

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL  
(UCI)



ESTUDIO DE CASO SOBRE LOS REQUISITOS DEL PROGRAMA  
CERTIFICADO DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA (CST) DEL INSTITUTO  
COSTARRICENSE DE TURISMO PARA POSADAS DE TURISMO RURAL

KARIANNE KARLIJN DE RAVE

PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO  
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MÁSTER EN GESTIÓN DE  
TURISMO SOSTENIBLE

San José, Costa Rica

Junio 2010

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL  
(UCI)

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como Requisito parcial para optar al grado de Máster en Gestión del Turismo Sostenible

Carlos Alberto Fonseca Ramírez  
PROFESOR TUTOR

Alejandrina Acuña Torres  
LECTOR

Karianne Karlijn de Rave  
SUSTENTANTE

## DEDICATORIA

*A mi esposo Rolando, por su apoyo para seguir adelante en horas de frustración,*

*A mi compañeros y compañeras de la maestría, por su ayuda con mis dudas y su  
amistad,*

*A los emprendimientos de Turismo Rural Comunitario, por su dedicación de  
manejar sus negocios según los principios de sostenibilidad.*

## **AGRADECIMIENTOS**

Esta tesina es el resultado de muchas horas de trabajo duro, de frustración y de carreras. Pero también es el resultado de mucho apoyo de parte de las personas a mi alrededor. Quiero agradecer a mi familia, a mi esposo Rolando Gamboa por su gran apoyo durante el periodo de la tesina, pero también durante toda la maestría. También a mis padres, por su apoyo psicológico a través de la distancia. Quiero agradecer a mis compañeros de la maestría; siempre pude contar con ellos para cualquier duda y hemos compartido nuestro conocimiento y amistad durante toda esta maestría. Los profesores, por compartir su experiencia y sabiduría en las clases, y su amistad durante la gira. Pero sobre todo quiero agradecer a mi tutor, por su apoyo con la tesina aún cuando decidí terminar el trabajo durante este periodo, en vez del siguiente periodo como se había acordado. Quiero agradecer a la Universidad para la Cooperación Internacional, por haberme dado la oportunidad de aprender de mis profesores y compañeros, de Costa Rica y de otros países, y por conocer a los excelentes profesionales de la maestría.

## ÍNDICE

|   |      |
|---|------|
| HOJA DE APROBACIÓN  | ii   |
| DEDICATORIA   | iii  |
| AGRADECIMIENTO  | iv   |
| ÍNDICE  | v    |
| ÍNDICE ILUSTRACIONES  | vii  |
| ÍNDICE CUADROS  | vii  |
| ÍNDICE ABREVIACIONES  | viii |
| RESUMEN EJECUTIVO   | x    |
| INTRODUCCIÓN  |      |
| 1.1 Antecedentes .....  | 1    |
| 1.2 Problemática .....  | 6    |
| 1.3 Justificación del problema .....                                      | 6    |
| 1.4 Supuestos .....   | 7    |
| 1.5 Restricciones .....   | 7    |
| 1.6 Objetivo general .....  | 7    |
| 1.7 Objetivos específicos .....   | 8    |
| MARCO TEÓRICO   |      |
| 2.1.1 Antecedentes de la Institución .....                                | 9    |
| 2.1.2 Misión y visión .....   | 9    |
| 2.1.3 Estructura del programa .....                                       | 11   |
| 2.2.1 El turismo rural comunitario en Costa Rica .....                    | 13   |
| 2.2.2 El marco legal del turismo rural comunitario en Costa Rica .....    | 16   |
| 2.2.3 Estadísticas del Turismo Rural .....                                | 17   |
| 2.3.1 El CST en el Turismo Rural Comunitario .....                        | 21   |
| MARCO METODOLÓGICO  |      |
| 3.1 Hipótesis .....   | 24   |
| 3.2 Fuentes de información .....  | 25   |
| 3.3 Método de investigación .....   | 26   |
| 3.4 Técnicas de investigación .....                                       | 26   |
| DESARROLLO  |      |
| 4.1 Comparación del programa CST con otros programas de certificación ... | 28   |
| 4.2 Discusión entre pequeños hoteleros y expertos en el tema .....        | 44   |
| 4.3 Resultados de las entrevistas a emprendimientos del TRC .....         | 46   |
| 4.4 Resultados de las entrevistas a expertos en el tema .....             | 47   |
| 4.5 El caso de Lapa Ríos .....  | 49   |
| 4.6 El caso de Finca Rosa Blanca Coffee Plantation & Inn .....            | 54   |
| 4.7 El caso del Hotel Ramada Plaza Herradura .....                        | 58   |
| 4.8 Calculo de los puntajes del CST .....                                 | 655  |
| CONCLUSIONES .....  | 66   |
| RECOMENDACIONES .....   | 75   |
| BIBLIOGRAFÍA .....  | 76   |
| ANEXOS  |      |

|   |     |
|---|-----|
| Anexo 1: ACTA DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN.....                               | 80  |
| Anexo 2: CUESTIONARIO DE AUTO-EVALUACIÓN DEL PROGRAMA CST<br>PARA HOSPEDAJE ..... | 822 |
| Anexo 3: PREGUNTAS PARA ENTREVISTAS.....  | 966 |
| Anexo 4: COTIZACIONES DE TECNOLOGIAS LIMPIAS PURASOL.....                         | 977 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Precio promedio de hoteles con conocimiento y participación del CST,  
p.21

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Componentes que diferencian el ecoturismo del turismo sostenible, p. 2

Cuadro 2 Sistemas de certificación en uso o en desarrollo en Centroamérica, p.  
30

Cuadro 3 Resultado de evaluación CST de Lapa Ríos (nivel 5), p. 45

Cuadro 4 Resultado de la evaluación de CST para Finca Rosa Blanca (nivel 5),  
p.47

Cuadro 5 Resultado de Evaluación CST del Hotel Ramada Plaza Herradura (nivel  
3), p.53

## ÍNDICE DE ABREVIACIONES

UCI = Universidad para la Cooperación Internacional  
CST = Certificación de Sostenibilidad Turística  
ICT = Instituto Costarricense de Turismo  
TRC = Turismo Rural Comunitario  
UNWTO = United Nations World Tourism Organization  
CANTURURAL = Cámara Nacional de Turismo Rural Comunitario  
COOPRENA = Consorcio Cooperativo Red Ecoturística Nacional  
ACTUAR = Asociación Costarricense de Turismo Rural Comunitario  
ACEPESA = Asociación Centroamericana para la Economía, la Salud y el Ambiente  
ONG = Organización No Gubernamental  
FODESTUR = Fomento al Desarrollo Sostenible mediante el Turismo en Centroamérica  
CANAECO = Cámara Nacional de Ecoturismo  
APHCR = Asociación de Pequeños Hoteles de Costa Rica  
AMIGAM = Asociación de Microempresarios Turísticos de la Gran Área metropolitana  
GREAT (Green Deal) = Green, Responsible, Exclusive, Amazing Tourism  
OMT = Organización Mundial de Turismo  
WTTC = World Tourism and Travel Council  
TUEV = Technischer Überwachungs-Verein (Technical Inspection Association)  
WWF = World Wildlife Fund  
FEE = Foundation for Environmental Education  
ICTE = Instituto para la Calidad Turística Española  
CCAA = Comunidades Autónomas  
FEMP = Federación Española de Municipios y Provincias  
ACTR = Asociación para la Calidad del Turismo Rural

AER = Asociación de Ecoturismo Rumanía

SUTUR = Sociedad Uruguaya de Turismo Rural

AUDAVI = Asociación Uruguaya de Agencias de Viajes

CEDARENA = Centro de Derecho Ambiental y de los Recursos Naturales

FSC = Forest Stewardship Council

ECPAT = End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes

RSE = Responsabilidad Social Empresarial

## RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente, la sostenibilidad turística está ganando cada vez más importancia, a nivel mundial y en Costa Rica. El aumento del ecoturismo y el turismo rural, modalidades que aplican los principios de la sostenibilidad, ha resultado en casos de lavado verde. Para mitigar esta tendencia, han surgido muchos diferentes programas de certificación, que tienen como objetivo otorgar un sello o certificación a aquellas iniciativas que cumplen con ciertos criterios. En Costa Rica, el programa CST diseñado por el ICT es el programa más importante y conocido.

Hasta la fecha, todos los emprendimientos de hospedaje a los que ha sido otorgado el máximo nivel de parte del CST han sido alojamientos lujosos que manejan tarifas altas. Después de la reciente implementación de la Ley de Fomento de Turismo Rural, las iniciativas pequeñas de turismo rural reciben mayor atención e información de parte del gobierno y el ICT, y por ende hay cada vez más posadas de turismo rural interesadas en el programa CST. El Turismo Rural por definición se basa en los principios de la sostenibilidad, sin embargo por lo general no cuentan con la misma capacidad de inversión que los alojamientos lujosos.

El objetivo general es investigar si el programa de CST necesita adaptar los requisitos de la certificación a la modalidad de Posada de Turismo Rural recién incorporada en la Ley y hacer recomendaciones para mejorar el programa CST para que la certificación sea más accesible para Posadas de Turismo Rural Comunitario (TRC). Los objetivos específicos incluyen analizar los requisitos actuales del CST, comparar los requisitos con otros programas de certificación, seguir de cerca (parte de) el proceso de evaluación de algunos emprendimientos de TRC, y comparar estos casos con hoteles a los que ya ha sido otorgada la certificación. Además, se tiene como objetivo analizar la necesidad de una categoría aparte para el TRC, a través de la opinión de expertos en el tema.

Para investigar si la hipótesis es correcta, se va a llevar a cabo una investigación cualitativa del programa de CST y sus requisitos. El método de investigación elegido es el método lógico deductivo. Se utilizarán técnicas de investigación cualitativa directa, como entrevistas en profundidad. Estas técnicas incluirán investigación documental e investigación de campo. Otra técnica que se utilizará es un grupo de enfoque.

Al comparar el programa CST con otras certificaciones y sellos en el sector, se llega a la conclusión de que el programa tiene muchas ventajas importantes. El CST es un programa de una entidad gubernamental, y esto aumenta la credibilidad a nivel internacional. Al ser voluntario y gratuito, se minimiza la

probabilidad de corrupción. El CST incluye aspectos socio-culturales, aparte de los aspectos ambientales, y por lo tanto aumenta su potencial de venta comparado con certificaciones meramente ambientales. El CST está diseñado para ayudar a los emprendimientos a lograr ahorros e implementar buenas prácticas que incluyen hasta el entorno del emprendimiento. Los criterios del ámbito social son bastante extensos y se enfocan principalmente en el efecto multiplicador del turismo responsable. Otra ventaja importante del CST es su estructura con diferentes niveles de certificación, que permite el mejoramiento gradual. Su requisito de reevaluación periódica da confianza al consumidor de que el emprendimiento sigue cumpliendo con los criterios, en combinación con el uso estricto del logo. La estructura del programa aumenta la probabilidad de alcanzar la “triple rentabilidad” de la sostenibilidad. A través del CST se está creando un campo de estudio, empleo y consultoría muy valioso, que puede ser explotado como un área de pericia de Costa Rica, conocido como un país “verde”, a nivel internacional.

Sin embargo, también se logra identificar varios puntos débiles en el programa, que podrían ser mejorados para que sea más justo y más accesible a los pequeños hoteles y albergues. La omisión del ámbito económico en los criterios de evaluación es criticada por expertos. Además, los criterios existentes no incluyen aspectos como la protección del patrimonio histórico y arqueológico, la seguridad de la planta física, ni un rango de consumo aceptable.

Diferentes fuentes han confirmado que existen parámetros de difícil cumplimiento para pequeñas empresas en el programa CST. Entre éstos se encuentra la exigencia de implementar tecnologías limpias, algunos criterios irrazonables y algunos criterios difíciles de comprobar. Los casos analizados muestran que realizar grandes inversiones no necesariamente resulta en una calificación alta en el CST, pero para alcanzar el máximo nivel es indispensable realizar algunas inversiones. Por lo tanto, los hoteles que manejan altas tarifas tienen una ventaja sobre los pequeños emprendimientos con tarifas bajas. Además, del nivel de exigencia en la documentación de la evidencia surge la necesidad de mayor acompañamiento durante el proceso.

Aún mejorando estos aspectos del CST en su forma actual, se reconoce que la creación de una categoría aparte para el Turismo Rural Comunitario en el programa CST tendría muchas ventajas. Existen condiciones específicas en el TRC que dificultan el cumplimiento con (algunos de) los criterios actuales. Además, la creación de diferentes categorías en el CST podría resultar en mayor participación en el programa, lo cual estimula la implementación de buenas prácticas en el país, pero permite separarse de los estándares del turismo de masa y su imagen negativa. En caso de no lograr una categoría aparte, se deberá analizar la necesidad de hacer algunas excepciones en los criterios y la cantidad de evidencias requerida.

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 Antecedentes

#### **Definiciones de turismo sostenible, ecoturismo y turismo rural comunitario:**

Según el Informe Brundtland el desarrollo sostenible es el “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (ONU, 1987)<sup>1</sup>”. Según “*Una Guía Simple Sobre Certificación de Turismo Sostenible y Ecoturismo*”, cuando hablamos de actividades “sostenibles”, usualmente esto significa que podemos realizar la actividad en la misma forma o en forma similar por un tiempo indefinido (sostenible en el tiempo) en tres aspectos principales:

- **Ambiental** – la actividad minimiza cualquier daño al ambiente (flora, fauna, agua, suelos, uso de energía, contaminación, etc.) e idealmente trata de beneficiar el ambiente en forma positiva.
- **Social y cultural** – la actividad no perjudica a la estructura social de la comunidad donde se ubica ni daña su cultura.
- **Económico** – la actividad no solo empieza y luego muere rápidamente debido a malas prácticas empresariales; continúa contribuyendo al bienestar económico de la comunidad local. Una empresa sostenible debe beneficiar a sus dueños, a sus empleados y a sus vecinos. (Bien, 2004)<sup>2</sup>

Cuando tomamos en cuenta estos tres aspectos en nuestras actividades, esto se llama “triple rentabilidad”. Algunas veces se le conoce como “estar bien haciendo el bien”. Esto significa manejar un negocio, organización o gobierno, de tal forma que no destruya los recursos – naturales, culturales, o económicos – de los que

---

<sup>1</sup> ONU. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our common future (Brundtland Report)*.

<sup>2</sup> Bien, A. (2004). *Guía simple sobre certificación de turismo sostenible y ecoturismo*. CESD.

depende. De hecho, una empresa que se administra así, puede mejorar los tres aspectos y continuar funcionando con ganancias, mientras que beneficia las áreas naturales y comunidades circundantes.

Según el Acuerdo de Mohonk, “el ecoturismo es turismo sostenible con un enfoque en áreas naturales, que beneficia el ambiente y las comunidades visitadas y que promueve entendimiento, aprecio y conciencia sobre el ambiente y las culturas. Todo esquema de certificación de ecoturismo debe tomar en cuenta los estándares enumerados anteriormente para turismo sostenible (preferiblemente para las mejores prácticas), además de los siguientes estándares mínimos:

- Enfocarse sobre experiencias personales con la naturaleza para mayor entendimiento y aprecio.
- Interpretar y concientizar sobre la naturaleza, la sociedad local y cultural.
- Contribuir activamente a la conservación de áreas naturales o biodiversidad.
- Beneficiar económica, social y culturalmente a las comunidades locales.
- Promover la participación de las comunidades, donde sea apropiado.
- La escala y el diseño de edificios, tours y atractivos son apropiados al entorno local.
- Minimizar el impacto sobre culturas indígenas y locales y destacarlas.”  
(Taller Internacional de Certificación, 2000)<sup>3</sup>

UNWTO: “Se debe hacer una clara distinción entre los conceptos de ecoturismo y turismo sostenible: el término “ecoturismo” se refiere a un segmento dentro del sector de turismo, mientras que los principios de la sostenibilidad se deben aplicar a todos los tipos de actividades, operaciones, establecimientos y proyectos

---

<sup>3</sup> Taller Internacional de Certificación. (2000). Acuerdo de Mohonk. New Paltz.

turísticos, incluyendo formas convencionales y alternativos.” (Bien, Definiciones de turismo sostenible, ecoturismo y conceptos afines)<sup>4</sup>

Cuadro 1 Componentes que diferencian el ecoturismo del turismo sostenible

| Ejes principales  | Ambiental   | Sociocultural   | Económico   |
|---|---|---|---|
| <b>Para ser considerado turismo sostenible (sustentable o responsable), debe cumplir con:</b> | Minimizar desechos (aguas residuales, sólidos)  | No dañar la cultura   | Calidad de servicio<br><br>(cumple con estándares mínimos), esp. aseo y mantenimiento                       |
|   | Reducir consumo (insumos, electricidad, agua, combustible, etc.)  | Contribuir al desarrollo local  | Seguridad<br><br>a) En actividades turísticas.<br><br>b) Amenazas para los clientes.<br><br>c) Emergencias. |
|   | No contaminar (aire, agua, suelos, sonidos, visualmente)  | Beneficio económico a la comunidad  | Mercadeo honesto y comercialización ética   |
|   | No dañar o comercializar ilegalmente o en forma no sostenible la flora y fauna                                  | Adquisición sana de propiedad   | Buenos principios empresariales, retroalimentación de clientes y acción correctiva                          |
|   | Capacitación del personal de la empresa   | Capacitación del personal de la empresa   | Capacitación del personal de la empresa   |
|   |   |   |   |
| <b>Para que sea ecoturismo, debe cumplir con lo anterior y además:</b>                        | Fortalecer <i>activamente</i> la conservación   | Fortalecer social y culturalmente la comunidad local  | Concordar con el entorno en escala y diseño, tanto para manejo de grupos como para estructuras.             |
|   | Dar interpretación ambiental para clientes  | Dar interpretación cultural para clientes   |   |
|   | Poner a los clientes en contacto directo y personal con la naturaleza   | Respetar la cultura y costumbres locales (esp. tradicionales o indígenas)   |   |
|   | Utilizar las mejores (ejemplares) prácticas ambientales (p. ej. energía renovable, insumos reutilizables, etc.) | [Propietarios, Gerentes, Ejecutivos son locales o viven en la comunidad]<br><i>Este punto no es de consenso de los participantes.</i> |   |

Fuente: Bien, A. para CANAECO en II Foro de Ecoturismo 2004

El turismo rural comunitario es otro segmento dentro del sector de turismo, que ha sido definido por la Cámara Nacional de Turismo Rural Comunitario (CANTURURAL) como “aquellas experiencias turísticas planificadas e integradas

<sup>4</sup> Bien, A. *Definiciones de turismo sostenible, ecoturismo y conceptos afines.*

sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales para beneficio de la comunidad”. (Solano, 2009)<sup>5</sup>

### **El turismo sostenible en Costa Rica**

El gobierno costarricense recientemente ha mostrado mayor compromiso con la sostenibilidad turística, el ecoturismo y el turismo rural. El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) en su Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica 2002-2012 ha incluido estrategias para mejorar y estimular la sostenibilidad turística. Este plan promete que se propiciará un desarrollo turístico apoyado en la ética, la calidad y la sostenibilidad, y que cualquier beneficio o incentivo que el país aporte para el desarrollo, se ligará al cumplimiento controlado de estos factores en la industria turística. Además, el Plan Nacional exige que la inversión privada, nacional y extranjera, tanto en proyectos nuevos como en el mejoramiento y ampliación de los existentes, deban fomentar la innovación, el desarrollo de nuevos productos y fundamentalmente mantener un compromiso paralelo con el desarrollo local. Al mismo tiempo, se dará impulso al desarrollo de pequeñas y medianas empresas de alta calidad como estrategia para la incorporación de las comunidades en el sector turístico. En la promoción turística, el concepto de sostenibilidad será pilar fundamental para la actividad turística y se considerará como el factor principal de diferenciación del producto turístico nacional. El mayor compromiso del gobierno con formas sostenibles de turismo también se puede ver en la reciente Ley de Fomento del Turismo Comunitario, el Decreto que declara de interés público el Turismo Rural Comunitario, la declaración del Turismo Rural Comunitario como el cuarto macro producto a desarrollar y promocionar, y la constitución de la Cámara Nacional de Turismo Rural Comunitario.

---

<sup>5</sup> Solano, L. (2009). Manejando la crisis en empresas de Turismo Rural Comunitario. *Tecnitur* .

Sin embargo, el aumento en la popularidad del ecoturismo y el turismo sostenible de los últimos años también ha tenido consecuencias negativas. Como los términos “eco” y “sostenible” han estado de moda y han despertado el interés de un público cada vez más consciente de los posibles impactos negativos del turismo y de la necesidad de mitigar y evitar estos impactos, muchos emprendimientos han utilizado estos términos meramente como una estrategia de ventas. El llamado “lavado verde” ha creado mucha confusión entre los turistas y ha resultado en la pérdida de credibilidad de aquellos emprendimientos que sí cumplen con las características del ecoturismo o turismo sostenible mencionadas anteriormente.

### **Programas de certificación**

Como consecuencia de esta tendencia, han surgido numerosos programas de certificación mundialmente, que evalúan la sostenibilidad y el compromiso con la conservación y las comunidades. En Costa Rica, el programa de Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) diseñado por el ICT es el programa más importante y conocido. El programa de CST categoriza y certifica empresas turísticas según el nivel de acercamiento de sus operaciones a un modelo de sostenibilidad, referente al grado de impacto sobre los recursos naturales, culturales y sociales del país. Esta certificación se enfoca en cuatro componentes operacionales: el componente físico-biológico, la infraestructura y servicios, los clientes externos, y el ambiente socio-económico. Así que, básicamente, certifica un equilibrio de conservación de los recursos naturales y culturales, mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales y éxito económico, que puede contribuir a otros programas de desarrollo nacional. Aunque Costa Rica y muchas de las empresas orientadas en la naturaleza son conocidas por el ecoturismo, el CST certifica un concepto más amplio que se pueda aplicar a empresas de ecoturismo pero también a actividades turísticas urbanas. Por lo tanto, existe un solo programa de evaluación, el cual se aplica a todo tipo de hospedaje turístico. La Comisión

Nacional de Acreditación es la entidad que evalúa la empresa, otorgando un nivel de sostenibilidad de 0-5. El nivel uno significa un primer paso en el proceso hacia sostenibilidad, mientras el nivel cinco indica que la empresa se considera un modelo del turismo sostenible.

### *1.2 Problemática.*

Hasta la fecha, todos los emprendimientos de hospedaje a los que ha sido otorgado el máximo nivel (nivel cinco) de parte del CST han sido alojamientos lujosos que manejan tarifas altas (aprox. \$200+ por noche). Con la excepción del Hotel Harmony (3 estrellas), todos estos emprendimientos cuentan con cuatro estrellas. La hipótesis es: las Posadas de Turismo Rural solamente pueden obtener el máximo nivel del programa CST si se adaptan los requisitos a esta modalidad.

### *1.3 Justificación del problema*

Después de la reciente implementación de la Ley de Fomento de Turismo Rural, las iniciativas pequeñas de turismo rural que únicamente cuentan con tres a diez habitaciones pueden obtener la Declaratoria Turística bajo la modalidad de Posada de Turismo Rural, reciben mayor atención e información de parte del gobierno y el ICT, y por ende hay cada vez más posadas de turismo rural interesadas en el programa CST. El Turismo Rural por definición se basa en los principios de la sostenibilidad, sin embargo por lo general no cuentan con la misma capacidad de inversión (por ejemplo en tecnologías limpias) que los alojamientos lujosos que han sido galardonados con el nivel cinco del CST. Se espera demostrar al CST que es necesario adaptar los requisitos a la modalidad de Posadas de Turismo Rural. Sin embargo, aún si se llega a la conclusión de que no es imposible para las Posadas de Turismo Rural llegar al nivel más alto del programa CST, se considera importante hacer la comparación con otros programas de certificación, por ejemplo aquellos especializados en turismo rural, para hacer recomendaciones sobre cómo mejorar el programa.

#### *1.4 Supuestos*

- Se desarrolla la investigación iniciando del supuesto de que los emprendimientos de Turismo Rural Comunitario tienen la posibilidad de alcanzar el máximo nivel de CST siempre y cuando los criterios del CST sean ajustados.
- Se parte del supuesto de que las empresas de Turismo Rural Comunitario por definición son sostenibles.
- Se parte del supuesto de que los emprendimientos que se investiguen en esta tesina sean representativos para los demás emprendimientos.

#### *1.5 Restricciones*

Se entiende por restricciones aquellas situaciones y condiciones durante esta tesina que limitaron de alguna forma la investigación realizada. Una importante restricción durante la investigación ha sido el hecho de no poder analizar los resultados de la evaluación de los emprendimientos de TRC inscritos en el proceso del CST. La cantidad de tiempo que el CST toma actualmente para realizar la inspección tuvo como resultado que dichos emprendimientos todavía se encuentran en la etapa de recopilación de evidencias, y no se llegó a la etapa de la calificación. Además, por razones obvias, no se pudo analizar todos los emprendimientos que ya recibieron la certificación y los que se encuentran en proceso, y por lo tanto se analizaron solamente algunos emprendimientos. Se espera que estos emprendimientos hayan tenido experiencias con el CST que son relevantes para otros hoteles en el sector.

#### *1.6 Objetivo general*

Investigar si el programa de CST necesita adaptar los requisitos de la certificación a la modalidad de Posada de Turismo Rural recién incorporada en la Ley y hacer recomendaciones para mejorar el programa CST para que la certificación sea más accesible para las Posadas de Turismo Rural Comunitario.

### *1.7 Objetivos específicos*

- Analizar los requisitos actuales del programa CST, según metodologías existentes de análisis y diseño de programas de certificación.
- Comparar los requisitos del CST con otros programas de certificación que evalúan Turismo Rural o pequeñas iniciativas de Ecoturismo.
- Seguir de cerca parte del proceso de evaluación de parte del CST de diferentes iniciativas de Turismo Rural Comunitario y comparar estos casos con hoteles que ya han obtenido la certificación.
- Obtener la opinión de expertos en el tema para analizar la necesidad de una categoría aparte en el CST para los emprendimientos del TRC.

## MARCO TEÓRICO

### *2.1.1 Antecedentes de la Institución*

La marca CST (Certificado para la Sostenibilidad Turística) fue desarrollada por el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), con el fin de “convertir el concepto de sostenibilidad turística en algo real, y como la única forma de competir en este siglo. [...] La historia nos ha enseñado que un destino de calidad se forja no solo mejorando la condición de los factores más visibles de la industria, tales como hotelería, gastronomía y promoción, sino que también la seguridad, los atractivos, el medio ambiente, las comunidades locales y la capacitación, entre otros. Así el fortalecimiento integral permitirá un turismo sano y equilibrado en lo económico, social y ambiental, abriendo nuevas posibilidades para lograr una ventaja competitiva que permitirá posicionarse en los agentes directos: los turistas.” (ICT, s.f.)<sup>6</sup>

“El CST es un Programa que fue diseñado para categorizar y diferenciar empresas turísticas de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad, en cuanto al manejo de los recursos naturales, culturales y sociales.” (CST)<sup>7</sup>

### *2.1.2 Misión y visión*

#### **Para el sector turístico nacional**

“A nivel del país, el CST representa una marca que le permitirá a Costa Rica diferenciarse como destino, al ofrecer un producto turístico con una connotación

---

<sup>6</sup> ICT. (s.f.). *Un distintivo de sostenibilidad turística.*

<sup>7</sup> CST. *Turismo Sostenible CST: Certificación para la Sostenibilidad Turística en Costa Rica.* sitio Web CST.

de sostenibilidad. Aspecto éste, que incidirá no solo en las políticas de mercadeo que lleva a cabo el país, sino también en los controles para eliminar la práctica de algunas empresas que operan abusando del concepto "eco", "verde" o "sostenible". El Certificado para la Sostenibilidad Turística, conocido como CST, ha sido reconocido por la Organización Mundial de Turismo, como uno de los programas que está logrando modificar la forma de hacer turismo." (CST)<sup>8</sup>

### **Para el empresario turístico**

“El programa significa la posibilidad de contar con un nuevo elemento de competitividad basado en una nueva forma de diferenciación de su producto; aspecto que será plenamente reforzado e impulsado por el ICT en las campañas de promoción turística, nacionales e internacionales como incentivo al esfuerzo empresarial. Por otro lado, el CST incentiva el manejo adecuado en el uso de recursos en la empresa promoviendo su ahorro y utilización eficiente, lo que tendrá un impacto positivo sobre la relación costo-beneficio de la empresa. Por ejemplo, la utilización de tecnologías para el ahorro energético ofrece oportunidades para evitar el uso intensivo del recurso sin detrimento en la calidad del servicio y, a la vez, busca una reducción significativa sobre la facturación en los recursos.” (CST)

### **Para el turista**

El turista que seleccione una empresa turística que cuente con el logotipo del CST podrá estar seguro de que en ésta realizan acciones en todos los procesos de la gestión empresarial, con el fin de evitar impactos negativos en el ambiente, cultura y sociedad. (CST)

---

<sup>8</sup> CST. *Turismo Sostenible CST: Certificación para la Sostenibilidad Turística en Costa Rica*. sitio Web CST.

## **Para otros sectores productivos**

El CST es un programa "punta de lanza" que abre oportunidades para el desarrollo de empresas suplidoras de bienes y servicios con una orientación sostenible. La necesidad de utilizar productos reciclables, reutilizables, naturales, dispositivos para el ahorro de energía y agua, manejo de desechos, información y otros, es el detonante que abre las puertas para un nuevo mercado de productos ambiental y socialmente amigables, capaz de suplir a mediano plazo a otros sectores de la economía, generando una sinergia y un balance positivo global en términos de sostenibilidad. (CST)<sup>9</sup>

### *2.1.3 Estructura del programa*

“El programa del CST toma en cuenta cuatro diferentes ámbitos;

- A. Entorno Físico Biológico: este apartado evalúa la relación entre empresa y ambiente, con el objetivo de procurar la puesta en práctica de políticas y programas para minimizar el impacto negativo en la naturaleza.
- B. Planta de servicios: la sección destaca la implementación de medidas para el uso eficiente de los recursos naturales, particularmente para el ahorro de agua y energía, así como para el manejo de los desechos sólidos. (Nota: en el caso de agencias de viajes se evalúa la gestión del servicio en este ámbito)
- C. Cliente externo: el apartado se refiere a la relación entre la empresa y los turistas, especialmente en cuanto a la manera en que se involucra a los clientes en la puesta en práctica de las políticas de sostenibilidad, a fin de que contribuyan con el ambiente natural y social.
- D. Entorno socioeconómico: esta sección evalúa la dinámica existente entre empresa y comunidad, particularmente en el sentido de la contribución de

---

<sup>9</sup> CST. *Turismo Sostenible CST: Certificación para la Sostenibilidad Turística en Costa Rica*. sitio Web CST.

la empresa turística al desarrollo local y a la preservación de los buenos valores sociales.” (CST)<sup>10</sup>

Para cada uno de estos aspectos se diseñaron, en forma de cuestionario, preguntas específicas que sirven para evaluar en qué tanto la empresa cumple con los estándares prefijados. Véase anexo 2 para el cuestionario completo. “Así, cada una de las preguntas representa un elemento de la sostenibilidad que la empresa debe cumplir para clasificar en alguno de los niveles que se han determinado. Para medir y ubicar estos niveles, el CST establece una escala de 0 a 5, en la que cada número indica la posición relativa de la empresa en términos de sostenibilidad. El obtener el primer Nivel significa que la empresa ha dado el primer paso para integrarse en el camino o proceso de sostenibilidad. Los siguientes niveles corresponden con estados cada vez más avanzados en el proceso específico evaluado, culminando éste con la obtención del Nivel 5, situación en la que se encontraría una empresa considerada como ejemplar en términos de sostenibilidad.” (CST)

La subsecuente categorización, se realiza de acuerdo con el siguiente esquema:

| <b>Nivel</b> | <b>% cumplimiento</b> |
|--------------|-----------------------|
| 0            | < 20                  |
| 1            | 20-39                 |
| 2            | 40-59                 |
| 3            | 60-79                 |
| 4            | 80-94                 |
| 5            | ≥ 95                  |

---

<sup>10</sup> CST. *Turismo Sostenible CST: Certificación para la Sostenibilidad Turística en Costa Rica*. sitio Web CST.

“En función de la idea de sostenibilidad, el cumplimiento debe ser equilibrado para los diferentes ámbitos mencionados. Por ejemplo, para el Nivel 3 es necesario cumplir al menos con el 60% de las condiciones establecidas para los ámbitos: entorno físico biológico, planta de servicio, gestión del servicio (exclusivo para Agencias Tour Operadoras), cliente externo y entorno socioeconómico. El nivel en el que logre ubicarse una empresa corresponde al menor nivel alcanzado en alguno de los ámbitos. Con esto se pretende que las empresas avancen hacia un modelo de sostenibilidad considerando por igual la importancia de los cuatro ámbitos que entran en juego. Se asocia a una estructura gradual de incentivos directos que las empresas podrán disfrutar; a mayor nivel mayores beneficios en promoción diferenciada (particular para el CST) internacional y nacional, capacitación, respaldo para participación en ferias y otros eventos, información y otros más.” (CST)<sup>11</sup>

### *2.2.1 El turismo rural comunitario en Costa Rica*

El turismo rural comunitario ha sido definido por Carlos Morera en Ambien-TICO como “un nuevo concepto de turismo rural que, considerando las particularidades socio-ambientales del país, [manifiesta] un modo de turismo desarrollado en espacios rurales, centrado en la combinación de atractivos naturales, culturales y agrícolas, que potencia el desarrollo endógeno por medio de la creación y el fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas y que favorece el manejo sostenible de los recursos naturales y culturales”. (Morera, 2006)<sup>12</sup> La definición oficial de la Cámara Nacional de Turismo Rural Comunitario (CANTURURAL) es

---

<sup>11</sup> CST. *Turismo Sostenible CST: Certificación para la Sostenibilidad Turística en Costa Rica*. sitio Web CST.

<sup>12</sup> Morera, C. (2006). Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica. *AmbienTICO* .

“el turismo rural comunitario se define en Costa Rica como aquellas experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales para beneficio de la comunidad”. (Solano, 2009)<sup>13</sup>

El turismo rural es una forma de turismo alternativo que en Costa Rica creció significativamente en los últimos años. Es una forma de turismo que, si se desarrolla de manera adecuada, puede traer muchos beneficios para las comunidades locales. El turismo rural, a diferencia del turismo tradicional, ayuda a conservar y proteger los atractivos y el patrimonio, ya que aplica los principios de la sostenibilidad turística. Este tipo de turismo ha probado ser un instrumento más que eficaz para revalorizar las diversas manifestaciones culturales: gastronomía, tradiciones, usos y costumbres de la vida cotidiana, etc. Además, puede ayudar a evitar la migración de las zonas rurales, generando empleos alternativos sobre todo para los jóvenes y mujeres, a través de un modelo turístico que da mucho más control a la comunidad local que el modelo turístico tradicional.

La necesidad de lograr suficiente escala para la promoción, la comercialización, la capacitación, la compra de insumos, las dificultades para acceder a las fuentes de financiamiento, la necesidad de asesoramiento en los distintos aspectos (contable, legal, gastronomía, hostelería, etc.) promueve la creación de redes de TRC, como el Consorcio Cooperativo Red Ecoturística Nacional (COOPRENA). COOPRENA ha formado la Alianza de Organizaciones para el Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario en conjunto con ACTUAR y la ONG ACEPESA, que ha contribuido al fortalecimiento del turismo rural del país.

Algunas de las empresas que constituyen la oferta de turismo rural comunitario cuentan con más de 10 años de experiencia. Este producto surge a partir del

---

<sup>13</sup> Solano, L. (2009). Manejando la crisis en empresas de Turismo Rural Comunitario. *Tecnitur* .

esfuerzo y la creatividad de la gente del campo costarricense, y por lo tanto, muchas de las iniciativas operan de manera informal, por lo que además ha resultado difícil registrarlas en las estadísticas del sector. No obstante, a partir de la creación de estructuras gremiales como la Mesa Nacional Campesina y de comercialización como COOPRENA y ACTUAR, el surgimiento de la Alianza de Organizaciones para el Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario y el apoyo del Instituto Costarricense de Turismo y ACEPESA, se ha avanzado en un proceso de formalización de las operaciones de este grupo empresarial, lo que ha permitido mejorar los registros.

Debido a que, en la mayoría de los casos, el turismo rural comunitario es un complemento de la actividad agropecuaria, es difícil estimar los empleos directos e indirectos generados con los mecanismos tradicionales de medición. Sin embargo, se puede afirmar que, según los datos obtenidos por los inspectores del ICT en las dos rondas de visitas realizadas a las empresas de la Alianza, alrededor de dos personas se benefician de los ingresos del turismo rural por habitación, mediante la prestación de sus servicios laborales. Registros de la Alianza indican que los ingresos percibidos por hora laboral en turismo rural comunitario es 50% mayor al salario promedio rural. Este dato es interesante por cuanto estos empleos son aprovechados fundamentalmente por mujeres; aunque no se cuenta con datos de la composición exacta de género de estos puestos. Según COOPRENA R.L., actualmente existen más de 70 comunidades con iniciativas de turismo rural en Costa Rica, las cuales representan aproximadamente 1500 familias costarricenses.

No obstante, el valor potencial del turismo rural comunitario como instrumento de desarrollo no se refleja en estas cifras. Este tipo de turismo permite integrar las riquezas naturales, la vida cotidiana de la comunidad rural y la dinámica propia de las actividades agropecuarias, en un producto atractivo para el mercado turístico

nacional e internacional. Se orienta al turista interesado en conocer y disfrutar la vida del campo, como por ejemplo, cabalgatas, caminatas, agro-actividades, conocimiento de métodos alternativos de producción, pesca de agua dulce, fiestas patronales y turnos, sin descartar otras posibilidades accesibles en la zona como el turismo de aventura, la naturaleza, el sol y la playa y la práctica de actividades deportivas. Se caracteriza, además, por ofrecer a los y las visitantes un contacto personalizado: los servicios son prestados por los y las productoras, a través de organizaciones o directamente como negocio familiar.

A diferencia del turismo rural ofrecido por otros países, las empresas de turismo rural comunitario en Costa Rica, por su dinámica comunitaria y la escala de su actividad, para articular un producto turístico requieren de la participación de varias familias o de la comunidad en su conjunto. La principal diferencia entre turismo rural y turismo rural comunitario es que esta actividad económica es planificada por la organización comunal y son los residentes de las comunidades quienes participan en forma directa en la gestión de los emprendimientos y en sus beneficios.

### *2.2.2 El marco legal del turismo rural comunitario en Costa Rica*

El pasado 28 de abril de 2009 la Asamblea Legislativa aprobó por unanimidad la “Ley de Fomento del Turismo Comunitario” (expediente 16.879). Esta Ley es de gran importancia para el turismo rural comunitario en Costa Rica. Las organizaciones campesinas y comunidades indígenas, principales protagonistas de este tipo de actividad, requieren un cambio de orientación en las políticas públicas de tal manera que realmente se adecuen a sus necesidades y favorezcan el desarrollo de una economía popular en el ámbito rural. Esta Ley,

propuesta por la Alianza de Organizaciones para el Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario, supone un estímulo a favor del turismo rural comunitario.

Esta ley beneficia a las iniciativas del TRC de varias maneras; exonera de todo tributo y sobretasas que se aplique a la importación o compra local de ciertos equipos necesarios para el turismo, permite obtener la declaratoria turística con solamente 3 habitaciones en vez de 10 bajo la categoría “posada de turismo rural” que da acceso a varios incentivos, y declara de interés nacional al TRC.

Sin embargo, no se logró incluir el tema de la propiedad de tierra, para apoyar a aquellas iniciativas de turismo rural comunitario del país que no poseen títulos de propiedad debido a que se encuentran ubicadas en reservas, tierras del Instituto de Desarrollo Agrario, o en las Islas del Golfo de Nicoya. La titulación es muy importante debido a que es un requisito que tiene el ICT para que las empresas de turismo puedan obtener la declaratoria turística y el contrato turístico para poder acceder a los incentivos que otorga la Ley.

### *2.2.3 Estadísticas del Turismo Rural*

Según una encuesta del ICT sobre turismo rural, entre los servicios de recreación para las personas turistas, las actividades más ofrecidas son: “observación de aves (55%), senderismo (50,3%) y agro-ecoturismo (45%). Otras en menor proporción son: paseos a caballo (38,6%), plantas medicinales (35,1%) y artesanías (33,3%). Igualmente, la encuesta del ICT determinó que las empresas de turismo rural no ofrecen un único servicio, sino que hay una amplia gama de servicios complementarios tales como: hospedaje, servicio de alimentos y

bebidas, fincas orgánicas, pesca de trucha y tilapia, paseos a caballo, áreas para acampar, senderos, tours acuáticos, y tours agro-ecoturísticos.” (ICT, 2005)<sup>14</sup>

“El ecoturismo y el turismo rural comunitario [...] atraen al 38,5% de los visitantes que llegan al país, según la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR). Según CANATUR, solo en el año 2007 cerca de 733.000 personas practicaron ecoturismo, actividad que promueve la conservación y sostenibilidad de los recursos naturales, así como el involucramiento y la participación activa de las poblaciones locales. El ecoturismo en Costa Rica generó en 2007 aproximadamente 986 millones de dólares en divisas. CANATUR estima que para 2012 al menos 1,6 millones de turistas nacionales y 2,3 millones de visitantes internacionales realizarán turismo en Costa Rica.” (Hosteltur, 2008)<sup>15</sup>

Cifras publicadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), indican que del total de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial, un 3% corresponde a personas que desean practicar el turismo rural. En general se proyecta que esta actividad tenga un desarrollo creciente y sostenido. Según datos del ICT para el 2005, “un 61% de las personas extranjeras que visitan Costa Rica con miras a poner en práctica el turismo rural reside en los Estados Unidos, aunque solo un 58% son de nacionalidad estadounidense, el resto lo constituyen canadienses, europeos y mexicanos. De las personas residentes en los EEUU, el mayor porcentaje proviene del Estado de California (17,4%), seguido de Massachusetts (12,1%), Florida (9,9%), New Jersey (6,3%), Minnesota (5,8%), Maine (5,3%), Illinois (5,0%), Michigan (4,5%) y Tennessee (4,1%). De las personas residentes en Europa, la mayoría proviene de Gran Bretaña (26,9%), España (15,4%), Francia (11,5%), Alemania y Suecia (7,7%). Casi un 30% de la muestra se

---

<sup>14</sup> ICT. (2005). *Encuesta a turistas que visitan Costa Rica*. San José.

<sup>15</sup> Hosteltur. (2008). *El ecoturismo y el turismo rural ganan adeptos en Costa Rica*.

encuentra en el grupo de edad de 45-55 años, seguido por el grupo de los 35-44 años (casi un 22%). El nivel de escolaridad de la muestra es bastante alto: un 58% de las personas tiene formación universitaria, de las cuales un 32% posee grado de maestría o doctorado. Un 32,2% de las personas turistas de la muestra se encuentra en un rango de salario anual bastante alto (\$100.000 a \$125 mil).” (ICT, 2005)<sup>16</sup>

La motivación principal para el cliente que escoge un alojamiento rural es la tranquilidad que le transmite el medio rural y natural en contraposición al medio urbano, por lo tanto la ubicación del albergue y el entorno son aspectos relevantes a la hora de decidir y reservar un albergue de turismo rural. Otro motivo es porque le integra en la vida cultural y local, con lo cual el permanecer, estar en un albergue, pero no de forma impersonal, no cualquier albergue, sino aquel con todos los elementos culturales y arquitectónicos le transmite e identifica la cultura local. Estos aspectos mencionados serán factores determinantes para el usuario en la elección de esta modalidad turística.

En resumen, los elementos claves “básicos” para el turismo rural según el turista son (Martínez, s.f.)<sup>17</sup>:

- Elaboración de productos (mermeladas, quesos, bebidas típicas)
- Gastronomía (productos caseros)
- El orden y la limpieza, decoración, arquitectura del hospedaje
- Seguridad
- Gestión medioambiental (reciclaje, minimizar consumo, concienciar mediante actividades en medio natural)

---

<sup>16</sup> ICT. (2005). *Encuesta a turistas que visitan Costa Rica*. San José.

<sup>17</sup> Martínez, L. (s.f.). Una nueva alternativa de agronegocios: turismo rural.

- La calidad de la información y comunicación (veracidad de la comercialización, precios, etc.)
- Que se cubran las expectativas, ya que la mayoría de los clientes vienen a través de información “boca a boca” y recomendaciones de amigos
- El paisaje, la naturaleza, la tranquilidad
- La amabilidad de la gente
- Los atractivos y actividades disponibles (senderos, deportes, monumentos, etc.)
- Participación del cliente en el destino
- Patrimonio cultural (folclore, fiestas típicas, bailes)
- Una experiencia diferente a la habitual
- Saber que su visita ayuda al desarrollo local y conservación del patrimonio cultural y natural
- Accesibilidad

Pero para que sea inolvidable la experiencia, debe de ofrecer:

- Diversidad
- Complementariedad
- Innovación
- Compromiso
- Autenticidad
- Calor humano
- Tradición
- Aprendizaje

Se debe tener presente que en todo este proceso, el turismo rural cumple un papel más importante que el puramente económico, ya que supone una fuente de revitalización social en el medio rural, de ahí la necesidad de asociarse no sólo

por razones de viabilidad económica sino más bien como cauce para la construcción de una "imagen de marca" del territorio que tenga en cuenta a las personas que lo habitan. Esa "imagen de marca" debe ser construida con la participación directa de los agentes conocedores del territorio. Los habitantes del medio rural deben jugar un papel decisivo de mediación entre su medio y el visitante. El medio rural no es solo un paisaje, no puede interpretarse adecuadamente sin la intervención de la persona rural que lo habita. Las personas moldean su espacio vital a la vez que éste les confiere su identidad. En este sentido, el turismo rural no puede limitarse únicamente a ofrecer alojamiento. Debe basarse en la autenticidad de la relación entre el visitante y los que viven en el territorio y un acercamiento a la realidad de sus pobladores.

### *2.3.1 El CST en el Turismo Rural Comunitario*

Como el Turismo Rural Comunitario es una modalidad relativamente nueva en Costa Rica, y apenas recientemente ha empezado a recibir apoyo de parte del gobierno, el ICT y otras entidades oficiales, no existen todavía muchos emprendimientos certificados por el programa CST. De los pocos emprendimientos de hospedaje bajo la modalidad de Turismo Rural Comunitario que ya han sido certificados por el CST, la mayoría ha recibido el nivel dos o tres. No existe ningún emprendimiento de hospedaje de Turismo Rural Comunitario que haya alcanzado el nivel cinco. Curiosamente, todas las agencias de viajes que han recibido el máximo nivel del CST, trabajan a algún nivel con Turismo Rural Comunitario. Simbiosis Tours (tour operadora de COOPRENA R.L.) y ACTUAR (Aventuras Rurales) forman parte de las principales redes de TRC en Costa Rica, mientras que Horizontes y Ecole Travel apoyan y contribuyen al TRC. Así que, el Turismo Rural Comunitario sí ha llegado al máximo nivel del programa

CST en la categoría de agencias de viajes, pero esto no ha sido así en la categoría de hospedaje.

Considerando que el Turismo Rural Comunitario es una modalidad del turismo que se define por los principios de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial, es extraño que las Posadas de TRC todavía no hayan logrado llegar al máximo nivel. Una razón para esto puede ser que los requisitos para el CST para hospedaje sean muy exigentes.

En el caso de hospedaje se evalúa la planta de servicios, mientras que en el caso de una agencia de viajes se evalúa la gestión de servicio. Los requisitos en este ámbito son particularmente exigentes, y su cumplimiento conlleva varias inversiones en tecnologías nuevas y limpias de energía, sistemas de iluminación eficientes, y programas de reciclaje.

Aunque estas medidas resultarán en ahorros con el tiempo, son inversiones difíciles de realizar para pequeñas empresas con presupuestos limitados. Además, el CST exige buenas prácticas a los proveedores de productos; un requisito que es más difícil de cumplir para un hotel pequeño que utiliza una variedad de productores locales, que para un hotel grande que por su volumen puede exigir certificaciones a sus proveedores.

Otro tema interesante es la falta de conocimiento del CST entre hoteles de tarifas más bajas, investigada en el 2004 por The School of Field Studies. La siguiente ilustración muestra una seria falta de conocimiento y participación de hoteles con tarifas más bajas, comparado con hoteles de tarifas más altas. Aún más preocupante es que el precio promedio de los hoteles sin conocimiento del CST es más bajo que el precio promedio de los hoteles que no participan en el CST;

en otras palabras, los hoteles de tarifas más bajas tienen poco conocimiento del CST.

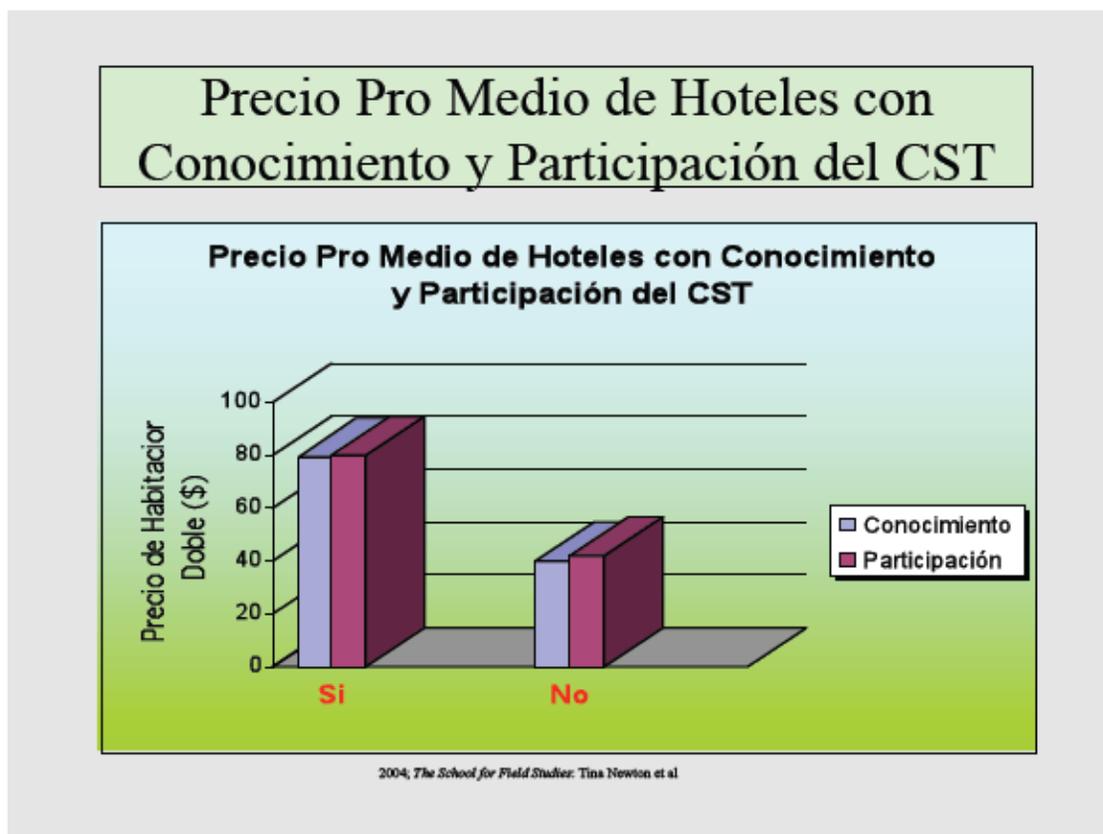


Figura 1 Precio promedio de hoteles con conocimiento y participación del CST

## MARCO METODOLÓGICO

### *3.1 Hipótesis*

La hipótesis es: ¿Está el máximo nivel del Certificado de Sostenibilidad Turística otorgado por el Instituto Costarricense de Turismo fuera del alcance de las pequeñas iniciativas de alojamiento de Turismo Rural Comunitario en Costa Rica?

Para investigar si la hipótesis es correcta, se va a llevar a cabo una investigación cualitativa del programa de CST y sus requisitos, para identificar los problemas que las pequeñas iniciativas de Turismo Rural tienen (o van a tener) para cumplir con estos requisitos.

La investigación cualitativa evita la cuantificación, y se trata de la recolección, análisis e interpretación de datos que no son objetivamente medibles. Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas. La investigación cualitativa estudia la asociación o relación entre variables en contextos estructurales y situacionales. La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica.

Se analizará a varios hoteles que ya fueron galardonados con la certificación. Así, se puede observar si existen requisitos que podrían causar gran dificultad para ser cumplidos por las pequeñas iniciativas, y si existen, cuales son. Además, se analizará cuánta ha sido la inversión directa que tuvieron que hacer para obtener el CST, cuáles dificultades han experimentado y cuáles requisitos podrían ser mejorados.

Se tomará en cuenta la opinión de diferentes expertos en el tema del CST, y la opinión de varios representantes de Posadas de Turismo Rural Comunitario que ya han iniciado el proceso de la implementación de buenas prácticas y la recopilación de evidencias.

### *3.2 Fuentes de información*

Para realizar la investigación, se utilizarán fuentes primarias y secundarias de información. Entre las fuentes primarias se encuentran las entrevistas que se realizarán, con expertos en el tema de CST, representantes de hoteles que cuentan con la certificación y representantes de Posadas de Turismo Rural Comunitario en proceso de certificación.

Otra fuente primaria será un grupo de enfoque, donde se motivará a una discusión entre expertos del CST y representantes de pequeños hoteles, además de una revisión sistemática de los criterios del programa, la evidencia requerida y las opiniones de los participantes sobre dichos criterios.

Entre las fuentes secundarias se encuentra un estudio realizado por Amos Bien para FODESTUR en el 2000, llamado “estudio de estrategias de certificación en Centroamérica”. Este estudio será tomado como base para comparar el CST con otros programas de certificación.

Otra fuente secundaria es un ensayo de Glenn Jampol, dueño de la Finca Rosa Blanca Coffee Plantation & Inn, llamado “ecology and labelling”. Este ensayo incluye la experiencia personal del autor con el proceso del CST y las dificultades que encontró durante el proceso. Otra fuente secundaria muy importante para esta investigación será la “Guía de gestión sostenible para hoteles en crecimiento:

herramientas para obtener y mantener el CST”, desarrollado por la Asociación de Pequeños Hoteles de Costa Rica (APHCR), la Asociación de Microempresarios Turísticos de la Gran Área metropolitana (AMIGAM), y el Consorcio Cooperativo Red Eco-turístico Nacional (COOPRENA R.L.). Esta guía, aparte de contener todos los criterios del CST, también incluye las buenas prácticas a implementar para cumplir con estos criterios.

### *3.3 Método de investigación*

El método de investigación elegido es el método lógico deductivo. Mediante él se aplican los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios. El papel de la deducción en la investigación es doble; primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos, y también sirve para descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos.

### *3.4 Técnicas de investigación*

Se utilizarán técnicas de investigación cualitativa directa, como entrevistas en profundidad con hoteles que encuentran dificultad para cumplir con los requisitos, y con expertos en el tema de certificación. Estas técnicas incluirán investigación documental e investigación de campo.

La investigación documental se apoya en la recopilación de antecedentes mediante documentos que fundamentan y complementan la investigación con lo aportado por diferentes autores. La investigación de campo se realiza directamente en el medio donde se seleccionó realizar el trabajo final.

Las herramientas de apoyo utilizadas serán el acopio de antecedentes por medio de entrevistas, y la observación participante. Otra técnica que se utilizará es un grupo de enfoque. Esta es una técnica en la que un moderador introduce el tema de discusión a un grupo de individuos, dándoles la oportunidad de que interactúen con sus comentarios y opiniones dirigidos en todo momento hacia los objetivos de análisis. Se eligió esta técnica, en vez del método Delphi que se había seleccionado originalmente, por varias ventajas, entre las cuales se encuentran su efecto de sinergia entre las respuestas, su efecto de bola de nieve o catalizador, su efecto de seguridad y su espontaneidad y libertad en el desarrollo.

## DESARROLLO

### *4.1 Comparación del programa CST con otros programas de certificación*

Existen programas de certificación, que buscan proveer un programa de acción para el turismo sostenible y estimular la mejoría gradual en el desempeño individual de la empresa, sin hacer referencia a una estándar base. Estas iniciativas ofrecen la oportunidad de obtener la certificación a todas las empresas turísticas que se comprometen a reducir el nivel de impacto ambiental (u otros impactos), basándose en la implementación de un proceso o sistema que se dirige a este impacto. La referencia al nivel actual de consciencia o impacto de la empresa es muy limitada.

Estos programas son conocidos como programas de certificación de procesos, y se puede decir que son aplicables a cualquier actor de la industria, ya que estimulan mejorar el desempeño con el tiempo en vez de premiar a las mejores empresas.

Los programas de certificación de desempeño buscan identificar productos, servicios u operadores que son sostenibles. EcoRomania, por ejemplo, certifica productos de ecoturismo y turismo de naturaleza (tours, hospedaje y destinos) en vez de empresas enteras. Este enfoque reconoce únicamente los negocios o productos que demuestran que exceden un cierto nivel de desempeño considerado la mejor práctica. Se puede decir que este enfoque ayuda a los consumidores a elegir aquellos productos, servicios u operadores que tienen menores impactos o son verdaderamente sostenibles. Aquellos negocios y destinos turísticos que tienen un nivel más alto de impactos (especialmente el mercado de masas y operadores de transporte) tienen muy poca oportunidad de solicitar la membresía de este tipo de programas, ya que es más difícil para ellos

cumplir con los requisitos estrictos. Sin embargo, el potencial de estos programas de traer un cambio a la industria entera es más limitado.

#### GREAT Green Deal (Centroamérica, el Caribe y México)

GREAT Green Deal comparte conocimientos y experiencias de manejo empresarial, socio-cultural y ambiental en países de América Latina y el Caribe, con el objeto de apoyar a las pequeñas y medianas empresas a adquirir mejores y más altos niveles de rentabilidad y competitividad por medio de la implementación de sistemas de gestión de la calidad y las buenas prácticas de turismo sostenible en todas sus operaciones. GREAT Green Deal certifica: Hoteles, Resorts y Spas, Eco-lodges y Posadas Rurales, Restaurantes, Tour Operadores, Negocios de Transporte y Proyectos Turísticos Comunitarios. Las herramientas de evaluación se basan en los Criterios Globales de Turismo Sostenible, y los precios están definidos pensando en las pequeñas y medianas empresas. El acrónimo GREAT significa por un Turismo Verde, Responsable, Exclusivo y Asombroso (por sus siglas en inglés). La ventaja de Green Deal es que fue diseñado con participación comunitaria, por la Asociación Alianza Verde, de Petén, pero sus criterios aplican también en otras regiones. (Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas, 2010)<sup>18</sup>

#### Green Globe International (a Nivel Mundial)

Green Globe es la principal certificación mundial para la industria de viajes y turismo, fundada en 1993. Green Globe es miembro afiliado de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT). El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) es propietario del 5% de Green Globe International. Green Globe otorga certificaciones en las siguientes categorías: Hoteles/Resorts, Atracciones, Empresas, Transporte, Organización, Restaurantes, Campos de

---

<sup>18</sup> Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas. (2010). Miembros: programas de certificación. *sitio Web*.

Golf, Operadores Turísticos, Compañías de Manejo de Destinos y Destinos. Las certificaciones están disponibles en inglés, español, francés, alemán y portugués. La certificación Green Globe se puede obtener de los siguientes miembros de la Alianza Green Globe: TUEV Rheinland (Europa), Heritage (Sur África), Avireal (Medio Oriente), Sustainable Travel International (Estados Unidos), Chattanooga Green (Estados Unidos) y Green Globe México. (Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas, 2010)<sup>19</sup>

Amos Bien (2000) menciona lo siguiente: "Green Globe, aunque cuenta con el apoyo del WTTC (World Tourism and Travel Council) no ha logrado una penetración en el mercado centroamericano. Tiene un doble sistema: por el pago de una suma de US\$350 o más, la empresa tiene el derecho de utilizar el logo de Green Globe, con la simple promesa de mejorar su desempeño ambiental. En Centroamérica, hay varias empresas en esta categoría: Belice (5 hoteles y el Programme for Belice), Guatemala (1 agencia), Nicaragua (1 hotel) y Costa Rica (1 agencia). Existe un segundo nivel, que consiste en la certificación de un sistema de gestión ambiental, basado principalmente en la norma ISO 14.001, pero también incluyendo normas del CST. De los cientos de afiliados a Green Globe, solo 17 han recibido la certificación: Jamaica (5), Reino Unido (4), Barbados (2), Egipto (2), Aruba (1), Mauritius (1), Sri Lanka (1) y Suiza (1). Green Globe sufre de graves problemas de imagen, debido a la confusión entre las empresas afiliadas y las pocas certificadas. El Fondo Mundial de la Naturaleza (WWF) (2000) opinó que "Compañías certificadas por Green Globe-21 parecen mejor para el consumidor, pero puede ser peor que las empresas no certificadas...El esquema carece de credibilidad y del todo no es ninguna indicación de buen desempeño...Da la impresión que recibe asesoría de WWF y

---

<sup>19</sup> Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas. (2010). Miembros: programas de certificación. *sitio Web*.

WTO, cuando esto no es el caso.” (Bien, Estrategia de certificaciones turísticas en Centroamérica, 2000) <sup>20</sup>

Green Key (a nivel mundial, sobre todo Europa)

Green Key es un sello de ecoturismo a nivel mundial que se otorga a hoteles, hostales, centros de conferencias, sitios para acampar, casas de vacaciones y facilidades de ocio.

Para obtener Green Key la empresa tiene que cumplir con una lista de requisitos ambientales. Estos requisitos están formados en una variedad de criterios. Aparte de requisitos ambientales (por ejemplo controlar la producción de desechos y el consumo de electricidad y agua, etc.), los criterios incluyen requisitos en las áreas de políticas, planes de acción, educación y comunicación.

Además existe una lista de criterios internacionales de base para la primera etapa de desarrollo, creada en el 2009. No todos los criterios están disponibles para todos los países. Se continúa trabajando en el desarrollo de los criterios para la campaña internacional.

Green Key ha sido adoptado como la quinta campaña de FEE, la Fundación para Educación Ambiental (por sus siglas en inglés), que está activa en 54 países. Otras campañas de FEE son Blue Flag (Bandera Azul), Young Reporters for the Environment, Learning about Forests, y Eco Schools. Como resultado, el programa Green Key ahora está disponible para todos los 54 países de la red de FEE, aunque hasta el momento el sello solo ha sido otorgado a empresas en 13 países.

---

<sup>20</sup> Bien, A. (2000). *Estrategia de certificaciones turísticas en Centroamérica*. FODESTUR.

El programa Green Key tiene tres requisitos claves para poder participar, que son la medición mensual del consumo de agua y de energía y el cumplimiento con todas las leyes aplicables. Después de cumplir con estos criterios de inscripción, se necesita cumplir con varios requisitos obligatorios, que tienen que ver con el ahorro del consumo, planes ambientales y la motivación de los clientes para implementar buenas prácticas. Además, existen varios requisitos opcionales, entre los cuales se puede escoger. Estos tienen que ver con la política de compra, encuestas de satisfacción del cliente y medidas para limitar los desechos sólidos producidos. (Green Key, s.f.)<sup>21</sup>

#### La marca “Q” de Calidad Turística (España)

La marca “Q” de Calidad Turística es otorgada por el Instituto para la Calidad Turística Española. El ICTE es una Entidad de Certificación de Sistemas de Calidad especialmente creados para empresas turísticas, formado por las asociaciones turísticas nacionales más importantes de este país, la Secretaría General de Turismo, las CCAA y la FEMP. Es un Organismo español, privado, independiente, sin ánimo de lucro y reconocido en todo el ámbito nacional. Es el encargado de certificar, administrar y velar por el correcto uso de la Marca “Q”.

Los miembros que constituyen el ICTE son las Organizaciones Empresariales de ámbito nacional representantes de los distintos sectores y la Administración Pública. Son además quienes conforman la Junta Directiva del Instituto. Entre ellas se encuentra la Asociación para la Calidad del Turismo Rural (ACTR).

#### Eco Romania

La Asociación de Ecoturismo en Rumanía (AER) creó un sistema de certificación para el ecoturismo, para proveer un mecanismo para poner en práctica los

---

<sup>21</sup> Green Key. (s.f.). The Green Key; the international eco label for tourism facilities. *Sitio Web Green Key* .

principios básicos del ecoturismo, y asegurar la conservación ambiental y el desarrollo sostenible de comunidades locales a través del turismo. Este sistema de certificación para el ecoturismo ha adaptado la experiencia internacional al contexto de Rumanía. El sistema ha sido basado en el programa “Nature and Ecotourism Accreditation Programme” promovido por la Asociación Australiana del Ecoturismo, y el sistema “Nature’s Best” desarrollado por la Asociación Sueca del Ecoturismo. El sistema de certificación para el ecoturismo ha sido desarrollado en conjunto con Green Cross Romania y fue cofundado por Environmental Partnership Foundation.

El sistema de certificación para el ecoturismo se dirige a tres diferentes categorías de solicitantes:

- Programas de ecoturismo / tours proveídos por tour-operadores o guías (i.e. eco-tours de máximo 15 participantes),
- Estructuras de hospedaje de pequeña escala en áreas rurales y naturales (eco-albergues y posadas de máximo 25 habitaciones),
- eco-destinos (una o varias comunidades en áreas naturales).

Programa de Certificación de Turismo Rural Sostenible de la Sociedad Uruguaya de Turismo Rural

El Programa de Certificación de Turismo Rural Sostenible, el cual está siendo desarrollado por la Sociedad Uruguaya de Turismo Rural, quiere aportar excelencia significativa y diferenciada a la imagen y al servicio de los operadores turísticos en el ambiente rural. El Programa tiene como misión brindar excelencia diferencial significativa tanto en imagen como en la prestación de servicios turísticos en el medio rural que ofrecen los operadores.

Los Objetivos Generales del Programa son:

- Crear un Sello de Calidad que represente al sector turismo rural.
- Mejorar imagen del turismo rural en Uruguay a través del Sello de Calidad específico.
- Mejorar calidad en la prestación de servicios de turismo rural.
- Promover excelencia en la gestión de los emprendimientos.
- Mejorar la competitividad del sector.
- Abrir nuevos mercados.
- Generar concientización en el cuidado con el medioambiente.
- Promover el desarrollo y la integración a nivel local.
- Posibilitar la capacitación para que los objetivos se cumplan
- Maximizar la promoción.

Entre otros aspectos, es de destacar los alcances que tiene en materia de cuidado del medioambiente, respeto por la cultura y entorno local, temas de gestión, atención al cliente, servicios post-venta y trato con el personal de las empresas involucradas. El Programa busca también ofrecer la posibilidad de capacitación en diversos temas inherentes a la prestación del servicio, así como asesoramiento a los prestadores en cualquier etapa del Proceso.

La responsabilidad oficial del Programa estará a cargo de SUTUR, quien coordinará las acciones. No obstante, SUTUR ha realizado una investigación, durante la cual se detectaron actores que necesariamente deberán estar involucrados en el Programa:

- Proveedores de los Establecimientos rurales: Agencias de Viajes (AUDAVI), Empresas Transportistas, Proveedores de alimentos, Proveedores de servicios, Escuelas de Hotelería, Guías, Profesionales en diferentes áreas de especialización, Artesanos.

- Representantes oficiales: Ministerio de Turismo (Oficinas de Turismo Departamentales), Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, Ministerio de Medio Ambiente, Ministerio de Transporte y Obras Públicas, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación y Cultura, Intendencias.
- Socios de SUTUR y no socios. (Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas, 2010)<sup>22</sup>

Cuadro 2: Sistemas de certificación en uso o en desarrollo en Centroamérica

| País  | Sistemas de certificación ambiental  |  | Sistemas de certificación de calidad                         |   |
|---|--|--|--|---|
|   | Nombre   | Promotor   | Nombre   | Promotor  |
| Belice  | Código de ética<br>capacitación de guías de turismo                                    | Belize Ecotourism Assoc.(BETA)<br>Programme for Belize | Estándares mínimos   | Belize Tourist Board (BTB)                            |
| Guatemala                                     | Green Deal   | Alianza Verde  | Service Best<br>Estrellas<br>ISO 9000<br>medición de calidad | CAMTUR<br>INGUAT<br>AENOR<br>Freeman Group            |
| Honduras                                      |  |  | Service Best<br>categorización                               | CANATUR<br>Freeman Group                              |
| El Salvador                                   |  |  | Service Best   | CASATUR/INSAFORC                                      |
| Nicaragua                                     |  |  | Service Best   | CAMTUR  |
| Costa Rica                                    | CST<br>Guaria<br>Eco-diseño<br>Bandera Ecológica/Azul                                  | ICT<br>CANAMET<br>ACOT-Holanda<br>MINAE                | Service Best<br>ISO 9000<br>medición de calidad              | CANATUR<br>ICT-INA<br>Freeman Group                   |
| Panamá  | TCI<br>ASOTEMPA  | comité técnico<br>ASOTEMPA                             | Service Best<br>medición de calidad                          | CAMTUR<br>Freeman Group<br>(IPAT-BID)                 |
| certificaciones regionales                    | ECOTEL<br>Ruta del Maíz*<br>sello verde*<br>sello costero*<br>Excelencia en Mundo Maya | HVS<br>EcoServices<br>Grupo 6<br>RARE<br>WWF           | Service Best<br><br>sello cultural*                          | Cámaras de turismo de cada país<br>(FEDECATUR)<br>UCI |
| *sistema en proceso de discusión o definición |  |  |  |   |

Fuente: Bien, A. (2000) "Estudio de Estrategias de Certificación en Centroamérica", FODESTUR

<sup>22</sup> Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas. (2010). Miembros: programas de certificación. *sitio Web* .

### Enfoque del área natural

En este aspecto los programas de certificación comparados son muy parecidos. Sin embargo, Green Globe 21 menciona como foco principal del producto la presentación de los valores naturales del área local, mientras EcoRomania específicamente menciona la utilización de por lo menos tres sentidos. Este último también pide que los productos utilicen la naturaleza como fondo o aspecto principal de las imágenes usadas en su promoción y mercadeo. Green Globe 21 pide que se ofrezca relativa soledad a los clientes de tours de naturaleza. Green Deal enfoca en las buenas prácticas relacionadas a la naturaleza y cómo mitigar los impactos sobre el ambiente natural, pero no pide que las actividades se lleven a cabo en un entorno natural. El programa CST abarca muchos diferentes aspectos del entorno natural, sin embargo, no toma en cuenta los impactos causados por movimientos de tierra y construcción, mientras Green Deal sí lo hace.

### Interpretación

Green Globe 21 y EcoRomania piden como requisito el uso de diferentes métodos de interpretación, cara a cara (teatro, charla, guías) y estática (audiovisuales, senderos, etc.). Ambos son bastante específicos en relación a la exactitud de la información dada a los turistas, y piden referencia de fuentes especializadas. Además, EcoRomania hasta pide que se pase más del 50% del tiempo con un guía o miembro del personal especialista en algún campo específico, como ornitología, botánica, administración de áreas protegidas, etc. Mientras Green Globe 21 pide sobre todo la documentación por escrito de todos los contenidos interpretativos según audiencias, con sus respectivos métodos y objetivos. Además, en Green Globe 21 y EcoRomania se evalúa el programa de interpretación según la retro-alimentación de los clientes, tasas de participación, encuestas, etc.

Estos programas también tienen requisitos muy específicos relacionados al entrenamiento de personal, integrando los principios de ecoturismo. Green Deal tiene requisitos de entrenamiento de personal, y obliga a sus afiliados a que el 80% de su personal sea de la comunidad local, algo que aumenta mucho el valor interpretativo, ya que la misma comunidad informa a los turistas sobre sus tradiciones, costumbres, flora y fauna, etc. Además, exige capacitaciones para el personal para mejorar sus destrezas. El programa CST exige que la empresa cuente con personal especializado que puede guiar y brindar información detallada a los clientes, y que los tours y actividades generales que realiza o vende el hotel promueven la interacción constructiva entre el huésped, la comunidad y la naturaleza.

#### Buenas prácticas

Se puede ver que EcoRomania ha basado muchos de sus requisitos de buenas prácticas en el programa de Green Globe 21. Muchos requisitos, como el ahorro de agua y energía, manejo de desechos sólidos, iluminación, ruido, entre otros, hasta son literalmente formulados de la misma manera. Sin embargo, EcoRomania ha ampliado estos requisitos con numerosos requisitos relacionados específicamente con ciertas actividades, como caminar, acampar, bucear, escalar, utilizar diferentes métodos de transporte como avión, bote con o sin motor, etc. EcoRomania ha podido adaptar su programa a las actividades que aparentemente se practican más en ese país.

Como Green Globe 21 es un programa global, tendría que elaborar listas muy largas de diferentes actividades y sus requisitos específicos, algo que parece difícil.

Green Deal pide básicamente las mismas buenas prácticas relacionadas al agua, la energía, y desechos sólidos, con un único requisito más específico para el país siendo la utilización de leña que proviene de una fuente renovable.

El programa CST, aparte de las buenas prácticas ya mencionadas, como el ahorro de agua y energía, el manejo de desechos sólidos, iluminación, ruido, entre otras, también exige el uso de tecnologías nuevas y limpias, como el uso de celdas fotovoltaicas, sistemas solares y energía alternativa para el calentamiento de agua. Además, pide el uso de papel reciclado y blanqueado sin cloro para por lo menos el 50% de las impresiones. El CST pide el uso de productos biodegradables, reutilizables y reciclados, y exige llevar las buenas prácticas hasta los proveedores que se utilizan.

#### Contribución a la conservación

EcoRomania recomienda (no es obligatorio) hacer un acuerdo de cooperación con los administradores de las áreas protegidas donde las actividades de ecoturismo se llevan a cabo. Este programa no especifica en qué temas deben de acordarse, mientras Green Globe 21 menciona temas específicos entre los cuales se debe de escoger por lo menos cinco y apoyarlos localmente. Además, se debe de dar asistencia a por lo menos una iniciativa regional o nacional. Estos requisitos se deben de haber cumplido en el periodo de doce meses anteriores. Esto implica que después de haber sido certificado, es difícil seguir evaluando el cumplimiento de este requisito, a menos de que la empresa solicite ser calificada para la certificación avanzada. EcoRomania no especifica los temas a apoyar, pero exige que el 3% del valor de lo que paga cada turista sea utilizado para alguna iniciativa de conservación local.

Green Deal no pide a sus afiliados que apoyen a otros programas de conservación; simplemente pide buenas prácticas hacia el entorno natural y pide educación ambiental para la comunidad local.

El programa CST pide que la empresa participe continuamente en programas de mejora ambiental, y que forme parte de organizaciones que trabajan activamente sobre la problemática ambiental. Además, pide que aquellas empresas en zonas costeras participen en el programa de Bandera Azul Ecológica. También pide que las empresas hagan inventarios de las especies de flora y fauna, que incentivan a sus clientes a visitar las áreas protegidas del país. El CST otorga puntos a las empresas que cuentan con su propia área de reserva natural, y que ésta sea manejada adecuadamente. Además, otorga puntos a las empresas que apoyan el mantenimiento y manejo de alguna área protegida estatal o privada.

#### Beneficios para la comunidad local

Green Globe 21 solamente pide dar empleo a gente local, dar oportunidades de venta de productos locales al turismo y estimula dar donaciones a infraestructura e iniciativas locales.

En este tema, EcoRomania va más allá y pide también que las empresas turísticas provean capacitaciones a la comunidad local, y que den oportunidades de prácticas profesionales a estudiantes locales. Solamente el programa de certificación avanzada exige que la comunidad local tenga participación en la operación.

Green Deal se basa en que los proyectos turísticos sean ejecutados por la misma comunidad local, y pide que la gran mayoría del personal sea de la comunidad local. Estimula que los productos y servicios sean comprados a empresas locales, y estimula la venta de artesanías locales. Este programa pide también

capacitaciones para la gente local y programas de educación ambiental para las comunidades.

El programa CST basa sus criterios sobre el entorno socioeconómico en capacitaciones, personal local, políticas laborales justas, y beneficios económicos indirectos a través de la venta de artesanías locales, la promoción de actividades organizadas en la comunidad, el consumo de productos locales y la integración de elementos culturales en el hotel.

#### Respeto cultural

Green Globe 21 pide a sus afiliados buscar una persona con afinidad por la cultura local, que asesore sobre diferentes aspectos de respeto cultural. Además, toma en cuenta la exactitud de la información sobre la cultural local, y pide dar un código de conducta a los turistas.

EcoRomania pide además que sus afiliados muestren cómo han estimulado las tradiciones, costumbres y gastronomía local. Lo que llama la atención es que Green Globe no pide que las personas consultadas para evaluar el respeto cultural sean miembros de la comunidad local, únicamente en el programa de certificación avanzada.

Green Deal pide a la entidad turística que promueva el rescate y la divulgación de las tradiciones culturales indígenas y locales, a través de folletos de información, guías capacitados, gastronomía, decoración y arquitectura. Además, pide informar a los clientes sobre códigos de conducta.

El CST se limita a políticas de apoyo a la economía local, las prácticas laborales justas y la educación sobre la cultura e historia para los clientes.

### Satisfacción del cliente

Green Globe 21 exige diferentes métodos de retro-alimentación de los clientes; a través de discusiones con el personal, libros de comentarios, agentes de viajes, la prensa, etc. Esta información debe de ser archivada y utilizada para revisar el producto.

EcoRomania permite escoger el mecanismo de retro-alimentación, pero exige que AER tenga acceso a esta información. Además, se incluye la información de contacto de AER en la información que se da al cliente, para poder recibir comentarios. EcoRomania también limita la cantidad de personas en cada grupo para aumentar la satisfacción de los clientes.

Green Deal pide varias medidas relacionadas con la seguridad, higiene y orden de los emprendimientos turísticos, pero no indica cómo se va a recibir retro-alimentación de clientes u operadores.

El CST pide tener un método de retro-alimentación sobre el programa CST, pero no sobre la atención al cliente o la calidad del establecimiento.

### Marketing responsable

Green Globe 21 y EcoRomania se limitan a pedir que la información dada sea verdadera y que se creen expectativas realistas del viaje, acerca de la cantidad de personas en un grupo, las actividades, los valores naturales y culturales, etc. Únicamente en el programa avanzado de Green Globe se exige también explicar los principios de ecoturismo y amplios códigos de conducta.

Green Deal pide que los folletos de información sean de buena calidad, en dos idiomas, y que la información dada sea fidedigna. Sin embargo, es un requisito

ponderado, y se dan puntos por folletos de mala calidad pero con información verdadera.

En el programa CST, la empresa debe de firmar una nota declarando bajo juramento que toda la información contenida en su material promocional es estrictamente veraz. Para aquellas empresas que son reevaluadas, también se exige la inclusión de información específica sobre el programa CST y su compromiso de cumplimiento en su material promocional.

#### Auto-evaluación

Estos programas de certificación dejan bastante libertad a las empresas turísticas para cumplir con los requisitos de la manera que ellos quieran. En el caso de Green Globe 21, por ejemplo, se piden “políticas que sean apropiadas para el tamaño [...]”. Este tipo de requisito es muy subjetivo y permite que la empresa justifique en sus propias palabras porqué cumple con esto.

En el caso de Green Deal, se permite asignar algunos puntos a la auto-evaluación también para requisitos cumplidos pero que no se pueden demostrar. EcoRomania ha formulado sus requisitos de manera un poquito más práctica que por ejemplo Green Globe 21, con porcentajes y cantidades más concretos, pero también deja campo para justificar puntos a través de explicaciones de la empresa.

#### Sostenibilidad económica

Ninguno de estos programas de certificación toma en cuenta la sostenibilidad económica, aunque esto se considera un aspecto muy importante, sobre todo para las pequeñas empresas turísticas. La única manera de poder alcanzar la “triple rentabilidad” es ser sostenible en el ámbito económico, ambiental, y social. Especialmente en un programa como el CST, que no toma en cuenta tampoco

aspectos de la calidad de la planta física, ni de la calidad de servicio, es aún más importante incluir requisitos para la sostenibilidad económica.

Algunos programas de certificación han creado bastante confusión por haber implementado cambios significativos en sus programas en varias ocasiones. Aunque los cambios permiten la innovación, los cambios muy frecuentes pueden causar confusión y bajar la credibilidad de los programas. También significa que muchas empresas utilizan el logo por haber cumplido con requisitos del pasado, aunque los nuevos requisitos tal vez sean más estrictos o muy diferentes.

La confusión con por ejemplo Green Globe 21 es que existen cuatro diferentes estándares (para empresas, para comunidades, para ecoturismo y para diseño y construcción) y cada estándar incluye diferentes niveles de certificación (Bronze, Silver, Gold, Básico, Avanzado, etc.). Como los logos utilizados para todos estos niveles y tipos de certificación son muy parecidos, los consumidores no logran diferenciarlos de forma adecuada.

También hay que tomar en cuenta que los programas globales tienen menos oportunidades para crear requisitos estrictos y relevantes para todos, ya que la situación de cada país difiere muchísimo. Si los requisitos son muy generales y “suaves”, no estimulan mucho el mejoramiento de las empresas de ecoturismo, pero si los requisitos son muy estrictos, pocas empresas de países en desarrollo donde no se cuenta con los recursos y facilidades necesarias tendrían acceso al programa.

Sin embargo, una gran cantidad de programas de certificación nacionales en cada país podría confundir a la gente y sería bastante difícil que los turistas internacionales se familiaricen con todos. Así que, hay muchos factores que tomar en cuenta. Todos los programas de certificación tienen algunas ventajas y

desventajas, y diferentes métodos para estimular a las empresas a mejorar su desempeño. También depende del tipo de empresa que programa de certificación aplica más a su situación. Los programas de certificación estimulan a las empresas a seguir mejorando para continuar su membresía, y se aseguran de que las empresas cumplan con regulaciones nacionales. Además, se refieren a diferentes tipos de impactos; no únicamente impactos ambientales, pero también socio-culturales y económicos.

#### *4.2 Discusión entre pequeños hoteleros y expertos en el tema*

El 5 de mayo del 2010 se llevó a cabo en el auditorio del ICT un taller llamado “Certificado de sostenibilidad turística para establecimientos de hospedaje”, el cual fue organizado por el ICT y la Asociación de Pequeños Hoteles de Costa Rica. Este taller tenía el objetivo de informar en mayor detalle sobre el programa CST y sus requisitos, y poder evacuar dudas de parte de los representantes de pequeños hoteles interesados en la certificación.

Se empezó con unas palabras de bienvenida, y después se dio una explicación del programa CST, su estructura y metodología. Luego se revisó cada pregunta de la “Guía de Gestión Sostenible para Hoteles en crecimiento: Herramientas para obtener y mantener el CST”, otorgada por el ICT, y elaborada por la Asociación de Pequeños Hoteles de Costa Rica (APHCR), la Asociación de Microempresarios Turísticos de la Gran Área metropolitana (AMIGAM) y el Consorcio Cooperativo Red Ecoturístico Nacional (COOPRENA R.L.).

Esta guía tiene como objetivo “facilitar a las pequeñas y medianas empresas turísticas los conocimientos y las herramientas para alcanzar la sostenibilidad y, de esta forma, obtener un nivel alto en el programa de Certificación para la

Sostenibilidad Turística por parte del Instituto Costarricense de Turismo. Asimismo, la guía apoyará el proceso de modernización de la gestión hotelera con un enfoque de sostenibilidad y el fortalecimiento del CST a nivel nacional, con el fin de hacer más eficiente la operación de los pequeños hoteles e impulsar el uso responsable de los recursos naturales.”

La idea para elaborar esta guía nació de la percepción de empresarios hoteleros que en el Primer Encuentro de Pequeñas Empresas Comprometidas con el Turismo Sostenible (en Diciembre 2007) mencionaron la necesidad de contar con mayor orientación para optar por el CST.

Durante el taller, se revisó punto por punto los requisitos para obtener el Certificado de Sostenibilidad Turística para hospedaje. Durante la explicación de parte de miembros del equipo de inspectores del CST, hubo la posibilidad de hacer preguntas y evacuar dudas. Varios de los participantes que eran dueños o representantes de pequeños hoteles y albergues tenían preocupaciones sobre su capacidad de inversión para poder obtener la certificación.

Los inspectores aseguraron haber tenido algunas experiencias positivas con pequeños hoteles y algunas experiencias negativas con hoteles más grandes. Según ellos, a veces los pequeños hoteles, aunque no tenían muchos fondos lograron implementar varias estrategias de sostenibilidad de manera creativa, mientras otros hoteles más grandes con mayor capacidad de inversión no habían implementado muchas buenas prácticas.

Además, hicieron hincapié en la importancia de empezar a implementar buenas prácticas, y que una buena opción sería intentar obtener primero un nivel 1 o 2 del CST, y después ir mejorando gradualmente.

Sin embargo, los pequeños hoteleros no quedaron completamente satisfechos con estas respuestas, y siguieron teniendo sus dudas sobre la posibilidad de obtener la certificación con pocos fondos disponibles para ello. Se conversó sobre criterios como los paneles solares, sistemas eólicos para generar energía, luces de LED, y sistemas para desconectar la electricidad al salir de la habitación, entre otros, y sus altos costos. Además, se expresó la inquietud de no poder contar con un miembro del personal que se pueda dedicar exclusivamente al programa CST y la implementación y documentación de buenas prácticas, por contar con poco (o en algunos casos cero) personal. Algunos mencionaron tener conocimiento de grandes hoteles y cadenas hoteleras que contrataron a un especialista de buenas prácticas para la obtención del certificado.

#### *4.3 Resultados de las entrevistas a emprendimientos del TRC*

Se entrevistó a varios diferentes representantes de emprendimientos de Turismo Rural Comunitario; entre ellos el gerente de la Posada de Turismo Rural Canto de Ballenas, y el encargado del proceso de CST de la Posada de Turismo Rural Heliconias, los cuales se encuentran en la etapa de inducción del programa.

En las entrevistas se observó una fuerte preocupación entre los pequeños empresarios de TRC sobre el programa CST. Aunque la mayoría de los entrevistados expresaron que el CST les parece un buen programa de certificación y expresan estar satisfechos con el papel del ICT en el proceso, les parece difícil cumplir con (todos) los requisitos del programa.

Aunque les parece que los criterios son justos, no siempre les parece razonable la cantidad de evidencias que se necesita presentar. Sienten que la documentación

exigida es exagerada, ya que para muchos criterios no existen evidencias claras, y se exigen tres diferentes pruebas.

Además, en muchas de las pequeñas empresas de TRC no existe la cultura organizacional para documentar todas las compras, eventos organizados, ayuda dada a la comunidad, etcétera. También opinaron que es prácticamente indispensable contar con alguna persona dedicada casi exclusivamente a la recopilación de documentos para el CST, ya que se necesita una documentación extensiva para obtener los puntos aspirados en cada criterio.

Otra opinión formulada fue la necesidad de contar con mejor comunicación con el ICT durante el proceso. Existen organizaciones, como por ejemplo COOPRENA R.L. que provee el acompañamiento técnico durante todo el proceso de la obtención del CST para guiar a los empresarios. Se ha expresado el deseo de recibir este tipo de acompañamiento de parte del mismo ICT. Se ha expresado la dificultad y falta de confianza para comunicarse con las personas encargadas del CST para evacuar dudas de forma inmediata en el momento en que surgen.

#### *4.4 Resultados de las entrevistas a expertos en el tema*

Se realizaron entrevistas a diferentes personas que, por su experiencia con el tema o por su puesto laboral, se consideran expertos en el programa CST. Sefora Serrat y Melisa Vega forman parte del equipo del ICT encargado del CST. Ellas expresaron que, con las mejoras continuas que se realizan en el programa, no es necesario crear una categoría aparte para los pequeños hoteleros o para el TRC, ni efectuar excepciones para ellos en el programa actual.

Ellas aseguran que el programa ha sido diseñado para que todo tipo de emprendimiento pueda cumplir con los criterios, y que han visto casos de grandes cadenas que no logran obtener niveles altos, mientras que pequeñas agencias de viajes de TRC han logrado el nivel cinco.

Al consultarles si existe una diferencia en nivel de dificultad entre los criterios para hoteles y para agencias de viajes, aseguran que esto no es el caso. Sin embargo, Dayana Amador Prendas, en su función de Consultora de Calidad y Competitividad para COOPRENA R.L., ha seguido muy de cerca el CST. Fue la persona encargada, en COOPRENA, de recopilar la documentación para la obtención de la Certificación para Simbiosis Tours, y se ha encargado del acompañamiento de las iniciativas de TRC que forman la red de COOPRENA, para el proceso del CST.

Ella, entre otras cosas, expresó su deseo de que los emprendimientos de TRC reciban “un trato diferenciado, primero porque son pequeños, segundo porque en general no tienen dinero suficiente para hacer las inversiones necesarias en sostenibilidad y mucho menos para pagar consultorías que se los hagan, por lo cual necesitan talleres más a fondo donde se les muestre cómo pueden crear sus evidencias y corregir sus acciones. El ICT debe de proporcionarles esto.”

Expresó que estaría complacida con la creación de una categoría aparte para el TRC en el programa CST, pero que se conformaría con la creación de “excepciones dentro de las categorías actuales para los emprendimientos pequeños”.

Algunos de los criterios que en su opinión son de “difícil cumplimiento” son la exigencia de una planta de tratamiento y la exigencia de invertir en tecnologías

verdes, ya que los pequeños hoteleros no cuentan con este nivel de recursos financieros.

#### *4.5 El caso de Lapa Ríos*

Lapa Ríos es un eco-albergue ubicado en una reserva natural privada de 420 hectáreas en el bosque tropical de la Península de Osa. Sus dueños son John y Karen Lewis, una pareja de Minnesota, Estados Unidos, que vendieron sus bienes para financiar la compra de esta parte del bosque lluvioso para convertirla en reserva natural, y para construir un pequeño proyecto de ecoturismo. Lapa Ríos fue diseñado en armonía con el entorno del bosque y de la playa que lo rodean. En la construcción de los bungalows y estructuras del albergue se usaron materiales locales y para los techos se usó un bambú local que tiene varios beneficios para el ambiente. Se planeó cuidadosamente la ubicación más adecuada para las estructuras, para combinar estética con sostenibilidad. (Lapa Ríos, s.f.)<sup>23</sup>

Aparte de ser un hotel, Lapa Ríos también es un proyecto de ecoturismo que sirve de ejemplo para otros. Los dueños han firmado un acuerdo con The Nature Conservancy y CEDARENA para preservar este bosque primario y que nunca se desarrollará la tierra que forma parte de la reserva privada. Además, esta reserva funciona como un corredor biológico hacia el Parque Nacional Corcovado. El albergue también ha hecho grandes esfuerzos para ayudar a y cooperar con la comunidad local, a través de diferentes proyectos como la escuela Carbonera, el empleo para la gente local, y la educación ambiental. El proyecto ha enseñado a la comunidad local que el bosque tiene más valor (económico) si queda intacto

---

<sup>23</sup> Lapa Ríos. (s.f.). Eco-tourism and Lapa Ríos: goals and action. *sitio Web Lapa Ríos* .

que si es destruido por las prácticas tradicionales de supervivencia. Lapa Ríos ha ganado premios mundialmente por sus buenas prácticas ambientales y sociales, y ha sido publicado en numerosos artículos internacionales. Además, el programa de certificación CST le ha otorgado el nivel más alto de sostenibilidad turística (cinco hojas). (Lapa Ríos, s.f.)<sup>24</sup>

Lapa Ríos se enfoca en atraer turistas que buscan un entorno natural prístino, tranquilidad, contacto con la comunidad, participar activamente en la conservación y pasar unas vacaciones activas y educativas. El albergue se enfoca en el mercado de las parejas activas, lunas de miel y familias con niños mayores de seis años. Las principales actividades que ofrece el albergue son caminatas con o sin guía naturalista, observación de aves, observación de delfines y ballenas, kayak y surf, actividades de relajación, y las visitas a proyectos en la comunidad. (Lapa Ríos, s.f.)

- Lapa Ríos celebra la arquitectura tradicional de la región de Osa, como lo son los techos de la palma endémica Suita, que es una técnica utilizada por los indios Boruca. Más de 25.000 palmeras "Suita" nativas se han plantado para la futura sustitución de techo de paja.
- El 70% de los materiales utilizados para construir los bungalows son materiales renovables. No se cortaron los árboles vivos para la construcción. Utilizan la prueba del tiempo de los materiales locales naturales para la construcción de las habitaciones y del edificio principal.
- Todos los edificios y vías incorporan el control de la erosión. Se utilizaron la menor cantidad de cemento y materiales sólidos posible (es decir, todas las ventanas están abiertas, no hay senderos pavimentados, etc.)
- La infraestructura de Lapa Ríos se "mezcla" con el entorno local. No es necesario el aire acondicionado debido al uso de estilos arquitectónicos

---

<sup>24</sup> Lapa Ríos. (s.f.). Eco-tourism and Lapa Ríos: goals and action. *sitio Web Lapa Ríos*

locales y de diseño pasivo. El pequeño diseño de Lapa Ríos permite que no requiera de unidades de aire acondicionado en las habitaciones y espacios públicos, por lo tanto, utiliza cantidades mínimas de electricidad. Lapa Ríos tiene dos pequeños y eficientes generadores de diesel.

- Con el fin de no exceder los niveles de energía necesarios, algunos de los equipos de refrigeración se apagan durante las horas "pico" del día y a los clientes y empleados se les recuerda constantemente ahorrar energía. El agua de las habitaciones es calentada por energía solar durante los meses de sol y los calentadores de gas como medida de seguridad en la estación lluviosa.
- Toda la tierra de los jardines se utiliza en el pastoreo de vacas. La mayoría de las plantas nativas se utilizan en los jardines.
- Toma el agua de su propio bosque lluvioso, genera su propia electricidad y cuenta con su propio sistema de tratamientos de residuos sólidos y de aguas residuales.
- Compra productos biodegradables para la limpieza y para el uso de los turistas, y el uso de desinfección prescindiendo del cloro
- Planea cuidadosamente la demanda de alimentos para evitar el desperdicio, y dan botellas de plástico biodegradable a los turistas para que las rellenen durante su estadía.
- Hay una cría de cerdos para producir bio-gas con base en sus excretas de los cerdos, que a la vez se comen gran parte de los desperdicios orgánicos de la cocina.
- El albergue paga el salario de guardabosques para cuidar la reserva, y se contrata casi exclusivamente mano de obra local, ya que más del 95% de los empleados son de Osa. Se les ofrece a los empleados del hotel comida y alojamiento a precios subvencionados y se les ayuda con algunas transacciones financieras, como compras de bienes raíces o adquisición de préstamos.

- Lapa Ríos apoyó y financió (parte de) la construcción de la escuela Carbonera. (Lapa Ríos, s.f.)<sup>25</sup>

El albergue es administrado por Cayuga, una empresa que desarrolla y administra hoteles y proyectos de turismo sostenible en Latinoamérica y el Caribe. El equipo de trabajo de Cayuga consiste principalmente de personas con estudios en la Universidad de Cornell, una de las líderes en turismo en el mundo. El papel de Cayuga es encontrar la forma de administrar el albergue de tal manera que sea responsable con su entorno natural y socio-cultural, pero a la vez rentable. Actualmente, la rentabilidad del albergue es alta, con una ocupación anual (en el 2006) de 79%, y una tarifa promedio diaria<sup>26</sup> de \$ 321,36 USD. Las ventas en el 2009 fueron de 2.2 millones de dólares. (Lapa Ríos, s.f.)<sup>27</sup>

Otro logro importante es el desarrollo de la comunidad. Según un estudio de la Universidad de Stanford, Lapa Ríos ha tenido varios beneficios para la comunidad. Entre los impactos socio-económicos del ecoturismo sobre la población local se menciona que los empleados de Lapa Ríos tienen un ingreso más alto comparado con vecinos no relacionados con el turismo, y que este ingreso mejora cada vez más, ya que la cantidad de visitantes aumenta. Además, los resultados del estudio muestran que Lapa Ríos es una fuente de empleo para residentes locales, y que además tiene cada vez más acceso a capacitaciones de empleo. Lapa Ríos es la fuente principal de ingresos para sus empleados permanentes, y la estacionalidad de su ingreso ha bajado en los últimos cinco años. Además, los empleados de Lapa Ríos se sienten más felices con su empleo

---

<sup>25</sup> Lapa Ríos. (s.f.). Eco-tourism and Lapa Ríos: goals and action. *sitio Web Lapa Ríos*

<sup>26</sup> la tarifa promedio diaria se calcula dividiendo la suma total del ingreso por renta de habitaciones en un día entre la cantidad total de habitaciones ocupadas

<sup>27</sup> Lapa Ríos. (s.f.). Eco-tourism and Lapa Ríos: goals and action. *sitio Web Lapa Ríos*

e ingreso que los residentes no afiliados con el turismo. (Almeyda Zambrano, Broadbent, & Durham, s.f.)<sup>28</sup>

Según este mismo estudio, los empleados de Lapa Ríos tienen más conocimiento sobre conceptos relacionados con el ambiente. Además, el estudio menciona que, por los esfuerzos del albergue de apoyar la educación primaria y secundaria, y algunos proyectos comunitarios, Lapa Ríos tiene un “gran potencial” de tener un impacto positivo sobre las comunidades locales y la Península de Osa. (Almeyda Zambrano, Broadbent, & Durham, s.f.)<sup>29</sup>

Sin embargo, el estudio no encontró correlación de la mayor conciencia ambiental de los empleados con menor deforestación o mayor reforestación en sus propiedades. El estudio también midió si hubo un impacto notable del ecoturismo sobre la cobertura del bosque en la Península de Osa. Los resultados mostraron que la reserva privada de Lapa Ríos tuvo mucha mayor reforestación durante el periodo de estudio (1979-2000) que cualquier otra área estudiada en la Península. Además, mostró que las comunidades más cercanas al (eco) turismo tuvieron tasas aumentadas de reforestación. Toda la Península de Osa estaba experimentando reforestación, que según el estudio probablemente tuvo relación con el cambio en las oportunidades económicas y las políticas ambientales del área. (Almeyda Zambrano, Broadbent, & Durham, s.f.)

La educación es esencial en el desarrollo de cualquier comunidad. En el caso del área de Carbonera (a donde se encuentra Lapa Ríos), aunque el estudio de la Universidad de Stanford no comprobó reforestación en las propiedades de la comunidad local, sí mostró un aumento en la conciencia ambiental de la

---

<sup>28</sup> Almeyda Zambrano, A., Broadbent, E., & Durham, W. (s.f.). *Social and environmental effects of ecotourism in the Osa Peninsula, Costa Rica: The Lapa Ríos case*. Universidad de Stanford.

<sup>29</sup> Almeyda Zambrano, A., Broadbent, E., & Durham, W. (s.f.). *Social and environmental effects of ecotourism in the Osa Peninsula, Costa Rica: The Lapa Ríos case*. Universidad de Stanford

comunidad. Se debe de tomar en cuenta que en esta zona, cuando se construyó el albergue la mayoría de las familias vivía en pequeñas fincas en chozas sencillas con pisos de tierra, normalmente sin servicio de agua ni electricidad. Sobrevivían de la siembra de frijoles y maíz, quemando la tierra para utilizarla para la siembra, y explotando el bosque lluvioso para su propia supervivencia. Había muy poco respeto y comprensión de la rica biodiversidad de la región y las oportunidades creadas por su conservación. El proceso de educar a la comunidad y concientizarla sobre la protección del ambiente natural es gradual, pero muy importante. A través de la escuela Carbonera se está iniciando este proceso de educación formal y ambiental. (Almeyda Zambrano, Broadbent, & Durham, s.f.)<sup>30</sup>

Cuadro 3 Resultado de evaluación CST de Lapa Ríos (11-08-2008):

|                          | PM  | Si  | EG | PG | PT%          |
|--------------------------|-----|-----|----|----|--------------|
| Entorno Físico-biológico | 40  | 35  | 3  | 0  | 95           |
| Planta de servicio       | 106 | 100 | 2  | 2  | 98.11        |
| Cliente externo          | 34  | 33  | 0  | 0  | 97.05        |
| Entorno socioeconómico   | 60  | 57  | 2  | 0  | 98.33        |
| Menor porcentaje         |     |     |    |    | 95 = Nivel 5 |

Fuente: sitio Web CST

#### 4.6 El caso de Finca Rosa Blanca Coffee Plantation & Inn

Durante la época del 1992 al 2005, surgió una tendencia nueva en el sector hotelero, en la cual se empezó a ver un tipo de hotel que ofrece una alternativa al hotel “estándar” de estrellas con el servicio tradicional y habitaciones numeradas. Estos nuevos hoteles querían ofrecer un servicio más personalizado, y además tenían un estilo de arquitectura y decoración de interiores diferente. Estos hoteles

<sup>30</sup> Almeyda Zambrano, A., Broadbent, E., & Durham, W. (s.f.). *Social and environmental effects of ecotourism in the Osa Peninsula, Costa Rica: The Lapa Ríos case*. Universidad de Stanford

son llamados hoteles “boutique”, y entre los primeros hoteles boutique en Costa Rica estaba Finca Rosa Blanca Coffee Plantation & Inn.

Desde 1985, cuando el proyecto en Finca Rosa Blanca comenzó, siempre se ha tenido un importante objetivo en mente: dejar el mínimo rastro posible de nuestra existencia. Desde el inicio del proyecto en esta propiedad, se ha concentrado en un ambicioso plan de reciclaje y regeneración, en la conciencia social y la educación. Finca Rosa Blanca Coffee Plantation & Inn, es el primer hotel sostenible certificado en Costa Rica, y ha evolucionado a lo largo de los últimos 20 años para convertirse en el miembro con la más alta calificación del programa de Certificación en Turismo Sostenible (CST) y el único hotel que ha logrado un puntaje perfecto de 100%. El hotel busca demostrar que la sostenibilidad puede ser incorporada a un hotel de alta categoría, combinando elementos de conservación ambiental, educación, formación, lujo, desarrollo comunitario e innovadoras técnicas de construcción. (Finca Rosa Blanca, s.f.)<sup>31</sup>

#### Misión:

“Finca Rosa Blanca reconoce que la cultura, el medio ambiente y la economía de la comunidad local son frágiles, requiriendo un fuerte compromiso de nuestra parte para asegurar que tenemos un efecto positivo duradero. Nuestro hotel puede ser una verdadera ayuda a la comunidad suministrando ingresos, educación, intercambio cultural positivo y por medio de un incentivo económico para proteger el medio ambiente natural, al mismo tiempo que ofrece una experiencia de alta calidad a nuestros huéspedes. Educaremos a nuestros huéspedes sobre el turismo sostenible con la esperanza de que busquen otras experiencias y, por tanto, abunde la proliferación de hoteles sostenibles con una visión similar.” (Finca Rosa Blanca, s.f.)

---

<sup>31</sup> Finca Rosa Blanca. (s.f.). General sustainable policies. *sitio Web Finca Rosa Blanca* .

**Visión:**

“Finca Rosa Blanca se ha comprometido a fomentar, practicar, promover y apoyar prácticas sostenibles y ambientales al mismo tiempo que ofrece un excelente servicio y la más alta calidad de servicio en la industria hospitalaria.” (Finca Rosa Blanca, s.f.)<sup>32</sup>

**Metas:**

Finca Rosa Blanca Coffee Plantation and Inn fue construida con el objetivo de la creación de un modelo ecológico de un destino de turismo sostenible en un ambiente de alta calidad y de belleza estética para los visitantes que vienen a experimentar la biodiversidad de Costa Rica. El hotel sigue siendo un líder en el turismo sostenible, demostrando que el alojamiento de lujo y el servicio excelente son compatibles con el desarrollo sostenible. Se tiene como objetivo ser un ejemplo mundial de responsabilidad biológica, arquitectónica, educativa y social que impulsa tanto las experiencias turísticas y desarrolla su conciencia social y ambiental. (Finca Rosa Blanca, s.f.)

En Finca Rosa Blanca Coffee Plantation & Inn, la sostenibilidad ha sido un elemento clave desde la planificación y la fase de construcción. Algunas de las prácticas sostenibles de la propiedad física y de la operación por sí misma incluyen:

1. Paneles solares para calentar el agua acoplado con el ahorro de energía auxiliar en la demanda de sistemas de calefacción
2. Sistemas eléctricos subterráneos que no interfieren con la vida silvestre ni ponen en peligro a los trabajadores del café
3. Ofrecemos nuestro propio café certificado orgánico de sombra en el menú para compartir con los huéspedes y en los tratamientos de spa

---

<sup>32</sup> Finca Rosa Blanca. (s.f.). General sustainable policies. *sitio Web Finca Rosa Blanca*

4. Reciclaje de la "pulpa" de café para ser utilizado como fertilizante
5. Sistema de ionización de cobre y plata para limpiar el agua de la piscina
6. Materiales reciclados en todas partes, como tejas y recipientes para desperdicios
7. 1 galón de enjuague de inodoros es utilizado en todo el hotel
8. Programas de donación humanitaria para ayudar a las escuelas y a nuestra comunidad
9. Todos nuestros empleados son de la zona por lo que podemos "reciclar" nuestras ganancias de vuelta a nuestra comunidad
10. La educación de nuestros empleados, huéspedes y vecinos acerca de las buenas prácticas
11. Ropa de cama hecha de fibra de bambú (un producto muy sostenible)
12. Sistema avanzado de composta basado en la vermicultura (gusanos) para el reciclaje de residuos orgánicos
13. Un invernadero donde hierbas y hortalizas orgánicas se cultivan para nuestro restaurante. La tierra proviene de material de composta preparado en nuestra área de reciclaje. (Jampol, 2006)<sup>33</sup>

En el 2009 el Trip Advisor nombró a Finca Rosa Blanca dentro del Top 10 de Hoteles Eco-Amigables. Además, fue nombrado uno de los Cinco Mejores Retiros de Plantación por The Guardian, en el 2008. Finca Rosa Blanca fue honrada por USA Today como el Hospedaje Más Memorable del 2007, y elegida entre los 10 Mejores Eco-Resorts de Lujo por Forbes Traveler en el 2007. (Jampol, 2006)

---

<sup>33</sup> Jampol, G. (2006). Ecology and certification.

Cuadro 4 Resultado de la evaluación de CST para Finca Rosa Blanca (19-09-2008)

|                          | PM  | Si  | EG | PG | PT%          |
|--------------------------|-----|-----|----|----|--------------|
| Entorno Físico-biológico | 42  | 42  | 3  | 0  | 107.14       |
| Planta de servicio       | 103 | 103 | 0  | 0  | 100          |
| Cliente externo          | 34  | 34  | 0  | 0  | 100          |
| Entorno socioeconómico   | 60  | 60  | 3  | 0  | 105          |
| Menor porcentaje         |     |     |    |    | 100= Nivel 5 |

Fuente: sitio Web CST

#### 4.7 El caso del Hotel Ramada Plaza Herradura

El Hotel Ramada Plaza Herradura se encuentra ubicado en el Valle Central, 5 Km al sur del Aeropuerto Internacional Juan Santamaría. En la actualidad, lo que se conoce como el Hotel Ramada Plaza Herradura, se fundó en marzo del año 1975 bajo el nombre de Hotel Herradura y fue construido por la compañía Exposiciones Agropecuarias Bonanza, para tener un lugar donde alojar a los participantes del extranjero durante la realización de los eventos agropecuarios. (Ramada Plaza Herradura, 2009)<sup>34</sup>

Para ese mismo año, el Grupo Cariari, junto con el señor Robert Brooks, compraron a la empresa Bonanza las instalaciones del Hotel Herradura, que posteriormente nombraron Hotel Herradura Inn, que en ese momento contaba con 71 habitaciones. Posteriormente, ha experimentado varios cambios de administración y de nombre, y ha sido ampliado en diferentes ocasiones. Después de pasar de Hotel Herradura Americano a Hotel Sheraton Herradura, fue vendido a la Corporación Costa Sol Internacional S.A., compañía inversionista Japonesa

<sup>34</sup> Ramada Plaza Herradura. (2009). Quienes somos . *sitio Web Ramada Plaza Herradura* .

fundada en enero de 1990 y dirigida por su presidente Natsuo Asada. El hotel fue renombrado a Hotel Herradura Golf Resort & Conference Center. Bajo esta nueva administración se amplió la infraestructura a 234 habitaciones y se construyó un casino para el entretenimiento de los clientes y una nueva piscina, además de innovadores jacuzzi, un wet bar y el prestigioso Centro de Conferencias que se concluyó en 1991. (Ramada Plaza Herradura, 2009)

Desde hace aproximadamente 6 años el establecimiento lleva a cabo una estrategia de redefinición y reestructuración, que ha definido en torno a 3 ejes: “valores”, “planta física” y “resultados”. La necesidad de esta estrategia derivó de un déficit de valores organizacionales, falta de dirección ejemplar, una estrategia poco clara y, consecuentemente, malos resultados económicos e imagen obsoleta. (Ramada Plaza Herradura, 2009)<sup>35</sup>

Misión: "Proveer una excelente experiencia en hospedaje, gastronomía, eventos y convenciones; con calidez humana, altos estándares de calidad y compromiso con la sostenibilidad turística". (Ramada Plaza Herradura, 2009)

Visión: "Ser la mejor alternativa de hotel y Centro de Conferencias de Costa Rica en servicio, clima laboral y sostenibilidad turística". (Ramada Plaza Herradura, 2009)

Conscientes cada día más de la problemática del medio ambiente y del rol que debe cumplir cada uno de los ciudadanos y, en especial, la empresa privada, al respecto, el Hotel Ramada Plaza Herradura trabaja bajo una premisa de sostenibilidad con el ambiente. Al contar con el nivel 3 de la Certificación de Turismo Sostenible, otorgada por la autoridad local (Instituto Costarricense de Turismo), se trabaja en un amplio programa de transformación energética y

---

<sup>35</sup> Ramada Plaza Herradura. (2009). Quienes somos . *sitio Web Ramada Plaza Herradura*

social, en el que su filosofía se ve reflejada en sus actuaciones. (Ramada Plaza Herradura, 2009)

Su visión de convertirse en el mejor hotel 4 estrellas de Costa Rica, en términos de resultados económicos, clima de trabajo y huella ambiental, lo ha llevado a realizar acciones concretas, encaminadas a disminuir su impacto en el medio ambiente. Algunas de ellas son:

- El lavado de la ropa de cama y toallas se hace con agua fría y el cloro se ha sustituido por procedimientos de inyección de Ozono.
- Las marmitas de diesel de las cocinas se han transformado en marmitas de gas.
- Más de un 90% de la iluminación se hace con bombillas LED, de bajo consumo energético.
- Se están analizando proyectos como: uso de paneles solares para el precalentamiento de agua de las habitaciones; bancos de hielo para enfriamiento del aire de los aires acondicionados, entre otros.
- Se está diseñando un sistema para cubrir los picos de energía (p.ej. durante eventos) con un generador de electricidad, para ahorrar en costos de electricidad y evitar la saturación de la red eléctrica.
- No se utilizan fertilizantes químicos en los jardines, ya que se produce un abono propio foliar.
- La compra de una marca de papel blanco libre de ácido; hecho de fibra de caña de azúcar (no de árboles).
- Re-utilización de los cartuchos de tinta de las impresoras, con un programa estricto de reciclaje.
- El mobiliario del restaurante de comida mediterránea Tirrenia, es construido con madera certificada FSC de plantaciones sostenibles. Los baños son adecuados para discapacitados.

- Ocho habitaciones han sido adaptadas para las necesidades de personas con alguna discapacidad, según el reglamento de la Ley 7600.
- Se están incrementando los ingredientes orgánicos en los restaurantes a través del uso de la huerta del hotel, y la utilización de productos de limpieza biodegradables en las cocinas.
- Se está implementando una política de compra de productos en empaques grandes y se ha suspendido por completo el uso de Poliestireno (material altamente contaminante).
- Se ha dado la oportunidad a artistas nacionales de exponer sus pinturas en el hotel, para apoyar la venta de éstas.
- La comida que sobra de los eventos es donada al programa “Alimentando Esperanzas” que trabaja con niños en riesgo social.
- Se donan cobijas a comunidades indígenas en Talamanca.
- Se regala la fiesta de graduación a los niños de sexto grado de la escuela Las Brisas del Virilla, que se encuentra en un barrio marginal. (Segura, 2010)<sup>36</sup>

Como parte del compromiso de contribuir al fortalecimiento e integración de cada uno de los ciudadanos que forman la sociedad costarricense, el Hotel Ramada Plaza Herradura cuenta con un código de conducta para la protección de niños, niñas y adolescentes contra la explotación sexual comercial en viajes y turismo. Es por ello, que el Hotel ha rechazado públicamente y, mediante distintos convenios internacionales, la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes en Costa Rica y en el mundo, en general y, en particular, la asociada a viajes y turismo, por ser una conducta que lesiona los derechos fundamentales de estas personas. (Segura, 2010)

---

<sup>36</sup> Charla del Sr. Gustavo Segura al grupo MGTS 10 de la UCI, febrero 2010

El propósito de este código de conducta es trabajar en acciones encaminadas a proteger a las niñas, los niños y los adolescentes contra la Explotación Sexual Comercial asociada a viajes y turismo, entre las que se encuentra:

- Capacitación al personal del hotel, de manera que les permita manejar y actuar como agentes preventivos de este problema, al tener como primer principio el interés de proteger a las personas menores afectadas, si se ven involucrados ante tal situación mientras ejercen su labores.
- Informar, por medio de símbolos externos a clientes y proveedores, sobre su posición al rechazo a la explotación sexual comercial de personas menores de edad.
- La presentación de un informe anual a la Asociación Costarricense de Profesionales en Turismo y a la Asociación Costarricense de Operadores de Turismo, con copia a la Fundación Paniamor, como organización afiliada a ECPAT International para Costa Rica, que contenga un reporte de las acciones que la empresa ha realizado en este campo. (Segura, 2010)<sup>37</sup>

En una entrevista con el periódico La Republica, el Sr. Gustavo Segura, gerente general de Ramada Herradura Plaza, menciona haber invertido un total de aproximadamente \$ 1 millón en buenas prácticas para obtener el nivel 3 del CST. (Retana, 2009)<sup>38</sup>. El Señor Segura, en una charla que dio al grupo 10 de la Maestría en Gestión del Turismo Sostenible de la UCI, ha expresado su deseo de invertir en una planta de tratamiento de agua, para “poder alcanzar el nivel 4 del CST”, lo cual implicaría una inversión de \$ 400.000. Además, explicó que aunque las inversiones para lograr el nivel 3 fueron significantes, los cambios han sido significantes. (Segura, 2010)

---

<sup>37</sup> Charla del Sr. Gustavo Segura al grupo MGTS 10 de la UCI, febrero 2010

<sup>38</sup> Retana, K. (2009). Con rostro renovado. *La Republica* .

Las medidas de sostenibilidad llevadas a cabo han tenido efectos económicos visibles en la gestión operativa: ahorro de consumos (agua, energía, fertilizantes en huertas mediante compost) y mejora de rentabilidad (restaurante, cambios en el perfil de la clientela, mejora de capacidades, ingresos complementarios por venta de productos locales, desarrollo de acción social a coste mínimo) y diversificación de oferta (restauración, venta de productos). (Segura, 2010)

Otros aspectos destacables en el plano económico también repercuten directamente en la calidad de la gestión. Por ejemplo, el que atañe a los procesos de compras, pues la implantación del CST ha favorecido no sólo ahorro económico por la política de aprovisionamiento en grandes volúmenes, sino también la mejora de las relaciones con proveedores, en clave de sostenibilidad. (Segura, 2010)

El hotel La Herradura ha utilizado la plataforma de sostenibilidad y RSE para salir de una situación crítica de gestión ineficaz. En este proceso, las iniciativas en el plano medioambiental y social han tenido relevante efecto sobre la calidad percibida del establecimiento. Con la renovación efectuada sobre la planta física, tanto en exteriores (instalaciones de cultivo de orquídeas, huerto orgánico) como en interiores (restaurante, decoración general), se ha mejorado y rejuvenecido la funcionalidad, la variedad de oferta y la imagen del establecimiento, lo que se traduce en un mayor nivel de calidad de servicio. (Segura, 2010)<sup>39</sup>

Algunas actuaciones desarrolladas por la dirección del establecimiento en su proceso de reestructuración inciden sobre aspectos internos y también han sido importantes para asegurar una oferta de calidad: mejora del ambiente de trabajo (condiciones laborales) y motivación del personal (dedicación y honestidad). En este sentido, el eje “valores” ha sido fundamental, pues con ello se ha impulsado la creatividad, favoreciendo la aparición de resultados positivos en participación y

---

<sup>39</sup> Charla del Sr. Gustavo Segura al grupo MGTS 10 de la UCI, febrero 2010

avances en sostenibilidad. Como consecuencia, se ha mejorado tanto el desempeño de funciones del personal de la empresa, pero también se ha logrado estrechar el lazo de unión entre sus familias, la empresa y los principios de sostenibilidad. (Segura, 2010)

Algunas actuaciones y posicionamientos han provocado pérdida de clientes individuales, a favor de una mayor calidad en el perfil de la demanda y de atraer a clientes colectivos. Ello mejora la calidad y la capacidad de maniobra en la gestión de la empresa. Otras propuestas han sido trasladadas a la corporación Ramada y acogidas de buen grado, siendo sometidas a evaluación para su adopción en el seno del grupo. (Segura, 2010)

La aplicación en el hotel Herradura del programa CST ha mejorado las prácticas medioambientales, y ayudado como herramienta para la motivación, tanto del personal del hotel, como de sus familiares y de las comunidades locales. El programa CST ha colaborado en buena medida ofreciendo buenas oportunidades en cuanto a motivación del personal, coordinación de esfuerzos y minimización de gastos operativos, aspectos que son fundamentales para una gestión sostenible y de calidad.

Cuadro 5 Resultado de Evaluación CST del Hotel Ramada Plaza Herradura (17-12-2007)

|                          | PM  | Si | EG | PG | PT%            |
|--------------------------|-----|----|----|----|----------------|
| Entorno Físico-biológico | 38  | 26 | 0  | 2  | 73.68          |
| Planta de servicio       | 109 | 96 | 0  | 1  | 88.99          |
| Cliente externo          | 34  | 25 | 0  | 0  | 73.52          |
| Entorno socioeconómico   | 58  | 47 | 2  | 2  | 87.93          |
| Menor porcentaje         |     |    |    |    | 73.52 =Nivel 3 |

Fuente: sitio Web CST

#### *4.8 Cálculo de los puntajes del CST*

En estas tablas que muestran el resultado de la evaluación de cada emprendimiento analizado, se puede ver si el emprendimiento logró prácticamente la misma calificación en todos los ámbitos, o si alguno de los ámbitos recibió una calificación menor a los demás. PM representa la máxima cantidad de puntos que el emprendimiento puede obtener. Como se puede observar, la cantidad no es igual para cada emprendimiento, ya que se restan los puntos de los criterios que no aplican. Por lo tanto, estos criterios no afectan la calificación. Sí representa la cantidad de criterios afirmativos, en otras palabras los criterios cumplidos. EG significa evaluación general, y aplica en casos donde el emprendimiento cuenta con algún proyecto adicional en su entorno, por el cual puede recibir entre uno y tres puntos adicionales. PG significa percepción general, y en esta evaluación el emprendimiento puede recibir entre uno y tres puntos adicionales, o se le puede restar entre uno y tres puntos en caso de una percepción general negativa. También puede resultar neutral, con cero puntos. (Vega, 2010)<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Entrevista personal por teléfono con Melisa Vega, del ICT, junio 2010.

## CONCLUSIONES

Al comparar el programa CST con otras certificaciones y sellos en el sector, se llega a la conclusión que el programa tiene muchas ventajas importantes.

- Primeramente, el CST ha sido diseñado por el ICT, y al ser ésta una entidad gubernamental, aumenta la credibilidad a nivel internacional. Aún más ya que Costa Rica es un país conocido mundialmente por sus esfuerzos conservacionistas a un nivel legal. El hecho de tratarse de un programa voluntario y gratuito, con empleados públicos minimiza la probabilidad de corrupción.
- Al incluir una gran variedad de aspectos ambientales y socio-culturales, el CST tiene una ventaja obvia sobre aquellas certificaciones y sellos que únicamente evalúan aspectos ambientales, o que hacen gran énfasis en el ámbito ambiental. Por esta y otras razones, el CST es mencionado en muchos estudios y literatura sobre el tema de la certificación turística a nivel mundial. Esto es una ventaja importante para estimular la participación en el programa, ya que su reconocimiento en el mercado significa potencial de venta.
- El CST está diseñado para ayudar a los emprendimientos a lograr ahorros al bajar el consumo de electricidad y agua. Otro beneficio importante es que, aparte de la implementación de buenas prácticas, también se exige la identificación de (potenciales) impactos negativos, y el diseño y la implementación de medidas de mitigación de estos impactos. Sus criterios no solamente se aplican al emprendimiento en proceso de certificación, pero también incluye criterios de sostenibilidad que deben cumplir los proveedores y otras personas y entidades involucrados de algún modo con el emprendimiento. Por ejemplo, el CST exige denunciar a terceros que causan contaminación, y otorga puntos por utilizar proveedores que

cuentan con certificación y que cumplen con normas sociales y ambientales.

- Los criterios del ámbito social son bastante extensos y enfocan principalmente en el efecto multiplicador del turismo responsable. Se estimula el beneficio directo a la comunidad a través de la compra de productos locales y la contratación de trabajadores locales. Se estimula el beneficio económico indirecto a través de las relaciones comerciales con microempresas locales y el uso de tecnología, materiales y equipo local o nacional cuando estos estén disponibles. Además se han incluido criterios que apoyan la infraestructura, la seguridad y la salud. Se estimula el desarrollo cultural a través de platillos locales, el uso de productos frescos y orgánicos, y la promoción de actividades culturales organizadas en la comunidad.
- Otra ventaja importante del CST es su estructura con diferentes niveles de certificación, que permite que un emprendimiento pueda lograr certificación ya en una etapa inicial de la implementación de buenas prácticas, y motiva el mejoramiento gradual. Su requisito de reevaluación periódica da confianza al consumidor de que el emprendimiento sigue cumpliendo con los criterios, a diferencia de los sellos y programas de certificación que otorgan la evidencia de cumplimiento en un momento aislado en el tiempo.
- El CST es estricto en el derecho de uso del logo y no permite que un emprendimiento utilice el logo oficial sin haber sido certificado. Los criterios de evaluación incluyen reglas sobre el uso adecuado de la certificación como herramienta de mercadeo, y la información que se debe de presentar al cliente sobre la misma. Estos criterios aplican únicamente en caso de reevaluación, y no cuando el emprendimiento es evaluado por primera vez.
- El hecho de que el CST determina el nivel de certificación otorgado basado en el nivel más bajo de todos los ámbitos evaluados, significa que el emprendimiento necesita implementar buenas prácticas en todos los

ámbitos por igual. Esto aumenta la probabilidad de alcanzar la “triple rentabilidad” de la sostenibilidad; un equilibrio entre el ámbito ambiental, socio-cultural y económico.

- En un país como Costa Rica, que se ha presentado a nivel internacional como un país “verde”, donde una gran parte del territorio nacional recibe algún nivel de protección bajo alguna de las categorías de conservación, y que fue uno de los primeros países en explotar el ecoturismo, es esencial contar con un programa de certificación de sostenibilidad turística justa, extensa y confiable. Es muy importante luchar contra el “lavado verde”, y contar con un programa que respalde los genuinos esfuerzos de emprendimientos para implementar buenas prácticas.
- Un gran beneficio del CST es la concientización y el aprendizaje sobre las buenas prácticas que aquellos miembros del personal que son asignados al proceso del CST obtienen durante el periodo de preparación y evaluación. Además, a través del CST se está creando un campo de estudio, empleo y consultoría muy valioso, que puede ser explotado como un área de pericia de Costa Rica a nivel internacional.

Sin embargo, también se logra identificar varios puntos débiles en el programa, que podrían ser mejorados para que sea más justo y más accesible a los pequeños hoteles y albergues:

- Una crítica expresada por muchos en el sector es la omisión del ámbito económico en los criterios de evaluación. La sostenibilidad de un emprendimiento depende del equilibrio en los tres ámbitos: el ámbito ambiental, socio-cultural y económico, también llamado “la triple rentabilidad”. En Costa Rica existen muchos ejemplos de hoteles y albergues que no lograron ser rentables económicamente, y sus fracasos han resultado en edificios abandonados, empleos perdidos y pérdida de confianza en el turismo. Por lo tanto, se recomienda incluir criterios de

sostenibilidad económica en el programa CST. Estos criterios deberán incluir un adecuado análisis de costos para la fijación de precios; un aspecto que es olvidado frecuentemente en el Turismo Rural Comunitario por la falta de formación en administración de empresas turísticas. Además, se deberán incluir criterios de una adecuada contabilidad de la empresa y su interpretación en la toma de decisiones; otro aspecto que forma una dificultad en el TRC.

- Los criterios del programa del CST tienen algunas debilidades cuando son comparados con otros programas de certificación turística.
  - Una de ellas es que, aunque se asegura de brindar información histórico-cultural al cliente, no existe ningún criterio para asegurar la protección del patrimonio histórico y arqueológico nacional. Un programa como Green Deal sí ha incluido este aspecto.
  - Otra debilidad del programa CST es que, aunque se motiva tomar medidas para la seguridad del cliente en los alrededores del emprendimiento, por ejemplo a través de su relación con la policía turística, se omite la seguridad de la planta física. Aparte de contar con un plan de emergencias, se debería exigir la presencia de suficiente y adecuado equipo de seguridad, como extintores y detectores de humo. Además es importante tener información específica sobre la capacidad máxima de áreas como balcones, miradores, puentes (colgantes), entre otros, para evitar accidentes.
  - Otro aspecto débil del CST es que, aunque se exige el monitoreo continuo de energía y agua por medio de medidores, y el establecimiento de metas de reducción o mantenimiento de los niveles de consumo, no se indica ningún nivel absoluto deseado. De esta manera, un hotel puede tener un nivel de consumo muy alto, pero al ahorrar muy poco o mantener su nivel de consumo, será otorgado los puntos de este criterio. Se deberá establecer un rango

de niveles de consumo aceptables, según el tamaño del emprendimiento.

El tema principal de esta investigación es la posibilidad para los pequeños emprendimientos de Turismo Rural Comunitario de alcanzar el máximo nivel de certificación en el CST. El hecho de que los hoteles de precios altos hayan logrado la certificación más alta del CST ha empezado la discusión sobre los costos de la sostenibilidad y las buenas prácticas. Diferentes fuentes han confirmado que existen parámetros de difícil cumplimiento para pequeñas empresas en el programa, entre ellos el consultor Amos Bien, y diferentes representantes de hoteles en proceso de certificación y de hoteles que ya cuentan con la certificación.

Emprendimientos como las Posadas de TRC Heliconias y Canto de Ballenas han expresado la dificultad para cumplir con ciertos criterios. También el propietario de Finca Rosa Blanca, que ha alcanzado el máximo puntaje posible en el CST, ha expresado su preocupación de que otros emprendimientos con capacidad de inversión más baja no lograrán el nivel cinco. Todos ellos expresaron su deseo de poder contar con una base de datos y/o persona a la disposición de los participantes del programa. Esto es deseable para encontrar productos amigables con el ambiente, tecnologías limpias a un precio razonable, y laboratorios eficientes que entregan los resultados en un tiempo más corto, para mencionar algunos.

Muchos de los hoteleros entrevistados opinaron que el proceso de recopilación de evidencias es largo, tedioso y difícil de cumplir por causa de la gran cantidad de evidencias exigidas que tienen que cumplir con requisitos muy específicos. Los entrevistados opinan que los criterios no son imposibles de cumplir, pero que requieren un acompañamiento mucho más intensivo de parte del programa.

Aunque algunas organizaciones externas ofrecen este tipo de acompañamiento, como por ejemplo COOPRENA R.L., el ICT no ha satisfecho esta necesidad. Se debe de tomar en cuenta que, especialmente en el Turismo Rural Comunitario, se cuenta con poca formación para poder llevar el proceso sin apoyo. Los hoteles con mayor capacidad de inversión pueden contratar a un especialista en el campo para cumplir este proceso sin mayores problemas y atrasos.

Además, se podría argumentar que es más fácil financiar los gastos de la implementación de tecnologías limpias, ofrecer capacitaciones a la comunidad e invertir en proyectos comunitarios si se manejan tarifas altas y se recibe clientes con alto poder adquisitivo para hacer donaciones y comprar tours adicionales de interpretación. El caso de Ramada Plaza Herradura muestra que, aún realizando grandes inversiones económicas, esto no garantiza un nivel alto de certificación. Así que, realizar grandes inversiones no necesariamente resulta en una calificación alta en el CST. Sin embargo, todos los hoteles con el máximo nivel cuentan con sistemas de tecnologías limpias, lo que significa que para alcanzar el máximo nivel es indispensable realizar algunas inversiones. Por lo tanto, los hoteles que manejan altas tarifas tienen una ventaja sobre los pequeños emprendimientos con tarifas bajas.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que los clientes que pagan tarifas altas son más exigentes en aspectos de calidad, estética y comodidad, y por lo general tienen más conocimiento y experiencia sobre temas de sostenibilidad por sus viajes anteriores. Así que, también se requieren mayores esfuerzos. Además, el ejemplo de Lapa Ríos muestra que con creatividad e innovación se pueden tener grandes resultados. Tener cerdos para que coman los desechos orgánicos, usar materiales locales como los techos de paja, construir de tal manera que se aproveche la luz y el viento, informar a los clientes sobre buenas prácticas; todas estas acciones son sencillas y no tienen costos altos. Además, los eco-albergues

más rústicos que manejan tarifas bajas, probablemente tienen mayor acceso a donaciones, apoyo financiero, cooperación internacional, y a subsidios que un albergue considerado para la “elite”.

Aún así, hay criterios que simplemente se encuentran fuera del alcance de los pequeños emprendimientos, especialmente en el Turismo Rural Comunitario. En Costa Rica, el gobierno hasta la fecha no ofrece subsidios o exención de impuestos para las tecnologías limpias y, aunque a largo plazo se recupere la inversión a través del ahorro en el consumo, existen muchos pequeños emprendimientos que simplemente no cuentan con los recursos financieros para inversiones tan grandes como las que se muestran en el anexo 4. Por lo tanto, hasta el momento que existan precios razonables en el mercado para estas tecnologías, se deberá de otorgar puntos adicionales para aquellos emprendimientos que realizaron estas inversiones, en vez de incluirlos en los criterios existentes.

Otros criterios son simplemente irrazonables, como la prohibición de tener especies exóticas de plantas en los jardines (criterio 3.1). En vez de exigir la eliminación de estas plantas, se podría limitar a la identificación de estas y el compromiso de no introducir más especies exóticas a los terrenos del emprendimiento. Otro ejemplo de una contradicción en el programa, es el hecho de que los emprendimientos que utilizan tecnologías limpias para el calentamiento de agua reciben puntos para esto, mientras que aquellos albergues que únicamente tienen agua fría no reciben puntos por algo que no consume ninguna energía. Además, al cambiar de agua fría al sistema solar para el calentamiento de agua, el hotelero haría una inversión grande sin que ésta genere ahorros.

También existen unos criterios cuyo cumplimiento es difícil de comprobar. Entre estos criterios se encuentra la veracidad de la información contenida en su

material promocional (criterio 12.3), la cual únicamente se respalda por una nota firmada que indica que la empresa declara lo mismo bajo juramento. Otro ejemplo es el criterio 16.7, que exige que la oferta de trabajo del hotel no esté generando situaciones indeseables en la comunidad. El criterio 3.2 procura que las especies introducidas de carácter ornamental [en las áreas verdes], no se estén propagando hacia otras regiones del entorno, el cual es otro criterio difícil de comprobar.

Aún mejorando estos aspectos del CST en su forma actual, se reconoce que la creación de una categoría aparte para el Turismo Rural Comunitario en el programa CST tendría muchas ventajas. No cabe duda que el CST es un programa relativamente completo que ayuda a los emprendimientos a implementar buenas prácticas y alcanzar un mayor nivel de sostenibilidad. Sin embargo, existen condiciones específicas en el TRC que dificultan el cumplimiento con (algunos de) los criterios. Entre estas condiciones se encuentra la falta de formación ya mencionada, pero también la inexistencia de títulos de propiedad de terrenos con lo cual tienen que lidiar muchas comunidades indígenas y comunidades ubicadas en zonas de conservación. Además, la creación de diferentes categorías en el CST podría resultar en mayor participación en el programa, lo cual estimularía la implementación de buenas prácticas en el país. Pero al mismo tiempo, los albergues de TRC y los proyectos de pequeña escala podrían separarse de los estándares del turismo de masa y de su imagen negativa.

Aparte de los representantes de emprendimientos de TRC entrevistados, quienes han expresado su dificultad para el cumplimiento con los criterios actuales y su deseo de ser tratados de manera diferente, algunos expertos en el tema también expresaron estar a favor de una categoría aparte para el TRC y/o pequeños hoteles. Ellos opinan que la situación de estos emprendimientos es diferente, en

términos de recursos económicos, recursos humanos y formación, y cultura para la documentación de sus acciones. En caso de no lograr una categoría aparte, ellos expresan la necesidad de hacer algunas excepciones en los criterios y la cantidad de evidencias requerida. El hecho de que en otros países existan o se estén desarrollando programas de certificación y sellos específicamente para el Turismo Rural (Comunitario) indica la necesidad de este subsector de contar con sus propios criterios.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda continuar investigando el programa del CST para seguir mejorando los criterios y su proceso, y para encontrar un equilibrio entre la fácil accesibilidad para aumentar la participación, y criterios suficientemente estrictos para garantizar su credibilidad y lograr resultados importantes. En el periodo de la presente investigación todavía no se contaba con suficiente experiencia de emprendimientos del TRC con el CST para poder llegar a conclusiones comprobadas. Se recomienda realizar más estudios sobre el tema, en el momento en que varios emprendimientos de TRC hayan concluido el proceso y recibido una calificación. De esta manera, se podrá analizar en mayor detalle las inversiones que ellos necesitaron hacer, los esfuerzos que fueron realizados y las dificultades que encontraron durante el proceso.

Además, se recomienda estudiar los programas de certificación que actualmente se encuentran en proceso de desarrollo en otros países, especialmente aquellos especializados en el Turismo Rural. Cuando estos programas empiecen a ser implementados, se podrá realizar una comparación detallada del CST con programas que sí decidieron adaptar sus criterios a esta modalidad. Así se podrá analizar mejor si existe la necesidad de crear una categoría aparte para el TRC en el CST.

## BIBLIOGRAFIA

Almeyda Zambrano, A., Broadbent, E., Durham, W. (s.f.). Social and environmental effects of ecotourism in the Osa Peninsula, Costa Rica: The Lapa Ríos case. Universidad de Stanford, (en línea). Consultado 11 Noviembre 2009. Disponible en [http://www.laparios.com/social\\_enviroment.html](http://www.laparios.com/social_enviroment.html)

APHCR (Asociación de Pequeños Hoteles de Costa Rica); AMIGAM (Asociación de Microempresarios Turísticos de la Gran Área metropolitana), COOPRENA R.L. (Consortio Cooperativo Red Eco-turístico Nacional). 2009. Guía de gestión sostenible para hoteles en crecimiento: herramientas para obtener y mantener el CST. Costa Rica, ICT, 91 p.

Bien, A. 2000. Estrategia de certificaciones turísticas en Centroamérica. FODESTUR (en línea). Consultado 18 Enero 2010. Disponible en [http://www.sica.int/busqueda/busqueda\\_archivo.aspx?Archivo=odoc\\_2184\\_2\\_11082005.htm](http://www.sica.int/busqueda/busqueda_archivo.aspx?Archivo=odoc_2184_2_11082005.htm)

Bien, A. 2004. Guía simple sobre certificación de turismo sostenible y ecoturismo. CESD (en línea). Consultado 17 Enero 2010. Disponible en <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1028828>

Bien, A. (s.f.). Definiciones de turismo sostenible, ecoturismo y conceptos afines, CR literatura otorgada por la Universidad para la Cooperación Internacional

Blanco, S. 2003. Programa de certificación de turismo sostenible Green Deal. Certificación de sostenibilidad de las actividades turísticas, conferencia regional de las Américas (en línea). Consultado 15 Marzo 2010. Disponible en <http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/calidad%20y%20turismo/programa%20de%20certificacion%20turismo%20sostenible%20green%20dale.pdf>

Cabrini, L. 2002. Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad. Presentación del representante de la Organización Mundial del Turismo para Europa (en línea). Consultado 18 Febrero 2010. Disponible en [http://www.unwto.org/regional/europe/PDF/SPEECHES/2002/Jaen%20\\_Spain\\_.pdf](http://www.unwto.org/regional/europe/PDF/SPEECHES/2002/Jaen%20_Spain_.pdf)

Cañada, E. 2009. Legislar a favor del Turismo Rural Comunitario: el ejemplo de Costa Rica. Artículo entrevista Yorlenny Fontana, Kyra Cruz y Olivier Pérez, Alba Sud, Opiniones en desarrollo, Programa Turismo Responsable, CR, no. 3, jun 8 (en línea). Consultado 15 Enero 2010. Disponible en <http://www.albasud.org/publ/docs/22.pdf>

CST 2010. Turismo sostenible CST: certificación para la sostenibilidad turística en Costa Rica (en línea), CR. Consultado 4 Enero 2010. Disponible en <http://www.turismo-sostenible.co.cr/es/>

Ehrlich, K. (s.f.) El desarrollo del turismo rural en Europa y sus proyecciones. Material de lectura curso Turismo Rural y Comunitario, UCI

Finca Rosa Blanca (s.f.) General sustainable policies (en línea), CR. Consultado 6 Marzo 2010. Disponible en <http://www.fincarosablanca.com/pdf/general-sustainable-policies.pdf>

Green Key (s.f.) The Green Key; the international eco label for tourism facilities (en línea). Consultado 12 Marzo 2010. Disponible en <http://www.green-key.org/>

Guereña, A. 2006. Auge del turismo rural comunitario en Costa Rica. Revista AmbientICO # 150, Costa Rica, mar (en línea). Consultado 4 Febrero 2010. Disponible en <http://www.ambientico.una.ac.cr/150.pdf>

Hosteltur. 2008. El ecoturismo y el turismo rural ganan adeptos en Costa Rica. CR (en línea). Consultado 2 Marzo 2010. Disponible en [http://www.hosteltur.com/noticias/55780\\_ecoturismo-turismo-rural-ganan-adeptos-costa-rica.html](http://www.hosteltur.com/noticias/55780_ecoturismo-turismo-rural-ganan-adeptos-costa-rica.html)

ICT, CR 2009. Community rural tourism (en línea). Consultado 15 Enero 2010. Disponible en <http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/turismoRural.asp>

ICT (s.f.) Plan Nacional de Turismo 2002-2012, San José, CR (en línea). Consultado 15 Enero 2010. Disponible en <http://www.visitcostarica.com/ict/backoffice/treeDoc/files/I%20Parte.pdf>  
<http://www.visitcostarica.com/ict/backoffice/treeDoc/files/II%20Parte.pdf>  
<http://www.visitcostarica.com/ict/backoffice/treeDoc/files/III%20Parte.pdf>  
<http://www.visitcostarica.com/ict/backoffice/treeDoc/files/IV%20Parte.pdf>

ICT (2005) Encuesta a turistas que visitan Costa Rica. San José, CR.

ICT (s.f.) Un distintivo de sostenibilidad turística; Turismo Sostenible, Certificación para la Sostenibilidad Turística, CR. Brochure publicado por el Departamento de Sostenibilidad Turística del Instituto Costarricense de Turismo

Jampol, G. 2006. Ecology and certification. Finca Rosa Blanca Coffee Plantation & Inn (en línea). Consultado 20 Enero 2010. Disponible en <http://www.fincarosablanca.com/pdf/essays/Ecology%20and%20Certification.pdf>

Lapa Ríos (s.f.) Eco-tourism and Lapa Ríos: goals and action. Playa Carbonera, CR (en línea). Consultado 4 Febrero 2010. Disponible en <http://www.laparios.com/lapgoal.html>

Mackinnon González, M. 2009. Estudio sobre turismo rural en Uruguay. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) (en línea). Consultado 22 Febrero 2010. Disponible en <http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/agroturismo/Documentos%20Agroturismo/Estudio%20sobre%20Turismo%20Rural%20en%20Uruguay.pdf>

Martínez, L. (s.f.) Una nueva alternativa de agronegocios: turismo rural. Materiales de lectura del curso TRC, UCI

Morera, C. 2006. Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica. Revista AmbientICO # 150, Costa Rica, mar (en línea). Consultado 4 Febrero 2010. Disponible en <http://www.ambientico.una.ac.cr/150.pdf>

ONU. 1987. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future (Brundtland Report) (en línea). Consultado 2 Enero 2010. Disponible en <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>

Ramada Plaza Herradura (2009). Quienes somos (en línea), Heredia, CR. Consultado 6 Febrero 2010. Disponible en [http://www.ramadaherradura.com/public/quienes\\_somos.php](http://www.ramadaherradura.com/public/quienes_somos.php)

Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas, CR. 2010. Miembros: programas de certificación (en línea). Consultado 5 Marzo 2010. Disponible en [http://www.certificationnetwork.org/members/index\\_es.html](http://www.certificationnetwork.org/members/index_es.html)

Retana, K. 2009. Con rostro renovado. La República, Costa Rica (en línea). Disponible en [http://www.larepublica.net/app/cms/www/index.php?id\\_menu=98&pk\\_articulo=17054](http://www.larepublica.net/app/cms/www/index.php?id_menu=98&pk_articulo=17054)

Solano, L. 2006. Turismo rural comunitario en Costa Rica. Revista AmbientICO # 150, CR, mar (en línea). Consultado 4 Febrero 2010. Disponible en <http://www.ambientico.una.ac.cr/150.pdf>

Solano, L. (s.f.) El turismo rural comunitario en Costa Rica: análisis de esfuerzos conjuntos e incidencia en política pública. San José, CR (en línea). Consultado 4 Febrero 2010. Disponible en <http://www.turismoruralamerica.com/img/TRComunitarioCR.pdf>

Solano, L. 2009. Manejando la crisis en empresas de Turismo Rural Comunitario. Tecnitur, CR, No 136 Sep/Oct (en línea). Consultado 4 Marzo 2010. Disponible en <http://tecnitur.com/edicion136/leylasolano.html>

Synergy. 2000. Tourism Certification: an analysis of Green Globe 21 and other tourism certification programmes, WWF (en línea). Consultado 3 Noviembre 2009. Disponible en <http://www.wwf.org.uk/filelibrary/pdf/tcr.pdf>

Taller Internacional de Certificación. 2000. Acuerdo de Mohonk. Mohonk Mountain House, New Paltz, E.E.U.U., literatura otorgada por la Universidad para la Cooperación Internacional

## ANEXOS

**Anexo 1: ACTA DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN***Chárter***Plantilla de aprobación de Proyecto Final de Graduación**

**Tema Propuesto:** Un estudio de caso sobre los requisitos del programa Certificado de Sostenibilidad Turística (CST) del Instituto Costarricense de Turismo para Posadas de Turismo Rural.

**Justificación de la investigación:** Hasta la fecha, todos los emprendimientos de hospedaje que han sido otorgados el máximo nivel (cinco hojas) de parte del CST han sido alojamientos lujosos que manejan tarifas altas (aprox. \$200+ por noche). Después de la reciente implementación de la Ley de Fomento de Turismo Rural, las iniciativas pequeñas de turismo rural que únicamente cuentan con tres a diez habitaciones pueden obtener la Declaratoria Turística bajo la modalidad de Posada de Turismo Rural, y por ende también pueden solicitar ser evaluados para el programa CST. El Turismo Rural por definición se basa en los principios de la sostenibilidad, sin embargo por lo general no cuentan con la misma capacidad de inversión (por ejemplo en tecnologías limpias) que los alojamientos lujosos que han sido otorgados cinco hojas del CST. ¿Está el máximo nivel del Certificado de Sostenibilidad Turística otorgado por el Instituto Costarricense de Turismo fuera del alcance de las pequeñas iniciativas de alojamiento de Turismo Rural Comunitario en Costa Rica?

**Objetivo(s) de la investigación:****Objetivo general:**

Investigar si el programa de CST necesita adaptar los requisitos de la certificación a la modalidad de Posada de Turismo Rural recién incorporada en la Ley.

**Objetivos específicos:**

- Analizar los requisitos actuales del programa CST, según metodologías existentes de análisis y diseño de programas de certificación.
- Comparar los requisitos del CST con otros programas de certificación que evalúan Turismo Rural o pequeñas iniciativas de Ecoturismo.
- Seguir de cerca el proceso de evaluación de parte del CST de cinco diferentes iniciativas de Turismo Rural Comunitario que han obtenido la Declaratoria Turística bajo la modalidad de Posada de Turismo Rural, o que están en trámite para obtenerla.

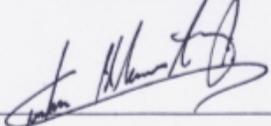
**Descripción general de la investigación:** La hipótesis es: las Posadas de Turismo Rural solamente pueden obtener el máximo nivel del programa CST si se adaptan los requisitos a esta modalidad. Para investigar si esta hipótesis es

correcta, se va a seguir de cerca a varias iniciativas de Turismo Rural que están en el proceso de evaluación del programa CST. Así, se puede observar si existen requisitos que causan gran dificultad para ser cumplidos por las pequeñas iniciativas, y si existen, cuales son.

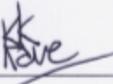
Se va a utilizar técnicas de investigación cualitativa, ya que se trata de la recogida, análisis e interpretación de datos que no son objetivamente medibles. Se va a llevar a cabo una investigación exploratoria del programa de CST y sus requisitos, para identificar los problemas que las pequeñas iniciativas de Turismo Rural tienen (o van a tener) para cumplir con estos requisitos. Se utilizarán técnicas de investigación cualitativa directa, como entrevistas en profundidad con pequeñas iniciativas que encuentran problemas para cumplir con los requisitos, y con expertos en el tema de certificación. Se propone utilizar el método Delphi para obtener la opinión de expertos sobre cuáles deberían de ser los requisitos para Posadas de Turismo Rural para obtener la certificación CST.

**Aportes esperados con la investigación:** Se espera demostrar al CST que es necesario adaptar los requisitos a la modalidad de Posadas de Turismo Rural. Sin embargo, aún si se llega a la conclusión que no es imposible para las Posadas de Turismo Rural llegar al nivel más alto del programa CST, se puede hacer la comparación con otros programas de certificación, por ejemplo aquellos especializados en turismo rural, para hacer recomendaciones como mejorar el programa.

*Tutor propuesto:* Carlos Fonseca Ramírez

*Firma del Tutor:* 

*Nombre del estudiante:* Karianne Karlijn de Rave

*Firma del estudiante:* 

\*\*\*\*\*

*Aprobado:*

SI  NO

*Firma:*

*Director Académico MGTS:* \_\_\_\_\_

## **Anexo 2: CUESTIONARIO DE AUTO-EVALUACIÓN DEL PROGRAMA CST PARA HOSPEDAJE**

### *Entorno físico-biológico*

#### 1. Políticas y programas

1.1.1 La empresa identifica y monitorea los impactos ambientales negativos causados o que es posible causar en su actividad, mediante un registro escrito.

Ponderación: 1 [  sí [  no

1.2.2 La empresa ha diseñado planes específicos para mitigar o eliminar impactos negativos o para actuar en caso de emergencia.

Ponderación: 1 [  sí [  no

1.3.3 La empresa participa continuamente en programas de mejora ambiental en las zonas aledañas o en otras regiones del país.

Ponderación: 2 [  sí [  no

1.4.4 La empresa forma parte de organizaciones, regionales o locales que trabajan activamente sobre la problemática ambiental y social.

Ponderación: 2 [  sí [  no

#### 2. Emisiones y desechos

2.1 La empresa mantiene un estricto control periódico, en forma de registro, sobre la composición y calidad de sus aguas residuales.

Ponderación: 1 [  sí [  no

2.2 La empresa cuenta con la certificación de la calidad de aguas servidas emitida por el Departamento de Control Ambiental del Ministerio de Salud.

Ponderación: 2 [  sí [  no

2.3 La empresa tiene funcionando un sistema de tratamiento de aguas residuales, para evitar su disposición en crudo hacia las aguas nacionales.

Ponderación: 3 [  sí [  no [  n/a

2.4 Las aguas servidas, de calidad aceptada, se disponen sin producir alteraciones en el medio ambiente.

Ponderación: 1 [  sí [  no

2.5 Las aguas servidas de calidad aceptada se están reutilizando apropiadamente.

Ponderación: 2 [  sí [  no [  n/a

2.6 Las aguas de lluvia son manejadas y evacuadas por medio de sistemas

que no implican ninguna forma de alteración en el medio

Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no

- 2.7 Cualquier fuente de contaminación por emisiones en los alrededores del establecimiento, debe estar denunciada ante las autoridades competentes.

Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no [  ]n/a

- 2.8 Se han rotulado zonas contaminadas para advertir sobre riesgos o peligros

Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no [  ]n/a

- 2.9 El hotel está participando activamente en el programa Bandera Azul Ecológica, en zonas costeras.

Ponderación: 3 [  ]sí [  ]no [  ]n/a

### 3. Áreas verdes

- 3.1 En el área de jardines la vegetación está compuesta, en forma, predominante, por especies nativas de la región

Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no [  ]n/a

- 3.2 Las especies introducidas de carácter ornamental, no se están propagando hacia otras regiones del entorno.

Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no [  ]n/a

- 3.3 Las principales especies arbóreas están debidamente identificadas con su nombre local y nombre científico.

Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no [  ]n/a

- 3.4 Se mantiene por escrito una pequeña reseña ilustrativa para efectos divulgativos, sobre las especies en las áreas verdes.

Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no

- 3.5 Para el mantenimiento de las áreas verdes, se utilizan medios naturales evitando el uso de abonos químicos, plaguicidas y herbicidas.

Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no

### 4. Áreas naturales

- 4.1 La empresa incentiva a sus clientes a visitar las áreas protegidas del país.

Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no

- 4.2 La empresa mantiene información detallada sobre áreas naturales de interés turístico para sus clientes.

Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no

- 4.3 La empresa conoce y cumple con la política de manejo estipulada para realizar actividades turísticas en áreas naturales y la divulga a los clientes.

- Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 4.4 El hotel tiene su propia área de reserva natural.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 4.5 La reserva natural propiedad del hotel se está manejando adecuadamente.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no [  ]n/a
- 4.6 La empresa participa o apoya el mantenimiento y manejo de alguna área protegida sea estatal o privado.  
Ponderación: 3 [  ]sí [  ]no

## 5. Protección flora y fauna

- 5.1 El hotel promueve, mediante acciones específicas, la no extracción de plantas o animales silvestres por parte de los turistas o de cualquier otra persona.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 5.2 El hotel demuestra su resolución de evitar toda comercialización de especies o productos de flora y fauna vedados por la ley.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 5.3 No se mantienen especies animales silvestres en cautiverio.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 5.4 La empresa desarrolla actividades para evitar la alimentación (artificial) directa o indirecta a los animales silvestres.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no [  ]n/a
- 5.5 La iluminación artificial externa no causa perturbaciones o alteraciones en el medio natural o cambios en el comportamiento de los animales.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 5.6 Las fuentes generadoras de ruido se encuentran alejadas o bien aisladas de sitios donde puedan causar alteraciones en el medio.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no

### *Planta de Servicio*

## 6. Formulación de políticas

- 6.1 La empresa ha establecido su misión y diseñado una política de sostenibilidad para el hotel.

- Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 6.2 La empresa ha confeccionado un documento para divulgar y hacer de conocimiento general los alcances de su política de sostenibilidad.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 6.3 Los empleados del hotel conocen los alcances de la misión y las políticas para la sostenibilidad.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 6.4 La empresa tiene un manual en el que se definen los objetivos de su plan de sostenibilidad y se incluyen los programas generales a desarrollar.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 6.5 La empresa mantiene un registro de acciones propuestas y avance sobre el cumplimiento de los objetivos del plan de sostenibilidad.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no

## 7. Consumo de agua

- 7.1 El consumo de agua es monitoreado continuamente por medio de medidores.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 7.2 Existe en el hotel un registro de datos de consumo general o por estación de servicio o por habitación.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 7.3 Existe un plan en el cual se estipulan las metas de ahorro de agua que el establecimiento se ha planteado.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 7.4 Existe en la empresa un responsable y un cronograma de ejecución de actividades para el ahorro de agua que es conocido por todos los empleados.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 7.5 La empresa está implementando una campaña para el ahorro de agua, dirigida a huéspedes y empleados.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 7.6 Existe un programa sobre verificación de fugas de agua en las tuberías del hotel para lo cual se hacen revisiones periódicas y se lleva un registro de ubicación y reparación.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 7.7 La empresa utiliza dispositivos para el ahorro de agua en grifos y duchas y otros.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 7.8 La empresa cuenta con un análisis actualizado bimensualmente de calidad de agua y hielo para consumo humano extendido por un ente autorizado.  
Ponderación: 3 [  ]sí [  ]no

- 7.9 La empresa hace análisis periódicos para asegurar la calidad del agua de la piscina y esto está documentado.  
Ponderación: 3 [  ]sí [  ]no [  ]n/a
- 7.10 La empresa cuenta con algún sistema para suministrar cloro a la piscina a lo largo del día.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no [  ]n/a
- 7.11 Se utiliza un tratamiento para el agua de la piscina que no requiere la adición de químicos como cloro o alguicidas.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no [  ]n/a

## 8. Consumo de energía

- 8.1 El consumo de energía es monitoreado continuamente por medio de medidores.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 8.2 Existe un registro cronológico y análisis estadísticos mensuales sobre los datos de consumo general o por estación de servicio o por habitación (huésped).  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 8.3 Existe un plan en el cual se estipulan las metas de ahorro de energía que el establecimiento se ha planteado.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 8.4 Existe en la empresa un responsable y un cronograma de ejecución de actividades para el ahorro de energía que es conocido por todos los empleados.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 8.5 La empresa está utilizando al máximo la iluminación natural.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 8.6 Existe un programa de mantenimiento preventivo para todos los equipos e instalaciones eléctricas del hotel.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 8.7 Se promueve el apagado de luces cuando su uso no es estrictamente necesario.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 8.8 El establecimiento está utilizando sistemas de iluminación eficientes con los que se cubre al menos el 80% de las necesidades del hotel.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 8.9 La empresa utiliza nuevas tecnologías para el ahorro de energía en iluminación, refrigeración y otros (apagado automático, interruptores de presencia, desactivado de circuitos, etc.).  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 8.10 La empresa está utilizando algún sistema de energía alternativa (celdas fotovoltaicas u otros sistemas solares por ejemplo) para iluminación.  
Ponderación: 3 [  ]sí [  ]no

- 8.11 La empresa está utilizando fuentes de energía alternativa para el calentamiento o precalentamiento de agua, bombeo u otras .  
Ponderación: 3 [  ]sí [  ]no
- 8.12 Los tanques de agua caliente y las tuberías expuestas (internas cuando sea posible) están recubiertos con material aislante para evitar pérdidas de calor.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 8.13 La empresa utiliza la ventilación natural, reflexión de luz y calor, sombra natural y otros para procurar un ambiente agradable.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 8.14 Se está haciendo uso de nuevas tecnologías para aumentar la eficiencia en el sistema de aire acondicionado y refrigeración.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no [  ]n/a
- 8.15 Se observa un estricto programa de control de fugas de aire y de gas en los sistemas de refrigeración y aire acondicionado.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no [  ]n/a
- 8.16 La empresa utiliza equipo eléctrico eficiente para cubrir al menos el 50% de las necesidades del hotel.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 8.17 En la lavandería, se aprovecha el calor solar para el secado de la ropa, en áreas debidamente acondicionadas para este propósito.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no [  ]n/a

## 9. Consumo de productos

- 9.1 Existe una política de compras y utilización de productos, de toda índole, para el hotel en el que se observan criterios ambientales y sociales  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 9.2 Los empleados conocen las directrices de las políticas de compra del hotel.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 9.3 El hotel tiene un manual de proveedores por medio de los cuales se asegura el cumplimiento de las normas sociales y ambientales del plan de compras  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 9.4 En el establecimiento no se utilizan ni se venden productos que tengan contraindicaciones ambientales.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 9.5 No menos del 50% de los materiales impresos, incluyendo los de promoción e información, se imprimen en papel reciclado y blanqueado sin cloro.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no

### **Alimentos y bebidas**

- 9.6 De preferencia, el hotel está utilizando productos frescos para preparar y servir alimentos.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 9.7 La empresa se provee de fuentes de agricultura orgánica debidamente certificada.  
Ponderación: 3 [  ]sí [  ]no [  ]n/a
- 9.8 En el menú se ofrecen platillos de comidas nacionales o regionales  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 9.9 Los productos en conserva necesarios se compran en envases grandes y se prefieren los envases de vidrio o los de metal reciclable.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 9.10 Como norma, el hotel tiene la política de reusar o intercambiar envases y para tal efecto tiene proveedores que prestan efectivamente este servicio.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 9.11 Se utilizan envases rellenables o reutilizables para servir comidas tales como recipientes para mantequilla, mermelada, miel, azúcar, salsas, etc.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no [  ]n/a
- 9.12 En la cocina, el comedor o en el bar, se utiliza menaje y accesorios de uso prolongado evitando así productos de un solo uso o desechables como vajilla de cartón, plástico o aluminio y otros.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no [  ]n/a

### **Limpieza y cosméticos**

- 9.13 La empresa utiliza productos de limpieza biodegradables, sin componentes corrosivos o tóxicos.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 9.14 Los detergentes para lavar vajillas y lavadoras de ropa no contienen fosfatos ni sustancias para abrillantar o blanquear.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 9.15 El jabón y otros productos cosméticos para el uso de clientes y empleados son biodegradables.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 9.16 Se utilizan productos de limpieza y productos cosméticos en empaques biodegradables, reciclables o reutilizables.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 9.17 Para el suministro de productos cosméticos en las habitaciones y lavabos se emplean dosificadores o dispensadores.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 9.18 Se dispone adecuadamente, reciclando o reutilizando, los desechos de productos cosméticos como jabón, champú y otros.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no [  ]n/a

## 10. Manejo de desechos

- 10.1 La producción de desechos sólidos, en cuanto a cantidad y composición, es monitoreada continuamente.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 10.2 Existe un registro de los datos de producción general de desechos o por estación de servicio o por habitación (huésped).  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 10.3 Existe un plan en el cual se estipulan las metas de reducción en la cantidad de desechos que el establecimiento se ha planteado.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 10.4 Existe en la empresa un responsable y un cronograma de ejecución de actividades para la reducción de desechos que es conocido por todos los empleados.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no

### **Desechos orgánicos**

- 10.5 Se utilizan basureros adecuados para el depósito y manejo de desechos orgánicos.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 10.6 Los desechos orgánicos producidos en el hotel son utilizados en un programa de compostaje u otra aplicación apropiada.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no [  ]n/a

### **Desechos inorgánicos**

- 10.7 La empresa dispone de recipientes adecuados para la separación de la basura (aluminio, plástico, vidrio y papel)  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 10.8 El personal de limpieza de habitaciones separa la basura cuando el cliente no lo hace.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 10.9 Existe un sitio acondicionado en el cual se realiza la separación final de los desechos.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 10.10 El hotel participa en un programa de reciclaje al cual se envían los desechos debidamente clasificados.  
Ponderación: 3 [  ]sí [  ]no

### **Disposición final**

- 10.11 Los desechos sólidos generados por la empresa son almacenados apropiadamente antes de su recolección final.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no

- 10.12 La empresa verifica y garantiza que la recolección, y disposición final de los desechos se hace en forma eficiente.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no

## 11. Capacitación

- 11.1 Todos los empleados reciben información y conocen la política de sostenibilidad de la empresa.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 11.2 Existe un programa de capacitación dirigido a los empleados, de acuerdo a sus funciones.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 11.3 Como resultado de la capacitación los empleados conocen y participan activamente de las iniciativas y programas de carácter ambiental de la empresa  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 11.4 Los empleados del hotel participan periódicamente en reuniones en las que se discuten aspectos relacionados con la sostenibilidad.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 11.5 La empresa desarrolla una estrategia de motivación que reconoce e incentiva las iniciativas viables para el programa  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 11.6 La empresa cuenta con un programa de evaluación y control de los resultados de los programas de capacitación  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no

### *Cliente externo*

## 12. Comunicación y participación.

- 12.1 Se brinda al cliente información histórico-cultural y ecológica del sitio donde está el hotel.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 12.2 La empresa tiene un programa de información a los huéspedes sobre su compromiso de cumplimiento del programa de CST y sus objetivos.  
Ponderación: 2 [  ]sí [  ]no
- 12.3 La empresa declara bajo juramento que toda la información contenida en su material promocional es estrictamente veraz.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 12.4 El material promocional de la empresa hace referencia y promueve los objetivos del CST.  
Ponderación: 1 [  ]sí [  ]no
- 12.5 Se informa y motiva al cliente para que participe en los diferentes

programas del CST que el hotel esté desarrollando

Ponderación: 2 [ ]sí [ ]no

- 12.6 Se brinda información a los huéspedes sobre las acciones de protección del medio ambiente que se desarrollan en la región

Ponderación: 2 [ ]sí [ ]no

- 12.7 Se brinda información sobre actividades socioculturales que se están desarrollando en la región

Ponderación: 2 [ ]sí [ ]no

### 13. Acondicionamiento de la habitación.

- 13.1 La habitación cuenta con la información y facilidades necesarias para que el cliente pueda hacer separación de las basuras.

Ponderación: 3 [ ]sí [ ]no

- 13.2 La habitación cuenta con la información y facilidades necesarias para que el cliente pueda ahorrar agua y energía

Ponderación: 1 [ ]sí [ ]no

- 13.3 Se implementan programas específicos como retardo para el cambio de toallas, ropa de cama, y otros.

Ponderación: 3 [ ]sí [ ]no

- 13.4 El establecimiento ofrece suficientes zonas y habitaciones debidamente señalizadas para fumadores y condiciones para aminorar la contaminación del aire.

Ponderación: 1 [ ]sí [ ]no

### 14. Manejo de grupos.

- 14.1 Se incentiva y orienta a los clientes para la visita a diferentes áreas naturales protegidas u otros atractivos naturales.

Ponderación: 1 [ ]sí [ ]no

- 14.2 La empresa cuenta con personal especializado que puede guiar y brindar información detallada a los clientes.

Ponderación: 1 [ ]sí [ ]no

- 14.3 La empresa ha desarrollado un programa efectivo para motivar al cliente a ayudar en la limpieza, mantenimiento y conservación de las áreas visitadas.

Ponderación: 2 [ ]sí [ ]no

- 14.4 El cliente tiene información de cómo conducirse y sobre sus responsabilidades en los sitios que visita

Ponderación: 2 [ ]sí [ ]no

14.5 Los tours y actividades generales que realiza o vende el hotel, promueven la interacción constructiva entre el huésped, la comunidad y la naturaleza.  
Ponderación: 1 [  sí [  no

#### 15. Medición de la respuesta.

15.1 La empresa analiza las opiniones de los clientes sobre el CST, en un formulario debidamente diseñado al efecto.  
Ponderación: 2 [  sí [  no [  n/a

15.2 Se comunica al ICT y la comisión del CST los resultados de las encuestas hechas a los clientes al menos cada 6 meses.  
Ponderación: 1 [  sí [  no [  n/a

15.3 El cliente dispone de un formulario para hacer comentarios o quejas sobre el programa CST y en general sobre el funcionamiento del hotel.  
Ponderación: 2 [  sí [  no

15.4 El hotel ha diseñado y puesto en ejecución algún tipo de garantía, fácilmente ejecutable, para el cliente con relación a los servicios ofrecidos y a los resultados del CST.  
Ponderación: 3 [  sí [  no

#### *Entorno socioeconómico*

#### 16. Beneficios económicos directos.

16.1 La empresa utiliza personas de la localidad para cubrir más del 60% de las necesidades de personal.  
Ponderación: 3 [  sí [  no

16.2 La empresa imparte los cursos de capacitación necesarios para que las personas de la localidad puedan ocupar efectivamente puestos de trabajo en el hotel.  
Ponderación: 2 [  sí [  no

16.3 La empresa utiliza personas del ámbito comunal o nacional para trabajar en el nivel administrativo o gerencial.  
Ponderación: 1 [  sí [  no

16.4 La empresa contribuye y apoya la formación de recursos humanos para actividades complementarias del turismo.  
Ponderación: 1 [  sí [  no

16.5 Los recursos humanos locales capacitados de la forma anteriormente planteada, o parte de ellos, son empleados o contratados por el hotel.  
Ponderación: 1 [  sí [  no

16.6 No se contrata personal de forma ilegal o por debajo de condiciones

mínimas

Ponderación: 2 [  sí [  no

- 16.7 La oferta de trabajo del hotel no está generando situaciones indeseables en la comunidad  
Ponderación: 2 [  sí [  no

17. Beneficios económicos indirectos.

- 17.1 Por medio de material promocional se informa sobre las actividades recreativas manejadas por organizaciones comunales o empresas locales.  
Ponderación: 1 [  sí [  no
- 17.2 A través de material promocional se informa sobre actividades benéficas que se desarrollan en la comunidad.  
Ponderación: 1 [  sí [  no
- 17.3 La empresa participa activamente contribuyendo al desarrollo de actividades deportivas, artísticas, culturales.  
Ponderación: 2 [  sí [  no
- 17.4 La empresa aprovecha y promueve el uso y consumo de insumos producidos a nivel local.  
Ponderación: 2 [  sí [  no
- 17.5 En la tienda del hotel se venden artesanías y productos característicos de la zona y fabricados por personas o empresas locales.  
Ponderación: 3 [  sí [  no [  n/a
- 17.6 Para adornos del hotel y de las habitaciones se utilizan artesanías u otro tipo de manifestaciones artísticas producidas local, regional o nacionalmente.  
Ponderación: 3 [  sí [  no
- 17.7 La empresa tiene programas específicos que promueven el turismo nacional en los que se ofrecen facilidades y tarifas reducidas.  
Ponderación: 1 [  sí [  no
- 17.8 La empresa apoya o tiene una relación comercial o de apoyo permanente con al menos una microempresa regional o nacional, de carácter turístico o no, con la cual colabora.  
Ponderación: 3 [  sí [  no
- 17.9 La tecnología, materiales y equipo aplicados por la empresa son producidos localmente o cuentan con un importante componente nacional.  
Ponderación: 1 [  sí [  no
- 17.10 La empresa facilita transporte terrestre o marítimo a personas de la

comunidad con frecuencia o en casos de emergencia.

Ponderación: 1 [  sí [  no [  n/a

#### 18. Contribución al desarrollo cultural.

18.1 En la promoción de la empresa se integran los elementos culturales de la región y de las comunidades locales.

Ponderación: 1 [  sí [  no

18.2 Se ha destinado un espacio en el hotel donde las organizaciones comunales puedan expresar, previa autorización del hotel, sus proyectos e iniciativas de interés turístico.

Ponderación: 2 [  sí [  no

18.3 La empresa facilita el uso de sus instalaciones para reuniones o encuentros comunales para tratar asuntos importantes de la comunidad.

Ponderación: 2 [  sí [  no

18.4 El hotel promueve e incentiva manifestaciones y actividades culturales.

Ponderación: 1 [  sí [  no

18.5 El hotel prohíbe el uso y promoción de actividades de comercio sexual, prostitución, expendio de drogas u otros problemas sociales.

Ponderación: 3 [  sí [  no

18.6 La empresa establece acciones prácticas que desincentivan el acoso sexual y promueven la igualdad de oportunidades para ambos sexos.

Ponderación: 1 [  sí [  no

18.7 Los rótulos dedicados a la orientación y promoción de la empresa no interfieren con el medio cultural, social o ambiental.

Ponderación: 1 [  sí [  no

#### 19. Contribución en salud

19.1 Los requerimientos de servicios básicos del hotel no están comprometiendo los de las comunidades cercanas.

Ponderación: 2 [  sí [  no [  n/a

19.2 El hotel participa como facilitador en los programas preventivos del Sector Salud.

Ponderación: 1 [  sí [  no

19.3 El control de plagas se lleva a cabo con sustancias y procedimientos que no afectan a los clientes, los trabajadores, a los vecinos, fauna silvestre y el ambiente.

Ponderación: 1 [  sí [  no

## 20. Infraestructura y seguridad

- 20.1 La empresa ha realizado o realiza contribuciones económicas o en especie a la comunidad para obras específicas de infraestructura o su mantenimiento.  
Ponderación: 3 [  sí [  no
- 20.2 La empresa aplica sus influencias y conocimientos en apoyo a la solución de los problemas de infraestructura de las comunidades  
Ponderación: 1 [  sí [  no
- 20.3 La empresa se involucra para integrar asociaciones o comités que trabajen en pro de mejoras para la localidad donde opera.  
Ponderación: 2 [  sí [  no
- 20.4 El hotel apoya los programas de seguridad turística que se estén desarrollando  
Ponderación: 2 [  sí [  no
- 20.5 El hotel tiene y respeta un código de ética en beneficio de la moral y la seguridad.  
Ponderación: 3 [  sí [  no
- 20.6 El hotel ejecuta acciones prácticas para garantizar la seguridad de los turistas y empleados  
Ponderación: 1 [  sí [  no
- 20.7 La empresa cuenta con un plan para actuar en caso de desastres naturales o emergencias.  
Ponderación: 2 [  sí [  no

### Anexo 3: PREGUNTAS PARA ENTREVISTAS

Lista de preguntas para las entrevistas con albergues y hoteles:

- ¿Qué tanta experiencia han tenido ustedes con el programa CST?
- ¿Hasta la fecha, como ha sido la experiencia con el CST?
- ¿Han recibido suficiente apoyo de parte del ICT durante el proceso del CST?
- ¿Sienten que la mayoría de los requisitos del CST son justos?
- ¿Existe algún requisito que para ustedes es imposible cumplir?
- ¿Existen requisitos que, según ustedes no son adecuados para la modalidad del Turismo Rural Comunitario?
- ¿Cuánto han invertido hasta el momento para cumplir con los requisitos del CST?
- ¿Ha sido necesario contratar a una persona dedicada únicamente al proceso CST?
- ¿Tienen alguna recomendación para mejorar el programa CST?

Lista de preguntas para las entrevistas con expertos:

- ¿Se ha desarrollado una guía para orientar a los pequeños y medianos hoteleros sobre el CST, de qué manera orientan a los grandes hoteles interesados en optar por el CST?
- ¿Qué significa PM, Sí, EG y PG en las tablas de resultados?
- ¿Ha habido casos en su experiencia con el programa CST donde había una gran diferencia entre su propia opinión sobre los esfuerzos de sostenibilidad de un emprendimiento, y el resultado de la evaluación? ¿A qué se debía, según usted?
- ¿Se calcula el puntaje final dividiendo la suma de los puntos obtenidos entre el total de los puntos menos los puntos que no aplican, o dividiendo los puntos obtenidos entre el total de los puntos?
- ¿En su opinión, sería beneficioso la creación de una categoría separada para la modalidad del Turismo Rural Comunitario? ¿Porqué (no)?
- ¿Comparando los criterios del CST para hoteles con los criterios para agencias de viajes, siente que hay diferencia en el nivel de dificultad para cumplirlos?
- ¿Se hace alguna excepción en algunos de los criterios para los pequeños hoteleros?

#### **Anexo 4: COTIZACIONES DE TECNOLOGIAS LIMPIAS PURASOL**

Tal como se acordó esta tarde, le envío una indicación del precio por 500 kWh cada mes.

Antes de que usted invierta en un sistema para generar de electricidad, usted debería comprar un sistema para agua caliente. Estos son relativamente baratos y evita que gaste dinero en energía innecesario. El panel más pequeño cuesta \$1.500.

Para generar 500 kWh por mes, recomendamos el sistema híbrido HS2000, mas una turbina de viento adicionales (WT2000/3). Esta combinación costaría \$ 22.500.

Como ya he dicho esta tarde, también podría considerar comprar los primeros 200 kWh de ICE, para que ICE cobra la tarifa 'barata'. Un sistema para generar 300 kWh por mes es el sistema híbrido HS2000 que cuesta \$17.600.

Para estar segura que tiene toda la información, le envío los folletos de esos productos.

Espero su reacción, si esta información es la que deseaba y si usted gustaría recibir un presupuesto para uno o más productos.

Un cordial saludo,  
Arine de Bordes

Telefax (506) 2772 1498

Móvil (506) 8848 2013

[www.purasol.co.cr](http://www.purasol.co.cr)