iniciativa privada.

- Preguntas evaluadas

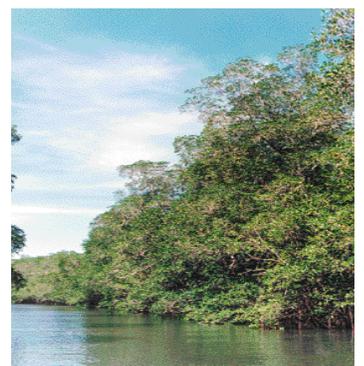
## 8.1 a 8.2

- ¿Por qué?

Es importante que las empresas tour operadoras amplíen el alcance de sus actividades, incidiendo positivamente y recogiendo frutos de una política de apoyo al desarrollo de áreas naturales protegidas.

- ¿Qué se espera?

Que la totalidad de las empresas operadoras comprenda la importancia económica, social y ambiental de participar directa o indirectamente en la protección, conservación y manejo.





# Capítulo 2

---

## Gestión del Servicio



## Diseñando manuales

Las empresas deben diseñar políticas y plasmarlas en manuales de operación, que son sus instrumentos para ordenar la gestión del servicio. Estos manuales de operación son la guía fundamental para el personal en la ejecución de las tareas y funciones particulares.

Una de las políticas más importantes, en materia de operación turística en el campo, tiene que ver con las situaciones de emergencia, para lo cual el personal de servicio inmediato debe estar suficientemente preparado.

### Prácticas recomendadas

- Elaborar un catálogo impreso, con las políticas generales y específicas para la operación de la empresa:
- Efectuar talleres de capacitación con respecto a este listado de políticas para todo el personal.
- Elaborar los manuales de operación del servicio, en los cuales se establezcan los principios y políticas de la empresa.
- Incorporar al personal en el proceso de elaboración de los manuales, de tal forma que este se comprometa, en el sentido de las tareas que le competen.
- Elaborar un manual de capacitación específico para situaciones de emergencia, que sea aplicable a todo el personal, en especial a los guías y choferes.
- Informarse sobre los adelantos en materia de políticas de sostenibilidad del desarrollo social y ambiental en el mundo, a través de los medios de comunicación tradicionales e Internet.

- Preguntas evaluadas

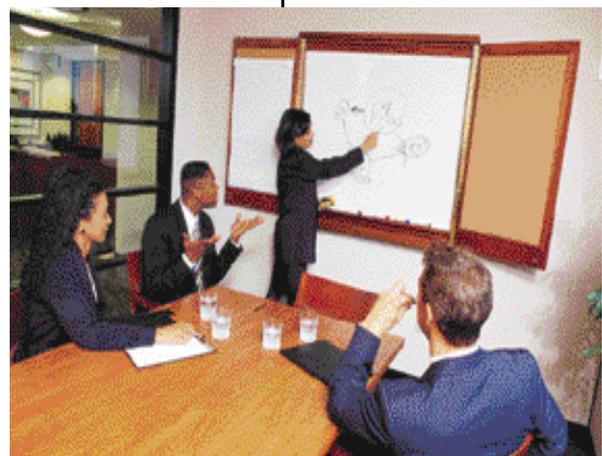
### 9.1 a 9.3

- ¿Por qué?

Es importante que las empresas tour operadoras cuenten con sus manuales de operación diseñados e incorporados en las políticas de sostenibilidad, para que sean una guía operativa innovadora en todas las áreas de su accionar.

- ¿Qué se espera?

Que las empresas y su personal cuenten con los manuales y las políticas básicas de la empresa debidamente editadas y en ejecución.



Preguntas evaluadas

### 9.4

• ¿Por qué?

Las futuras generaciones son el objetivo central del desarrollo sostenible. Por esto, las empresas deben cumplir con la legislación vigente en cuanto a cualquier forma de discriminación, en especial en materia de agresión y explotación de la niñez.

• ¿Qué se espera?

Que la imagen del sector turístico se consolide como defensor de la niñez en contra de formas nocivas de turismo.



## Protegiendo a los niños, niñas y adolescentes

Para el desarrollo sostenible del turismo, especialmente en segmentos como el ecoturismo, son inadmisibles las prácticas de discriminación, segregación y abuso racial, cultural o sexual. Estos son flagelos de la humanidad que, en ciertos lugares del mundo, han dado espacio a nuevas formas de agresión y exclusión, como la que por improvisación se ejecuta contra las personas con discapacidad, o la abominable explotación sexual de los niños, niñas y adolescentes.

### Prácticas recomendadas

- Disponer de copias y dar a conocer al personal de la empresa los textos de la Ley de Igualdad de Oportunidades para Personas con Discapacidad, número 7600, la Ley número 78991 contra la explotación sexual comercial de las personas menores de edad y el Código de la Niñez y la Adolescencia.
- Informarse sobre actividades ilícitas en materia de explotación sexual de seres humanos que se lleven a cabo en los lugares de operación de la empresa y denunciarlo ante los órganos competentes.
- Diseñar y privilegiar actividades y servicios para la educación y recreación de los niños.
- Establecer claras advertencias escritas en sitios adecuados, sobre la identificación y adhesión de la empresa con los programas de protección de la niñez.

#### Un ejemplo de campaña

#### El cambio está en sus manos

Promovida por UNICEF, ICT, PANI, INAMU, CONACOES Y CCH para la creación de un fondo con aporte de los turistas que visitan el país, a fin de enfrentar y prevenir la explotación y abuso sexual de los niños, niñas y adolescentes.



## Protegiendo a las personas con discapacidad

Un rasgo esencial del comportamiento humanitario en una sociedad lo constituye las acciones que desarrollan el gobierno, las instituciones, las comunidades y las empresas, con el fin de brindar posibilidades de desarrollo individual y colectivo a las personas con discapacidad.

### Prácticas recomendadas

- Disponer de copias y dar a conocer al personal de la empresa, los textos de la Ley de Igualdad de Oportunidades para Personas con Discapacidad, número 7600.
- Definir, dentro de los objetivos de la empresa, el logro de una atención no discriminatoria para las personas con discapacidad.
- Promover facilidades y condiciones para la inserción laboral de personas con discapacidad.
- Asesorarse con el Ministerio de Salud, el Instituto Nacional de Seguros, la Caja Costarricense de Seguro Social y el Consejo Nacional de Rehabilitación como órganos responsables de la mayoría de los programas sobre discapacidad del Plan Nacional de Salud 1999 - 2004.
- Flotillas adecuadas para el manejo de personas con discapacidad.
- Capacitar al personal para la atención y movilización de personas con discapacidad

#### Un ejemplo de objetivo empresarial

Eliminar cualquier tipo de discriminación hacia las personas con discapacidad, garantizar la igualdad de oportunidades para la población, servir de instrumento jurídico para que las personas con discapacidad alcancen su máximo desarrollo, su plena participación social, así como el ejercicio de sus derechos por medio de la equiparación de oportunidades; tanto para los empleados, como para clientes externos de la compañía.

Preguntas evaluadas

## 9.5

- ¿Por qué?

Las empresas deben cumplir con la legislación vigente en materia de cualquier forma de discriminación en especial contra las personas con algún tipo de discapacidad.

- ¿Qué se espera?

Que la planta y las políticas operativas de las empresas del sector turístico cuenten con condiciones que brinden igualdad de oportunidades a las personas con discapacidad.



Preguntas evaluadas

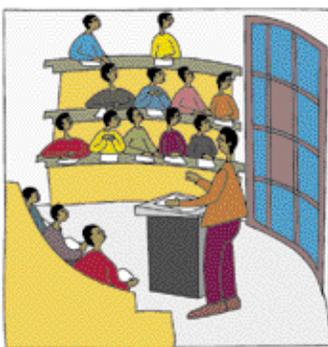
### 10.1 a 10.7

• ¿Por qué?

La capacitación del personal es el mejor instrumento para interiorizar los conceptos y prácticas que la empresa turística necesita afianzar para el logro de la eficacia y eficiencia en la gestión diaria, dentro del marco del desarrollo sostenible. La capacitación, por lo tanto, es beneficiosa para la empresa, para el país y, en especial, para el trabajador.

• ¿Qué se espera?

Desarrollar capacidades y conocimientos sobre conceptos y prácticas para la toma de decisiones en las actividades clave de las empresas, en el marco de los principios fundamentales del desarrollo sostenible.



# Capacitando al recurso humano

El programa de capacitación de la empresa debe involucrar actividades impulsadas y ejecutadas por la propia empresa, así como actividades coordinadas con otras empresas, organizaciones e instituciones del Estado. En este sentido, el Instituto Nacional de Aprendizaje cumple, la Ley No.3506 del 21 de mayo de 1965, con el propósito de brindar un servicio público de formación profesional para aprendices y la capacitación de trabajadores en servicio, tanto del sector público como del sector privado.

## Prácticas recomendadas

- Elaborar, dentro del programa de capacitación de la empresa, un plan anual que reúna las siguientes características:

Integralidad / creatividad / actualidad / amenidad /permanencia

- El plan de capacitación debe indicar: tipo de capacitación, fechas en que se impartirá, si es de la empresa o coordinada, posibles participantes, instructores y duración.
- Priorizar los temas que constituyen problemáticas sociales graves en las que el turismo incide directamente, como es el caso de: acoso sexual, prostitución infantil, consumo de sustancias ilegales.
- A la hora de enfocar la calidad del servicio, incorporar la problemática de las personas discapacitadas, como una constante en la capacitación (ver 8.4).
- Considerar dentro de los temas por desarrollar en el programa de capacitación los siguientes:

Calidad del servicio / conservación del medio ambiente / identidad cultural/ ética y valores / desarrollo sostenible / Programa CST.

- Asignar a un encargado, la responsabilidad de la evaluación y seguimiento al programa de capacitación, para mantener o mejorar su calidad y nivel de cumplimiento.
- Registrar y archivar toda la información que se genere en torno a los cursos, charlas o talleres efectuados para brindar capacitación.
- Realizar encuestas y cuestionamientos utilizando las vías técnicamente recomendadas por expertos, que permitan establecer el impacto de la capacitación realizada, durante y posteriormente a la capacitación.

**I n f o r m e  
C a p a c i t e**

Diga a la gente de qué se trata el programa  
Brinde al personal las herramientas para que puedan participar.

**I n c e n t i v e  
R e c o n o z c a**

Promueva la participación y el involucramiento  
Escuche, tome en cuenta las ideas y estimule las acciones positivas.

# Recurso humano y sostenibilidad

El desarrollo sostenible involucra el progreso equilibrado de los tres aspectos constitutivos de la vida humana sobre la tierra: lo sociocultural, lo económico y lo ambiental. Pero estos tres aspectos solo pueden ser puestos en armonía si se consolida un elemento central: la educación del ser humano en las ideas, principios y técnicas del desarrollo sostenible. Es por esto que la comunicación y capacitación representan un papel determinante en la consecución de los fines del desarrollo sostenible en una empresa.

## Prácticas recomendadas

- Realizar reuniones periódicas con el personal para informar sobre el carácter y objetivos de las iniciativas de sostenibilidad que desarrolla la empresa en los diferentes campos de acción.
- Llevar registro de la participación del personal en las reuniones, capacitaciones y, concretamente, en las actividades de carácter sostenible que desarrolla la empresa.
- Invitar a expertos para que profundicen en diferentes áreas del saber humano y consoliden la visión integral del desarrollo sostenible.
- Establecer un programa de incentivos al trabajador en donde además del desempeño y la eficacia, se valore las iniciativas, innovaciones y aportes que este realiza en apoyo a los proyectos y actividades sostenibles de la empresa. Este programa puede incluir:

- 1-Concursos sobre invención e innovación.
- 2-Premiación periódica al desempeño.
- 3-Incentivos salariales.

- Establecer, a cargo del área de personal, un sistema de evaluación y seguimiento para el desempeño de los empleados, subcontratado directa e indirectamente.
- Este sistema puede concretarse con lo siguiente:

- Reuniones de evaluación de los jefes
- Formatos de evaluación que llenaría el jefe respectivo
- Encuestas realizadas al cliente

El mecanismo se puede apoyar, entre otros, en los siguientes criterios:

**Apariencia personal / idiomas / especialización / puntualidad / consecuencia con principios de sostenibilidad / conocimiento del Programa CST**

Preguntas evaluadas

**10.8 a 10.11**

- ¿Por qué?

Un personal debidamente formado e informado en los principios y técnicas de manejo sostenible de una empresa, es un personal que puede asumir y desarrollar eficaz y responsablemente muchas tareas e innovaciones en el camino de la sostenibilidad empresarial.

- ¿Qué se espera?

Desarrollar capacidades y conocimientos sobre conceptos y prácticas para la toma de decisiones en las actividades clave de las empresas, en el marco de los principios fundamentales del desarrollo sostenible.



Preguntas evaluadas

### 11.1 a 11.2

• ¿Por qué?

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

• ¿Qué se espera?

Es necesario que las prácticas selectivas de las empresas respecto al carácter sostenible de la elaboración y presentación final de los productos que consume, sean transmitidas e incidan en el comportamiento de los proveedores, y los orienten hacia la sostenibilidad.

Existen productos cuyo efecto pernicioso sobre la salud y los ciclos de la naturaleza están claramente demostrados. Tal es el caso de aerosoles a base de CFC (fluorocarbono) que dañan el ozono o tienen efecto invernadero (CO<sub>2</sub>), productos a base de asbestos, etc. Evite al máximo su utilización, así como la de solventes peligrosos o corrosivos, productos químicos tóxicos, alergénicos, etc.



Productos orgánicos

# Comprando

Es necesario que la empresa cuente con un registro de proveedores, para los cuales es necesario establecer requisitos de calidad, entre los que destacan los lineamientos de sostenibilidad. Los proveedores deben estar dispuestos a asumir líneas de acción ambientales y sociales que la empresa ha establecido dentro de un manual de compras.

## Prácticas recomendadas

- Elaborar un manual permanente de compras que norme además de los elementos corrientes como precio, distribución, entrega, volumen, etc, las consideraciones de carácter ambiental y social como las siguientes:

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

- Perfilar dentro del manual el diseño de un plan anual de compras dirigido a orientar al personal de los departamento y, en especial, de la correspondiente proveeduría.

### Un plan de compras tiene básicamente 3 componentes:

#### ¿Qué comprar?

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

#### Volumen y proveedor

Qué cantidad y cada cuánto se debe comprar.

Criterios utilizados para elegir proveedor: precio, tiempo de entrega, seguridad, ajuste a lineamientos de sostenibilidad, productos preferiblemente locales, etc.

#### Requisitos de calidad

Normas que se observan para asegurar que lo que se compra es realmente lo que la empresa necesita.

Criterios no negociables que deben ser observados en el proceso de compra en relación con la elaboración y comercialización por parte de los proveedores y fabricantes.

Utilice lo estrictamente necesario. Planifique adecuadamente el volumen de consumo para disminuir al máximo el **almacenaje ocioso de productos y el desperdicio** como una manera de aumentar la eficiencia y el ahorro.

Utilice **papel reciclado y blanqueado sin cloro** para las impresiones, incluidas las de material promocional.

Registro de productos utilizados en la operación de su empresa.

No utilice ni venda ningún producto que tenga **contraindicaciones ambientales**.

## Comunicando

La información que se hace llegar al cliente por parte de una empresa operadora, en gran parte esta intermediada por la labor del guía. Este se convierte en el portador y comunicador de la información relativa a la región que se visita y le imprime la forma en que su empresa, su personalidad y su formación le permiten. En el caso de una empresa que opta por una gestión basada en los principios del desarrollo sostenible, se hace imprescindible que el guía y la información que se elabora, comunique todos aquellos adelantos, innovaciones y proyectos que se ejecutan en el área en la que se opera, en materia de protección, conservación y manejo del medio ambiente. Así como informar sobre cómo todo ello, se incarta en el programa CST.

### Prácticas recomendadas

- Investigar, en la región donde opera o habrá de operar la empresa, sobre la situación actual de las iniciativas y proyectos comunales, institucionales o privados en materia de manejo y protección del medio ambiente.
- Mantener una presencia o contacto permanente con habitantes claves en la región, a fin de actualizar la información.
- Incluir dentro del manual del guía los capítulos correspondientes a la comunicación de las iniciativas de desarrollo sostenible en las regiones donde opera la empresa.
- Generar material informativo y didáctico para el uso de los clientes y otros interesados, en donde se comunique sobre las acciones de manejo, protección y conservación del medio ambiente en las zonas de operación.
- Facilitar la generación de historias de vida (relatos de habitantes sobre sus actividades y esfuerzos en el campo de la protección y conservación), a través de investigaciones y entrevistas.



Preguntas evaluadas

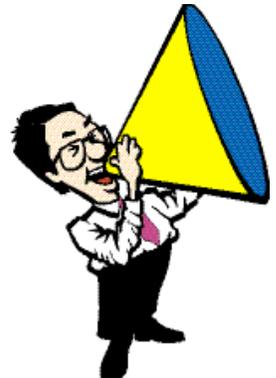
### 12.1

- ¿Por qué?

Un componente primordial de la motivación del turista para visitar nuestro país, lo constituye la imagen ecoturística orientada al desarrollo sostenible que se ha promocionado, la cual hay que reforzar con ejemplos reales en los sitios de operación de la empresa.

- ¿Qué se espera?

Que cada tour se constituya en un elemento educativo que refuerce la imagen sostenible del país y de la empresa operadora.



Preguntas evaluadas

**13.1 a 13.4**

## • ¿Por qué?

La empresa tour operadora que se integra al programa CST requiere incorporar en sus actividades cotidianas los principios y lineamientos de sostenibilidad. Tal es el caso del diseño del producto, a través del cual la empresa puede brindar un invaluable servicio a la sociedad al ser responsable con el ambiente, su personal y sus clientes; al consolidar valores; al incorporar e impulsar la producción local; en fin, ajustándose a los principios y requerimientos del desarrollo sostenible local.

## • ¿Qué se espera?

Que cada operación que realice la empresa en una región o localidad se constituya en un elemento educativo para el turista y los habitantes y que contribuya a reforzar la imagen sostenible de nuestro país y de la empresa operadora.



# Diseñando el producto

## Prácticas recomendadas

**El diseño del producto que comercializan las tour operadoras es uno de los procesos primordiales de la gestión del servicio. Este proceso y las actividades de investigación e implementación deben reflejar el concepto sostenible del desarrollo y ser consecuentes con sus principios.**

**Diseñar el producto es perfilar el uso adecuado de los recursos turísticos disponibles y asegurar su protección y mejoramiento.**

- Diseñar políticas claramente elaboradas e impresas en las que establezcan los lineamientos para el diseño de los productos, con fundamento en los lineamientos de sostenibilidad.
- Asignar la responsabilidad del diseño e investigación del producto a un encargado u oficina especializados.
- Estructurar y expresar por escrito, con criterios de sostenibilidad, los procesos siguientes:
  - La investigación del producto turístico.
  - El diseño de estrategias de mercadeo.
  - La identificación de destinos alternativos
  - La selección de los sitios a visitar.
- Expresar claramente, en los catálogos y promoción de los paquetes y tours, los criterios de sostenibilidad que la empresa se ha planteado.
- Elaborar un manual que exprese los criterios (políticas) de operación de los *tours* para cada una de las modalidades que ofrece (grupos, individuales, incentivos, cruceros y otros).

### Algunas actividades para realizar en los *tours*, que refuercen la concepción sostenible del desarrollo.

- Contar con planes de recolección y manejo de desechos en oficinas, circuitos y *tours*.
- Establecer reglas de comportamiento ambiental para los sitios visitados.
- Evitar las visitas a los sitios sobreusados.
- Acompañarse de guías locales cuando visiten circuitos comunitarios.
- Contar con planes de trabajo y actividades de educación ambiental en los lugares visitados en los *tours*.
- Dirigir un porcentaje de las ganancias a la comunidad para el apoyo de planes de desarrollo sostenible.
- Informar al turista sobre las costumbres y cultura de la comunidad en cada *tour*.

## Manteniendo la calidad

Los criterios de calidad de la empresa, inspirados en la concepción sostenible del desarrollo, procuran proveer un servicio acorde con el producto vendido al turista. En este sentido, cualquier servicio turístico sostenible debe ser: puntual, seguro, sano, afable, serio, precavido, oportuno, veraz, sincero, coherente, creativo, respetuoso, inspirado, solidario, responsable y amistoso. Estos criterios deben impregnar todos los servicios que componen la oferta o producto que promueve la empresa.

### Prácticas recomendadas

- Incorporar en el manual del guía las previsiones para el manejo de grupos en los tours que opera la empresa en general.
- Supervisar rigurosamente los contenidos o guiones de la interpretación de los atractivos arqueológicos, naturales y culturales en los sitios visitados por los *tours*.
- Actualizar los contenidos del manual del guía y las publicaciones descriptivas de los *tours*, con el propósito de mantener la fidelidad entre lo ofrecido y lo consumido por el turista.
- Aplicar los criterios de calidad, compatibles con los principios de la sostenibilidad, a cada uno de los servicios contratados, acorde con lo establecido en el punto 1.3

Algunos criterios de calidad en el servicio de una empresa turística o suplidora de servicios o productos para el sector:

#### **Puntualidad**

Cumplimiento exacto en el tiempo de los compromisos adquiridos.

#### **Seguridad**

El servicio cuenta con todas las normas de seguridad legales y operativas necesarias para su adecuado desarrollo.

#### **Sanidad**

Se cumple con todos los requisitos de la ley de salud humana y de los convenios internacionales en materia de salud ambiental.

#### **Afabilidad**

Se dispensa un trato grato y proactivo entre el personal, con los turistas y con las demás personas o empresas relacionadas con el servicio directa o indirectamente.

#### **Seriedad**

El servicio, su diseño y su operación se desarrollan dentro del más estricto marco del profesionalismo.

#### **Precaución**

Se cuenta con planes de contingencia para múltiples contrariedades en la provisión del servicio.

#### **Oportunidad**

Se realizan actividades y se perfilan servicios acordes con las posibilidades del turista, las capacidades del atractivo y las capacidades de las comunidades.

#### **Veracidad**

Los servicios turísticos o no turísticos que brinda la empresa coinciden completamente con lo que se le ha ofrecido y vendido.

#### **Sinceridad**

La empresa comunica siempre la verdad de las situaciones socioculturales y ambientales a sus clientes.

#### **Consecuencia**

Existe una relación lógica entre el discurso de sostenibilidad y los hechos de la empresa en este campo.

#### **Creatividad**

La invención y la innovación son una constante en todas las acciones de la empresa.

#### **Respeto**

Se tiene conocimiento y una firme convicción sobre los derechos humanos y la equidad entre los pueblos.

#### **Inspiración**

Se trabaja en función de nobles valores de humanidad, conservación y fraternidad entre culturas.

#### **Solidaridad**

En la práctica cotidiana, la empresa expresa su compromiso con la problemática socioeconómica y cultural de las comunidades.

#### **Responsabilidad**

Todo el personal conoce de derechos y deberes como ciudadanos y con respecto a sus clientes.

#### **Amistad**

La empresa es capaz de crear lazos profundos con las comunidades de las regiones donde opera y con los turistas.

Preguntas evaluadas

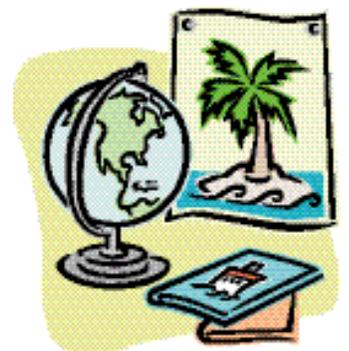
### 14.1 a 14.4

- ¿Por qué?

Una empresa que asume la sostenibilidad como norte de su operación, debe centrar todos sus esfuerzos en mantener los niveles de calidad del servicio, en especial si estos forman parte de la oferta publicitada.

- ¿Qué se espera?

Que las empresas tour operadoras desarrollen conceptos de calidad compatibles con los principios de la sostenibilidad y le brinden un seguimiento riguroso.



Preguntas evaluadas

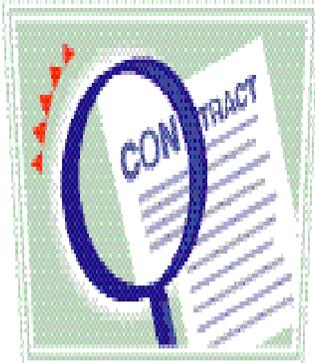
**14.1**

• ¿Por qué?

El cumplimiento con la legislación es la mejor forma de demostrar la responsabilidad social y empresarial de las operadoras de turismo.

• ¿Qué se espera?

Que la empresa logre un aporte sustancial a las políticas públicas nacionales de desarrollo local.

**CUMPLIMIENTO**

Es necesario que la empresa mantenga un estricto cumplimiento de los lineamientos que han establecido las instituciones públicas en los lugares donde brinda sus servicios a los turistas. La empresa debe acatar de forma rigurosa los lineamientos en materia laboral, ambiental, administrativa y fiscal.

**Prácticas recomendadas**

- Mantener un contacto con los representantes institucionales en las localidades donde se opera.
- Recopilar los planes de desarrollo locales de las instituciones u organizaciones públicas de la localidad.
- Archivar todos los documentos y correspondencias que se crucen entre la empresa y las organizaciones públicas.
- Comunicar a las entidades públicas todas las actividades y proyectos de carácter sostenible en los que la empresa participa localmente.
- Solicitar de las organizaciones públicas la inclusión de la empresa en las actividades de extensión que se realicen en cada localidad.
- Mantener en archivo la constancia del cumplimiento de aportes fiscales, patentes, cánones, o tarifas correspondientes a la localidad.



## Midiendo

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

### Prácticas recomendadas

- Diseñar y editar un boletín informativo para los empresarios que les suministran servicios y para los turistas.
- Diseñar y aplicar entre los clientes una encuesta con preguntas relativas al CST y las ventajas para el turista, la empresa y el país.
- Comunicar a la Comisión Nacional de Acreditación del CST el estudio de los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes sobre el CST.
- Elaborar material impreso o audiovisual en el que se haga una fiel interpretación de los objetivos, fundamentos y sistemas que constituyen el CST, a fin de enterar integralmente al cliente sobre el Programa.
- Asociarse con otros empresarios para compartir iniciativas, innovaciones y consejos prácticos para la aplicación del CST en sus empresas y para intercambiar resultados de las evaluaciones y encuestas al cliente.



Preguntas evaluadas

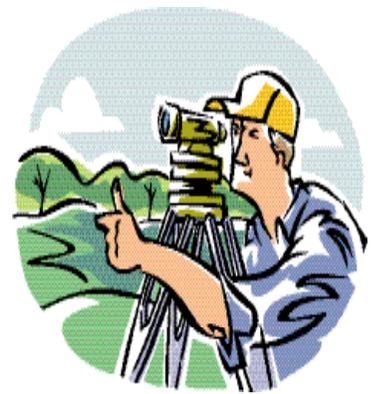
### 15.1 a 15.3

- ¿Por qué?

Las empresas deben mantener un sistema de evaluación de su desempeño en materia de sostenibilidad, el cual se puede basar en la normativa del CST y el criterio que los clientes van desarrollando sobre este.

- ¿Qué se espera?

Que el CST sea el parámetro fundamental por medio del cual las empresas valoren el desempeño y la calidad del servicio de las empresas turísticas.



Preguntas evaluadas

**16.1 a 16.7**

## • ¿Por qué?

La capacitación y preparación de los guías repercute directamente en el mejoramiento en la calidad del producto que consume el turista.

## • ¿Qué se espera?

Que la empresa mejore continuamente sus sistemas de selección, capacitación y supervisión para los guías, de manera que reúnan los requisitos de excelencia en materia de sostenibilidad.



En lo que respecta a los guías que trabajan con licencia del ICT, existen normas contenidas en el “Reglamento de los Guías de Turismo” (Decreto Ejecutivo #9479) que tiene por objeto “establecer los requisitos para el otorgamiento de las licencias de Guías de Turismo, determinar el ámbito de su competencia y regular sus derechos y obligaciones.”

# La labor del guía

La labor del guía en una empresa de tour operación es determinante en la relación con el cliente, pues es el personal que más tiempo pasa con el turista. La calidad de esa labor puede determinar una alta o una baja satisfacción de la experiencia turística y, por ende, la aceptación o el rechazo de los servicios de la empresa por parte del turista, mayoristas y otros compradores de servicios. La labor del guía puede, incluso, marcar positiva o negativamente la imagen de la empresa ante las comunidades y autoridades en las localidades donde opera.

## Prácticas recomendadas

- Elaborar un manual en el que se describan ampliamente las funciones y responsabilidades, de acuerdo con la especialidad y con cada uno de los productos ofrecidos por la empresa.
- Diseñar y desarrollar un programa permanente de capacitación integral del guía turístico de la empresa, en aspectos relacionados con la interacción con el turista, el manejo ambiental, relaciones públicas, cultura local, calidad del servicio, etc.
- Elaborar un perfil, para efectos de contratación de los guías, en el que se indique la descripción del cargo o funciones, las responsabilidades y la calificación necesaria para el puesto en lo que respecta a nivel profesional y experiencia.
- Elaborar un código de ética mediante el cual se regule el comportamiento de los guías y choferes de la empresa. Para la elaboración de este código de ética pueden usarse como referencia los criterios de calidad sostenible descritos en los puntos 13.1 a 13.3.
- Aplicar periódicamente un examen de revisión de los conocimientos de los guías y un encuestamiento sobre la forma de cumplimiento, para establecer los niveles de satisfacción de los clientes con el desempeño de los guías y choferes.
- Revisar periódicamente los contenidos de los manuales para los diferentes puestos en la empresa y actualizarlos.
- Establecer, dentro del perfil del guía, la necesidad de que este cuente con la certificación y la capacitación de una entidad acreditada.
- Establecer un programa de apoyo y facilidades para que los guías (y otros funcionarios) se capaciten y se actualicen.
- Realizar actividades grupales o individuales a través de las cuales se informe al personal sobre el código de ética de la empresa.
- Nombrar una comisión que sea la que supervise y evalúe el cumplimiento del código de ética y el desempeño del personal, en especial de los guías y choferes.
- Cumplir con lo estipulado en el decreto “Reglamento de los guías de turismo”, #31030-MEIC-TUR.

# Capítulo 3

---

## Cliente Externo



## Pensando en el cliente

El contacto de la empresa con el cliente no puede limitarse a la actividad que realiza el guía, a veces unilateral, sino que debe concebirse como una política de intercambio de información, de educación y de promoción, en cada servicio que se lleva a cabo. Esto es una parte esencial del concepto de sostenibilidad.

### Prácticas recomendadas

- La empresa incorpora en el material informativo, publicitario y promocional, en forma clara, resumida y ejemplificada, la misión, las políticas y programas de sostenibilidad desarrollados por la empresa, con base en los procedimientos en el punto uno de este folleto.
- Elaborar material informativo, publicitario y promocional en el cual se incluyen advertencias sobre su total compromiso con la legislación que prohíbe las actividades de acoso sexual, prostitución infantil y consumo de sustancias ilegales.
- Elaborar un registro de la documentación tramitada para las denuncias sobre las actividades de acoso sexual, prostitución infantil y consumo de sustancias ilegales que detecta en su empresa o en otros sitios.
- Capacitar al personal en el conocimiento, aplicación y vigilancia de la legislación relacionada con actividades de acoso sexual, prostitución infantil y consumo de sustancias ilegales.
- Capacitar a los funcionarios que participan en las ferias que tengan elementos para reflejar la política de sostenibilidad ambiental, social y económica que sigue la empresa.
- Aplicar cuestionario sobre desempeño (punto 16) a todos los funcionarios que tienen contacto con los clientes.

#### Algunas prácticas de sostenibilidad por parte de una agencia tour operadora en una feria nacional e internacional:

- Comunicación al visitante de una imagen del país y su cultura auténtica y fundamentada en los valores de la sostenibilidad.
- Comportamiento amistoso y proactivo.
- Comunicación clara y fluida de los elementos fundamentales del desarrollo sostenible del turismo en Costa Rica, en especial en lo que concierne a su integración al CST.
- Uso de insumos de oficina y materiales de publicaciones: reciclados, reutilizables, biodegradables, no contaminantes, etc.
- Muestra de la separación adecuada de los desechos.
- Uso de materiales de construcción del stand no contaminantes.
- Ahorro de energía.
- Ambientación del stand con temas relacionados.

Preguntas evaluadas

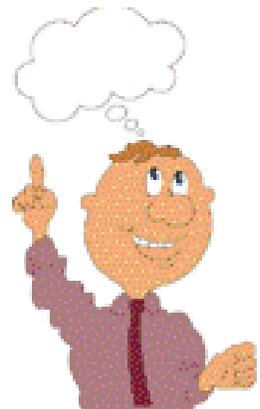
### 17.1 a 17.6

- ¿Por qué?

En el programa CST, el cliente debe cumplir un papel activo, que solo puede concretarse si se le comunica lo que la empresa hace y se le incorpora en las actividades de carácter sostenible.

- ¿Qué se espera?

Que el cliente sea el vocero promocional de la empresa y el país a nivel nacional e internacional.



Preguntas evaluadas

**18.1 a 18.5**

- ¿Por qué?

Para consolidar la confianza de los turistas y los mayoristas en el país como destino turístico seguro y en las empresas como operadoras responsables.

- ¿Qué se espera?

La inducción efectiva de la empresa tour operadora para que ejecute acciones que garanticen la seguridad y respaldo a los turistas, de tal forma que el cliente sea un vocero promocional de la empresa, del país a nivel nacional e internacional al poder testimoniar sobre las normas de seguridad de nuestro país.



# Brindando seguridad

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

## Prácticas recomendadas

- Programar anualmente cursos y talleres de capacitación en primeros auxilios para todo el personal de la empresa, haciendo énfasis en los guías, choferes y otros que mantienen contacto directo con los clientes y la población de los destinos turísticos.
- Crear un comité o encargado de seguridad que supervise los siguientes aspectos:

- Existencias del equipo de seguridad y de primeros auxilios.
- Mantenimiento del equipo de seguridad y emergencias.
- Existencia de mecanismos de información al cliente.
- Vigencia de pólizas de seguros y otros mecanismos de protección legal del cliente y el trabajador.
- Estudio de los informes y recomendaciones de riesgo ambiental de los sitios donde opera sus *tours*.
- Diseño e implementación de los planes de emergencia.

Cumplir con lo establecido en el “Reglamento para la operación de actividades de turismo de aventura” (Decreto #29421-S-MEIC-TUR) y sus reformas (Decreto #31095-MEIC-S-TUR). Así como con “La Guía de evaluación para los procedimientos de mantenimiento y seguridad (Gaceta No. 191 octubre 2203)”.

### **Código Ético Mundial para el Turismo. El turismo: factor de desarrollo sostenible (OMT, 2002) Artículo 6, inciso 2**

En lo que de ellos dependa, y en cooperación con las autoridades públicas, los profesionales del turismo velarán por la seguridad, la prevención de accidentes, la protección sanitaria y la higiene alimentaria de quienes recurran a sus servicios. Se preocuparán por la existencia de sistemas de seguros y de asistencia adecuados. Asimismo, asumirán la obligación de rendir cuentas, conforme a las modalidades de que dispongan las reglamentaciones nacionales y, cuando corresponda, la de abonar una indemnización equitativa en caso de incumplimiento de sus obligaciones contractuales.

# Informando sobre el manejo de desechos

La imagen sostenible del turismo, la salud pública y la seguridad turística se ven profundamente afectadas por la presencia de desechos sólidos y líquidos mal dispuestos en los caminos y destinos. Por esto, se concibe el manejo de los desechos sólidos y líquidos y de las emisiones de gases, como la tarea ecológica y social más urgente en los destinos turísticos de todo el país. (ICT)

## Prácticas recomendadas

- Incorporar en los manuales de funciones de los guías de la empresa, la directriz para que se informe al cliente sobre los programas y acciones de la empresa relacionados con la minimización de emisiones y desechos.
- Contar con un registro documental y una biblioteca especializada en la temática del manejo de los desechos y emisiones.
- Desarrollar actividades de comunicación sobre políticas y técnicas de manejo sostenible de desechos y emisiones.
- Incorporar a la empresa en los programas que se impulsan en las instituciones públicas sobre manejo de desechos.
- Incorporar, entre el material informativo que se le dispensa al turista, la descripción resumida de las actividades y programas relacionadas con la minimización de emisiones y generación de desechos, así como con su manejo.
- Contar con un sistema de información y recolección de desechos en cada tours que opere.



**Código Ético Mundial para el Turismo.**  
**El turismo: factor de desarrollo sostenible (OMT, 2002)**  
**Artículo 3, inciso 1**

Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

### Preguntas evaluadas

## 19.1 y 19.2

- ¿Por qué?

Los desechos sólidos representan una forma de contaminación que debe ser evitada o disminuida. En cualquier parte del país tiende a ser un problema que se agudiza día con día.

- ¿Qué se espera?

Las empresas deben constituirse en eje y motor en el diseño e implementación de estrategias de manejo de desechos y emisiones en los destinos turísticos en los que operan.



Preguntas evaluadas

20.1 a 20.5

• ¿Por qué?

La comunicación con el cliente es uno de los rasgos distintivos del CST. Pero esta comunicación debe llevar un alto grado de educación, por lo que las características de la información transmitida cobra mucho valor.

• ¿Qué se espera?

Que la empresa desarrolle su propio programa de información-comunicación al servicio de los clientes y que este se constituya en un instrumento para la difusión de los principios de la sostenibilidad.



# Orientando al turista

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

## Prácticas recomendadas

- Estructurar un Programa de Información-Comunicación dirigido a los clientes, orientado a brindar el detalle de la participación de la empresa en el CST, los objetivos de este y su cumplimiento. Este programa debe contar con un mecanismo de evaluación y de seguimiento.
- Considerar los siguientes objetivos específicos para un programa de

- Desarrollar un primer nivel de organización de la información.
- Asegurar la veracidad de la información.
- Descartar la duplicación de la información.
- Establecer necesidades de los programas y actividades.
- Establecer necesidades de los actores de la tour operación.
- Establecer necesidades de la población en general.
- Mantener actualizada la información y acorde con las necesidades planteadas.
- Mantener vigente, almacenada y ordenada la información, la cual podrá estar disponible en una interfase versátil y sencilla u otros medios.
- Promover el uso de la información disponible en el sistema de información-comunicación.

Información:

### Seguimiento del Programa de Información.

| DESCRIPCION NARRATIVA | INDICADORES | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS / RIESGOS |
|-----------------------|-------------|------------------------|---------------------|
| Objetivo 1            |             |                        |                     |
| Objetivo 2            |             |                        |                     |
| Objetivo 3            |             |                        |                     |

- Aplicar el siguiente esquema para el seguimiento del programa de información:
- Consignar en los manuales de los guías la necesidad de incentivar y orientar a los clientes en cuanto a las actividades que realizaran en los tours.
- Mantener un registro de todos los reglamentos de uso de las zonas públicas de las áreas protegidas en las que opera la empresa.
- Informar mediante documento escrito y por vía oral sobre las restricciones y normas de uso de las áreas silvestres protegidas.
- Realizar una evaluación periódica sobre los contenidos de la información suministrada a los clientes en la publicidad y promoción, a fin de confirmar sus veracidad y actualidad.

## Preparando al cliente

La inducción del cliente es un aspecto esencial en la valoración de la calidad sostenible del servicio, pues es en los momentos preliminares a iniciar su viaje en el país cuando necesita información sobre requerimientos relacionados con su seguridad, comodidad, salud y economía.

### Prácticas recomendadas

- Suministrar información al cliente sobre seguridad y consejos prácticos para su estadía en el país, a través de los folletos, dobladillos y volantes que la empresa provee al mayorista u otros intermediarios.
- Incorporar dentro del guión de los guías una descripción técnica detallada sobre el desarrollo de la actividad del servicio.
- Proveer información con consejos prácticos sobre el país, los tours, y las localidades que se visitaran, a los mayoristas o intermediarios, a fin de que los turistas cuenten con un conocimiento previo al arribo al país.

**Algunos aspectos en materia de sostenibilidad, que se deben considerar a la hora de realizar la inducción del cliente:**

- Vestimenta apropiada
- Uso de medicamentos
- Orientación en el campo y la ciudad
- Normas de comportamiento
- Normas de seguridad
- Cultura local
- Aspectos geográficos y meteorológicos
- Aspectos legales



Preguntas evaluadas

### 21.1 a 21.2

- ¿Por qué?

Se hace imprescindible que el turista arribe a nuestro país con la suficiente información de uso práctico que refuerce su seguridad y su comprensión del servicio que va a recibir.

- ¿Qué se espera?

Que cada día las empresas mejoren los sistemas iniciales de comunicación con los clientes.



Preguntas evaluadas

**22.1 a 22.2**

- ¿Por qué?

Los actividades, proyectos y programas que nuestro país desarrolle en materia de sostenibilidad son una oportunidad para educar al cliente y para promocionar con hechos nuestra imagen.

- ¿Qué se espera?

Que cada día las empresas mejoren los sistemas de comunicación con los clientes, convirtiéndolos en medios educativos y promocionales de nuestro turismo.

# Involucrando al cliente

Dar a conocer a los turistas los esfuerzos en conservación y de gestión sostenible que el país ha logrado en los últimos años, así como informar sobre las actividades, proyectos, programas e iniciativas de organizaciones públicas y privadas. Esto es una necesidad ética de las empresas tour operadoras y una oportunidad estratégica para la promoción in situ de nuestra imagen sostenible y de nuestras riquezas naturales.

## Prácticas recomendadas

- Incorporar en el manual de los guías y en la documentación impresa elaborada para suministrar al cliente fuera y dentro del país, la información más completa posible sobre nuestra política conservacionista a escala pública y privada, así como información técnica sobre el desarrollo de las actividades propias del *tour*.
- Recabar información (de acuerdo con el Programa de Información, 20.1 a 20.4) sobre las actividades conservacionistas que realizan en las zonas de operación las ONG y las empresa privadas.
- Incorporar dentro del material promocional e informativo una exaltación del sistema nacional de áreas protegidas de nuestro país, independientemente de que formen parte o no de los atractivos ofrecidos por la empresa.

### Código Ético Mundial para el Turismo.

#### El turismo: factor de desarrollo sostenible (OMT, 2002)

##### Artículo 1, inciso 1

La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza.



# Capítulo 4

---

## Entorno Socioeconómico



## Diseñando políticas hacia la comunidad

En un país con una gran variedad de microclimas, ecosistemas y zonas de vida, es común encontrar gran cantidad de atractivos con diversa jerarquía, por lo general asociados a comunidades, gremios productivos, haciendas y granjas. Casi todos esos atractivos se encuentran dentro de las zonas de amortiguamiento de áreas silvestres protegidas, por lo que se hace imprescindible su manejo planificado y dentro de los lineamientos de la sostenibilidad. En este sentido, la agencia debe servir como instrumento y agente activo en el proceso de incorporación ordenada de las comunidades al usufructo de sus recursos naturales a través del turismo.

### Prácticas recomendadas

- Elaborar un documento escrito en el que la empresa establezca su política de incorporación de las comunidades en los servicios que presta.
- Elaborar un plan para el desarrollo de las políticas de incorporación de las comunidades locales en la prestación del servicio.
- Investigar e inventariar los recursos disponibles en las regiones donde opera, a fin de fijar potencialidades de desarrollo local del producto turístico (véase 12).
- Establecer nexos con dirigentes, líderes y habitantes clave de las diferentes zonas donde opera a fin de generar una red para intercambio de información y cooperación.
- Investigar sobre los planes y proyectos de las organizaciones e instituciones del Estado para el desarrollo de la producción y los servicios en las zonas donde opera la empresa.
- Contribuir con el ICT a la divulgación de los lineamientos estratégicos contenidos en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible y en la implementación de la propuesta organizativa regional allí planteada.

**Todo empresario tour operador debe conocer el contenido completo del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible, elaborado por el ICT. Este documento está disponible en las oficinas de la Institución.**

### Código Ético Mundial para el Turismo.

#### El turismo: factor de desarrollo sostenible (OMT, 2002)

#### Artículo 1, inciso 1

Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a la que den lugar.

Preguntas evaluadas

## 23.1

- ¿Por qué?

Uno de los aspectos más importantes de la sostenibilidad es la participación de las comunidades en la gestión del turismo y en el usufructo de sus beneficios.

- ¿Qué se espera?

Que la agencia sea un facilitador e inductor en la incorporación de las comunidades en la actividad turística.

Que la empresa aprenda a desarrollar políticas y planes que faciliten los procesos de alianza con las comunidades.



Preguntas evaluadas

**24.1 a 24.4**

- ¿Por qué?

Los recursos turísticos locales naturales y culturales pueden constituirse para las empresas tour operadoras en un elemento enriquecedor del producto que vende.

- ¿Qué se espera?

Que la empresa coadyuve efectivamente a la capacitación de los habitantes locales para su incorporación en los procesos de la agencia y para el conocimiento de las técnicas del turismo en sus diversas facetas.

# Involucrando a las comunidades

Entre los segmentos de turismo de mayor crecimiento en el mundo se encuentran el ecoturismo, agroecoturismo, el turismo comunitario y el turismo rural. Cada uno de estos tiene como factor común la necesaria incorporación de recursos locales y de las comunidades como elementos constitutivos del producto turístico. Es, por tanto, estratégico para el país propiciar la participación directa de las comunidades en el negocio turístico.

## Prácticas recomendadas

- Incorporar en el registro de proveedores las actividades, servicios y microempresas turísticas de las comunidades donde opera la empresa.
- Priorizar en la compra de servicios complementarios en las localidades y comunidades donde la empresa opera sus servicios.
- Realizar inventarios de recursos naturales y socioculturales, a fin de enriquecer el producto y la oferta turística local.
- Incluir en los *tours* actividades socioculturales de carácter local que involucran a los habitantes de la zona.
- Diseñar publicaciones o incorporar a las habituales de promoción y publicidad, comunicaciones que permitan mostrar ante el cliente las bondades de las comunidades incorporadas al turismo, previa investigación objetiva de los resultados de la participación comunal.
- Formular y propiciar actividades colectivas de capacitación comunitaria en turismo.



## Controlando el impacto

El carácter de los procesos de cambio sociocultural que genera el turismo en una zona está directamente relacionado con el tipo de turista o segmento de servicios que se comercializa. En este sentido, se debe reforzar el carácter naturalista, familiar, deportivo, científico, recreativo y cultural del turismo que la empresa promueva para una localidad, propiciando con ello la posibilidad de impactos positivos relacionados con actividades de carácter sostenible.

### Prácticas recomendadas

- Capacitar a los guías y demás personal que participa de las actividades de campo para identificar los impactos reales y potenciales de la operación de la empresa sobre el medio social.
- Diseñar y editar un plan de seguimiento anual que incluya el registro de los impactos socioculturales, las actividades correctivas correspondientes y la estrategia de monitoreo que se seguirá.
- Organizar eventos (charlas, talleres) sobre cultura local, impacto sociocultural, cambio cultural, para impartir periódicamente a todo el personal de la empresa.

#### Una ayuda instrumental para valorar el impacto:

| Formas de impacto                                                                                                                                            | Presencia espacial | Intensidad | Manejo |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------|--------|
| <b>Favorables</b><br>Segundo idioma<br>Generación de trabajo<br>Amplitud política<br>Contacto étnico<br>Resignificación de tradiciones<br>Dinámica económica |                    |            |        |
| <b>Dañinas</b><br>Formación de estereotipos<br>Xenofobia<br>Robo<br>Prostitución<br>Trafico de drogas<br>Consumismo                                          |                    |            |        |

El cambio sostenible se constituye en la estrategia fundamental de desarrollo para el sector turístico. Es recomendable para el empresario turístico que tome en cuenta y fomente las manifestaciones culturales con potencialidad de constituirse en parte del producto turístico regional. Es así como, por ejemplo, algunos elementos de la producción tradicional están siendo incorporados en la oferta turística regional en forma de agroecoturismo. Esto es un indicio sobre la paulatina interacción del turismo en el futuro con las actividades tradicionales rediseñadas dentro del marco de la oferta del producto turístico.

Preguntas evaluadas

### 25.1 a 25.2

- ¿Por qué?

El propósito central del desarrollo turístico sostenible es el beneficio económico, social y cultural de las comunidades que habitan dentro o en los alrededores de las regiones turísticas. Por esta razón, el impacto cultural negativo es antagónico con los propósitos del desarrollo turístico y con los intereses de las empresas.

- ¿Qué se espera?

Las empresas tour operadoras deben convertirse en portadoras y protectoras de los rasgos culturales autóctonos e impulsoras de cambios culturales fundamentados en el desarrollo sostenible.



Preguntas evaluadas

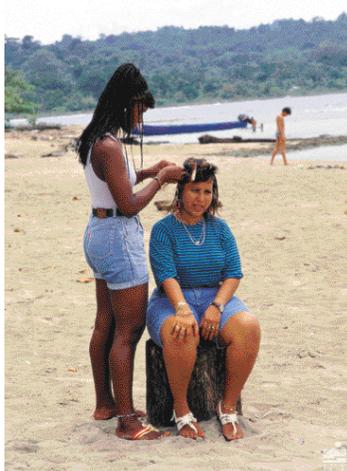
**26.1 a 26.2**

## • ¿Por qué?

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

## • ¿Qué se espera?

Que la actividad de las empresas en cada región conlleve a un mejoramiento real de las condiciones socioeconómicas de la población local.



# Promoviendo beneficios

En algunas áreas rurales del país donde opera la empresa, la generación de empleo constituye un importante beneficio para los habitantes, pues incide en la mejora de los ingresos familiares, la elevación de las capacidades de los habitantes, aminora la migración hacia otras zonas del país y propicia el desarrollo de iniciativas de negocios microempresariales. Estos son impactos positivos que se esperan del desarrollo turístico sostenible, y constituyen una contribución directa muy importante de las empresas con el desarrollo nacional.

## Prácticas recomendadas

- Realizar estudios para establecer las necesidades de capacitación de las personas de la zona en materia de prestación de servicios turísticos.
- Gestionar los cursos correspondientes ante las entidades del ramo, o bien diseñar y efectuar los cursos de capacitación directamente.
- Mantener un registro completo de las personas que han sido beneficiadas con estas actividades, su condición social y su proveniencia.
- Procurar capacitar personal de las zonas donde la empresa presta localmente sus servicios, a fin de incorporarlos prioritariamente en los puestos de trabajo que la empresa genere localmente.
- Recomendar para puestos de trabajo generados por otras empresas turísticas de la zona, a los habitantes capacitados de las comunidades locales.

### Aspectos a considerar para la formulación de actividades de capacitación comunitaria en turismo

- Desarrollo de información geográfica y ecológica.
- Instalación y operación de servicios de alojamiento.
- Instalación y operación de servicios de alimentación.
- Organización de servicios educativos en materia de sostenibilidad.
- Inventario y evaluación de atractivos de interés ecológico y cultural dentro de la comunidad o en zonas aledañas.
- Diseño de paquetes y tours recreativos.
- Capacitación y reclutamiento de personal de turismo
- Cálculo de tarifas para los servicios.
- Diseño y habilitación de rutas.
- Instalación y operación de servicios de hospedaje alternativo.
- Organización y operación de servicios turísticos en las rutas de acceso.

## Promoviendo beneficios

La actividad de una empresa que opere bajo el enfoque de la sostenibilidad debe repercutir en la generación de múltiples beneficios indirectos en las comunidades locales, por cuanto promueve relaciones comerciales con microempresas locales y promueve, facilita y aprovecha la oferta artística y cultural. Asimismo, consume productos y servicios de la región coadyuvando a dinamizar la economía local.

Como una forma de proyección nacional, una empresa operadora de *tours* sostenible debe propiciar el derecho de todos los ciudadanos costarricenses al turismo, tal como lo establece el artículo 7 del Código Ético Mundial para el Turismo, a través de una oferta turística accesible para la mayoría de la población nacional.

### Prácticas recomendadas

- Realizar un inventario regional de microempresarios proveedores de productos y servicios que puedan ser útiles para los propósitos de la empresa.
- Mantener un registro de las actividades deportivas, artísticas y culturales que desarrollan las poblaciones en las regiones donde opera la empresa.
- Desarrollar nexos comerciales y no comerciales con las asociaciones deportivas y culturales de cada zona donde se opera, a fin de conocer y contribuir a mejorar las capacidades de la población.
- Mantener un registro de proveedores de productos y servicios sostenibles de las localidades donde opera. Asimismo, llevar un listado de los productos y servicios que se compran en la localidad y sus características.
- Establecer dentro de los criterios del plan de compras (véase puntos 5.1 a 5.4) los aspectos concernientes a la compra de insumos sostenibles locales.
- Diseñar una oferta de servicios turísticos para el turismo nacional en la cual prevalezcan los siguientes criterios:

- Cuentan con tarifas reducidas.
- Se ofrecen facilidades para su compra.
- Preferiblemente poseen respaldo de algún programa institucional.
- Cuentan con algún tipo de promoción especial de la empresa.
- Son del mismo carácter y calidad que la oferta turística sostenible para extranjeros.

- Realizar un registro detallado y permanente de los turistas nacionales que participan en el programa de turismo nacional de la empresa.

Preguntas evaluadas

### 27.1 a 27.4

- ¿Por qué?

El sector turístico debe constituirse en un consumidor de productos y servicios locales que son, a su vez, parte constitutiva del atractivo natural y cultural que se ofrece al turista nacional y extranjero. En este sentido las tour operadoras deben actuar como un motor que involucre a todas las demás empresas del sector.

- ¿Qué se espera?

Que la actividad de la empresa que impulsa el turismo sostenible en la región conlleve a un mejoramiento real de las condiciones socioeconómicas de la población local.



Preguntas evaluadas

### 28.1 a 28.4

• ¿Por qué?

El patrimonio cultural y su protección es en su conjunto un atractivo de alta jerarquía. Su degradación significaría un perjuicio económico directo sobre la actividad turística y las manifestaciones y valores culturales de nuestro país

• ¿Qué se espera?

Que el sector turístico se convierta en vigilante y garante de la protección del patrimonio cultural, de las tradiciones y valores.



## Protegiendo el patrimonio

**El patrimonio cultural constituye una parte fundamental de la identidad local, regional y nacional. El conocimiento, la aceptación y la protección de los valores, creencias y tradiciones de cada localidad son un imperativo humano para mantener la cohesión de la sociedad y una condición imprescindible para el logro del desarrollo sostenible.**

### Prácticas recomendadas

- Mantener un registro de grupos organizados que llevan a cabo actividades de protección del patrimonio cultural en las zonas donde opera la empresa.
- Incorporarse a las actividades y proyectos destinados a salvaguardar el patrimonio nacional que se desarrollan en las regiones donde opera. Debe consultarse con el organismo oficial certificarse del carácter legal de esas actividades y proyectos.
- Realizar actividades formativas (charlas, talleres) para el personal en materia de patrimonio y desarrollo cultural, su legislación, su conservación y su protección. En este aspecto se puede solicitar colaboración del Departamento de Protección del Patrimonio Cultural, del Ministerio de Cultura y Juventud.
- La empresa incluye en los *tours* que realiza actividades de capacitación para los clientes en materia de protección de las culturas.
- Incluir dentro del guión que desarrollan los guías de la empresa, aspectos relativos al respeto y protección de las culturas locales.
- Propiciar, a través de una campaña entre el personal y los habitantes de las comunidades de los destinos turísticos, el respeto por las manifestaciones culturales y religiosas de los clientes.
- Informar al personal, a los turistas y a la población, a través de material escrito y de forma oral, sobre la prohibición que establecen las leyes para la comercialización del patrimonio arqueológico y cultural.
- Instruir al personal y a los proveedores de insumos y servicios para que se denuncie el tráfico ilegal de patrimonio arqueológico y cultural.

### Ley de Protección del Patrimonio Cultural

Mediante la Ley No.6703 de Defensa, Conservación e Investigación del Patrimonio Nacional Arqueológico se creó esta entidad para que se encargue del registro y control de las colecciones arqueológicas en custodia o propiedad pública o privada, al igual que de asuntos de la legislación que protege al patrimonio nacional arqueológico.

#### Convenios internacionales ratificados por Costa Rica:

Convención para la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural.  
Convención sobre Defensa del Patrimonio Arqueológico, Histórico y Artístico de las Naciones Americanas.