

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL
(UCI)

EVALUACION DE LA SOSTENEABILIDAD DE EMPRESAS Y DESTINOS TURISTICOS
EN LA RESERVA DE LA BIOSFERA AGUA Y PAZ

GERARDO A. VALVERDE SANCHEZ

PROYECTO FINAL DE GRADUACION PRESENTADO COMO REQUISITO
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE
MASTER EN GESTION DEL TURISMO SOSTENIBLE

San José, Costa Rica

Junio, 2008

DEDICATORIA

A mi esposa Rosa, a mis hijos Luís Roberto, María Graciela y Gabriela María, por el apoyo y la comprensión que me han dispensado durante todo el tiempo que les he quitado para poder concluir mis estudios y el presente trabajo.

RECONOCIMIENTOS

A Dios ¡Gracias infinitas! por permitirme concluir un anhelo que tuve desde joven. Llegar a obtener un postgrado.

A mis padres, Miguel Ángel y Ana María, que siempre sembraron en mí el deseo de superación.

A mi tutora Ana Báez, amiga de tiempos, quien me ha enseñado, orientado y animado en todo este quehacer del turismo.

A Uriel Barrantes. Por sus consejos y pláticas para mejorar y hacer bien las cosas.

A Melissa Salas, que siempre me asistió en todo este trabajo.

|

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL
(UCI)

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como requisito parcial para optar al grado de Master en (Nombre de la Maestría)

Ana L. Báez
PROFESOR TUTOR

Amos Bien
LECTOR No.1

Erick Vargas
LECTOR No.2

Gerardo A. Valverde Sánchez
SUSTENTANTE

|

RESUMEN EJECUTIVO

El nivel de información, educación y conciencia de las personas que realizan turismo a través del mundo, hace que cada vez más opten por productos amigables con el ambiente y buscan destinos donde se respete y conserve las culturas de los pueblos. Desde esta perspectiva, la sostenibilidad del turismo para Costa Rica, se convierte en la principal herramienta de competitividad para la promoción y venta de un producto basado en recursos naturales y culturales. Sin embargo, la sencilla razón de declararse sostenible, no significa haber alcanzado la sostenibilidad, esta práctica debe demostrarse con hechos y debe obtener la credibilidad de grupos rigurosos que promueven el desarrollo sostenible del turismo, y a la vez, ser consecuentes, para que las etiquetas de “ecoturismo, sostenible, amigable, etc.” que se agregan a los productos, se ajusten a la realidad de buenas prácticas en turismo y desarrollo sostenible.

En 1997 el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), creó el programa de Certificación de la Sostenibilidad Turística (CST), diseñado para categorizar y diferenciar empresas turísticas de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad, programa claramente reconocido en el 2002 por la Organización Mundial del Turismo (Monge, 2003). Sin embargo, durante los primeros diez años el CST no ha tenido la aceptación esperada dentro del sector turismo en Costa Rica.

El presente trabajo tiene como objetivo principal la evaluación de la sostenibilidad en empresas de turismo de tres de los principales sitios turísticos de la región norte del país – Monteverde, La Fortuna y Sarapiquí – y de la región como entorno, denominada Reserva de la Biosfera Agua y Paz (RBAP), una de las zonas con mayor desarrollo y potencial turístico de Costa Rica y recientemente declarada por la UNESCO como Reserva de la Biosfera (Vargas, 2007).

Se diagnosticó la práctica de la sostenibilidad del sector turismo dentro de la RBAP, para lo cual se hizo un análisis de la aplicación en términos reales del CST; se caracterizó a las empresas participantes del programa de CST y se determinaron qué factores están asociados para la correcta aplicación del CST, así como algunos de los factores internos y externos que evitan que nuevas empresas se interesen en la aplicación del CST.

Se hizo una revisión bibliográfica de aspectos relacionados con otras normas de sostenibilidad turística en el mundo y una breve comparación con la CST. Entrevistas con personas relacionadas al programa CST pertenecientes al Instituto Costarricense de Turismo (ICT), y a personas que puedan emitir criterios válidos que enriquezcan el contenido de este proyecto. En cada uno de los destinos seleccionados para el estudio, se visitaron empresas de turismo y se hicieron entrevistas a dueños o gerentes para determinar el grado de aplicabilidad de la CST o las razones para no hacerlo. Finalmente se hicieron entrevistas a todos los alcaldes municipales de las diferentes municipalidades dentro de la RBAP (San Carlos, Sarapiquí, Monteverde, Tilarán, Guatuzo, Los Chiles y Upala), así como a tres asociaciones de desarrollo (Monteverde, Sarapiquí y La Fortuna), como contraparte del sector turismo, para determinar su labor de gestión en actividades relacionadas con el desarrollo sostenible dentro de la RBAP.

Se nota el esfuerzo realizado por algunos grupos de empresarios y organizaciones de la región por alcanzar niveles de sostenibilidad más acorde a la realidad con la actividad que promocionan y venden. Sin embargo, este trabajo permitió identificar una serie de dilemas que amenazan la solidez de la sostenibilidad de la región como destino, especialmente en cuanto a las posibilidades de lograr una mayor participación de los locales en los negocios de turismo, en mejorar las condiciones sociales y económicas de las comunidades más deprimidas, en definir la situación de algunas de las áreas protegidas y en rescatar aspectos culturales muy propios de la región.

En conclusión se determina que son más las dificultades que enfrenta el tema de la sostenibilidad de la RBAP que los logros alcanzados. Los desafíos a nivel de planificación urbana versus el acelerado crecimiento de la región junto con las trabas administrativas de las organizaciones locales, se convierten en importantes impedimentos para contar con las condiciones mínimas necesarias para la implementación de buenas prácticas que conduzcan a la sostenibilidad de la región. Por su parte el sector turismo parece beneficiarse de la buena imagen que el país obtuvo como destino de naturaleza, pero en la práctica son pocas las iniciativas y compromisos que dan luces de ir en búsqueda del camino hacia la sostenibilidad. Inclusive, la implementación del CST es una tarea pendiente para fortalecer la relación imagen ante las acciones implementadas. Sin embargo, no todo es negativo, ésta es una región donde sus habitantes se han caracterizado por su espíritu emprendedor, asumir retos y sobre todo la disponibilidad de aprender y de poner en práctica lo aprendido. Por lo tanto, se propone retomar iniciativas, fortalecer alianzas y duplicar esfuerzos para que la industria, el gobierno y las comunidades locales trabajen en conjunto y asuman con responsabilidad las tareas que conlleva haber sido declarados Reserva de la Biosfera.

ÍNDICE GENERAL

1. INTRODUCCION.....	1
1.1 <i>Antecedentes.....</i>	<i>1</i>
1.2 <i>Planteamiento del problema.....</i>	<i>3</i>
1.3 <i>Justificación.....</i>	<i>5</i>
1.4 <i>Objetivo General.....</i>	<i>8</i>
1.5 <i>Objetivos Especificos.....</i>	<i>8</i>
2 MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 <i>La Reserva de la Biosfera Agua y Paz (RBAP).....</i>	<i>9</i>
2.2 <i>Definición del modelo turístico para la Reserva de la Biosfera Agua y Paz, con base al plan Nacional de Desarrollo Turístico (ICT-2002–2012).....</i>	<i>14</i>
2.3 <i>La Norma de Certificación CST.....</i>	<i>17</i>
3 EL MARCO METODOLÓGICO.....	31
3.1 <i>Lugares donde se realizó el trabajo de investigación.....</i>	<i>32</i>
3.2 <i>Sujetos de Análisis.....</i>	<i>32</i>
3.3 <i>Personas que fueron entrevistadas o encuestadas.....</i>	<i>33</i>
3.4 <i>Muestra de Estudio.....</i>	<i>33</i>
3.5 <i>Instrumentos de Medición.....</i>	<i>33</i>
3.6 <i>Realización de las entrevistas.....</i>	<i>33</i>
3.7 <i>Datos Secundarios de Apoyo.....</i>	<i>34</i>
3.8 <i>Trabajo de Campo.....</i>	<i>34</i>
3.8.1 <i>Entrevistas con empresas que están aplicando CST.....</i>	<i>34</i>
3.9 <i>Entrevistas con empresas que no aplican CST.....</i>	<i>35</i>
3.10 <i>Entrevistas a Municipalidades y Asociaciones de Desarrollo.....</i>	<i>35</i>
3.11 <i>Análisis de la Información.....</i>	<i>36</i>
4 DESARROLLO.....	36

4.1	<i>Resultados de la revisión y análisis bibliográfico sobre normas para turismo</i>	36
4.1.2.3	<i>Programas de certificación europeos</i>	51
4.1.2.4	<i>Otros programas de certificación</i>	52
4.2	<i>Resultados y análisis del trabajo de campo</i>	66
5	CONCLUSIONES	103
5.1	<i>Grado de sostenibilidad de la RBAP</i>	104
5.2	<i>¿Por qué a muchas empresas no les interesa el CST?</i>	107
5.3	<i>El problema de aplicar CST</i>	108
5.4	<i>El papel de los empresarios en el desarrollo sostenible de la empresa y del destino</i>	109
5.5	<i>Algunas inconsistencias del desarrollo del turismo sostenible en Costa Rica</i>	111
6	RECOMENDACIONES	111
6.1	<i>Algunos aspectos que debería incluir la Norma CST</i>	111
6.2	<i>La responsabilidad de las municipalidades y organizaciones comunales</i>	113
6.3	<i>Algunas consideraciones que debe tener en cuenta el ICT para lograr el éxito de la implantación de la norma CST a nivel Nacional</i>	114

ÍNDICE DE ABREVIACIONES

AMITOFOR	Asociación de microempresarios de la Fortuna
CANATUR	Cámara Nacional de Turismo
CNACST	Comisión Nacional de Acreditación del Certificado para la Sostenibilidad Turística
CRIMT	Comisión Regional de la Iniciativa Mesoamericana de Turismo
CST	Certificación de la Sostenibilidad Turística
EXPOTUR	Feria Anual de Turismo en Costa Rica
FORETUR-ZN	Foro Regional de Turismo de la Zona Norte
ICT	Instituto Costarricense de Turismo
ITECO	Instituto de Normalización Técnica
IMN	Instituto Meteorológico Nacional
INBio	Instituto Nacional de Biodiversidad
INCAE	Instituto Centroamericano de Administración de Empresas
INCAE	Instituto Centroamericano de Administración de Empresas
ISO	Organización Internacional de Normalización
MIDEPLAN	Ministerio de Planificación
MINAE	Ministerio del Ambiente y Energía
OBDETUR	Observatorio de Turismo Instituto Tecnológico de Costa Rica
OMT	Organización Mundial del Turismo
PROARCA/APM	Programa Regional de Áreas Protegidas para Centro América y Mercadeo Ambiental
RBAP	Reserva de la Biosfera Agua y Paz
RHN	Región Huetar Norte
SIRZEE	Sistema de Información Región Huetar Norte
ZEE	Agencia de Desarrollo Zona Económica Especial

1. INTRODUCCION

1.1 Antecedentes

El turismo se ha convertido en la principal actividad económica para Costa Rica, y en la actualidad es la primera fuente generadora de divisas, representado el 8% del producto interno bruto (Calderón, 2005). Para el 2007 el turismo generó 1.921,6 millones de dólares U.S. y en cuanto al volumen de visitantes, se dio un incremento, donde el número pasó de 1.681.500 a 1.900.000 (AFP, 2007). La actividad turística se ha consolidado basada en la riqueza y diversidad biológica que sustenta el país, en su espíritu de paz y democracia, en la afabilidad de sus gentes y en una política publicitaria que gira en torno al eslogan “Costa Rica, sin ingredientes artificiales”, logrando posicionar al país como uno de los principales destinos de ecoturismo en el mundo y como número dos en América Latina en competitividad, según el Foro Económico Mundial; superado solo por Barbados (Latin Business Chronicle, 2007).

El éxito de la aceptación de la oferta turística está sustentado en la creación del sistema de Áreas Protegidas y a la formulación de políticas ambientalistas. Costa Rica posee hoy un incuestionable prestigio internacional que le ha valido la atención de importantes medios mundiales televisivos, como la BBC, Discovery Chanel y Animal Planet, entre otros, que transmitieron programas a todo el mundo sobre la belleza natural de sus paisajes y su vasta riqueza biológica. Nuevas generaciones de biólogos nacionales y extranjeros con sus aportes científicos y publicaciones han contribuido a un mayor conocimiento y divulgación de su biodiversidad. Organizaciones como el Centro Científico Tropical, la Organización para Estudios Tropicales, The Nature Conservancy, The National Geographic y el Instituto Nacional de Biodiversidad, entre muchas otras, han dado también su aporte científico y divulgativo. De manera que el país ha sido protagonista en materia ambiental, llamando la atención del mundo sobre su vasta biodiversidad; espacios aprovechados por empresarios visionarios para promover el país en mercados de turismo interesados en la naturaleza. De esta manera, poco a poco, se fue conformando una de las actividades económicas más importantes del país: el ecoturismo.

Con sólo 51.100 km² de superficie terrestre (0,03% de la mundial), Costa Rica es considerado uno de los países con mayor biodiversidad del Planeta. Su posición geográfica, sus dos costas y su sistema montañoso, que provee numerosos y variados microclimas, son algunas de las razones que explican esta riqueza natural, tanto en especies como en ecosistemas (Valerio, 1991). Un país con una de las tasas más altas de deforestación en América latina, durante las décadas de los 50 a los 70's, que deforestó el 41 % de sus bosques primarios (Chávez y Rosero-Bixby. 1998), en los últimos 25 años revertió ese rumbo y hoy ostenta un territorio con un 48 % de cobertura vegetal (Estado de la Nación, 2005).

Lo anterior ha sido válido para que en materia de turismo, el país pueda venderse como un sitio "ecológico"; "único en el mundo" y de aparente concienciación ecológica entre sus gentes; materializado en una publicidad caracterizada con eslóganes como: "Costa Rica siempre verde"; "Costa Rica sin Ingredientes Artificiales" o "Costa Rica Natural" y de panfletos y afiches con imágenes cargadas de aspectos ecologistas y de repetitivos argumentos que esbozan una práctica de turismo sostenible, elementos que han incidido en una respuesta favorable, por parte del visitante que gusta del disfrute y de la tranquilidad en medio de la naturaleza, o de aquel, cuya conciencia ecológica, le motiva a buscar productos que no afecten el medio ambiente.

El Gobierno de la Republica a través de la promulgación de legislación como la Ley Orgánica del Ambiente, la Ley Forestal y la Ley de Biodiversidad, logró establecer entidades como: la Secretaria Técnica del Ambiente (SETENA), el Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC), el Tribunal Ambiental Administrativo y el Fondo Nacional de Financiamiento Forestal (FONAFIFO)), que se han convertido en instrumentos que marcan hitos importantes en la evolución de la legislación ambiental costarricense y han servido como marco conceptual y normativo, que abarca todas las facetas de la gestión ambiental y propicia instancias de participación y consulta popular, como el Consejo Nacional y los Consejos Regionales de Áreas de Conservación (MINAE, 2006).

En el área del turismo, en 1997 se crea, por parte del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), el programa Certificación de Sostenibilidad Turística (CST), obteniendo el reconocimiento, por parte la Organización Mundial del Turismo (OMT) (Monge. 2003), como uno de los primeros programas de certificación que se ofrecen al sector turismo. El CST implica una nueva forma de

reconocer a quienes se han comprometido con un turismo responsable, y promover el desarrollo de conciencia dentro del sector empresarial costarricense, conduciéndolo a la implementación de buenas prácticas para lograr un mayor compromiso ambiental y social con las comunidades, a mejorar la calidad del producto turístico y brindar un servicio de atención y seguridad al cliente. A partir de este momento, el país a través de su Gobierno y junto a los empresarios responsables, asumen el compromiso de gestar un desarrollo sostenible del turismo, acorde con lo que se publicita y ofrece en las campañas de mercadeo.

1.2 Planteamiento del problema

Este posicionamiento del país en su desempeño ambiental y de ser líder en normalizar la práctica de turismo como una actividad sostenible, le crea una responsabilidad enorme, ante su pueblo y ante el mundo en general. Ya no basta con promover una buena imagen de sostenibilidad, sino que hay que responder e ir más allá de los argumentos, y ajustarse con hechos a la realidad del momento. Quienes miran al país desde fuera, esperan lo mejor de este y no admiten errores ni excusas y serán más proclives a señalar al país como infractor que como buen ejemplarizador.

Sin embargo, pese a los buenos argumentos que maneja el país en materia ambiental y en el logro de pautas concebidas para un desarrollo exitoso de la sostenibilidad, entre estas la del turismo, el informe del Estado de la Nación 2006, revela, que *“Los monitoreos de calidad denotan la vulnerabilidad de recursos esenciales para la calidad de vida de la población, como el aire o el agua, a lo cual se unen patrones de consumo asociados a una elevada generación de residuos sólidos y líquidos, y la dependencia de combustibles caros y altamente contaminantes”*. Señala el mismo informe que Costa Rica se aleja cada vez más de sus aspiraciones de un desarrollo humano sostenible y de lograr una sociedad que avance hacia una mayor equidad en el disfrute de los recursos naturales; a lo cual también se debería agregar, la poca atención que se pone en temas que promuevan una participación más amplia de las comunidades en el desarrollo del turismo y puedan éstas tener acceso a un mayor beneficio económico. Regiones como Los Chiles, Guatuzo y Upala sufren de una gran depresión económica a pesar de poseer un vasto potencial de recursos disponibles para el turismo. De igual manera se descuidan

aspectos sociales y culturales que afectan a las comunidades, consecuencia lógica de un desarrollo turístico mal planificado, factores que niegan o limitan las posibilidades de mejores condiciones de vida para el costarricense común.

Vistos desde fuera, la imagen de Costa Rica, también tiende a descalificarse: *“Costa Rica no es tan ‘ecológica’ como se vende”* (Cousteau, 2007). En esta crítica se hace referencia al mal manejo que se le dan a los desechos sólidos y la contaminación de los ríos, así como al poco control del crecimiento turístico. Verdades incuestionables, ante ejemplos como los del río Tárcoles, unos de los más contaminados de América Central (FUDEU, 2005), y los desarrollos turísticos en zonas sin ninguna regulación territorial y sin planes reguladores bien concebidos.

En muchos casos, el país se señala como un ejemplo que no se debe de seguir: *“Colombia..., debe cuidar su gente, su cultura y sus recursos naturales y aprender de los errores de los pioneros y aun líderes de la actividad eco turística en Latinoamérica: Costa Rica”*. (Gómez, 2005). De manera que el tema del desarrollo sostenible y en especial el del turismo sostenible, empiezan a generar preocupación y a cuestionar la realidad del país en este campo.

Desde el análisis anterior, llama la atención, que pese a la preocupación del Gobierno y de una gran parte del sector privado por algunos aspectos del desarrollo sostenible, existe una gran brecha entre la teoría y la práctica, es decir, entre lo que se dice y lo que se hace. En algunos aspectos el desarrollo sostenible del turismo se enmarca entre contrastes; recientemente el Gobierno decreta un freno a la construcción de inmobiliarias en Guanacaste (Gutiérrez, 2008) y por otro lado también crea un decreto permitiendo de nuevo la explotación minera (Loaiza, 2008).

Tal parece que gran parte del tema de sostenibilidad se centra en los recursos ambientales, en donde el país ha mostrado un alto desarrollo en ese campo: labor encomiable pero aun incompleta. Sin embargo, en otros temas de la sostenibilidad, como la economía, la cultura y la sociedad, pasan de alguna manera inadvertidos para los diferentes actores de la sociedad costarricense, llámese gobierno o empresa privada (Estado de la Nación, 2006). Desde esta perspectiva, un programa como la CST, creado en 1997, diez años después, solo es aplicado por 63 empresas turísticas en todo el país (ICT, 2008), por lo cual se puede concluir que dicho

programa, está lejos del éxito esperado durante su lanzamiento y puede mencionarse, sin ambages, que su aplicación es un fracaso en términos de una aplicación general. En La Fortuna de San Carlos, con 94 empresas de hospedaje (OBDETUR, 2007), solo 4 empresas aplican el CST (ICT, 2007). En Monteverde, con 65 empresas de hospedaje (Obdetur, 2008) y uno de los primeros destinos turísticos del país, aplican solamente 5 empresas¹.

Existen razones o causas, entre ellas el éxito obtenido, que han restado atención a la necesidad de procurar un verdadero desarrollo sostenible del turismo, cuyos efectos, empiezan a ser apenas perceptibles. Pudiendo llegar a ser éstos, generadores de situaciones difíciles de manejar en aspectos como sostenibilidad, competitividad y mercadeo, ante una demanda cada vez más comprometida con el medio ambiente y exigente de productos de calidad y ante una competencia que cada día procura ganar todo terreno que el país abandone.

1.3 Justificación

El turismo ha logrado ser la principal fuente de divisas, a la vez generadora de empleo y de nuevas empresas para el país (Calderón, 2005), con un alto potencial turístico aun sin aprovechar, cifra sus expectativas en un creciente desarrollo de la actividad para los próximos años, apoyado en el crecimiento que muestra el turismo a nivel mundial, según las últimas estadísticas de la Organización Mundial del turismo (OMT, 2007) y a la firme convicción, por parte de algunos actores, como la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) y el ICT, de que el país ha logrado la consolidación como destino turístico. Sin embargo, el crecimiento del turismo, en países que ofertan productos similares al de Costa Rica, por su gran diversidad biológica y cultural: Panamá, Perú, Ecuador, Colombia, Centro América y sur de México; junto a países del trópico asiático: Tailandia, Laos, Vietnam; no dejan de ser una amenaza, dentro de las posibilidades de expansión y consolidación del turismo de naturaleza que oferta Costa Rica. Si ha esto se suma la pérdida de credibilidad que empieza a tener el país en cuanto a ofertar un producto turístico sostenible, son motivos suficientes para alertar sobre la necesidad que tiene el sector turismo de corregir su rumbo. Al igual que se reconoce la importancia económica del

¹ El CST aplica solo para hospedaje y Tour Operadoras. Sin embargo en este estudio no se tomaron en cuenta estas últimas, ya que a la fecha ninguna de estas, que se estiman en unas 25 aplican la norma.

turismo, se debe también reconocer la importancia de otros aspectos ligados a la sostenibilidad, como es lograr una mayor equidad económica a favor de las comunidades, la promoción de las culturas locales y el respeto a éstas, esto sin dejar por fuera el medio ambiente a nivel de desarrollos turísticos y efectos de los entornos inmediatos a los destinos.

Esta preocupación crece al calor del exceso de confianza que existe entre los empresarios y el Estado, concretamente el ICT, al creer que el turismo en Costa Rica, es una actividad consolidada fijamente. Si bien es cierto, que el país marcha a la cabeza de todos estos países, antes mencionados, al poseer sólidas fortalezas como la experiencia adquirida en los últimos 20 años, un ambiente de paz y tranquilidad, una posición geográfica privilegiada con respecto a su mayor mercado y un recurso humano capacitado, no se debe dejar de lado, que los destinos turísticos cumplen un ciclo de vida (SECTUR, 2005) y en su estado de agotamiento, nuevos destinos con atractivos similares, pueden desviar la atención de los grandes tour operadores hacia nuevas rutas, situación que podría ser catastrófica cuando se tiene una gran dependencia económica, en este caso del turismo y cuando se tienen competencias tratando de hacer lo mismo y aprovechando y copiando la experiencia de otros. El éxito alcanzado, ha dejado de lado aspectos como la planificación estratégica, el aprovechamiento de nuevas tecnologías en la comunicación, el desarrollo de nuevos productos, la innovación y la investigación, así como una adecuada capacitación empresarial y capacitación del recurso humano. Todos aspectos claves de un desarrollo sostenible.

Ante una situación como la planteada, los destinos turísticos, deben ser siempre innovadores, buscar la diferenciación mejorando y creando nuevos productos para ser competitivos, consolidar imagen y marca y buscar ganar la credibilidad de que lo que se ofrece y publicita empata con la realidad, ya que la publicidad por si sola no puede solventar las deficiencias de un producto sin el respaldo de los hechos. Por lo tanto, se debe asumir con responsabilidad el futuro, y una manera de hacerlo es implementando buenas prácticas en el desarrollo del turismo.

El futuro del turismo radica en las estrategias que se gestionen y desarrollen para su sostenibilidad. Como parte de esa estrategia el ICT estableció el programa de CST, cuyo propósito es reconocer operaciones turísticas que implemente auténticamente los principios del turismo sostenible, además de estimular su continua mejora.

Por otra parte “El Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2002-2012”, el cual divide el país en diez Unidades de Planeamiento y de las cuales se derivan “Los Planes generales del uso de la Tierra y desarrollo Turístico” para cada una de las unidades, según su contexto geográfico y particularidades de cada unidad, establece con claridad principios de la sostenibilidad para un desarrollo turístico determinado por factores ambientales, sociales, culturales, económicos y políticos. Esta herramienta de trabajo, como plan estratégico del desarrollo sostenible para las regiones y para el país, deja enormes dudas de su aplicabilidad y de su éxito, en donde aun, se continúa, por parte del ICT, en un debate casi continuo y recurrente, sin llegar a su implementación total o parcial.

Por razones prácticas y estratégicas, como área de trabajo se seleccionó La Reserva de la Biosfera Agua y Paz y dentro de estas, las comunidades de: Monteverde, primer destino eco turístico en Costa Rica; La Fortuna, segundo en visitación en el país después de Manuel Antonio (ICT, 2005) y en pleno auge en su desarrollo de infraestructura y planta física. Sarapiquí, inicia su desarrollo en turismo hace 30 años con la Selva, al igual que Monteverde (Laarman, 1986). Sin embargo, su desarrollo no ha sido tan acelerado a pesar de su potencial en recursos naturales y paisajísticos.

Este Estudio, aunque preliminar, pretende evaluar la sostenibilidad del turismo en una de las regiones de mayor desarrollo turístico del país y tener una base para proyectar hacia el resto del país razones válidas para la aplicación de buenas prácticas en turismo. El área de trabajo estaría abarcando toda la geografía de la Reserva de la Biosfera Agua y Paz (RBAP, explicado en detalle en la sección 2.1), pero con mayor énfasis en sus principales destinos turísticos (Monteverde, La Fortuna y Sarapiquí). Este trabajo abre también la oportunidad para determinar, a groso modo, la efectividad del Plan General de Uso de la Tierra y Desarrollo Turístico para la Unidad de Planeamiento Turístico de Llanuras del Norte de Costa Rica y la Unidad de Planeamiento de Monteverde (ICT, 2001).

1.4 Objetivo General

Determinar el nivel de aplicación de las buenas prácticas de sostenibilidad en turismo por parte del sector privado, gobierno y comunidades en los principales destinos turísticos de la Reserva de la Biosfera Agua y Paz.

1.5 Objetivos Específicos

1. Determinar y caracterizar a las empresas del sector turismo de la RBAP, respecto al grado de compromiso asumido en la implementación y ejecución de buenas prácticas en la actividad del turismo, a través de la aplicación, en términos reales, de la norma CST; concretamente en los destinos de Monteverde, La Fortuna y Sarapiquí.
2. Determinar qué tipo de factores (nivel de conciencia, dificultad tecnológica, beneficios de corto plazo u otros) están asociados al nivel de aplicación de la Norma CST.
3. Diagnosticar el rol de las comunidades y los Gobiernos Locales como actores complementarios en la implementación de programas de sostenibilidad en la RBAP
4. Hacer una propuesta de mejora en la aplicación de la norma CST en la región norte de Costa Rica.

Lo que el presente estudio pretende investigar, es evaluar la práctica de la sostenibilidad en el sector turismo de la RBAP, concretamente en los destinos: Monteverde, Fortuna, Sarapiquí, partiendo del hecho que la región se publicita y se vende como un destino ecoturístico. Sin embargo, la aplicación de programas de sostenibilidad, oficialmente identificados en el área, parece ser pocos, ya que en el momento de iniciar este trabajo solo 59 hoteles en el país contaban con CST (ICT, 2007).

Se busca, también, analizar la aplicación de la CST en términos reales, para: determinar en qué grado, las empresas que aplican, cumplen con los requisitos que establece la norma; determinar las razones por las cuales algunas empresas se han mantenido en el nivel que calificaron por primera vez, sin evolucionar a niveles más altos y las razones por las cuales otras empresas

dejaron de aplicar la CST. Es importante determinar el seguimiento dado a la aplicación de CST y si se ejerce algún control a través de indicadores ya establecidos. Las normas o buenas prácticas, no solo deben ser ejecutadas con apego y ética, sino también deben, de alguna manera ser evaluadas con periodicidad, para dar fe de su aplicación y medir la sostenibilidad en términos ambientales, socio económicos, y culturales.

A pesar de su proliferación reciente, los sistemas de certificación no han logrado implantarse en forma significativa ni entre las empresas ni entre los consumidores de turismo. Tampoco existe unanimidad u homogeneidad entre los diversos sistemas existentes, lo que redundaría en una confusión entre los usuarios (OMT, 2003). Se desconoce qué factores evitan que nuevas empresas se interesen en la aplicación de la CST. Determinar estos factores y buscar alternativas que mejoren su aplicación en la región, son también parte de este trabajo, el cual puede funcionar como plan piloto en la aplicación de la CST a nivel nacional.

La certificación ha surgido como una herramienta para garantizar una mejor gestión del desarrollo turístico, que a su vez coadyuva a que las empresas y proveedores de servicios respondan a los intereses y deseos de sus consumidores (PROARCA, 2002). Pero todo parece indicar que existe dificultad en la implementación de normas como CST y otras. Ya existen cantidad de normas de certificación en el mundo, en donde la CST es una de las mejores, al ser reconocida por la OMT (Monge. 2003). Corresponde ahora determinar las razones por las cuales hay poca motivación para su implementación y de si se hace necesario desarrollar nuevas propuestas y nuevos incentivos que logren despertar el interés de los empresarios para su aceptación y aplicación.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 La Reserva de la Biosfera Agua y Paz (RBAP)

Según el Plan de Regionalización Oficial de Costa Rica, decreto No. 16068 y sus respectivas modificaciones, la Región Huetar Norte (RHN), esta integrada por los cantones de San Carlos, Guatuso, Los Chiles y los distritos de Sarapiquí (Alajuela), Río Cuarto (Grecia), Peñas Blancas

de San Ramón, así como los distritos La Virgen, Puerto Viejo y Horquetas del cantón de Sarapiquí² (Heredia). Está misma región es la que conforma la Unidad Huetar Norte, con una subunidad (Sarapiquí) dentro de “Los Planes Generales del Uso de la Tierra y Desarrollo Turístico” contemplado dentro del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible (2002-2012), del ICT. Monteverde, ubicado en la parte alta de la región norte del país, por si solo, conforma otra de las unidades dentro del mismo Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible (ICT-2002-2012).

Fig. No. 1.
Ubicación de la Reserva de la Biosfera “Agua y Paz”



Fuente: Elaborado por G. Valverde

Aunque el Instituto Costarricense de Turismo dividió la región en dos unidades dentro del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible (2002-2012), (Llanuras del Norte y Monteverde); se ha demostrado la conveniencia de juntar ambas unidades para conformar un solo destino o “cluster turístico”³; esto por cuanto ambas unidades comparten recursos naturales, forman parte de una misma cuenca hidrográfica, tienen un posicionamiento en turismo de

naturaleza y aventura, les une una red de carreteras y por su cercanía comparten gran parte de la demanda, todos aspectos que contribuyen a aumentar la calidad y diversidad del producto

² “Sarapiquí” es a la vez el nombre de un distrito del cantón de décimo de la provincia de Alajuela y también el nombre del décimo cantón de la provincia de Heredia.

³ **Cluster turístico:** En inglés, cluster significa ramo, racimo o conglomerado; en general, conjunto de cosas iguales que se agrupan en torno a un punto común. En gestión empresarial se aplica a un conjunto de empresas concentradas en un mismo entorno geográfico y que desarrollan una actividad económica similar o pertenecen a sectores industriales relacionados entre sí. Las empresas formantes del cluster cooperan para mejorar su competitividad, para alcanzar objetivos comunes. Los clusters turísticos se podrían definir por servicios (alojamiento, restauración, transporte, etc.), por marco geográfico (comarcas, rutas) o por temas (turismo cultural, de naturaleza, gastronómico, entre otros). (Muñoz, sin fecha).

turístico (FORETUR⁴, 2006). Razón que tomó mayor validez cuando el 19 de septiembre de 2006, la UNESCO, aprueba la creación de la Reserva de la Biosfera Agua y Paz, (Vargas, 2007) sobre la vertiente norte del país, integrada geográficamente por la Región Huetar Norte (RHN), parte de las Áreas de Conservación Arenal –Tempisque, Cordillera Volcánica Central y el Área de Conservación Arenal – Monteverde, conformando la mayor parte de la cuenca del Río San Juan del lado de Costa Rica, con una extensión de 9.160 Km². A partir de este momento se trabaja en función del área como una unidad geográfica, cuya designación une la región al darle un mayor sentido de pertenencia a las diferentes comunidades que la integran (FORETUR, 2008).

La propuesta para ampliar la región, pretende crear una oferta primaria y complementaria amplia y diversa que garantice el atractivo del destino y aumente los días de estadía de los visitantes, tanto para una demanda a nivel nacional como internacional. Por otra parte se pretende nivelar el comportamiento de la estacionalidad a través de una mayor oferta turística, basada en aspectos de calidad y sostenibilidad.

En la conformación de la RBAP intervienen aspectos de tipo orográficos, al integrar la mayor parte de la cuenca del Río San Juan del lado de Costa Rica, que junto a una serie de procesos demográficos, sociales y económicos que tienen lugar en diferentes momentos históricos de la región, vinculados con fenómenos como la migración, la colonización agrícola y la construcción de infraestructura vial, determinan su geografía dentro de la regionalización del país (MIDEPLAN, 2003). Sin embargo, en su desarrollo social y económico, es una región de contrastes, mientras cantones como San Carlos (considerado como uno de los más ricos y prósperos del Costa Rica), cantones como Upala, San Rafael (Guatuzo) y Los Chiles, están dentro de los más pobres del país (Rojas, 2004).

⁴ Auspiciado por la Agencia de Desarrollo de la Zona Norte (ZEE), el Foro Regional de Turismo de la Zona Norte (FORETUR ZN), es un foro abierto a empresarios y cámaras de turismo, instituciones educativas y de capacitación en turismo, organizaciones de desarrollo comunal, así como personas interesadas en el desarrollo turístico de la región. Su objetivo principal es integrar al sector turismo de la región y propiciar el desarrollo de la misma en todos los aspectos relacionados con el turismo (nuevos atractivos, capacitación, desarrollo sostenible, mercadeo, entre otros).

2.1.1 Caracterización de la Región

La región se caracteriza por presentar un relieve irregular con altitudes que varían de los 20 a los 2.000 metros sobre el nivel del mar, encontrándose áreas montañosas al sur pertenecientes a las cordilleras Volcánica Central, Tilarán y Guanacaste, hasta planicies al norte fronterizas con Nicaragua, como son las llanuras de San Carlos, los Guatuzos y Sarapiquí.

2.1.2 Clima

La región está influenciada por las condiciones climáticas del Atlántico y en menor grado del Lago de Nicaragua, que ejerce una función reguladora. La mayor parte del territorio presenta un clima que se puede clasificar como tropical lluvioso, principalmente en las zonas bajas del norte de la región, con precipitaciones anuales que oscilan 3.000 y 4.000 mm, con temperaturas promedio anuales de 25 grados centígrados y una humedad relativa alta entre 85% y 90% (IMN, 2008). Las zonas más altas al sur de la región presentan un clima con características de tropical húmedo, precipitación anual de 4.500 mm, temperatura promedio anual de 20 grados centígrados y humedad relativa cercana a 100%. Las áreas al otro lado de la división continental, hacia el pacífico, muestran variables climáticas con un mayor promedio de temperatura durante todo el año, menor precipitación y periodos de sequía más prolongados (IMN, 2008)

2.1.3 Hidrografía

Un recurso abundante de la región es el agua, por tanto su disponibilidad no es un factor limitante para el desarrollo de actividades productivas. Tanto en la planicie como en las zonas altas, el nivel de precipitaciones pluviales es muy elevado y más bien no permite el desarrollo de ciertos cultivos agrícolas. Otra fuente abundante de este recurso son las aguas subterráneas, con acuíferos abundantes, superficiales y con aguas de buena calidad (SIRZEE, 2008).

El sistema fluvial posee seis cuencas hidrográficas a saber: Río Frío, Zapote, Río Pocosol, Río San Carlos, Río Cureña y Río Sarapiquí. Las cuencas de los ríos de la Vertiente Noreste de la Cordillera de Guanacaste vierten sus aguas principalmente al Lago de Nicaragua y comprende la

Llanura de los Guatuzos. El resto de los ríos drenan al Río San Juan a través de las Llanuras de San Carlos y Santa Clara, con nacientes en la Sierra de Tilarán y en la Cordillera Volcánica Central. Dentro de estas llanuras se destacan ambientes hidromórficos constituidos por humedales, entre ellos Las Camelias, Medio Queso, Caño Negro, Maquenque, Tamborcito, Copalchí. También forma parte de los humedales del área el Lago Arenal y el Lago Cote (SIRZEE, 2008).

2.1.4 Flora y Fauna

La flora y la fauna refleja en su diversidad y riqueza de especies, producto del intercambio de biota entre la masa continental Neotropical de Sudamérica y la Neoártica de Norteamérica. En términos generales, los bosques húmedos y muy húmedos coinciden con las tierras bajas y calientes del Caribe. Con la elevación, las formaciones vegetales cambian hacia diversos tipos de vegetación hasta llegar a bosques más nubosos, en las cimas de conos volcánicos, principalmente en el Parque Nacional del Agua Juan Castro Blanco y la parte alta de la Sierra de Tilarán (Monteverde). Por la ubicación dentro de la RBAP de dos de los principales sitios de investigación taxonómico y ecológico de toda Centroamérica, desde los años 1950, la Estación Biológica La Selva y la Reserva del Bosque Nuboso de Monteverde, se cuenta con una enorme cantidad de información sobre la flora, fauna y ecología de la zona. Esto ha facilitado la creación de empresas de ecoturismo de un alto nivel de interpretación ambiental.

2.1.5 Desarrollo del turismo dentro de la RBAP

Dos de los principales destinos turísticos del país (Monteverde y La Fortuna) se encuentran dentro de la región. Monteverde, con un historial turístico de más de 25 años, primer destino ecoturístico de Costa Rica, cuyo desarrollo ha sido espontáneo, sin ninguna planificación pero marcó un modelo y estilo propio que permeó al resto del país. Sin embargo, no existen estudios actualizados que muestren los aspectos negativos y positivos que ha generado el turismo durante este lapso de tiempo. En La Fortuna de San Carlos, uno de los sitios más visitados del país en la actualidad, sus construcciones crecen en forma acelerada, pero sin planeamiento

alguno y con una alta tasa de ingreso de foráneos que llegan a la región en busca de negocios y empleo. A la fecha, solo existen pocos datos documentados del desarrollo del turismo en el área.

El cantón de Sarapiquí, aunque con un desarrollo menos acelerado, que los destinos anteriores, en el proceso de su gestión y desarrollo, sigue esquemas similares a Monteverde y la Fortuna; es decir, sin planificación alguna.

Dentro de las particularidades de estos sitios esta el dominio de empresas de carácter familiar y en manos de costarricenses, la mayoría originarias de la zona y por lo general agricultores o ganaderos. En los casos de la Fortuna y Sarapiquí, muchos de los empresarios de turismo continúan dedicándose a ambas actividades, al campo y al turismo. El caso de Monteverde, región dedicada a la producción de leche, desde la década de los cincuenta, con los años, el turismo desplazó esta actividad hacia lugares aledaños, aunque la fábrica de lácteos continúa como parte importante dentro de actividad económica y física de la comunidad.

2.2 Definición del modelo turístico para la Reserva de la Biosfera Agua y Paz, con base al plan Nacional de Desarrollo Turístico (ICT-2002–2012)

Se han establecido criterios que identifiquen a la región por un desarrollo turístico sostenible, diversificado y calificado, principios que se desprenden del Plan General de Uso de la Tierra y Desarrollo Turístico para la Unidad de Planeamiento Turístico de Llanuras del Norte de Costa Rica ICT-2002-2012 y de su posterior revisión y actualización por parte de ICT, ZEE y FORETUR (FORETUR, 2006).

La oferta turística de la RBAP, esta basada en el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales que posee, y como tal, tiene una alta dependencia de la integridad y conservación de estos recursos base. Desde esta concepción se presume que el desarrollo del turismo en la región debe girar sobre principios ya establecidos dentro del desarrollo sostenible, como es el mantener las buenas relaciones entre comunidades, gobierno y sectores desarrolladores o

empresas de turismo y, en base a esta asociación, buscar la protección de los entornos naturales, el respeto a las culturas locales y la equidad económica que garantice mejores condiciones de vida, para las comunidades afectadas por desarrollos turísticos; principios ya establecidos en la definición que hace la (OMT, 2004), al considerar el turismo sostenible como:

1) Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.

3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

La materialización del concepto de turismo sostenible esta fundamentado en las buenas prácticas de su operatividad, las cuales deben responder a criterios y normas establecidos con anticipación. Dentro del amplio contexto del desarrollo del turismo sostenible, existen varias normas y manuales de buenas prácticas para la implementación de iniciativas de sostenibilidad. Sin embargo, en la aplicación de estas normas y prácticas, el éxito no ha sido el esperado. En efecto, durante la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible de Johannesburgo, 2002, la OMT, (2003), al evaluar los avances hechos en el ámbito internacional en materia de sostenibilidad del turismo, concluyó que los alcances fueron un tanto decepcionantes. Si bien es cierto que el concepto de sostenibilidad ha sido ampliamente aceptado, por gobiernos, organizaciones ambientalistas, comunidades y empresarios de turismo, la aplicación de buenas prácticas en sostenibilidad han sido lentas y parciales, situación a la cual no escapa Costa Rica, a pesar de pretender liderar aspectos sostenibles en el desarrollo del turismo.

Sin embargo, la demanda creciente de productos amigables con el medio ambiente, esta haciendo que muchas empresas de turismo ofrezcan productos, a los cuales se les etiqueta de “sostenibles” o “ecoturísticos”, sin que medie una justificación de que sus empresas desarrollan

prácticas bajo el paradigma del turismo sostenible. “Pero es bien sabido que la mayoría de estas empresas, no están sometidos a un control, para demostrar su “conducta ejemplar” y utilizan términos relacionados con la sostenibilidad como un ardid publicitario” (Marenzana, 2004?). Esto pone en evidencia dos aspectos: la importancia de una imagen de sostenibilidad ante las exigencias de un mercado por este tipo de productos y la necesidad que tiene el sector turismo de la implementación de prácticas sostenibles, que si bien es cierto, existen cantidad de normas para la certificación de la sostenibilidad en turismo claramente establecidas, se desconocen las razones por las cuales, el sector turismo no las implementa en la proporción requerida.

A raíz de la propuesta de la OMT con el principio del turismo sostenible (1988), aparecen iniciativas en todo el mundo, tendientes a desarrollar normas, criterios y parámetros para medir el desempeño ambiental, social, cultural y de calidad de la oferta turística. Esto ha generado una serie de estándares, con interpretaciones muy diferentes del concepto de desarrollo sostenible, ajustadas a intereses muy particulares, en donde, el cliente no tiene ninguna garantía real que una empresa con una certificación, sello o distintivo ambiental realmente cumple con una normativa estricta ya que nadie está verificando la implementación de dichas iniciativas (OMT, 2003). De manera que “La fortaleza de un sistema de acreditación se basa en la credibilidad, transparencia, independencia y reconocimiento en los mercados” (IH, 2004).

Para evaluar la sostenibilidad de empresas turísticas inmersas en la RBAP, así como la sostenibilidad de la región como destino, se utilizará como herramienta base de trabajo la CST del ICT. Norma que se desarrollo bajo el concepto de que, *“La sostenibilidad es algo real, práctico y necesario en el contexto de la competitividad turística del país, con miras a mejorar la forma en que se utilizan los recursos naturales y sociales, incentivar la participación activa de las comunidades locales y brindar un nuevo soporte para la competitividad del sector empresarial”* (CNACST, 2003).

Esta norma, es un programa voluntario, no impositivo, cuyo proceso de certificación procura un desarrollo sustentable con base en cuatro aspectos: el entorno físico-biológico, la planta de servicio, el cliente externo y el entorno socioeconómico. A la fecha se dispone de instrumentos para aplicar la norma a empresas de hospedaje y Tour operadores.

2.3 La Norma de Certificación CST

Con el desarrollo que ha experimentado el país en materia de turismo, ha crecido también la necesidad de establecer normas y procedimientos que regulen su desarrollo, y conduzcan la actividad en forma responsable y acertada, velando, al menos, por el cuidado básico en aspectos ambientales y socioculturales. La actividad del turismo es motor de desarrollo, pero a la vez fuente de deterioro ambiental de los entornos inmediatos y de deterioro social y cultural de las comunidades locales donde se desarrollan actividades turísticas. En Costa Rica esta demás citar ejemplos como Tamarindo, Jaco y Manuel Antonio, con impactos muy negativos en lo ambiental, social y cultural, producto de un desarrollo carente de planificación en el uso del suelo, de criterios técnicos y tecnológicos más acordes con un desarrollo y modelo sostenible y de mecanismos de monitoreo y evaluación. (Estado de la Nación, 2006; Herrera, 2007, Gutiérrez, 2008).

Ante situaciones como esta, siempre han existido grupos y personas motivadas a trabajar por los principios que sustenten el desarrollo responsable de una comunidad o de un país. Es así como en 1993 el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) inicia el desarrollo del “Certificado para la Sostenibilidad Turística (CST), programa que es lanzado en 1997 y que es reconocido como la herramienta de certificación oficial para el país. Por parte del Consejo de Centroamericano de Ministros de Turismo (CCT) durante la celebración de la XIII Reunión Extraordinaria el 30 y 31 de mayo 2001, en la Ciudad de Panamá, colegia la adopción del CST para Centroamérica (PROARCA, 2002). 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 (CRIMT, 2003), de manera que el CST representa uno de los primeros esfuerzos de programas gubernamentales de países en desarrollo para la certificación ambiental voluntaria.

2.3.1 Marco conceptual del CST

La hipótesis sobre la que se basó el CST fue la de convertir el concepto de sostenibilidad en algo real, práctico y necesario en el contexto de la competitividad turística del país, con miras a

mejorar la forma en que se utilizan los recursos naturales y sociales, incentivar la participación activa de las comunidades locales y brindar un nuevo soporte para la competitividad del sector empresarial (CRIMT, 2003).

2.3.2 El Estándar CST

El Programa CST fue diseñado para categorizar y diferenciar establecimientos de hospedaje 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. En el 2006 fue lanzada la CST para categorizar tour operadoras y a octubre de ese año ya habían 6 empresas certificadas (CR Dos Puntos, 2006); quince Tour operadoras con CST a julio del 2008 (ICT, 2008).

2.3.3 Ámbitos de sostenibilidad

El programa propone una guía de aplicación para ayudar a implementar la CST, la que temáticamente se divide en ámbitos, los ámbitos en descriptores y estos en preguntas; en donde se presentan los motivos, situaciones y la legislación vigente, por los cuales se recomienda la mejora o el cambio. El Manual de Categorización es el instrumento que reúne el cuestionario de evaluación organizado según los ámbitos antes indicados. La aplicación de la misma se implementa según dispone el ICT, a través de evaluadores o auditores que en una primera fase asisten y orientan al empresario y en un segundo rol, aplican la herramienta en el campo y entregan reporte técnico de evaluación final al CNA para la asignación final de la nota obtenida y su reconocimiento o no como empresa certificada.

En el caso de empresas de hospedaje, la estructura y preguntas se subdividen de la siguiente forma:

2.3.4 Sistema de Evaluación

Se evalúan cuatro ámbitos fundamentales:

1. **Entorno físico-biológico:** Evalúa la interacción entre la empresa y el medio natural circundante, interesando el tratamiento de aguas residuales y la protección de flora y fauna entre otros.
2. **Planta de servicio:** Se evalúan aspectos relacionados con los sistemas y procesos internos de la empresa, en cuanto al manejo de desechos y la utilización de tecnologías para el ahorro de luz y agua.
3. **Cliente externo:** Se evalúan las acciones que realiza la gerencia para invitar al cliente a participar en la implementación de las políticas de sostenibilidad de la empresa.
4. **Entorno socioeconómico:** Se evalúa la identificación e interacción del establecimiento con las comunidades adyacentes, analizándose por ejemplo, el grado en que los hoteles responden al crecimiento y desarrollo de la región, mediante la generación de empleo o el logro de beneficios en pro de la colectividad.

El la figura No. 3 resume los elementos de la sostenibilidad que se abordan en el estándar CST para establecimientos de hospedaje y Tour operadoras.

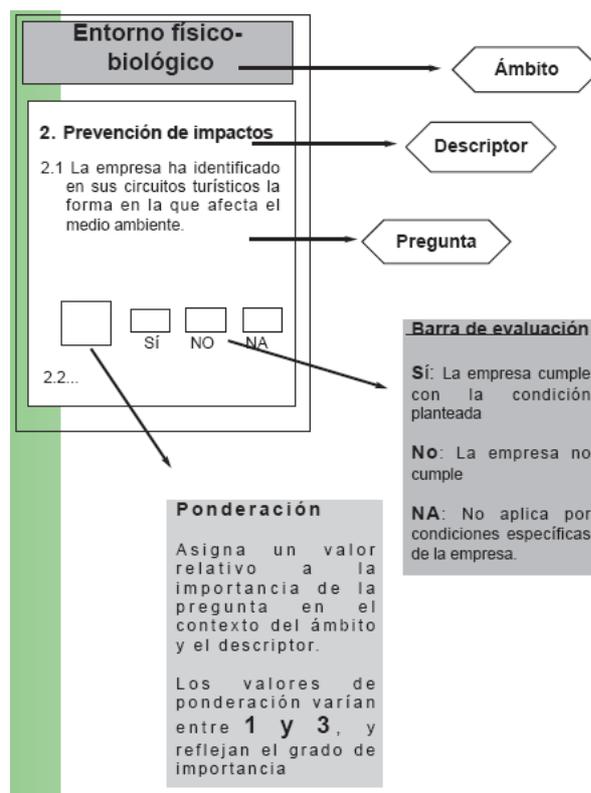


Figura No. 3 Ámbitos de sostenibilidad Estándar CST establecimientos de hospedaje
Fuente: Material de divulgación del CST, 2006

2.3.5 Instrumento de evaluación

Cada uno de estos ámbitos se descompone en descriptores que representan las fuentes de origen de impactos positivos o negativos con relación a una empresa turística. Para cada uno de los descriptores se diseñó un cuestionario con preguntas específicas, mediante las cuales se evalúa directamente en el campo, la operación de la empresa turística en términos de sostenibilidad. En resumen el cuestionario para hoteles consta de 4 ámbitos que se dividen en 20 descriptores y estos en 153 preguntas. Para tour operadores el cuestionario se divide en 4 ámbitos, 28 suscriptores y 103 preguntas. Cada una de las preguntas refleja una condición positiva en términos de sostenibilidad, de manera que la evaluación propiamente dicha consiste en determinar las condiciones positivas que se están cumpliendo en una empresa en particular.

2.3.6 Método de puntuación

El método de puntuación utilizado se basa en dar un puntaje (1 a 3) a las medidas de los descriptores cuando la pregunta se evalúa positivamente (cumplimiento). El cumplimiento de lo estipulado en el descriptor se hace en base al impacto o grado de mitigación del posible efecto no deseado. De esta manera, el porcentaje de cumplimiento en cada ámbito refleja el grado en que la norma está siendo incorporada o implementada a la estructura operativa de la empresa, en cumplimiento de los aspectos teóricos que la sustenta. En el cuadro No. 3, nótese como el grado de ponderación está en relación con el grado de dificultad de cumplimiento.

Cuadro 1: Grado de ponderación para cada una de las preguntas

Ámbito	Entorno Físico Biológico
Descriptor	Políticas y programas
Pregunta	La empresa identifica y monitorea los impactos ambientales negativos causados o que es posible causar en su actividad, mediante un registro escrito. <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ?
Ponderación	1
Descriptor	Emisiones y desechos
Pregunta	La empresa cuenta con la certificación de la calidad de aguas servidas emitida por el Departamento de Control Ambiental del Ministerio de Salud. P <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Ponderación	2
Pregunta	La empresa tiene funcionando un sistema de tratamiento de aguas residuales, para evitar su disposición en crudo hacia las aguas nacionales. <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> n/a
Ponderación	3

Fuente: G. Valverde, utilizando información del CST

Es posible obtener puntos por acciones adicionales por ámbito, como también se contempla un no aplica "NA", para casos de excepción. Cada uno de los ámbitos tiene un valor global del 25%, y se evalúan de forma independiente (Fig. No. 4).

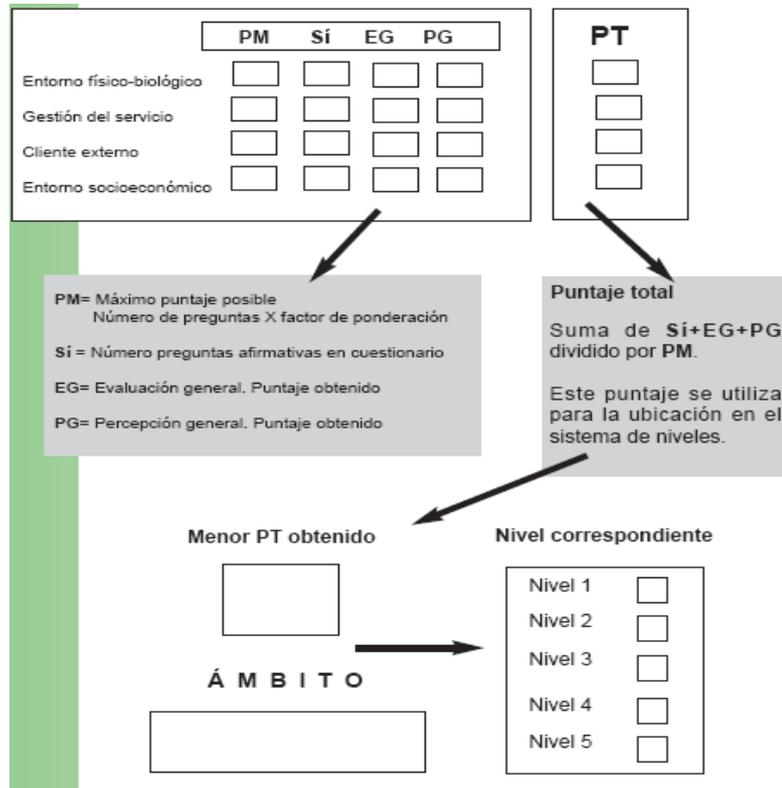


Figura No.4 Método de puntuación Estándar CST
Fuente: Material de divulgación del CST, 2006.

2.3.7 Escala de medición

Además, en el estándar del CST se consideró conveniente que, para lograr un mejoramiento constante por parte de la empresa participante, era necesario ofrecer niveles, los cuales se establecieron en una escala de 1 a 5 (Fig. No. 5), y en las que cada número está indicando la posición relativa de la empresa en términos de sostenibilidad. Así, el nivel 1 significa que la empresa ha dado el primer paso para integrarse en el proceso de la sostenibilidad. Los siguientes niveles corresponden a estadios cada vez más avanzados y culminan con la obtención del nivel 5, situación en la que se considera una empresa ejemplar.

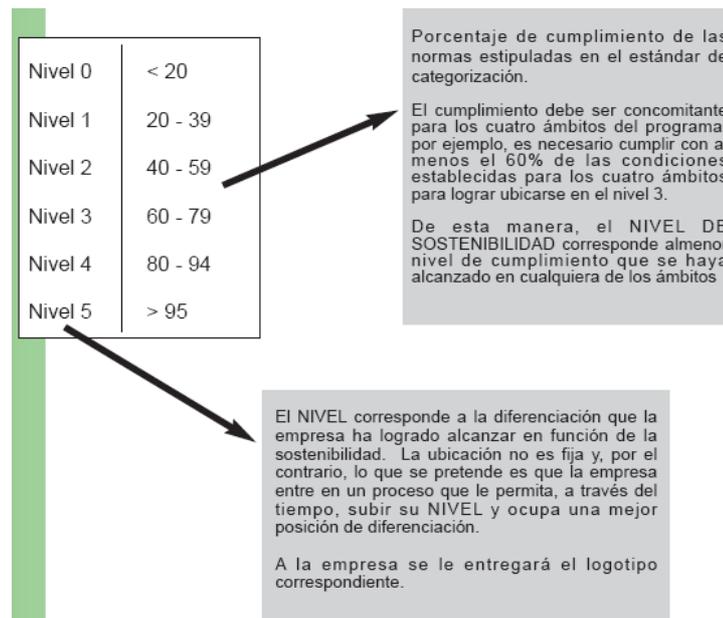


Figura No.5. Niveles de sostenibilidad Estándar CST
Fuente: Material de divulgación del CST, 2006.

Con la intención de darle la misma importancia a todos los ámbitos y obligar a las empresas a avanzar en forma pareja en cada uno de ellos, se califica con la nota obtenida en el nivel más bajo, esto con la intención de poner todos los ámbitos con la misma importancia relativa y evitar la concentración de acciones en alguno de ellos. La categoría por niveles se asocia a una estructura gradual de incentivos directos que las empresas podrán disfrutar; a mayor nivel mayores beneficios en promoción diferenciada internacional y nacional, capacitación, respaldo para participación en ferias y otros eventos, información y entre otros.

2.3.8 Guía de Aplicación

La Guía de Aplicación se desarrolló con el fin de ofrecer en forma concreta y clara cómo implementar el CST. Así en ésta se presentan los motivos, situaciones y la legislación vigente, por los cuales se recomienda la mejora o el cambio. Tanto el estándar CST como la guía de aplicación, se le entregan al empresario una vez inscritos en el programa, con el fin de que cuenten con el referente antes de ser evaluados (ICT. 2004).



Figura No.6. Portada y formato de la guía de aplicación de CST

2.3.9 Sello o marca de CST



El concepto que encierra el sello o marca de certificación, es un distintivo que refleja al hombre como parte de la naturaleza, ya que es una hoja con perfil de ser humano (Fig. No.7).

2.3.10 Comisión Nacional de Acreditación del Certificado para la Sostenibilidad Turística (CNACST)

La calificación la realiza la Comisión Nacional de Acreditación, conformada por 8 miembros de organizaciones públicas y privadas costarricenses, así como entidades académicas y organizaciones ambientales con representación internacional. Se creo esta organización interdisciplinaria para que fuera la encargada de acreditar la operación de la norma CST., la cual fue aprobada mediante el Decreto Ejecutivo No. 27235 e integrada por las siguientes organizaciones.

Consejo de la Tierra	
Unión Mundial para la Naturaleza	
Instituto Nacional de Biodiversidad	
Ministerio del Ambiente y Energía	
Universidad de Costa Rica	
Centro Latinoamericano para la Competitividad y Desarrollo Sostenible, INCAE	
Cámara Nacional de Turismo	
Instituto Costarricense de Turismo	

Este sistema de un organismo certificador colegiado permite la certificación por terceros, dando mayor rigidez a las evaluaciones y a la vez neutralidad en la calificación, lo cual debe desembocar en una mayor credibilidad para la certificación.

2.3.11 Proceso de certificación

Se entiende como proceso las diferentes etapas o fases por las que atraviesa un plan o programa durante su realización para una tarea específica. De igual forma las empresas que

apliquen a ser certificadas inician un “proceso de certificación”. Para que una empresa pueda lograr la certificación, es necesario que se evalúe cada uno de los productos o servicios con base a la norma CST. Las siguientes son las fases o etapas del proceso de certificación para la aplicación de la Norma CST (Tomado de: Comisión Regional de la Iniciativa Mesoamericana de Turismo, 2003):

1. Envío de Formulario de Inscripción (para registrarse en el programa). Debe hacerlo la persona física interesada o el representante legal de la empresa.
2. Cuestionario de Auto-Evaluación (puede accederse “en-línea” en la página Web del programa www.turismo-sostenible.co.cr
3. Manual de Aplicación: (ídem anterior) Complementa el Cuestionario de Auto-Evaluación, sirve de guía a las empresas sobre cómo calificar cada uno de los criterios de sostenibilidad del programa, disponible en: <http://www.acot.co.cr/cst/>
4. Evaluación General: proyectos, programas y/o acciones que no estén contenidos en el cuestionario de evaluación.
5. Percepción General: situaciones positivas y negativas que afectan los ámbitos.
6. Auditoria: visita de campo por el cuerpo de auditores del CST. Comparación del desempeño de la empresa para con los estándares (normativa) de certificación, a fin de establecer el nivel de cumplimiento y su posible categorización
7. Revisión y aprobación de la Comisión Nacional de Acreditación.
8. Categorización por nivel de cumplimiento de los criterios de certificación.
9. Notificación a la empresa de la decisión de la Comisión

2.3.12 Requisitos

Para calificar en este Programa se requiere que sean cubiertas, por lo menos, las condiciones mínimas que señala la guía de aplicación. Esta guía es un documento que hace referencia a algunas prácticas que facilitan la ejecución de las medidas de sostenibilidad que establece el Programa CST para las empresas de hospedaje.

2.3.13 Factores de éxito de CST

El CST representa para Costa Rica una marca que le puede permitir diferenciarse como destino, pudiendo ofrecer al mundo un producto turístico con la connotación de sostenibilidad. Para el empresario en turismo la oportunidad de contar con una herramienta, que bien aplicada sería un excelente elemento diferenciador y de competitividad, además del ahorro y la utilización eficiente de los recursos que aprovecha en su beneficio. Sin embargo, “De los miles de hoteles que operan en Costa Rica, solo 63 tienen la CST y apenas cuatro ostentan la calificación máxima, entre ellos: Lapa Ríos al sur del país, Villa Blanca y Finca Rosa Blanca en las montañas del Valle Central y Si como No, en Manuel Antonio (ICT, 2008). En el sector de tour operadores solo Horizontes Nature Tours ostenta la calificación máxima.

2.3.14 Cuadro resumen de la aplicación de CST

La certificación es un proceso continuo en el que se identifican tres actores principales:

1. La empresa
2. El ente patrocinador
3. La entidad certificadora

El siguiente diagrama (Fig. 8) ilustra las actividades y responsabilidades de cada uno en el proceso de certificación.

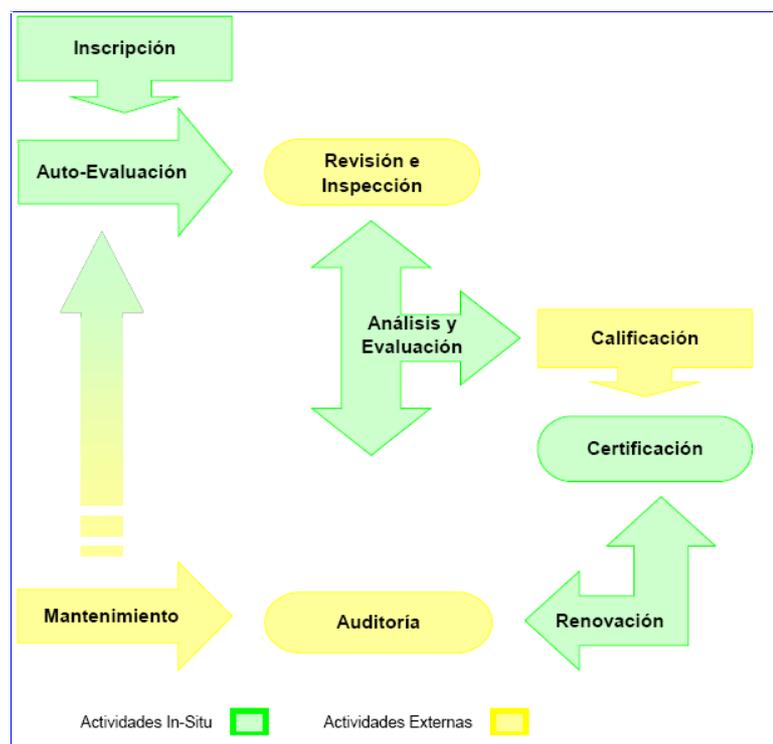


Figura No.8 Proceso de certificación

Fuente: Comisión Regional de la Iniciativa Mesoamericana de Turismo

2.3.15 Algunas otras características del CST

(Tomado de PROARCA, 2002).

1. No es un sello de ecoturismo; se aplica a cualquier tipo de alojamiento y a Tour operadoras.
2. Es aplicable a un costo razonable al estar financiado por el Estado.
3. Es una certificación de tipo cumplimiento con normas externas (desempeño ambiental), no de tipo gestión ambiental al interno de la empresa (p. Ej. ISO14.001 y Green Globe), la cual resulta muy caro para empresas pequeñas,
4. Toma en cuenta tanto el entorno ambiental como el social, para determinar sostenibilidad,
5. Es graduado, de uno a cinco bandas, incentivando al empresario a un constante mejoramiento de su desempeño para lograr una mayor clasificación (mientras los otros sellos verdes son de simple cumplimiento con las normas mínimas o no). Las normas

para lograr una máxima clasificación son de mucha exigencia, dando mucha credibilidad al instrumento. De hecho, las empresas con mejor desempeño ambiental en Costa Rica solo lograron tres bandas de cinco.

6. El criterio absoluto permite comparar hoteles grandes, medianos y pequeños, en cualquier lugar del mundo.

2.3.16 La CST para Centroamérica

Desde que se dio origen en 1991 al Sistema de Integración Centroamericana (SICA), como un nuevo marco jurídico-político de desarrollo para la región, el turismo ha ocupado lugar preferencial en la agenda de esta organización, siendo calificada la actividad turística, como el eje integrador, indispensable para superar los problemas de economía de escala e identificación en el mercado internacional del producto turístico de los pequeños países de la región y una forma atractiva de acelerar el proceso para todos los países es la Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) (Bien, 1999). Sin embargo, la implementación de la norma CST a nivel centroamericano, no ha tenido éxito alguno, situación que puede obedecer a razones ligadas con aspectos socio/culturales e históricos de la región. Sin embargo, la razón principal parece ser la lentitud burocrática de cómo se manejan los diferentes asuntos en el área centroamericana. Por parte del ICT se ha fallado en hacer los cambios necesarios para internacionalizar el instrumento y corregir algunas deficiencias de la primera edición. El apoyo, en principio, a la CST por parte de la Organización Mundial de Turismo (OMT) en el 2000 pudo haber llevado a su rápida internacionalización (FODESTUR, 2000). Pero a la fecha no se ha sabido aprovechar esta coyuntura y no existe ningún hotel o tour operadora con CST fuera de Costa Rica.

La implementación del CST en Centroamérica debe verse como un paso casi obligatorio hacia su introducción a escala mundial, así como un laboratorio para el desarrollo de sistemas de acreditación, certificación y financiación para CST a mayor escala. Claro que si su implementación ha sido difícil a nivel nacional, mucho esfuerzo se requerirá para lograr su internacionalización.

2.3.17 Análisis FODA para CST

Cuadro No. 4 Análisis FODA para CST

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Ha logrado el reconocimiento internacional	Poder centro americanizarse y hasta mundializarse	La dificultad burocrática del ICT, la mantiene estática y con largos períodos de no actividad	Nuevas normas de certificación más desarrolladas en el mundo, caso de PCTS en Brasil
Abarca los tres ejes principales del desarrollo sostenible y agrega componentes propios de turismo como servicio y cliente.	El reconocimiento mundial de Costa Rica en materia de sostenibilidad y acción pionera en el campo de certificación sostenible	Con el tiempo ha perdido vigencia, por no haberse actualizado; liderazgo a nivel de región y hasta credibilidad en algunos sectores	Cantidad de normas de certificación en todo el mundo, lo que se presta a la confusión en donde cualquier norma, solo es una de más.
De fácil aplicación, con material bien documentado	La experiencia obtenida en sus diez años de aplicación	Carece de un sistema de marketing real y consistente para su implementación en el mercado nacional e internacional.	La Creación de la norma para C Neutral que está desarrollando el Instituto de Normalización Técnica (INTECO) ⁵ en Costa Rica, podría afectar al CST, ya que estaría más desarrollada y sería a nivel mundial, lo que le superaría en implementación y credibilidad
De bajos costos	La necesidad en el sector turismo de certificaciones con credibilidad y de amplia aplicación geográfica.	No contar con los recursos económicos, humanos y logísticos para atender procesos de monitoreo y evaluación de cumplimiento, atención a nuevas solicitudes y re evaluaciones	Necesidad de buscar otras opciones para certificación de empresas ubicadas en Costa Rica

Fuente: G. Valverde

⁵ Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica es una asociación privada sin fines de lucro creada en 1986 y reconocida por Decreto Ejecutivo, como el ente nacional de normalización.

Del análisis del cuadro FODA para el CST, se desprende que con un buen plan estratégico para la implementación del CST, haría pesar más las fortalezas y oportunidades que las amenazas, solo vasta superar las debilidades del sistema, tales como:

- Actualizar el estándar CST con la revisión técnica necesaria para cumplir con lo establecido internacionalmente que propone una revisión cada tres años, situación que se hace necesarios después de 10 años en el mercado sin revisión alguna.
- Superar los aspectos burocráticos que el CST ha enfrentado en el censo del ICT para promover respuestas rápidas hacia los clientes de la norma (hoteleros y tour operadoras).
- Disponer de un sistema de marketing más sólido que beneficie a sus miembros en forma clara y continua.
- Contar con los recursos humanos y económicos necesarios para atender la demanda, realizar auditorías y monitorear el cumplimiento de lo acordado, entre otros.

Se estima que el ICT cuenta con los recursos requeridos, el problema se centra en una decisión política, ante una falta de visión de la importancia que tiene en la actualidad el tema de la sostenibilidad en el área del turismo, para continuar haciendo de Costa Rica un destino turístico competitivo, basado en el respeto y la conservación de sus recursos naturales, el respeto a las culturas locales y una mayor justicia social y económica para las clases más deprimidas.

3 EL MARCO METODOLÓGICO

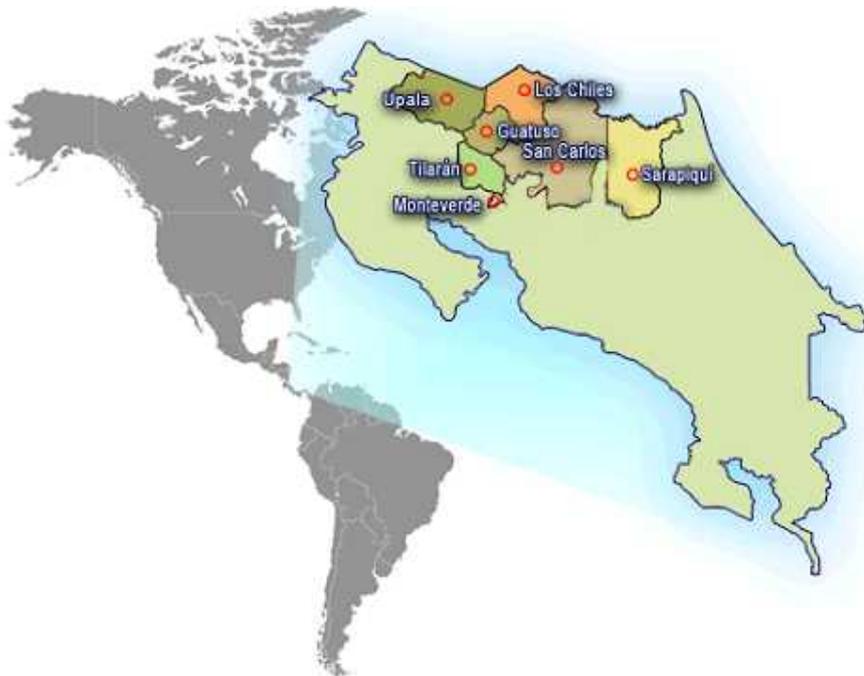
En este apartado se describe el proceso de investigación que se siguió para obtener los análisis y resultados del presente trabajo de estudio. Se trata de brindar información acerca de la forma en que se realizó.

Este proceso implica cuatro apartados:

1. Investigación bibliográfica sobre temas relacionados con la aplicación del desarrollo sostenible del turismo y un análisis bibliográfico sobre algunas de las diferentes normas de certificación turística en el mundo.
2. Breve descripción de los lugares en donde se llevó a cabo la investigación.

3. Caracterización de los individuos y empresas de turismo que participaron en la investigación, así como el diseño de las muestras y la determinación del tamaño de las mismas.
4. Instrumentos de medición utilizados. La descripción de todos los pasos que se siguieron en el transcurso del estudio, y finalmente la forma en que se llevó a cabo el análisis de confiabilidad y validez de las preguntas de las encuestas y el análisis de la información.

3.1 Lugares donde se realizó el trabajo de investigación



Dentro de la RBAP se escogieron tres de los principales destinos de la región: Monteverde (Central de Puntarenas), La Fortuna (San Carlos) y Sarapiquí. Otros Upala, Los Chiles, Guatuzo, Tilarán, San Isidro de Peñas Blancas (San Ramón), y Zarcero (Alfaro Ruiz).

Figura No. 2. Principales centros de población en la RBAP
Fuente: Ecolodge CR. <http://www.ecolodgecr.com/>

3.2 Sujetos de Análisis

Las partes elegidas para la investigación de este proyecto fueron personas, empresas de turismo, y grupos relacionados con el turismo y el desarrollo local y regional de las áreas de estudio, se tomó en cuenta también las Municipalidades, y Asociaciones de Desarrollo. Para ello, se eligieron funcionarios de alto rango dentro de la empresa, dueños o gerentes, de igual forma

funcionarios municipales y de organizaciones locales en puestos de mando. Lo que se buscó fueron personas de conocimiento y experiencia, que pudieran dar aportes valiosos a la investigación. A continuación se mencionan a cada uno de ellos y los lineamientos para poder llevar a cabo la aplicación de las entrevistas o encuestas según el caso.

3.3 Personas que fueron entrevistadas o encuestadas

Del sector de las municipalidades se eligieron los alcaldes o en su defecto alguno de sus asistentes inmediatos. Por parte de las Asociaciones de Desarrollo a los ejecutivos o en su defecto a un miembro de la junta directiva.

3.4 Muestra de Estudio

Se reportan 94 empresas de alojamiento en Fortuna (Obdetur, 2007), 65 para Monteverde (Obdetur, 2008) y un estimado de 16 empresas para Sarapiquí, para un total de 175, de las cuales se tomó una muestra aleatoria de 82 de las empresas contabilizadas, y se pudo entrevistar a 77 de las mismas para una población del 44% del total de empresas.

3.5 Instrumentos de Medición

Para la obtención de la información, con respecto a las empresas, se llevaron a cabo entrevistas, utilizando cuestionarios a manera de guión. De igual forma se hizo para las municipalidades y las asociaciones de desarrollo. Anexos (Anexos No. 26, 27 y 28).

3.6 Realización de las entrevistas

Todas las entrevistas, a empresarios como funcionarios municipales y de asociaciones de desarrollo, se hicieron personalmente, utilizando un guión con preguntas que sirvieron de apoyo durante todas las entrevistas.

3.7 Datos Secundarios de Apoyo

Además se contó con el apoyo de estadísticas oficiales e información de instituciones del Gobierno obtenidas en el ICT, MIDEPLAN, OBDETUR, FORETUR, entre otros.

3.8 Trabajo de Campo

Para realizar el trabajo de campo se conformó un equipo de tres personas. Un ecólogo con experiencia en gestión ambiental, un biólogo, estudiante avanzado en maestría de turismo y desarrollo sostenible y una estudiante de la carrera manejo de recursos naturales, con experiencia en el manejo de desechos sólidos. Todos con amplio conocimiento sobre CST.

3.8.1 Entrevistas con empresas que están aplicando CST

Se realizaron entrevistas personales vía cuestionario (Anexo No. 26); destacando los siguientes puntos:

- Las ventajas que las empresas le reconocen al CST.
- Los costos de su implementación.
- Las herramientas disponibles para su implementación.
- La ruta de mejora que se maneja.
- Razones por las cuales no han logrado escalar hacia mayores niveles.
- Seguimiento dado por la Comisión Nacional de Acreditación del Certificado para la Sostenibilidad Turística a sus negocios para asegurarse de que se cumple con la CST.
- Valores agregados que encuentran con la aplicación de CST.
- Capacitación que reciben por parte del ICT u otra organización para ayudarse en la implementación de CST.
- Participación del personal en la implementación del CST.
- Como promueven la aplicación de la CST hacia su clientela.
- El reconocimiento de agencias mayoristas por la implementación de CST.
- Verificar la efectividad de sus prácticas de sostenibilidad.
- Determinar el avance en los diferentes ámbitos que aplica la norma.
- Verificar si existe algún tipo de control a través de indicadores o prácticas de monitoreo que puedan dar fe de la correcta aplicación de la norma.

3.9 Entrevistas con empresas que no aplican CST

Se realizaron entrevistas personales vía cuestionario (Anexo No. 26) destacando los siguientes puntos:

- Las razones que impiden la aplicación de CTS.
- Su interés por aplicarla.
- Las condiciones que requieren para hacerlo.
- Los costos humanos y financieros implicados.
- La capacitación requerida.
- El nivel de información previo.
- Si se define la empresa como sostenible y se promueve como tal.
- La exigencia por parte de las agencias mayoristas para que apliquen CST u otra norma.

3.10 Entrevistas a Municipalidades y Asociaciones de Desarrollo

El trabajo de campo en esta área estuvo enfocado a determinar el grado de participación de estos grupos en el desarrollo sostenible de la región y la infraestructura disponible para su facilitación en las comunidades estudiadas y de la región en general. Se realizaron entrevistas personales, con apoyo de cuestionario (Ver anexos No. 27 y 28), con los alcaldes, asistentes de alcaldía y miembros de juntas directivas de asociaciones de desarrollo. Los principales aspectos a investigar fueron:

- Disponibilidad de planes reguladores locales y regionales
- Planes de ordenamiento territorial
- Sistema de rellenos sanitarios y alcantarillados sanitarios
- Programas de separación de desechos
- Apoyo a la cultura local
- Disponibilidad de agua potable para los próximos 20 años.

3.11 Análisis de la Información

Los instrumentos de medición utilizados son variados, por lo que se tuvieron que analizar los datos obtenidos de cada uno por separado aplicando el análisis adecuado y confiable. Con respecto a la información recabada en las entrevistas y estadísticas se hizo un análisis de contenido y se formularon resultados y conclusiones.

En base a los resultados obtenidos se hizo:

- Sinopsis de los antecedentes históricos, conceptuales y operativos de las Normas CST para Hoteles y Tour Operadores.
- Valoración cuantitativa y cualitativa en la aplicación de la Norma CST por destinos y empresas.
- Análisis de los factores que condicionan o determinan la operatividad de la CST en las empresas que la aplican.
- Determinación de los factores que condicionan la incorporación de nuevas empresas a la CST.
- Desarrollo de la propuesta para mejorar la implementación de la Norma CST, como parte de su promoción en el mercado local de las certificaciones de la gestión turística en Costa Rica.
- Recomendaciones y conclusiones.

4 DESARROLLO

4.1 Resultados de la revisión y análisis bibliográfico sobre normas para turismo

4.1.1 Las normas de certificación de la sostenibilidad turística

De alguna manera, se ha aprendido con mayor facilidad, el beneficio económico que puede generar el anunciarse como una empresa sostenible, que atender la sostenibilidad de un sitio

turístico de manera conciente y eficiente. Conforme aumenta la conciencia en el mundo hacia la problemática del medio ambiente y por consiguiente del calentamiento global, aumenta también la promoción de productos turísticos etiquetados de sustentables, alegando que sus prácticas se realizan bajo el logo de algún afiche que afirma “este negocio es sostenible”, sin que exista ningún medio que garantice la realidad de los acontecimientos y pueda establecer la diferenciación entre quien dice y hace las cosas correctamente o de quien solo se aprovecha de la oportunidad que ésta situación ofrece.

El concepto de sostenibilidad como desarrollo de recursos y filosofía de gestión está penetrando en todos los niveles de las políticas y prácticas vinculadas al turismo, a escala local y global. (PROARCA, 2002). Sin embargo, en la realidad, todo parece indicar que es más lo que se está escribiendo y diciendo, que lo que se está haciendo. La gestión del turismo sostenible, que se fundamenta en la coexistencia de los objetivos económicos, socioculturales, ambientales y de seguridad de los destinos turísticos, es un tema que manejan en gran medida los académicos y los políticos, pero que siguen ignorando grupos de pequeños y medianos empresarios, principalmente a falta de información, capacitación y capacidad económica. Pero tampoco parecen escapar los grandes, que a falta de concienciación obvian aspectos éticos y legales, que muchas veces terminan en corruptelas difíciles de controlar (Aizpeolea, 2006; Villegas, 2004; Hernández, 2008). De poco o nada servirán las buenas intenciones, manifestadas en aras del turismo sostenible, si no se elaboran las herramientas y procesos necesarios y adecuados a una fácil y correcta implementación de las buenas prácticas en turismo, como estrategia bien planeada y bien dirigida.

Ante situaciones como las anteriores, han surgido una serie de iniciativas, tendientes a paliar el problema de la insostenibilidad en el turismo, en donde destacan una serie de códigos de conducta en la década de los ochentas y durante los noventas, guías y manuales de mejores prácticas, eco etiquetas, entre otros. Más reciente, la certificación, una herramienta que ya lleva tiempo en otras áreas de la producción, surgiendo como instrumento para garantizar una mejor gestión del desarrollo turístico, que a su vez coadyuva a que las empresas y proveedores de servicios respondan a los intereses y deseos de sus consumidores y actúen con la responsabilidad que les confiere ante las comunidades locales y el correcto aprovechamiento de los recursos ambientales.

4.1.1.1 Historia de las certificaciones

El desarrollo de las normas de certificación de productos y servicios tiene una larga historia, surgida de la necesidad de establecer reglas y normas dirigidas a proteger a los consumidores de prácticas deshonestas en el comercio de productos y alimentos. Las tablas asirías describían el método según el cual se calibraban las pesas para cereales, y manuscritos egipcios prescribían el tipo de etiqueta para ciertos tipos de alimentos (FAO, 2004). Hacia la segunda mitad del siglo XIX se adoptaron las primeras leyes generales y los primeros sistemas de control de alimentos básicos. Ya en el siglo XIX y principios del XX, los vinos franceses se certifican con respecto a su origen y pureza (Bien, 2003). Desde entonces muchos otros productos siguieron esa línea, buscar algún medio de certificación que demostrara la calidad y originalidad de los productos puestos en mercados cada vez más competitivos y exigentes.

A partir de la década de los cincuenta, conforme los medios de comunicación se expandían, comenzó también a aumentar la información sobre los gustos y preferencias de los consumidores. Si bien al principio su inquietud sólo se reducía a los aspectos «visibles» (el peso del contenido, variaciones en el tamaño, calidad) en la actualidad se incorporan aspectos «invisibles», como su procedencia, materiales para la elaboración, fechas de caducidad, entre otros (FAO, 2004). Hoy no sorprende ver como los empaques de alimentos y bebidas, así como infinidad de productos, contienen información variada sobre aspectos de fabricación, contenidos, su uso o consumo, todo tendiente a ganar la credibilidad del consumidor y de garantizar la calidad del producto.

La certificación de hoy viene de la idea inicial de la certificación de la calidad de los procesos y de los productos, donde las experiencias pioneras de la ISO 9000 a la serie ISO 14000 han dado una pauta sobre procesos y calidades. Sin embargo, en su corta historia, la certificación asociada al turismo sustentable va a procesos mucho más complejos, donde modelos provenientes del sector industrial difícilmente se ajustan a las necesidades del turismo, lo que provoca entrar en un proceso continuo de exploración, en la búsqueda de nuevas ideas y experiencias, tendientes a conformar un sistema de certificación acorde a las necesidades del desarrollo turístico.

La problemática desarrollada por el turismo con el correr del tiempo, han dejado claro aspectos a considerar relacionados con la calidad de los productos y servicios, el efecto producido en el desarrollo social, económico y cultural de las comunidades locales y su alta dependencia del entorno ambiental, son situaciones que han motivado, a parte del sector, a desarrollar medidas que ayuden a corregir, controlar y mejorar los aspectos antes señalados. Es decir, buscar las mejores prácticas que conlleven a un desarrollo sostenible del turismo, declarado por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2003) *“como aquel desarrollo que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida”*.

Estos lineamientos han sido el motor en el desarrollo de un gran número de iniciativas voluntarias (104 de acuerdo con un estudio realizado por la OMT en 2003), que se han desarrollado a nivel mundial para distinguir a las operaciones turísticas comprometidas con la conservación ambiental, la responsabilidad social, la equidad económica y la preservación del patrimonio cultural. Una de estas iniciativas son las certificaciones, definidas como un proceso voluntario que evalúa, monitorea y otorga un certificado escrito en el que se hace constar que una empresa, producto, proceso, servicio o gestión del sistema cumple con una serie de requerimientos específicos.

Los primeros sistemas de evaluación turística estaban orientados a la categorización de la planta física de los hoteles, por lo cual se otorga un determinado número de estrellas. Se medía únicamente la comodidad, aseo y mantenimiento de las habitaciones y áreas públicas. Con el tiempo, se incluyó también las áreas de servicio. Este sistema sigue siendo la base fundamental para la medición de calidad de hoteles, aunque en los últimos años se han agregado aspectos como servicio al cliente y medidas de seguridad para los clientes y empleados.

El auge en el desarrollo del turismo, que prácticamente ya ha alcanzado todos los rincones del Planeta, ha dejado manifiesto su rentabilidad económica y la promesa de ser una de las actividades que ayuden a levantar comunidades económicamente deprimidas con el aprovechamiento de sus recursos culturales y naturales, durante mucho tiempo mal aprovechados, pero que puestos en valor turístico pueden contribuir con la parte positiva del

desarrollo del turismo. De la otra cara de la moneda se han detectado repercusiones sociales, económicas y culturales terriblemente negativas, lo que ha despertado una fuerte preocupación sobre los impactos negativos que produce el turismo sobre las sociedades comunitarias. Los resultados en el tiempo han sido la reciente incorporación de criterios de protección a las culturas locales, al patrimonio histórico y arqueológico y de la seguridad del trabajador, así como lograr una mayor equidad económica y sentar las bases para una mayor responsabilidad social de las empresas, aspectos que se tratan de consolidar a través de criterios de la certificación turística.

4.1.1.2 La Certificación

La certificación es un procedimiento mediante el cual un tercero otorga una garantía escrita de que un producto, elaboración o servicio está en conformidad con ciertas normas (ISO, 1996). La certificación bien concebida es una verificación realizada por terceros, cuya regla es no mantener vinculación que comprometa los intereses económicos o políticos de compradores y proveedores. Cuando la verificación es hecha por la primera parte, ésta es un control interno, mientras que cuando el comprador verifica si el proveedor cumple con un estándar, ello constituye la verificación de la segunda parte, mientras la certificación por terceros le demuestra al comprador que el proveedor cumple con ciertas normas, lo cual puede ser más convincente que una garantía del proveedor. Otra definición según Honey y Roma, 2001, citado por Bien, 2003) *“La certificación es un procedimiento voluntario mediante el cual se evalúa, se somete a auditoría y se emite una garantía escrita, en el sentido de que una instalación, un producto, un proceso o un servicio, cumple con estándares específicos”*. Por lo general, todas las certificaciones confieren un logotipo “mercadeable” a aquellos que satisfacen o superan estándares básicos” (Honey, 2002). Expuesto en otras palabras, una certificación es un procedimiento por medio del cual se da garantía escrita, de que un producto, proceso o servicio está en conformidad con los requisitos especificados. Es la demostración pública a través de terceros, efectuada por una entidad independiente, de que determinados requisitos fueron atendidos de acuerdo a las necesidades y derechos de los clientes, más allá de la ley y ética establecidas para cada país en particular.

4.1.1.3 La acreditación

La acreditación corresponde a un programa, previamente establecido para la certificación que se rige por reglas, normas, procedimientos y culmina con la gestión de la certificación y se le conoce como programa de certificación. A fin de garantizar que los organismos de certificación estén capacitados para efectuar los programas, éstos son evaluados y acreditados por otros organismos autorizados y de mayor reputación o prestigio, pudiendo estos ser o no una institución gubernamental o paraestatal que evalúa el cumplimiento de las directrices establecidas. Los organismos que establecen las normas también pueden acreditar a otros para la certificación, siempre y cuando sean competentes. Una vez desarrolladas las normas, el organismo que las establece puede evaluar si el método de verificación es satisfactorio.

4.1.1.4 ¿Quiénes certifican?

Hay organizaciones o grupos organizados que se dedican a esta actividad. La organización que hace la certificación se llama organismo de certificación o certificador. Dicho organismo puede realizar la inspección o contratar a un inspector u organismo de inspección. La certificación, es decir el otorgamiento de una garantía escrita o de un «certificado», se basa en un informe de inspección que puede o no contener información de fuentes secundarias.

4.1.1.5 Etiquetas y sellos

Una etiqueta o sello de certificación es un símbolo o logotipo que indica que el cumplimiento de las normas ha sido verificado. Por lo general, el uso de dicha etiqueta está regulado por el organismo que establece las normas. De hecho, cuando los organismos certifican sobre la base de sus propias normas específicas, la etiqueta generalmente es de su propiedad (FAO, 2004).

Una buena etiqueta o sello de certificación debe estar respaldado por un buen sistema de certificación sin conflictos de interés, debe ser transparente y abierta a ser consultada sobre información de contenidos, sobre la organización que lo respalda y a la vez crear espacios para los comentarios públicos.

“Las etiquetas o sellos indican que se cumple con ciertos criterios de sostenibilidad. Los clientes o consumidores pueden buscar este sello para saber si esa empresa cumple con los requerimientos de sostenibilidad. Importancia de las certificaciones. Esta es una de las muchas herramientas que pueden ser utilizadas para combatir la falsa auto proclamación de un negocio de ser "eco" o "responsable" sin pasar por una evaluación, ya sea o no que el negocio cumple verdaderamente con un juego de criterios de sostenibilidad. La certificación es una manera que tienen las empresas de probar que su proclamación como negocio sostenible ha sido verificada por una tercera parte independiente” (Bien, 2003).

4.1.1.6 Certificaciones para turismo

A finales de los años 60 el interés por “turismo de naturaleza” inicia su crecimiento. En los años 70 surge el concepto del ecoturismo como “viaje a áreas con ecosistemas prístinos, frágiles y a áreas usualmente protegidas, caracterizadas por su bajo impacto y pequeña escala de visitación, cuyo fin es educar al viajero, proveer mayores recursos para la conservación y otorgar beneficios directos para el desarrollo económico y mantener el control local, y por promover el respeto por las diferencias culturales y los derechos humanos” (Honey, 2002). Luego, en los años 80 se da la consolidación del concepto del desarrollo sostenible para culminar con la Cumbre de la Tierra a inicios de los 90, década en la que se publica la Agenda 21 para Viajes y Turismo. El año 2002 es declarado por la Organización de Naciones Unidas (ONU) como Año Internacional del Ecoturismo y se realiza la Cumbre del Ecoturismo en la ciudad de Québec.

Estas tendencias, documentos y eventos mundiales son el resultado de la búsqueda del equilibrio entre el crecimiento económico y la protección de los recursos naturales, la cual ha obligado a las naciones a fomentar herramientas para garantizar el desarrollo sostenible del turismo; por ejemplo, el establecimiento de normas y principios uniformes, las guías de mejores prácticas de gestión, y la certificación basada en estándares de sostenibilidad. Es así como la certificación se ha convertido en una valiosa herramienta.

4.1.1.7 Tipos de certificación

Los programas de certificación se dividen en tres grandes categorías:

1. Certificación para turismo masivo
2. Certificación para turismo sostenible
3. Certificación para ecoturismo

Como parte del Acuerdo de Mohonk, un resultado consensuado del Taller de Certificación de Ecoturismo y Turismo Sostenible (noviembre 2000; New Paltz, Nueva York), cualquier proyecto de certificación que utilice criterios de turismo sostenible debe enfocar estándares mínimos en las siguientes áreas. (Tomado de PROARCA, 2002).⁶

4.1.1.8 En aspectos generales:

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

4.1.1.9 En lo social / cultural:

1. Impactos en las estructuras sociales, culturales y económicas (tanto local como nacionalmente).
2. Los procesos de adquisición y acceso de terrenos y de tenencia de la tierra llevados a cabo en forma apropiada.
3. Medidas para proteger la integridad de la estructura social de la comunidad.

⁶ Mohonk Agreement, (2000), prepared by Guy Chester y adoptado el 19 de noviembre, 2000. <http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/mohonk.pdf>

4. Mecanismos para garantizar los derechos y aspiraciones de la población local e indígena.

4.1.1.10 En lo ecológico:

1. Ubicación adecuada de los sitios turísticos.
2. Conservación de la biodiversidad e integridad de los procesos del ecosistema.
3. Disminución de la perturbación del sitio, paisajismo y rehabilitación.
4. Drenaje, manejo de suelos y aguas pluviales.
5. Sostenibilidad en el suministro de energía y minimización de su uso.
6. Sostenibilidad en el suministro de agua y minimización de su uso.
7. Sostenibilidad en tratamiento y disposición de las aguas residuales.
8. Ruido y calidad del aire (incluyendo emisiones asociadas al efecto invernadero).
9. Minimización de desechos y sostenibilidad en su eliminación.
10. Impactos visuales y de luminosidad.
11. Sostenibilidad de materiales y suministros (materiales reciclados y reciclables, producidos localmente, productos madereros certificados, etcétera).
12. Impactos ambientales mínimos de las actividades.

4.1.1.11 En lo económico:

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

4.1.1.12 Metodologías de certificación

La gran mayoría de los sistemas de certificación de empresas, servicios y productos se clasifican en dos grupos:

Programas de certificación basados en procesos

Los sistemas basados en procesos, siendo los más conocidos los de la serie ISO 9000 para sistemas de gestión de calidad y el ISO 14001 para Sistemas de Gestión Ambiental. Estos certifican empresas que han establecido y documentado sistemas para garantizar un mejoramiento en la calidad o desempeño ambiental. Sin embargo, no determinan resultados específicos del desempeño, aparte de los propios de la compañía y los requeridos por ley (Bien, 2003).

Cuadro No. 1

PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN BASADOS EN PROCESOS	
1	Sistemas de Gestión Ambiental (SGA): ISO 14000 y programas relacionados
2	La administración establece sistemas para monitorear ciertos aspectos ambientales significativos
3	Usualmente requiere consultores externos; relativamente costosos para empresas pequeñas y medianas
4	Énfasis en el ahorro de costos internos y mitigación del impacto ambiental
5	No hay estándares universales; no se pueden hacer comparaciones entre diferentes negocios
6	El logotipo se otorga por establecer procesos, no por el logro de metas establecidas
7	Más apropiado para empresas grandes, donde es bastante económico y ofrece economías de escala

Fuente: A. Bien

Programa de certificación basado en desempeño

Los sistemas basados en el desempeño certifican si una empresa o actividad cumple con criterios externos objetivos. Por ejemplo, ¿cuántos litros de agua por visitante por noche consumen un hotel? Esto permite hacer una comparación directa entre dos empresas para mostrar cuál tiene mejor desempeño ambiental (Bien, 2003).

Cuadro No. 2

PROGRAMAS DE CERTIFICACIÓN BASADOS EN DESEMPEÑO	
1	Establecen criterios que permiten hacer comparaciones directas entre empresas certificadas
2	Miden logros y resultados, no intenciones
3	Pueden incluir listas de verificación comprensibles para las empresas y los consumidores
4	Pueden incluir criterios ambientales y socio económicos dentro y fuera de las empresas
5	Pueden incluir una variedad de sectores interesados
6	Pueden ofrecer diferentes niveles de logotipos
7	Apropiados para empresas pequeñas, medianas y grandes

Fuente: A. Bien

Se pueden establecer marcadas diferencias entre ambos sistemas: los programas basados en procesos (gestión interna) otorga un sello, mientras que en el de cumplimiento con normas se dan certificaciones escalonadas.

Los sistemas basados en el desempeño al poder ser medidos sus resultados permiten hacer comparaciones entre empresas, puesto que todas se evalúan de acuerdo a los mismos criterios puede utilizar criterios sociales, culturales y económicos, además de los ambientales.

La ventaja de la certificación basada en procesos (gestión interna) es que asegura el cumplimiento constante de la normativa; sin embargo, resulta débil cuando esta normativa no existe o es deficiente a nivel local, o bien, porque depende de la actuación voluntaria y “de buena fe” de las empresas y éstas no siempre cumplen con la normativa aplicable (PROARCA, 2002).

Por el contrario, la certificación basada en desempeño o en resultados garantiza el cumplimiento de normas específicas, aunque es débil en verificar su observancia entre cada período de inspección (PROARCA, 2002).

En el turismo ha habido un creciente consenso internacional en el sentido de que los sistemas de certificación del turismo sostenible deben incorporar elementos tanto de los sistemas basados en procesos, como de los basados en el desempeño, pero haciendo énfasis en el desempeño (Bien, 2003).

4.1.1.13 Importancia de la certificación

Es una de las herramientas idóneas de ser utilizadas para demostrar el grado de sostenibilidad de una empresa y poder demostrar con argumentos establecidos y aprobados de que se cumple con los criterios de sostenibilidad y, de esta manera marcar la diferenciación con otras empresas que se autoproclaman sostenibles.

4.1.1.1.4 Credibilidad, Acreditación y Certificación

El mayor reto a que se exponen las certificaciones es ganar su credibilidad, pues un sistema sin credibilidad no tiene mercado, no convence a clientes y no demuestra nada. Las certificaciones se pueden establecer con varios objetivos, pero deben ganar el reconocimiento y credibilidad y demostrar que son garantes de la sostenibilidad de la empresa. De ahí que la necesidad de un sistema de certificación debe contar con la credibilidad de que las normas establecidas se aplican a cabalidad y con responsabilidad, a través de políticas claramente establecidas, planificación, asignación de recursos, sistemas de monitoreo y mejora constante.

La credibilidad es base fundamental en el desarrollo de cualquier sello de certificación de sostenibilidad. **“El turismo no solo debe parecer sostenible, sino que debe ser sostenible”**. Sellos de calidad de dudosa procedencia, publicidad cargada de imágenes “verdes” o la limpia apariencia de los hoteles, no son indicadores sustentables ni sostenibles y muchos menos signos de credibilidad de que las cosas se hacen bien.

4.1.1.1.5 Evaluación y Auditoria

Todo proceso de certificación que permite la utilización de un logotipo como sistema distintivo, y sin importar la metodología aplicada, incluye algún tipo de evaluación y auditoria que garantiza el cumplimiento de sus criterios, estándares y normas. Pero también estimulan a los prestadores de servicios turísticos a introducir mejoras en sus operaciones, tendientes hacia una mayor sostenibilidad ambiental, económica y social, facilitando incentivos y asistencia técnica para lograrlo. Diferenciar o distinguir aquellos productos o servicios turísticos que satisfacen requerimientos medio-ambientales, sociales y económicos más allá de lo exigido por la

legislación vigente, y orientar a los consumidores sobre las características de sostenibilidad de los servicios turísticos disponibles en el mercado.

4.1.2 Principales normas de certificación de la sostenibilidad turística en el mundo

La creciente concienciación de parte de la sociedad, de ser más amigable con el ambiente, respetar las culturas locales y buscar solucionar problemas de pobreza entre los pueblos y naciones económicamente más deprimidas, están haciendo que muchas organizaciones estén buscando los medios a través de los cuales puedan hacer que las empresas en turismo trabajen de acuerdo a criterios de sostenibilidad. La respuesta a esta problemática ha sido una cantidad de programas de carácter nacional o local que promueven programas de sostenibilidad, certificando a las empresas, a través de sellos o etiquetas, de que se cumplen con criterios establecidos para el desarrollo sostenible. De acuerdo con un estudio de la Organización Mundial de Turismo (OMT) en 2003, existían más de 260 iniciativas voluntarias para el turismo sostenible y ecoturismo.

El interés manifestado por diferentes organizaciones en el desarrollo de programas de certificación, es un aspecto positivo para el desarrollo sostenible, sin embargo, también podría estar causando confusión entre los consumidores, el empresariado turístico y los promotores (comercializadores) de los destinos. La utilización de diversidad de logotipos, produce escepticismo. Como consecuencia de esto, el nivel de reconocimiento del consumidor y de la industria misma de los programas de certificación y de las operaciones turísticas certificadas es mínimo.

“Nos preocupa la proliferación de procesos de certificación turística, especialmente aquellos basados en membresías pagadas a las organizaciones certificadoras y en auto-evaluaciones. Si el público observa que diferentes organizaciones certificadoras reconocen diversos establecimientos de hospedaje, la percepción general será que los métodos de evaluación son subjetivos y que cualquiera puede comprar su certificación” (Epler-Wood and Halpenny, 1999), citado por (PROARCA, 2002).

Tanto en Europa como en Australia, se han venido desarrollando una multitud de sistemas de evaluación y certificación, solo en turismo, hay más de 50 diferentes sellos ambientales vigentes en Europa. Esta multiplicidad diluye el esfuerzo de mercadeo y la credibilidad de las certificaciones, a tal punto que el efecto es neutralizador, y el cliente simplemente obvia todos los sellos (FODESTUR, 2000). Europa es la región más avanzada en iniciativas de certificación de la sostenibilidad concentrando el 80% de las eco etiquetas turísticas del mundo (Bazán, 2007).

En el presente apartado se dan a conocer aquellas normas de certificación que se consideren más importantes a nivel mundial en donde se incluyen algunas que pertenecen a La Red de Certificación de Turismo Sostenible de las Américas.

La Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas es un esfuerzo internacional conjunto que está siendo liderado por Rainforest Alliance, la Organización Mundial del Turismo, la Sociedad Internacional del Ecoturismo, y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente con el fin de promover la incorporación de principios de sostenibilidad en el desarrollo de políticas de turismo y en altos estándares ambientales y sociales para el turismo. Fue lanzada el 30 de Setiembre de 2003 en la Conferencia Regional de las Américas sobre Certificación de Sostenibilidad de las Actividades Turísticas, evento realizado en Bahía, Brasil. Nace respondiendo a las directrices del estudio de factibilidad para la creación de El Consejo de Turismo Sostenible (STSC, por sus siglas en inglés) que es un cuerpo global de acreditación para programas de certificación de turismo sostenible y ecoturismo.

4.1.2.1 Programas de Certificación de Turismo Sostenible en América

Certificado para la Sostenibilidad Turística (CST), Costa Rica



CST busca categorizar y certificar compañías de turismo de acuerdo al grado en que cumplan con indicadores específicos de sostenibilidad. CST se inició en 1997 y actualmente provee servicios de certificación a hoteles y operadores de turismo.



Green Deal, Guatemala. El programa de certificación del turismo sostenible Green Deal ofrece un sistema independiente y objetivo para evaluar a todas las operaciones de turismo local, con base en guías de prácticas responsables. Hoy tiene operaciones en Guatemala y El Salvador.



Green Globe 21, Caribe. Green Globe 21 es el sistema de certificación y mejoramiento del turismo y viaje responsable que ofrece un punto de referencia a nivel mundial. Está basado en la Agenda 21 y principios de desarrollo sostenible aprobados por 182 jefes de estado en la Cumbre Mundial de las Naciones Unidas que se llevó a cabo en Río de Janeiro en 1992. El sistema, que ofrece un camino al turismo y viajes sostenibles a compañías, comunidades y consumidores, se desarrollo en 1993 por el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (World Travel and Tourism Council). Las compañías y las comunidades se certifican de acuerdo a cuatro estándares globales: compañía, comunidad, ecoturismo internacional y diseño y construcción.



Green Seal, E.U.

Green Seal es una organización independiente sin ánimo de lucro que busca lograr un ambiente más limpio y más sano al identificar y promocionar productos y servicios que causen menos polución tóxica y que generen menos desechos, conserven los habitats y los recursos y que minimicen el calentamiento global y la disminución de la capa de ozono.



Programa Nacional de Auditoría Ambiental, México

El PNA, que es parte de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente promueve la adopción e implantación de medidas preventivas, reducción y mitigación de riesgos e impactos ambientales, de las actividades humanas que, por su naturaleza, tienen un impacto sobre el ambiente.



Programa de Certificação em Turismo Sustentável (PCTS), Brasil.

PCTS trabaja con empresarios, ONGs y gobiernos en destinos seleccionados para implementar activamente estándares de sostenibilidad que promueven la certificación de servicios de hospedaje. Además cuenta con un grupo entrenado de asesores locales para proveer asistencia técnica de largo plazo y preparar negocios para la certificación.



Sustainable Tourism Eco-Certification Program (STEP), E.U.

STEP es un programa de certificación voluntaria, diseñado para ayudar a proveedores de turismo a medir y manejar sus impactos ambientales, socioculturales y económicos.

The Caribbean Alliance for Sustainable Tourism, CAST, San Juan, Puerto Rico.



Este programa ofrece servicios técnicos como inspección de interiores, evaluación ambiental, listas de productos y servicios, así como videos y publicaciones. Al no tener certificación propia, utilizan Green Globe para otorgar la certificación

4.1.2.2 Programas de certificación europeos

El Programa Bandera Azul “Blue Flag”



Es una ecoetiqueta de la Fundación para la Educación Ambiental (FEE), que propicia el desarrollo sostenible en playas y puertos deportivos con criterios estrictos sobre la calidad del agua, educación y manejo ambiental, información, y seguridad para el visitante. Originalmente, creado en Europa, ha otorgado el reconocimiento de sostenibilidad a 3,200 playas y puertos deportivos de 36 países. En América, ha certificado locaciones en Bahamas, Canadá, República Dominicana, Jamaica y Puerto Rico. Actualmente, se encuentra en etapa piloto en Rusia, Chile y Brasil (Bazán, 2007).

Initiative Visit. Financiada por la Unión Europea, abarca eco etiquetas de doce países, en los cuales más de mil empresas cuentan con esta distinción (incluyendo a los dos Primeros destinos del mundo: Francia y España, que captan más de cien millones de turistas anuales). El objetivo general es mejorar la sostenibilidad del turismo europeo, perfeccionando el perfil y calidad de las etiquetas existentes; y fomentar la sensibilización sobre los productos certificados.



4.1.2.3 Otros programas de certificación

The Nature and Ecotourism Accreditation Program. (Programa de Acreditación de Turismo Naturalista y Ecoturismo – NEAP) fue desarrollado entre 1994 y 1996 en Australia por los operadores de ecoturismo y turismo naturalista de la Asociación de Ecoturismo de Australia (ahora llamado Ecotourism Australia) y la Red Australiana de Operadores de Turismo. Califica en tres niveles: Turismo naturalista, ecoturismo y turismo avanzado. El programa certifica “productos”, hospedajes, tures y atractivos, no compañías enteras.



Programa de Certificación Ecotel

Es un sistema de responsabilidad social impulsado por HVS Ecoservices Internacional.



Establecido en 1995, se considera uno de los sistemas más exigentes y de mayor credibilidad de certificación hotelera. Certifica hospedaje basándose en 5 criterios que se inspeccionan separadamente. Cada uno de estos criterios representa un “Globe Award”. La medida de la responsabilidad ambiental se indica con cinco códigos (representados por cinco globos): compromiso ambiental, manejo de desechos sólidos, eficiencia energética, conservación de agua, educación ambiental de los empleados y participación comunitaria. Hay tres niveles de clasificación (primario, secundario y terciario). No hay estándares sociales, el sistema está basado en desempeño ambiental, y siempre hay auditorias estrictas por ingenieros localmente calificados y auditores de la casa matriz. Tiempos atrás, este programa tubo presencia en Centroamérica, pero ahora solo opera en la India.

Muchos de estos programas son confiables y gozan de alta credibilidad, llegando a ser una buena herramienta a las empresas de turismo, proveyendo prácticas ambientalmente amigables que coadyuvan a mitigar el impacto de la actividad. Sin embargo, al haber una diversidad tan grande de sellos, de alguna manera se abusa de la utilización de estos sin el respaldo autorizado de los estándares sociales y ambientales adecuados. De ahí la necesidad de contar con un medio que evite una mayor fragmentación en el tema de las certificaciones, y por el contrario, tienda a unir criterios a fin de establecer un sistema internacional que audite y estandarice criterios sobre las normas ya establecidas y que quieran someterse a un sistema unificado, pues a pesar de su proliferación reciente, los sistemas de certificación no han logrado implantarse en forma significativa, ni entre las empresas ni entre los consumidores. Tampoco existe unanimidad u homogeneidad entre los diversos sistemas existentes, lo que redundando en una confusión entre los usuarios (OMT, 2003). La razón en parte es obvia, si existiera una entidad a nivel mundial, con autoridad, su credibilidad sería mayor y las empresas certificadas sentirían que ganan en imagen, estarían más comprometidas con el medio y serían más competitivas y se aprovecharía todo el potencial que los programas de certificación turística pueden ofrecer al desarrollo sostenible del Planeta.

Sin embargo, es importante señalar, que sí existe una preocupación, a nivel mundial, por la situación que se da con respecto a la proliferación de normas de certificación en el mundo. De ahí que Rainforest Alliance junto a otras organizaciones como La Fundación de las Naciones, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), La Naciones Unidas Organización Mundial del Turismo, entre otras muchas y con la asistencia técnica de Solimar Internacional, se asociaron para proponer una iniciativa sobre criterios para la certificación de turismo sostenible, buscando las mejores prácticas, códigos de conducta, así como otras directrices internacionales, con el propósito común de identificar y homogenizar criterios internacionales para el turismo sostenible en el mundo.

El objetivo de este trabajo es utilizar como base referencial un conjunto de criterios e indicadores comunes que faciliten la armonización y la acreditación de los sistemas de certificación, códigos de conducta y las mejores prácticas para el turismo sostenible en el mundo. Al mismo tiempo, proporcionar una oportunidad para los compradores de viajes, medios de comunicación y otras

partes interesadas a comprender y determinar qué hoteles y operadores de turismo poseen prácticas de turismo sostenible.

El programa que apenas inicia, es un esfuerzo múltiple y global de diferentes personas, en representación de grupos y organizaciones líderes en el desarrollo sostenible, cuya meta sería “consolidar los criterios mínimos necesarios en materia de sostenibilidad”. Para mayor información puede consultar en línea a la siguiente dirección: <http://www.sustainabletourismcriteria.org/> (Sustainable Tourism Criteria (STC)).

4.1.3 Caracterización y estatus de las principales normas de certificación en el mundo

En noviembre de 2000, con la cooperación del Institute for Policy Studies, llevaron a cabo un taller sobre sistemas de certificación de turismo sostenible y ecoturismo, con la participación de 45 programas en el mundo. El taller produjo varios resultados concretos, entre ellos el “Acuerdo de Mohonk”, estableciendo un consenso entre los participantes sobre las pautas de certificación de turismo sostenible y las de ecoturismo. (I H, 2002). También se publicó un análisis crítico de los sistemas más destacados de certificación, entre ellos: Green Globe; Australia: NEAP; Costa Rica: CST; Nueva Zelanda: Qualmark; El Petén: Green Deal y Saskatchewan: Horizons.

Este apartado hace un breve análisis de este grupo de certificaciones a el cual se le agrega el PCTS, por ser de origen muy reciente y estar considerada dentro de una de las normas más completas en materia de certificación (Bien, 2008⁷, Baez, 2008⁸) con el fin de destacar diferencias y semejanzas, pero principalmente establecer relaciones con CST de Costa Rica. Se hace también un breve análisis de la norma ISO 14000, puesto que los sistemas de certificación ISO han sido la base de la mayoría de normas de certificación en el mundo. El propósito de este apartado es más que todo ilustrativo, ya que la cantidad de normas de certificación para turismo en el mundo son demasiadas y tampoco es el objetivo de este trabajo entrar en detalles. Pero si

⁷ Bien, A. 2008. Charla sobre unificación de criterios de sostenibilidad. Mar. 2008

⁸ Baez, A. 2008. Entrevista personal sobre normas de sostenibilidad. Abr. 2008. Turismo & Conservación, San José, C.R.

se consideró importante tener una visión más amplia de los diferentes criterios que establecen para sus clientes, diferentes normas en el mundo

(1) Certificación de Sostenibilidad Turística del Instituto Costarricense de Turismo

Nombre:	Norma o estándar CST
País y origen	Costa Rica, por Instituto Costarricense de Turismo (ICT)
Alcance	Actualmente solo para Costa Rica, pero se plantea extenderla a toda Centroamérica.
Objetivos	Diferenciar y categorizar servicios de hospedaje y tour operadoras de acuerdo al grado de sostenibilidad bajo el que operen.
Vigencia	Inicio en 1998 hasta la fecha
Costo	Ninguno
Aplicación	Voluntaria
Aspectos a evaluar	Se evalúan cuatro aspectos o ámbitos: Entorno físico biológico; Planta de servicio; Cliente externo y Entorno socioeconómico
Herramienta de evaluación	Guía de aplicación con cuestionarios para cada ámbito, el cual se divide en suscriptores y estos en preguntas. 153 preguntas para sitios de hospedaje y 103 par tour operadores
Requisitos	Cumplir con los estándares mínimos que señala la guía de aplicación
Escala de medición	Por bandas o niveles, del 1 al cinco, que se van obteniendo conforme se avance en la aplicación de la norma CST.
Organismo que certifica	Comisión Nacional de Acreditación del Certificación para la Sostenibilidad Turística. Un organismo colegiado integrado por instituciones públicas y privadas.
Resultados	61 Hoteles certificados y 15 Tour operadoras a junio del 2008. Solo cuatro hoteles han alcanzado el máximo nivel de 5 hojas y un Tour operador.
Puntos críticos de éxito	Después de 10 años de estar en vigencia la CST solo es aplicada a un porcentaje mínimo de los servicios en Costa Rica. Tan poco ha sido posible su internacionalización pese al interés mostrado por otros países. Llevarla a los países centroamericanos tampoco ha sido posible.

(2) Programa de Certificación en Turismo Sustentable “Green Globe (GG)”, ligado al “World Travel Tourism Council (WTTC)”

Nombre:	Green Globe
País y origen	Green Globe, Blue Flag y STEP son los únicos programas actuales con alcance global. Gren Globe tiene tres subdivisiones: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Green Globe Ltd (Londres) para Europa y África (con el Entrepreneurship Academy in Africa), ▪ Green Globe Asia Pacific Pty Ltd (Australia) para Asia y el

	<p>Pacífico y</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Caribbean Alliance for Sustainable Tourism [CAST], en Puerto Rico para las Américas.
Alcance	A todos los sectores internacionales del turismo convencional
Objetivos	<p>El reto del sistema es lograr mejorar el desempeño ambiental, social y cultural del turismo a escalas globales, nacionales y locales.</p> <p>Al afiliarse a Green Globe, las empresas pueden utilizar en su publicidad y promociones, un logo modificado de “Green Globe” para demostrar su compromiso y desempeño en materia ambiental y pudiendo utilizar el emblema definitivo hasta lograr la certificación.</p>
Vigencia	Se inicio en 1994 hasta la actualidad
Costo	La inscripción a Green Globe tiene un costo variable, siendo el mínimo \$ 200 US y debe ser renovada cada año.
Aplicación	Voluntaria
Aspectos a evaluar	Conservación, manejo y eficiencia energética; manejo de los recursos de agua dulce; conservación y manejo de los ecosistemas; manejo de asuntos sociales y culturales; planeación y manejo del uso del suelo; protección de la calidad atmosférica y control del ruido; manejo de desechos; reducción de desechos al mínimo, reutilización y reciclado; y, almacenamiento y uso de desechos peligrosos
Herramienta de evaluación	Periodo de inducción de 12 meses para aprender sobre el funcionamiento de los sistemas de Benchmarking y certificación. “Benchmarking” es un requisito para la certificación Esto se puede hacer durante el mismo periodo de 12 meses de inducción. Un CD con la información y apoyo para calificar como Benchmarked es entregado al cliente una vez hecha su solicitud de ingreso.
Requisitos	Cada empresa, Benchmarked o certificada, debe pagar una cuota y someter anualmente un informe sobre su desempeño ambiental. En cambio, recibe el informe y el certificado cada año. Green Globe posee una lista de certificadoras acreditadas por Green Globe para certificar la empresa y una lista de consultores acreditados para implementar un sistema de gestión ambiental,
Escala de medición	Green Globe establece una línea base que debe alcanzar la empresa a certificarse.
Organismo que certifica	Auditoria de un organismo independiente y aprobado por Green Globe
Resultados	Ha contribuido a lograr la calidad ambiental en el ámbito global, y está presente en más de 1000 hoteles de más de 100 países. A las empresas afiliadas les ha generado ahorros a través de la reducción del consumo de energía, disminución del desperdicio de agua y reducción en el uso de agua potable.
Puntos críticos de éxito	En sus inicios el Programa fue muy criticado, por lo que en el año 2000 se reestructuró de acuerdo con la agenda 21 y se le incorporó elementos de la serie ISO 14001.

(3) Ecotel (Mundial)

Nombre:	Ecotel
País y origen	Programa de certificación internacional con presencia en Centroamérica. Es un sistema de responsabilidad social impulsado por HVS Ecoservices Internacional.
Alcance	Junto a Green Globe son los únicos a nivel mundial
Objetivos	Certificar sitios de hospedaje basándose en 5 criterios que se inspeccionan separadamente. Cada uno de estos criterios representa un "Globe Award". Es uno de los sistemas más exigentes y mayor credibilidad hotelera. No hay estándares sociales, el sistema está basado en desempeño ambiental, y siempre hay auditorias estrictas por ingenieros localmente calificados y auditores de la casa matriz
Vigencia	Entró a operar en 1995 hasta la actualidad
Costo	Considerado el más caro de los programas de sostenibilidad, Siete mil quinientos dólares estadounidenses (US \$ 7,500.00)
Aplicación	Voluntaria
Aspectos a evaluar	La medida de la responsabilidad ambiental se indica con cinco códigos (representados por cinco globos): compromiso ambiental, manejo de desechos sólidos, eficiencia energética, conservación de agua, educación ambiental dirigida a los empleados y participación comunitaria.
Herramienta de evaluación	Los criterios de evaluación del Programa no están a disposición pública por propiedad de derechos de autor.
Requisitos	Todos los hoteles solicitando certificación deben alcanzar la calificación primaria antes de programar una inspección. El hotel debe preparar una solicitud incluyendo descripciones de la forma en que se está cumpliendo con los criterios primarios, y que incluye también descripciones de los otros esfuerzos y programas ejecutados en el hotel. Una vez que se ha determinado el cumplimiento con los criterios primarios, se programa inspecciones para determinar la calificación de acuerdo con los criterios secundarios. Las empresas que sobrepasan los requisitos obligatorios pueden ser candidatas para la clasificación de los criterios terciarios que son un sistema de puntos adicionales.
Escala de medición	Hay tres niveles de clasificación (primario, secundario y terciario), basado en cinco inspecciones separadas, cada una con tres niveles de calificación numérica. Las cinco inspecciones corresponden a los cinco premios de globos: Dentro de cada inspección de globo hay tres niveles de criterios y calificación: Primario, Secundario y Terciario. Para la certificación, el hotel debe alcanzar un 75% o más de los criterios de admisión.
Organismo que certifica	En base a la calificación en cada categoría, el hotel recibirá de cero a cinco ECOTEL® Globos, correspondientes a cada uno de las ámbitos a calificar. Es la casa matriz quien emite las certificaciones.
Resultados	Más de mil hoteles afiliados a nivel mundial, sin embargo, muy pocos

	han calificado para la certificación (de 500 inspecciones solo 36 han alcanzado la certificación (IH, 2002). En Centroamérica se han certificado hoteles de Guatemala, Belice, Honduras, Costa Rica y Panamá.
Puntos críticos de éxito	Solo mide aspectos ambientales y deja por fuera lo social y lo cultural.

(4) Green Key – Den Grønne Nøgle (Dinamarca, Suecia, Groenlandia, Estonia)

Nombre:	TheGreenKey® (Llave verde)
País y origen	Si inicia con un programa de hoteles para Dinamarca
Alcance	Dinamarca, Suecia, Groenlandia y Estonia.
Objetivos	Contribuir a la protección del medio ambiente y los recursos naturales. Gestionar y desarrollar prácticas ambientales de ahorro de energía y agua mediante el uso de productos que tienen un bajo impacto sobre el medio ambiente. Discutir cuestiones medioambientales en un diálogo abierto y positivo con los clientes, personal, autoridades, proveedores y otras organizaciones que tienen interés. Incitar a los proveedores para proporcionar servicios y productos que se ajusten a nivel ambiental
Vigencia	No específica fecha de inicio pero si está en vigencia
Costo	No se especifica
Aplicación	Voluntaria
Aspectos a evaluar	Evalúa solo criterios ambientales y deja de lado los aspectos sociales y culturales.
Herramienta de evaluación	Los criterios de certificación están públicamente disponibles en el sitio del Internet del programa, y son bastante exigentes pero alcanzables y están disponibles en la red: http://www.green-key.org/ Los criterios abarcan tres áreas principales: la gestión ambiental, comunicación y capacitación, así como criterios técnicos.
Requisitos	Para obtener TheGreenKey la empresa tiene que cumplir una larga lista de requisitos ambientales. Estos requisitos están contenidos en una serie de criterios de tipo ambiental, y materia de políticas y planes de acción. En algunas áreas, la empresa también debe demostrar que ha desarrollado un plan de manejo ambiental. Debe también nombrar un encargado ambiental responsable.
Escala de medición	Inspecciones y auditorias son frecuentes y se invita la participación de huéspedes. No-conformidades encontradas durante las inspecciones llevan a la pérdida de la certificación y el uso del sello. El sello se otorga por 12 meses, con renovaciones anuales.
Organismo que certifica	Operador Green Key nacional. En cada país, un grupo de directivos nacionales con representación de autoridades, ONG y las asociaciones empresariales nacionales después de ver el grado de cumplimiento de los criterios establecidos aprueba todas las solicitudes de nuevas

	empresas. Periódicamente, cada empresa recibe una visita de control realizándose controles in situ en todos los países.
Resultados	El programa ha logrado el apoyo de varias instituciones danesas: HORESTA (Asociación de la Industria de Hoteles, Restaurantes y Turismo), Instituto de Turismo, The Outdoor Council, Danhostel–Albergues Juveniles Daneses, Unión Danés de Catering, Concejo Danés de Campamiento, Asociación Danés de Casas Vacacionales y el Ministerio del Ambiente.
Puntos críticos de éxito	

(5) NEAP-IES: Nature And Ecotourism Accreditation Project (Australia y Asia-Pacífico), Con El Estándar Internacional De Ecoturismo (IES, 2002, Mundial)

Nombre:	NEAP
País y origen	Creado en Australia por los operadores de ecoturismo y turismo naturalista de la Asociación de Ecoturismo de Australia (ahora llamado Ecotourism Australia) y la Red Australiana de Operadores de Turismo.
Alcance	El programa certifica “productos”, hospedajes, tures y atractivos, no compañías enteras.
Objetivos	Disponer de una certificación para la industria del ecoturismo y el turismo de naturaleza, para los administradores de áreas protegidas y a los consumidores, que les dé garantía de que su producto esta respaldado por un compromiso de las mejores prácticas en gestión ambiental y la prestación de experiencias de calidad.
Vigencia	Desarrollado entre 1994 y 1996 y aun en vigencia.
Costo	Ninguno. NEAP es económicamente autosuficiente y sin fines de lucro.
Aplicación	Voluntaria
Aspectos a evaluar	Los productos elegibles para certificación deben adherir a los ocho principios fundamentales de NEAP: 1. Enfoque en Áreas Naturales: Como experimentar y disfrutar de la naturaleza en formas que llevan a mayor entendimiento y aprecio de esta. 2. Interpretación: Integrar oportunidades para entender la naturaleza como parte de cada experiencia. 3. Prácticas Ambientales Sostenibles: Representa las mejores prácticas para turismo sostenible. 4. Contribución a la Conservación: Contribuye, en forma continua, en forma positiva a la conservación de áreas naturales. 5. Beneficia Comunidades Locales: Contribuye, en forma continua y constructiva, a las comunidades locales. 6. Respeto Cultural: Es sensible a diferentes culturas, especialmente indígenas, ofrece interpretación y participación a estas. 7. Satisfacción del Cliente: Cumplir en forma consistente con las

	<p>expectativas de los clientes.</p> <p>8. Mercadeo Responsable: Ofrece mercadeo verídico y que lleva a expectativas realistas.</p>
Herramienta de evaluación	Los solicitantes deben comprar un manual de solicitud-criterios. Pueden solicitar certificación hasta para cuatro productos con el mismo documento.
Requisitos	Se acreditan o certifican solo los productos y no las empresas.
Escala de medición	<p>Se avanza por fases o etapas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Turismo naturalista: turismo ecológicamente sostenible, con el enfoque primario sobre experimentar áreas naturales. 2. Ecoturismo: turismo ecológicamente sostenible, con el enfoque primario sobre experimentar áreas naturales, y que promueve entendimiento, aprecio y conservación de lo ambiental y cultural. 3. Ecoturismo avanzado: igual que ecoturismo, pero con criterios más exigentes, especialmente concerniente a la interpretación ambiental para visitantes.
Organismo que certifica	Hay una comisión de Gestión encargada de fiscalizar el Panel de Auditoria y Evaluación. EA provee un administrador para coordinar las actividades diarias y brindar información a operadores solicitando certificación. Cuando NEAP recibe una solicitud, se le entrega a un Asesor acreditado, quien revisa y califica la solicitud, a la vez que contacta el jurado y el operador para clarificaciones. El informe del Asesor se considera en las reuniones mensuales del Panel de Auditoria y Evaluación. Quien decide si otorga la certificación o no. El proceso completo generalmente dura dos meses, excepto en casos muy complejos.
Resultados	<p>La certificación ofrece a los operadores, administradores, comunidades y clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criterios para ayudar a empresas planificar y desarrollar sus productos ecoturísticos. • Una guía para ayudar a empresas implementar los principios de desarrollo ecológicamente sostenible. • La oportunidad para empresas para mejorar desempeño a un nivel reconocido como mejoras prácticas de la industria. • Logotipo reconocido para mercadeo. • Un forma reconocida para que turistas y administradores de áreas protegidas puedan reconocer operadores legítimos de ecoturismo. • Una herramienta para administradores de áreas protegidas, para motivar prácticas con menor impacto ambiental. • Una herramienta para ayudar a comunidades locales determinar la mezcla de actividades turísticas que maximiza beneficios y minimiza impactos negativos. • Una herramienta de educación e información. <p>Se base principalmente en una “auditoria de papel”, en la evaluación de un cuestionario y manual de 150 páginas, con unas pocas auditorias</p>

	aleatorias de campo. Sin embargo, el reto es poder llegar a auditorias de campo cada tres años para cada empresa.
Puntos críticos de éxito	Satisfacción del Cliente. Mercadeo responsable.

(6) Programa de Certificación en Turismo Sustentable-PCTS (Brasil)

Nombre:	Programa de Certificación en Turismo Sostenible-PCTS (Brasil)
País y origen	Brasil
Alcance	Brasil
Objetivos	El PCTS tiene el objetivo de mejorar la calidad y la competitividad del sector turístico, con particular atención a las pequeñas y medianas empresas (PYMES), pues estimula su mejor desempeño en las áreas económica, ambiental, cultural y social a través de la adopción de normas y de un sistema de certificación. El programa también contempla acciones con vistas a aumentar la participación en el mercado internacional a través de la promoción comercial en el extranjero.
Vigencia	A partir de 2003 se diseña y en el 2007 inicia certificaciones
Costo	No tiene costo
Aplicación	Voluntario
Aspectos a evaluar	<ol style="list-style-type: none"> 1) Requisitos ambientales <ol style="list-style-type: none"> A. Prevención y atención a las emergencias del ambiente B. Áreas naturales, flora y fauna C. Arquitectura e impactos de la construcción en el lugar D. Paisajismo E. Emisiones, efluente y residuos sólidos F. Rendimiento energético G. Conservación y gerencia del uso del agua H. Elección y uso de insumos 2) Requisitos de Socioculturales <ol style="list-style-type: none"> I. Comunidades locales J. Trabajo y renta K. Condiciones del trabajador L. Aspectos culturales M. Salud y educación N. Poblaciones tradicionales 3) Requisitos económicos <ol style="list-style-type: none"> O. Calidad y satisfacción del turismo de los clientes P. Salud y seguridad de los clientes y en el trabajo
Herramienta de evaluación	Creación de manuales, aplicación de lineamientos y programas de capacitación para PYMES, consultores y auditores, compila información sobre tecnología y buenas prácticas en sostenibilidad turística; capacita a profesionales del sector para brindar asesoría técnica; y brinda subsidios para su implementación.

Requisitos	Se aplica a cualquier medio de hospedaje que lo desee. Debe participar del programa de certificación de turismo sostenible y registrarse en la red: www.pcts.org.br y enviar los términos de afiliación junto con la información requerida
Escala de medición	Hay todo un proceso que se debe de seguir que implica asesorías, entrega de documentación, auditorias y seguimiento del cumplimiento del programa
Organismo que certifica	Instituto de Hospitalidad, organización sin fines de lucro
Resultados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contribuir activamente para la conservación, revitalización y recuperación de los recursos naturales; 2. Buscar resultados económicos con ética, lo que contribuye para la justicia social y la valoración de las culturas locales; 3. Buscar la legitimidad política en términos de participación y transparencia en los procesos de decisión y representación comunitaria; 4. Interactuar con los integrantes de la cadena productiva del turismo, como una manera de contribuir a las condiciones operacionales para implementar sistemas de gestión de la sostenibilidad del turismo con alcance sectorial y geográfico.
Puntos críticos de éxito	Destacar internacionalmente como un destino sostenible. Mejorar la calidad de vida de las personas. Estimular al sector turismo para que sus actividades sean ambientalmente equilibradas, económicamente viables, socialmente justas, culturalmente ricas y políticamente legítimas.

Green Deal

País y origen	Guatemala
Alcance	Guatemala y El Salvador
Objetivos	Dirigido a operadores de Turismo, Agencias de Viajes, Empresas Turísticas Comunitarias, Transportes Turísticos, Hoteles, Restaurantes y Guías de Turismo
Vigencia	Activo desde 1999
Costo	Cuota voluntaria de acuerdo a la capacidad de pago de la empresa
Aplicación	Voluntaria
Aspectos a evaluar	Calidad en los servicios, enfoque ambiental, respeto al patrimonio cultural y desarrollo social.
Herramienta de evaluación	Auditorias de cumplimiento, seguidas de un programa de asistencia técnica y asesorías personales.
Requisitos	Ser pequeña o mediana empresa
Escala de medición	Sistema de auditorias y monitoreos constantes, para establecer el nivel de cumplimiento que esta presenta al momento de realizarse el monitoreo; igualmente, mide los impactos que la certificación ha realizado, resultado que deberá ser reflejado en prácticas sociales, económicas, culturales y ambientales responsables dentro del área en donde llevan a cabo sus

	actividades.
Organismo que certifica	El Programa de Certificación Green Deal, manejado por la Asociación Alianza Verde
Resultados	Aseguramiento de la calidad de los servicios, y su importancia como base de los negocios.
Puntos críticos de éxito	Cumplimiento con la legislación ambiental. Ahorro de energía eléctrica y agua. Aumentar la calidad del servicio. Capacitación del personal de la empresa para brindar mejores servicios.

Norma ISO 14001

País y origen	Desarrollada por la Organización Internacional de Normalización (ISO) en Ginebra
Alcance	Global. Está dirigida a ser aplicable a "organizaciones de todo tipo y dimensiones y albergar diversas condiciones geográficas, culturales y sociales
Objetivos	El objetivo general, tanto de la ISO 14001 como de las demás normas de al serie 14000, es apoyar la protección medioambiental y la prevención de la contaminación en armonía con las necesidades socioeconómicas. Puede ser aplicada a cualquier organización que desee mejorar y demostrar a otros su actuación medioambiental mediante un Sistema de Gestión Medioambiental Certificado.
Vigencia	En 1996 sale el primer producto de la serie ISO 14000
Costo	Implica altos costos, pero pueden ser variables
Aplicación	Voluntaria
Aspectos a evaluar	ISO 14001 no fija metas ambientales para la prevención de la contaminación, ni tampoco se involucran en el desempeño ambiental a nivel mundial, sino que, establecen herramientas y sistemas enfocados a los procesos de producción al interior de una empresa u organización, y de los efectos o externalidades que de estos deriven al medio ambiente.
Herramienta de evaluación	Si la organización desea registrar su sistema de gestión ambiental: Contrata una entidad de certificación debidamente acreditada (ante los distintos organismos nacionales de acreditación) para que certifique que el sistema de gestión ambiental, basado en la norma ISO 14001 conforma con todos los requisitos de dicha norma.
Requisitos	<ol style="list-style-type: none"> 1. La organización establece, documenta, implanta, mantiene y mejora continuamente un sistema de gestión ambiental de acuerdo con los requisitos de la norma ISO 14001 y determina cómo cumplirá con esos requisitos. 2. La organización planifica, implanta y pone en funcionamiento una política ambiental que tiene que ser apoyada y aprobada al máximo nivel directivo y dada a conocer tanto al personal de la propia organización como todas las partes interesadas. La política ambiental incluye un compromiso de mejora continua y de prevención de la contaminación, así como un compromiso de

	<p>cumplir con la legislación y reglamentación ambiental aplicable.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Se establecen mecanismos de seguimiento y medición de las operaciones y actividades que puedan tener un impacto significativo en el ambiente. 4. La alta dirección de la organización revisa el sistema de gestión ambiental, a intervalos definidos, que sean suficientes para asegurar su adecuación y eficacia.
Escala de medición	No establece un conjunto de metas cuantitativas en cuanto a niveles de cumplimiento. Por el contrario, ISO 14001 se centra en la organización proveyendo un conjunto de estándares basados en procedimientos y unas pautas desde las que una empresa puede construir y mantener un sistema de gestión ambiental.
Organismo que certifica	La Organización Internacional de Normalización (ISO), creada en 1946
Resultados	<ol style="list-style-type: none"> 1. La certificación del Sistema de Gestión Ambiental, mediante el cual las empresas recibirán el certificado. 2. El Sello Ambiental, mediante el cual serán certificados los productos ("sello verde").
Puntos críticos de éxito	Razones de carácter económico como los costos, valoración de los clientes, impacto en las ventas, formación de empleados, la planificación y el compromiso ambiental

Cuadro No.5

Resumen con los principales criterios que identifican las normas

Nombre de la Norma	Aspectos que son evaluados							
	Ambiente	Socio/cultural	Económico	Calidad	Costo	Certificador	Aplica	Alcance
CST	Sí	Sí	Sí	No	Ninguno	Tercer Parte	Hoteles y Tour operadoras	Costa Rica
							http://www.turismo-sostenible.co.cr/EN/home.shtml	
Green Globe	Sí	Si	No	No	\$200-1000 + U.S./año	Tercer parte	Todo el sector Turismo	Mundial
							http://www.ec3global.com/products-programs/green-globe/	
Ecotel	Sí	No	No	No	\$7,500 U.S	Tercer parte	Hoteles y Tour operadoras	India
							http://www.concepthospitality.com/ecotel/ECOTEL.htm	
Green Key	Sí	No	No	No	Si	Tercer parte	Hoteles, albergues y otros	Varios países Europeos
							www.green-key.org/	
NEAP-IES	Sí	Sí	No	No	Si		Hospedajes, tours Atractivos	Australia
							www.ecotourism.org.au/neap.asp	
PCTS	Sí	Si	Sí	Sí	Si Subsidios	Tercera	Hoteles, incl. pymes	Brasil
							www.pcts.org.br/	
ISO 14001	Sí	No	No	No	Implica altos costos	Tercer parte	Organizaciones de de todo tipo	Mundial
Green Deal	Sí	Si	Sí	Sí	si	Tercer parte		Guatemala
							www.greendeal.org/	

4.1.4 Principales criterios que identifican las normas

El cuadro anterior nos demuestra varias cosas:

- La mayoría de las normas de certificación están poniendo mayor énfasis en los aspectos ambientales. El aspecto ambiental ha sido la base a partir del cual se empezaron a crear las certificaciones en turismo y quizás a eso se deba esta inclinación hacia lo ambiental.
- Respecto al criterio de calidad solamente PCTS y Green Deal ponen atención a este aspecto.
- El aspecto económico es un criterio que solo lo aplican CST, PCTS y Green Deal, sin embargo, esta orientado hacia lo externo de la empresa, la manera que esta colabora para una mayor equidad económica entre las comunidades locales. La PCTS si aplica hacia lo interior de la empresa, pues la viabilidad económica de esta implica su sostenibilidad de la empresa como tal.
- Con respecto a quien acredita la certificación por lo general son organismos de tercera parte.
- En cuanto a los costos es muy variado. Sin embargo, la totalidad de los programas mencionados, con excepción del CST, tienen una tarifa o costo que debe cubrir la empresa interesada. En el caso de la Green Deal tiene una tarifa de acuerdo con la capacidad de pago de la empresa. ECOTEL y Green Globe tienen costos relativamente altos. De igual forma ISO 14001.
- ISO 14001 destaca como una norma genérica aplicable a varios sectores de la producción, mientras que las otras normas están orientadas a un sector específico, turismo en este caso.

4.2 Resultados y análisis del trabajo de campo

Se presenta a continuación el resumen de resultados de las encuestas entrevistas y demás aplicadas según los instrumentos diseñados (Anexo 26, 27 y 28). Todos los gráficos generados a partir de la información de campo, tienen su respaldo en cuadros anexos que se pueden encontrar al final del documento (Anexos No. 4 al 25), en donde se encuentra información más

detallada en términos de números absolutos y porcentajes. También, se separó la información para cada una de las unidades de planeamiento.

4.2.1 Generalidades de las empresas analizadas durante el trabajo de campo

En este estudio, se entiende por:

Microempresa: organización que tiene de 1 a 4 empleados.

Pequeña empresa: organización que tiene de 5 a 20 empleados.

Mediana empresa: organización que tiene de 21 a 100 empleados.

Gran empresa: organización que tiene más de 100 empleados.

Esta clasificación es la que utiliza, para sus abonados, la Caja Costarricense del Seguro Social.

4.2.1.1 Distribución de las empresas encuestadas por tamaño

Cuadro No. 6

Tamaño de las empresas encuestadas en la RBAP		
Tamaño	Absolutos	Relativos
Microempresa	30	39%
Pequeña	27	35%
Mediana	16	21%
Grande	4	5%
Total	77	100%

Fuente: Elaborado por G. Valverde

El cuadro No. 6 muestra el número de empresas entrevistadas y su distribución de acuerdo al tamaño. De las 77 empresas escogidas para el estudio; 28 empresas son de Monteverde, 40 de la Fortuna y 9 de Sarapiquí. Se estima que el total de empresas de alojamiento para la RBAP está alrededor de 175, número que obtiene en base a los estudios realizados por Obdetur, en Monteverde (65) y la Fortuna (94), y un estimado de 16 para el resto de la región (Sarapiquí, Caño Negro y los Chiles, entre otros).

4.2.1.2 Categorización por estrellas de los hoteles de la RBAP

El gráfico No. 1 muestra los hoteles que han sido categorizados dentro de la muestra escogida para la RBAP y para cada uno de los destinos.

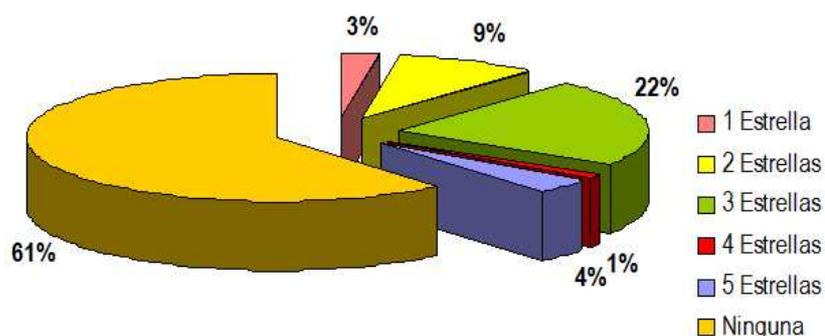


Gráfico No. 1 Categorización para los hoteles de la RBAP
Fuente: G. Valverde

El sistema de categorización internacional por estrellas, basado en un servicio completo y de calidad de las instalaciones, utilizado por el ICT, que empezó a promover desde 1998 (Delgado, 1998), no motiva

a la mayoría de las empresas de hospedaje a categorizarse, ya que no lo ven necesario, y por otra parte el ICT invierte poco o nada en este programa, en donde más bien deben ser los interesados en buscar la certificación ante ICT (Vargas, 2008⁹). Los hoteles que tienen alguna categorización, principalmente entre cuatro y cinco estrellas, son empresas grandes, con sistemas administrativos y de mercadeo muy desarrollados en comparación con las otras empresas analizadas.

4.2.1.3 Distribución de personal según lugar de origen

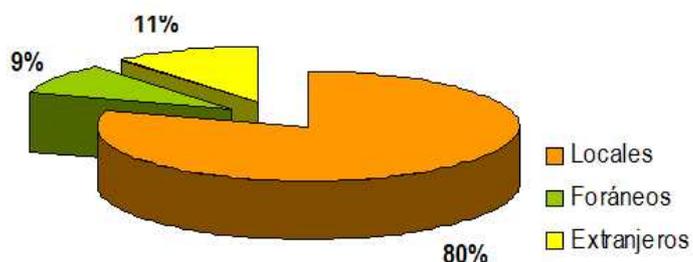


Gráfico No.2 Distribución del personal para RBAP
Fuente: G. Valverde

De acuerdo al gráfico No. 2 se muestra un alto porcentaje del recurso humano que es local, lo cual demuestra la importancia de la actividad turística para la zona en términos de generación de empleo

⁹ Vargas, F. 2008. Categorización de Tabacón Resort (entrevista). La Fortuna de San Carlos, C.R.

para los residentes. Si cabe señalar que un alto porcentaje de las personas que dicen ser de la zona, en algún momento vinieron de otras partes del país y se dicen locales porque consideran que ya están establecidos en el área como residentes. Sorprende el número de extranjeros trabajando en el área, mayor que el número en otras partes del país. Una de las razones se debe a la alta migración de nicaragüenses, para las tres áreas Fortuna, Monteverde y Sarapiquí, en donde hay que tomar en cuenta que la región es aledaña a la frontera con Nicaragua. Por lo general el empleado nicaragüense se desempeña en funciones de mantenimiento, construcción, ayudantes de cocina, mucamas y otras actividades menos calificadas, en donde por lo general hay una demanda alta de este tipo de personal.

4.2.1.4 Proveedores de artículos de insumo y consumo

El gráfico No. 3 tiene varios datos interesantes a analizar: La mayoría de las empresas que dicen

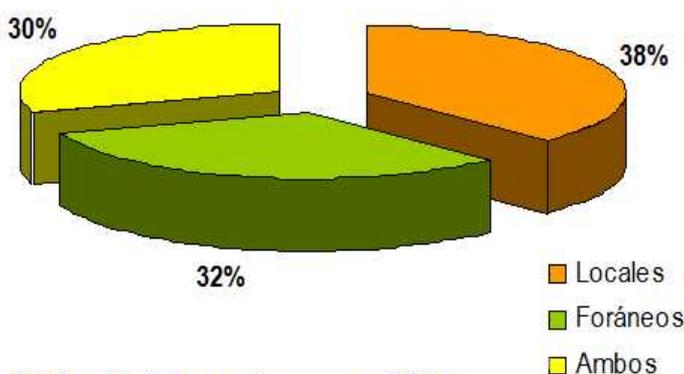


Gráfico No.3 Proveedores para RBAP
Fuente: G. Valverde

abastecerse de proveedores locales, por lo general son las micro y pequeñas empresas, que hacen sus compras en los negocios locales. Por lo general las empresas medianas y grandes se surten de proveedores de fuera de la zona, ya que sus compras son

mayores y el tipo de productos que buscan son más diversos y de mayor calidad. Sin embargo, la región como tal es rica en la producción de cantidad de productos como frutas, tubérculos, lácteos, carne, entre otros; pero la falta de organización por parte de los productores hace que gran cantidad de estos productos se importen de la parte central del país. Lo curioso es que estos productos viajan de la región hacia los mercados del Centro Nacional de Distribución de Alimentos (CENADA) en Barreal de Heredia y luego regresan a la zona con precios mucho mayores (Brenes, 2008¹⁰).

¹⁰ Brenes, Hernán. 2007. Agricultor de la Monteverde (entrevista).

4.2.1.5 Lugar de origen de los dueños de hoteles en la RBAP



Gráfico No. 4 Dueños de los hoteles para RBAP

Fuente: G. Valverde

Si sumamos locales y foráneos las empresas en la RBAP son de capital costarricense, por lo general empresas familiares y en su mayoría originarias de la región. Esta situación marca una diferencia con respecto a otras partes del país, caso concreto el

de la Zona Marítima Costera del Pacífico, donde la mayoría de las concesiones están en manos de extranjeros (Delgado, 2005).

Dado este contexto, es prematuro vitorear el éxito del inversionista local sobre el extranjero, y las pymes sobre las transnacionales. Posiblemente el ciclo de vida del producto turístico en la RBAP no ha llegado al punto donde este debate alcance sus máximas expresiones, pues se empieza a notar en el área mayor ingreso de capital extranjero y con hoteles de mayor tamaño y con mayores servicios en su oferta. Aquí los costarricenses tendrán que explotar su potencial de empresarios habilidosos, y romper con esa parsimonia al cambio. Se hace necesaria la innovación, nuevos productos y mayor asociatividad, así como definir más claramente el tipo de turismo que la región desea, si se quiere seguir manteniendo este dominio.

4.2.1.6 Políticas de sostenibilidad

Cuando se consultó respecto a si la empresa tiene políticas para la sostenibilidad, 74% respondieron que sí. A la pregunta si esas políticas están documentadas, 64% respondieron que no. Un porcentaje similar entre ambas preguntas. A la pregunta de si estas políticas la empresa las está aplicando, de igual forma un alto porcentaje (69%) respondieron que si. Sin embargo, cuando se hicieron preguntas posteriores, tratando de indagar la veracidad de las respuestas, se encontraron varias incongruencias. Más de un 50% de los entrevistados entienden por sostenibilidad solo la parte ambiental, lo que está relacionado con la limpieza del hotel, "manejo

de los desechos sólidos”, protección al bosque, entre otros, lo que les hace pensar que son sostenibles. Por otra parte, el concepto de sostenibilidad lo entienden y lo utilizan como una forma de marketing, lo que les resulta importante para mercadearse, por lo que estaría de mal decir, que no hacen sostenibilidad. Lo anterior deja claro que el concepto de sostenibilidad no

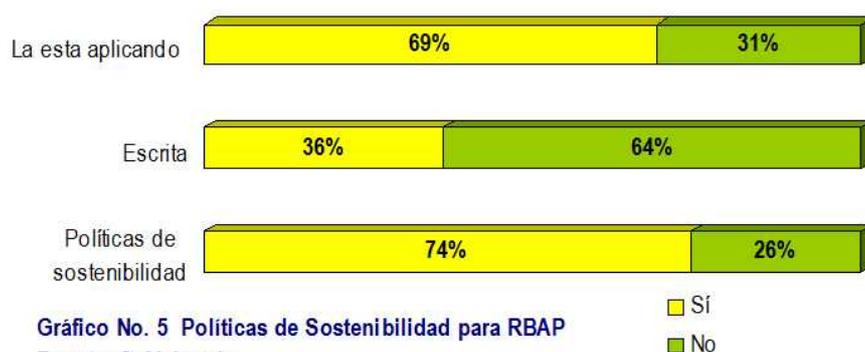


Gráfico No. 5 Políticas de Sostenibilidad para RBAP

Fuente: G. Valverde

está siendo bien manejado por los empresarios de turismo, puede que haya muchas razones para ello, sin embargo, un

problema detectado es la falta de información y capacitación sobre este tema.

4.2.1.7 Hoteles con declaratoria turística en la RBAP

La declaratoria turística no es una obligación para instalar un negocio en turismo, sin embargo,

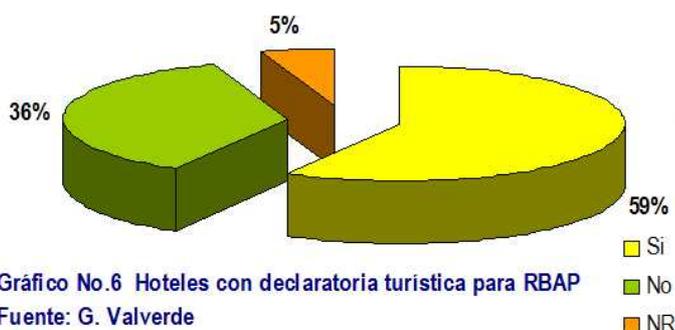


Gráfico No. 6 Hoteles con declaratoria turística para RBAP

Fuente: G. Valverde

otorga una serie de incentivos, que hace que, principalmente los negocios de regular tamaño a grandes opten por obtenerla. Un incentivo es poder obtener el Contrato Turístico del ICT, el cual otorga algunas

exoneraciones de impuestos durante la etapa de consolidación del negocio. Otro incentivo es la obtención de una patente de licores y permisos para abrir más horas, en el caso de los bares. Tal es el caso de la importancia de este incentivo que ha movido a muchos negocios, aun sin estar en la actividad del turismo, a obtenerla en forma ilegal (Madrigal, 2005).

Se investigó sobre este tema, para demostrar, cómo un fuerte incentivo mueve a los empresarios a cumplir con requisitos, que aun pueden ser más difícil de obtener que la CST. Esta es sin duda

una de las razones, por las que se encuentran gran cantidad de negocios, por lo general de medianos a grandes, que tienen declaratoria turística en la RBAP.

4.2.2 Razones por las que las empresas no aplica CST

Hay varios aspectos que resalta el gráfico No. 7 que pueden considerarse positivos para la aplicación de CST en las empresas de la RBAP. Un 71 % dice conocer sobre la norma CST. Un 75% está interesado y un 68 % entiende que puede favorecer los intereses de la empresa que representa. 61% considera que es aplicable a todas las empresas, un 58% estima que no es costoso y un 52%, porcentaje relativamente alto, sabe como integrarse o cuales son los procedimientos iniciales para aplicar a la norma CST. Es claro que son muchos de los factores que inciden positivamente para la aplicación de la norma CST. Sin embargo, hay factores como la capacitación, donde un 68% dicen necesitarla, este factor puede estar afectando altamente, para que muchas empresas no estén aplicando CST, ya que por relación directa, la capacitación esta muy ligada a la información y al conocimiento que el empresario pueda tener de la CST.

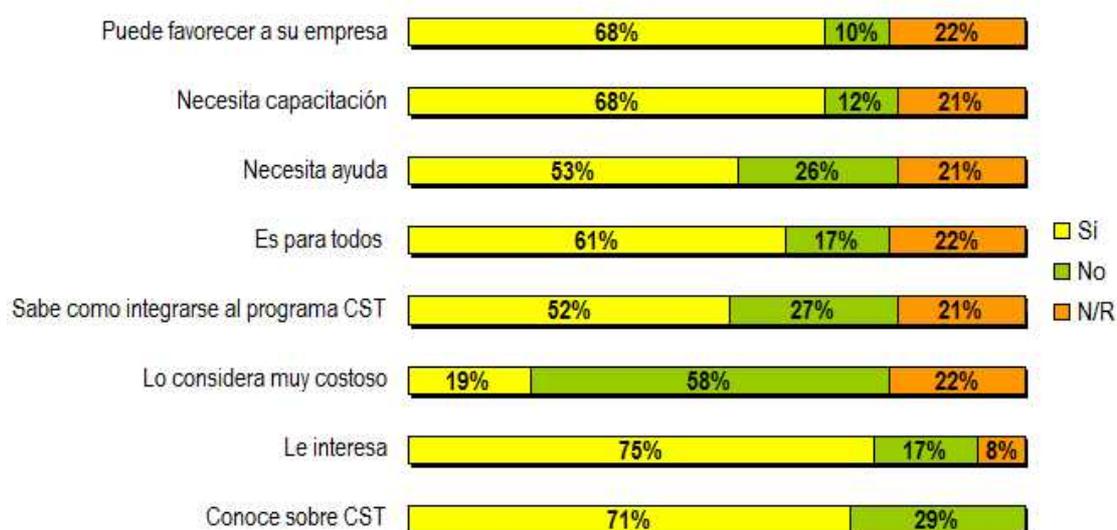


Gráfico No. 7 Razones de no aplicar CST para RBAP

Fuente: G. Valverde

Otro aspecto interesante que puede estar influyendo negativamente, es que más de la mitad (53%) de los empresarios consultados consideran que es necesaria la ayuda o el acompañamiento para implementar la CST. Al menos 5 empresarios manifestaron haber intentado aplicar CST en sus empresas, pero que les fue difícil continuar, y entre los motivos que más afectaron fue la necesidad de ayuda o acompañamiento, ya que desconocían en muchos casos como actuar o desarrollar el programa. Otro de los entrevistados manifestó haber iniciado con el programa, siendo certificado con dos hojas, pero que le fue imposible continuarlo a falta de ayuda profesional. Otro empresario con certificación CST, manifestó que estaba teniendo problemas en su aplicación, ya que necesitaba a alguien con conocimiento sobre lo que se debe y no debe hacer, y no está recibiendo ningún apoyo por parte del ICT.

La razón de que existan muchos empresarios con algún conocimiento sobre la CST, obedece, al menos en parte, a que en la zona hay dos pequeñas empresas para dar consultaría en turismo y desarrollo sostenible y han estado promoviendo la CST entre los empresarios de la Fortuna y Monteverde. También se nombró en varias ocasiones la participación de Rainforest Alliance, en proveer alguna información y al menos en dos de las empresas entrevistadas, dijeron estar desarrollando programas de sostenibilidad con esta organización.

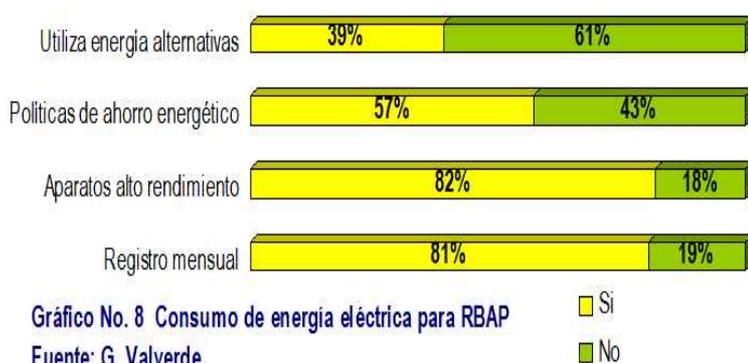
4.2.3 Evaluación de los principales indicadores de sostenibilidad (Para la región en general y por unidades de planeamiento).

Con el fin de determinar el grado de sostenibilidad de las empresas encuestadas (77) en total, independiente de si aplican o no aplican CST, se procedió a determinar la aplicabilidad de criterios de sostenibilidad en cada una de ellas, utilizando variables fáciles de detectar por la sensibilidad a ser percibidos, tratando de abarcar los tres ejes principales de la sostenibilidad (ambiente, socio cultural y económico).

4.2.3.1 Consumo de energía eléctrica

Pocos empresarios están interesados en generar energía por medio de sistemas renovables, (eólica, solar, hidráulica, biomasa), solo un 10% están produciendo algún tipo de energía a partir de biomasa, solar e hidráulica. Además se nota un alto desconocimiento sobre cómo generar energía aprovechando recursos disponibles dentro de las empresas.

Se encontraron dos lugares donde utilizan paneles solares, a manera de experimento. Dos plantas hidroeléctricas pequeñas y cuatro sitios en donde había un sistema de biodigestores.



de estos biodigestores son alimentados con excretas de ganado vacuno, ya que estos sitios tienen actividades agropecuarias ligadas con el turismo. Los otros dos utilizan excretas de humanos. En un caso el gas metano es utilizado para

mover una planta eléctrica, dos lo utilizan para cocinar y uno aun no hace uso del gas. Podría decirse que existen iniciativas interesantes en el aprovechamiento de este tipo de recursos. Quizás lo que haga falta es mayor información sobre nuevas tecnologías y de cómo saber aprovechar recursos que ya se tienen y no se utilizan. Una prueba más de la falta de capacitación que requieren los dueños de las empresas y de quien les asesore en aspectos técnicos para lograr una mayor eficacia y eficiencia en el cumplimiento de buenas prácticas para la sostenibilidad.

Hay un 57% de los consultados que dicen tener políticas de ahorro energético. Sin embargo, estas políticas en la mayoría de los casos son bastantes vagas y no están documentadas y se limitan a sugerencias que hacen los dueños o gerentes de la empresa, al resto del personal, pues no están bien diseñadas ni tampoco hay un sistema de aplicabilidad constante y confiable.

El 81% de los entrevistados dicen llevar registros de consumo de electricidad, sin embargo, se pudo detectar que estos registros no van más allá del informe que brinda la compañía eléctrica

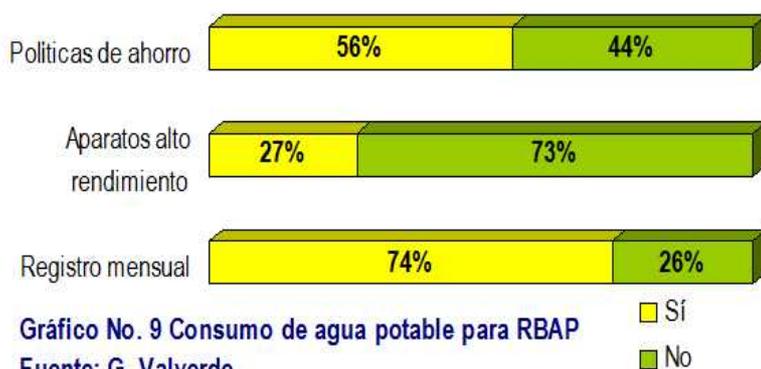
mensualmente. Solo se encontró un caso demostrado donde un hotel a pesar de no tener CST, si llevan registros en un esfuerzo por ahorrar energía. Caso contrario sucede con los hoteles que aplican CST, donde este tipo de registros son más detallados y son documentados. Aunque no todos los hoteles estuvieron en disposición de enseñar documentos.

Un 82% dicen tener aparatos de alto rendimiento eléctrico. Cuando se les preguntó por el tipo de aparatos, casi totalidad hicieron alusión al uso de luces fluorescentes, luces de alimentación solar durante el día, luces conectadas a infrarrojos que se encienden con el movimiento. Sin embargo, el uso de cocinas, refrigeradores, freidoras, entre otras, no son cosas que se estén implementando.

4.2.3.2 Consumo de agua

El concepto de ahorro, al igual que en el caso anterior obedece a una forma natural de parte de los dueños de buscar el ahorro de agua o electricidad, puesto que estos son recursos que hay que pagarlos y la facturación cada día es mayor y por lo tanto hay que economizarlos; pero no obedece a una política clara y establecida de la empresa cuyo ahorro vaya más allá de lo económico y se esté pensando en términos de sostenibilidad, de la importancia que este tipo de ahorro representa para el país y el planeta en general.

El 27 % que dice usar aparatos de alto rendimiento para el consumo de agua, por lo general, están dentro del grupo de los que ya tienen CST y de hoteles nuevos, que aplican nuevas tecnologías en la construcción de sus negocios. Estos aparatos son por lo general los grifos de los lavamanos e inodoros.



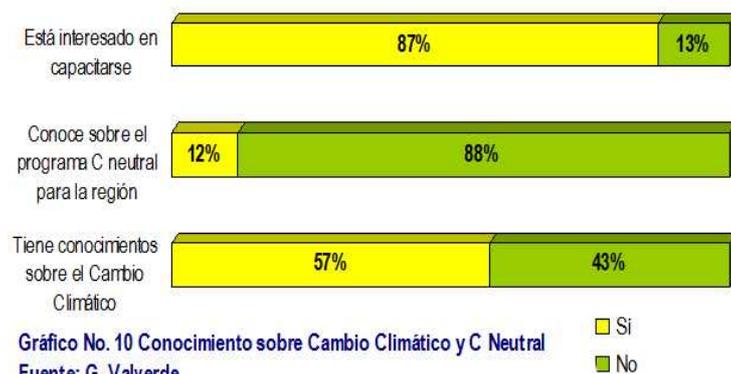
Con respecto a un registro mensual del consumo de agua, al igual que con el consumo de electricidad, estos registros no van más

allá de los que les entrega la compañía del acueducto. De nuevo las empresas con CST son las que en su mayoría si llevan registros detallados y documentados.

En la Fortuna y Sarapiquí se encontró que el concepto de ahorro de agua no tiene mucho alcance, ya que se considera que este elemento es muy abundante para la región. Caso contrario sucede con Monteverde, donde este tema si es una preocupación mayor. En Monteverde el agua no es tan abundante. Esto fue la causa que originó serios conflictos entre los vecinos de Monteverde, cuando el Servicio Nacional de Riego y Avenamiento (SENARA) otorgó una concesión de agua para riego aun grupo de finqueros (Mora, 2005 y Vargas, 2007). Por otra parte el Acueducto Rural de Monteverde, considera que de seguir el crecimiento acelerado de construcciones, en menos de 20 años, el sistema de aguas estará agotado (Molina, 2008¹¹).

4.2.3.3 Conocimiento sobre el concepto de cambio climático y C Neutral

La Región Huetar Norte, fue designada por el Ministerio de Ambiente y Energía como proyecto piloto “C Neutral” (MINAE. 2007). Aunque el programa es reciente, poco más de medio año, se consideró que ya debería tener la proyección suficiente dentro del sector empresarial, para manejar algunos conceptos relacionados con el cambio climático, el problema de las emisiones



de los gases efecto invernadero y el concepto de “C Neutral”. Aspectos que son considerados de vital importancia dentro de cualquier programa de desarrollo sostenible para la

región en estudio, principalmente en lo relacionado con la protección al medio ambiente y de la aplicación de buenas practicas en la operación de toda empresa, incluyendo al sector turismo.

¹¹ Molina, V. 2008. Disponibilidad de agua potable para Monteverde en los próximos años (Entrevista). Presidente de Acueducto Rural de Monteverde.

El gráfico No. 10 indica que el 57% declaró tener algún conocimiento de lo que es el cambio climático. Cuando la respuesta fue afirmativa, se les pidió a los entrevistados que dieran un ejemplo de lo que consideraban cambio climático, y aunque las respuestas daban alguna indicación de que los entrevistados si tenían alguna idea sobre el concepto, en su mayoría no fueron precisos y en muchos casos las respuestas fueron erráticas.

Sobre la pregunta si conocen el programa “C Neutral” para la región, el 88% respondieron que no. Esta situación es preocupante ya que, al menos, el sector empresarial de la zona debería tener algún conocimiento sobre el programa, pues es esta una iniciativa del Gobierno de Oscar Arias, en lograr que Costa Rica sea el primer país C neutral en el mundo (Vargas, 2007), razón suficiente para que el programa se estuviera promocionando en todo el país y sobre todo con mayor fuerza en la región designada como proyecto piloto.

A la pregunta si está interesado en capacitarse y conocer aspectos sobre el programa C Neutral y cambio climático, la respuesta fue 87% afirmativa. Es importante destacar esta afirmación ya que se encontró un alto grado de interés de parte de los entrevistados por recibir capacitación, no solamente en este tema, sino en muchos otros incluido la capacitación sobre la CST.

4.2.3.4 Manejo de desechos sólidos

A la pregunta ¿Se hace separación de los desechos sólidos? Un 90% respondió que si lo hace, y en efecto se pudo comprobar *in situ*, que la mayoría de empresas disponen de pequeños contenedores para la separación de desechos sólidos. Por lo general lo hacen en papel, aluminio, vidrio y plásticos, un menor número lo hace para envases de cartón y aluminio (“tetra-brick”).



A la preguntas de si:
 ¿Los desechos sólidos son recogidos por un camión y si son enviados a lugares de acopio o a

rellenos sanitarios?, el 87% y un 74% respondieron que si respectivamente. Aquí es importante hacer notar varios aspectos: Aunque la mayoría de las empresas dicen estar separando los desechos sólidos, sucede que luego de la separación, estos son depositados en una sola bolsa plástica, en donde se mezclan de nuevo y son enviados a su destino final en el camión que recoge la basura. De manera que la separación de los desechos sólidos es una operación de maquillaje para demostrar algún grado de preocupación por el medio ambiente, aunque la realidad sea muy diferente. Otro aspecto importante a señalar es que en los destinos estudiados existen lugares para acopio de desechos sólidos, pero estos son pequeños, de recursos económicos y humanos muy limitados, y únicamente recogen papel, plásticos y vidrio, dejando por fuera cartón corrugado, envases “cartón-aluminio” y envases de lata. De manera que muchas empresas solo están enviando parte de los desechos a los lugares de acopio con los siguientes inconvenientes: En Monteverde el acopio lo hace la municipalidad y solo recoge desechos plásticos y de vez en cuando vidrio. En la Fortuna, el centro de acopio está a cargo de un grupo de mujeres de la comunidad de Zeta Trece, pero este grupo tiene problemas de equipo, recurso humano y dinero, razones suficientes que las pueden llevar a renunciar del programa. En el caso de Sarapiquí no hay centro de acopio, los hoteles separan los productos reciclables y una empresa de San José los recoge periódicamente. Sin embargo, los dueños de hoteles entrevistados en Sarapiquí, se quejaron de que la empresa que recoge los desechos, no había vuelto, por lo que tenían gran cantidad de material acumulado y sin espacio en las bodegas, lo que los obligó, a suspender la separación de desechos.

Con respecto a la reutilización de desechos sólidos, el 64% de los entrevistados que dice utilizarlos, hacen referencia principal a la utilización de los desechos orgánicos para la fabricación de fertilizantes que luego utilizan en sus jardines.

4.2.3.5 Deposición de aguas negras y servidas

Observando el gráfico No. 12, la mayoría de los hoteles (79%), entre los que se encuentra algunos medianos a grandes, utilizan tanques sépticos, siendo muy pocos lo que utilizan planta de tratamiento.

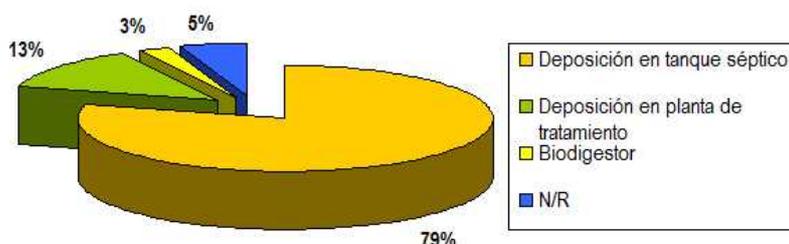


Gráfico No. 12 Deposición de aguas negras y servidas en RBAP
Fuente: G. Valverde

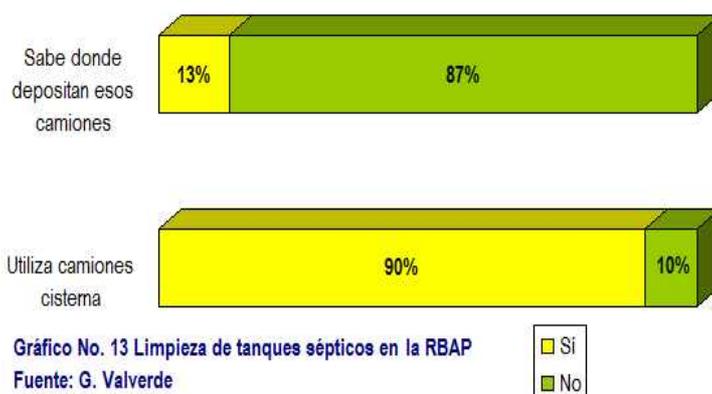
Aunque el presente trabajo no pretende determinar el grado de contaminación de suelos y mantos acuíferos que puede causar los tanques sépticos en

terrenos de alta permeabilidad, dado su alto contenido de arena, como son los suelos de la Fortuna y Monteverde, vale la pena la investigación en este campo, ya que son demasiadas las empresas que utilizan este sistema.

El problema no está en que el tanque séptico sea de uso inadecuado, pues se dice que un buen tanque séptico protege mejor la salud que un mal alcantarillado (Mora, 2008), el problema está en que muchas veces su construcción no es la mejor de acuerdo a criterios técnicos y la otra que estos deben limpiarse periódicamente.

4.2.3.6 Limpieza de tanques sépticos

Aquí los dos aspectos consultados generan atención, el primero porque una gran mayoría de los entrevistados no está poniendo atención a donde van a parar las aguas negras que se producen en su negocio. Lo mismo está sucediendo con los desechos sólidos, y aunque no había ninguna pregunta concreta al respecto, cuando se les pregunto si conocían el lugar a donde la municipalidad depositaba la basura, solo cuatro personas supieron dar el nombre del sitio (Florencia/Fortuna), (Zagala/Monteverde), pero la mayoría desconocía por completo a donde va a parar la basura que ellos mismos producen. Con la pregunta de si ¿Saben donde depositan los cisternas el material que transportan? Solo cinco personas supieron dar razón.



La otra situación interesante de análisis, es que la mayoría de las empresas que usan tanque séptico hacen la limpieza utilizando camiones cisterna. En el caso de la Fortuna se comprobó que existe una empresa en Ciudad Quesada

(Sanitario Sancarleño S. A.) que dice tener todo en orden para efectuar este tipo de operaciones y que cuentan con una planta de tratamiento a donde llevan todos los desechos que recogen y brindan servicio a toda la región norte.

Al menos dos empresarios de la Fortuna dijeron contratar los servicios de una empresa en Guanacaste, pero no supieron precisar el nombre. En el caso de Monteverde, sucede lo mismo, los empresarios no saben dar razón del nombre de las compañías que contratan para la limpieza de los tanques sépticos. Se pudo averiguar que para la parte central de Puntarenas y la parte central de Guanacaste, solo hay dos compañías que cuentan con plantas de tratamiento y permisos del Ministerio de salud para hacer este tipo de operaciones (Lodos Sépticos El Gallo y Lodos Sépticos El Nacional).

Tratando de buscar información sobre que control existente para este tipo de empresas con respecto a los servicios que prestan, no fue posible encontrar responsables. Las municipalidades alegan que no les corresponde, y el Ministerio de Salud (Oficina de Ciudad Quesada, San Carlos), manifestó que solo les corresponde dar los permisos y atender denuncias cuando estas son puestas de oficio por la sociedad civil, antes de eso no ejerce ningún control.

Lo anterior llama la atención cuando hay fuertes especulaciones, que muchos de estos cisternas botan el material en la parte alta de la cuenca del Lago Arenal o en los alrededores de Monteverde. La cual no sorprende, si para Costa Rica se dice que el “97% de las aguas negras van a los ríos sin ningún tratamiento” (Agüero, 2007). La alta contaminación que sufre el lago Arenal, se debe a que excrementos contaminan sus aguas (Oviedo y Barquero, 2007),

provenientes de lecherías aledañas, poblaciones y deposiciones de aguas negras en la parte alta de la cuenca. “Sorprende ver como estos camiones, que tienen que descargar en Puntarenas o Guanacaste, en menos de tres horas están de regreso en Monteverde”, comentario que hizo una de las personas entrevistadas.

4.2.3.7 Control y mantenimiento de las plantas de tratamiento

Con respecto a la pregunta si reutilizaban el agua de las plantas de tratamiento, solo uno de los entrevistados dijo reutilizarla en los jardines, el resto manifestó no la reutilizan y es vaciada hacia



ríos o quebradas. La mayoría de las empresas que cuentan con planta de tratamiento (70%), dicen estar realizando valoraciones del agua en forma periódica. Consultado la oficina regional del Ministerio de Salud

en Ciudad Quesada (vía telefónica), dijeron que la valoración o examen de aguas, es uno de los requisitos que deben cumplir las empresas que tienen plantas de tratamiento, pero sin embargo, la institución no cuenta con personal designado para dar seguimiento a las empresas y ellos solo actúan cuando hay denuncias de terceros.

4.2.3.8 Contribución de las empresas a las áreas protegidas



Se considera que una forma adecuada de ayudar a las áreas protegidas, por parte de las empresas en turismo es a través de su promoción y divulgación. Sin embargo, sorprende ver como, a

pesar de que la casi totalidad de material POP, se luce con imágenes y fotografías que hacen alusión a la riqueza biológica del país, no se encuentra en estos la promoción directa de las áreas protegidas, sino que la mayoría se refieren a sitios privados (pequeñas reservas o jardines) dentro de sus negocios. Si se pregunta directamente en la recepción, se cuenta con mayor información respecto a sitios a visitar dentro y fuera de los destinos locales, pero por lo general no se encuentra material que promocioe las áreas protegidas del país.

Para el caso de la Fortuna lo que si es común en el material publicitario son imágenes del Volcán Arenal, el cual se ha convertido en un icono de la actividad del turismo en la zona. Sin embargo en Monteverde, es sorprendente, que ha pesar de que el Bosque Nuboso, es un icono turístico de la región, este no se promueve por parte del sector empresarial y tal parece que se olvidaron de su existencia. Se recogió material POP de los negocios que fueron visitados para entrevistas en Monteverde, y de 22 panfletos, solo dos hacían alusión de manera formal, al bosque nuboso de Monteverde, el resto del material, a pesar de las imágenes “verdes” que mostraban solo hacían referencia a las empresas dueñas.

4.2.3.9 Contribución de las empresas al desarrollo local

Hay un alto apoyo de las empresas a organizaciones de la comunidad, según se desprende del gráfico No. 16 (Cruz Roja,



Hogar de Niños, escuelas, colegios, iglesias, entre otros), que por lo general consiste en donaciones en efectivo o materiales y equipo. Se encontró que la mayor

participación se da dentro de las empresas cuyo dueño es de la comunidad, mientras que empresas cuyos propietarios no son de la región, son menos proclives a ayudar a la comunidad. En el caso de la Fortuna se da una excepción con la empresa Tabacón Resort, que hasta tiene

una persona en relaciones públicas, cuya función es mantener un estrecho contacto con la comunidad (Vargas, 2008¹²).

No se encontró grupos de empresarios organizados cuyo fin sea proyectar el desarrollo de la comunidad. Tal parece que el tema de la responsabilidad social empresarial, es un tema que aun no llega a la zona.

4.2.3.10 Interés por la asociatividad empresarial

Está demás discutir las ventajas de la asociatividad en grupos empresariales, sin embargo, dentro de los diferentes grupos de empresarios dentro de la RBAP ésta no es una práctica



común, aunque si llama la atención que un 74% dicen estar interesados en formar grupos patronarios¹³.

Con respecto a formar grupos asociativos, un 35% dijo pertenecer a alguna cámara de turismo y un 43% a algún otro tipo de organización, gráfico No. 17. Hay que destacar, que según en la opinión de los presidentes de las cámaras de turismo de Monteverde y la Fortuna, si hay una afiliación alta por parte de los empresarios, aunque la mayoría de los socios no son activos.

¹² Vargas, F. 2008. Apoyo de la empresa a las comunidades (entrevista). Gerente relaciones públicas Tabacón Resort. La Fortuna, San Carlos, C.R.

¹³ El partenariado: Son modelos flexibles de colaboración entre el sector Público y el sector privado o sector privado exclusivo. Pueden adoptar distintas estructuras. Su estabilidad es variable: pueden ser permanentes en el tiempo o de duración limitada. El partenariado se basa en compartir entre sus miembros los riesgos y las ventajas de forma estable y continuada en el tiempo. Razones para crear un partenariado: Crear nuevos productos o servicios: Mejorar o preservar los recursos, establecer estándares de calidad, desarrollar atracciones. Mejorar la eficacia de la comercialización: Reforzar la imagen del destino, aumentar la eficacia de las acciones de marketing, extender el mercado. Incrementar la idoneidad de los recursos humanos: Definir estándares de servicio, ofrecer programas de formación y cualificación, mejorar la productividad. Obtener nuevos recursos financieros: optimizar las inversiones públicas, mejorar el rendimiento, captar nuevas inversiones.

Con respecto a la pregunta ¿es miembro de alguna organización local?, un 43% respondió que si. Entre los grupos a que pertenece se denominan asociaciones de desarrollo, comités de desarrollo, grupos eclesiásticos, comités de escuelas y colegios, cruz roja, entre otros. De nuevo hay que hacer énfasis, que los empresarios que se consideran locales, son los que se integran en mayoría a estos grupos.

El interés por formar grupos paternarios (Consortio, empresa en participación, alianza estratégica, marketing colectivo, entre otros), muestra un alto interés de parte de los empresarios, sin embargo, se denota que en esta área aun no existe liderazgo en la región para emprender este tipo de actividades, ya que aunque hay interés, falta el conocimiento y la experiencia. En la Fortuna, a través del grupo PICZEE (Programa para el incremento de la competitividad de las mipymes), se trabaja en la conformación de un grupo de microempresarios de AMITOFOR (Asociación de microempresarios de la Fortuna), para conformar un tipo de asociación empresarial, que estaría encaminado a crear en un inicio un almacén de suministros para el abastecimiento de insumos cuyo consumo es de alto volumen en sus empresas.

Se encontró en la región un modelo de organización y gestión para el desarrollo de la RBAP como destino turístico y que se ajusta al modelo de paternariado, el Foro Regional de Turismo de la Región Norte (FORETUR), integrado por cámaras de turismo, empresarios, la participación del Instituto Tecnológico de Costa Rica, Agencia de Desarrollo Zona Económica Especial (ZEE), el Sistema de Información Regional (Sirzee) y el Instituto Costarricense de Turismo. Su misión es ser un espacio de coordinación, reflexión y articulación de acciones que promueve e impulsa la competitividad y sostenibilidad del sector turismo, cuya visión orienta, facilita y articula los esfuerzos de todos los actores comprometidos con la innovación, calidad y sostenibilidad del desarrollo turístico de la RBAP.

Ver mayor información en: <http://www.foro-de-turismo.blogspot.com/>.

4.2.3.11 ¿Cómo protege la empresa el patrimonio cultural?



Un 86% dicen utilizar arte local para decorar sus establecimientos. Sin embargo, para las comunidades de la Fortuna y Sarapiquí, algunos empresarios, se quejan de que en la zona no hay mucha oferta de este tipo

de productos, pero que dentro de sus metas está siempre el apoyo al artista nacional. Un 84 % de los empresarios no tienen ninguna agenda con actividades culturales dentro de la región, y los que dicen tenerla, lo que hacen por lo general es permitir espacios en sus negocios, a manera de mural, para que coloquen anuncios o folletos. Se encontró que en Monteverde, la oferta cultural es mucho mayor que en la Fortuna y Sarapiquí, pues se encontraron actividades importantes como el Festival de Música de Monteverde, y dos locales que orientan su oferta turística con aspectos culturales. Sin embargo, lo hacen promoviendo cultura nacional, más que local. De manera que la oferta cultural local en Monteverde parece ser también muy baja. Se encontró que en el cantón de San Carlos, la oferta artística es impresionante, con alrededor de 25 grupos (Araya, 2008¹⁴), entre ellos baile, danza, floreo, rondallas, teatro, mimo, que sin embargo, no están siendo promovidos a nivel de la región y mucho menos en actividades relacionadas con el turismo.

La mayoría de los entrevistados (81%) si están tratando de informar al visitante sobre las actividades que se realizan en la zona. En muchos casos sucede que son los mismos visitantes quienes están preguntando sobre qué actividades pueden hacer en sus ratos libres, o mejor dicho, en aquellos espacios para los cuales no tienen nada programado.

¹⁴ Araya, E. 2008. Profesor del Instituto Tecnológico de Costa Rica, cede de San Carlos. Grupos culturales de San Carlos (entrevista)

4.2.3.12 Política de compra de productos de limpieza



Gráfico No. 19 Compra de productos de limpieza para la RBAP
Fuente: G. Valverde

Un 43% de las empresas están comprando productos a granel, o como comúnmente se le llama al por mayor, pues existen varias empresas en el país que están ofreciendo productos en empaques con cantidades mayores, como detergentes, desinfectantes y algunos artículos de abarrotería. Lo más importante en este punto de las adquisiciones, es evitar el sobre uso de productos en empaques pequeños, en particular, plásticos (botellas, bolsas) y el obtener mejores precios por los insumos. Cabe señalar, que aun no hay una compañía, en la región, que ofrezca productos a granel, donde se puedan reutilizar empaques como botellas de plástico para la compra de líquidos (desinfectantes, jabones líquidos). Se demostró también que hay una alta tendencia de las empresas a utilizar productos biodegradables (75%), pues muchas compañías los están ofreciendo, principalmente en el área de detergentes y desinfectantes. Prácticamente el mismo grupo interesado en comprar productos biodegradables (74%), manifestó que el comprarlos no influía el precio en forma negativa, ya que estos productos son más caros que los tradicionales, pero valía la pena utilizarlos.

Un 43% de las empresas están comprando productos a granel, o como comúnmente se le llama al por mayor, pues existen varias empresas en el país que están ofreciendo productos en empaques con cantidades mayores, como detergentes, desinfectantes y

4.2.3.13 ¿Cómo miden las empresas la satisfacción de sus clientes?



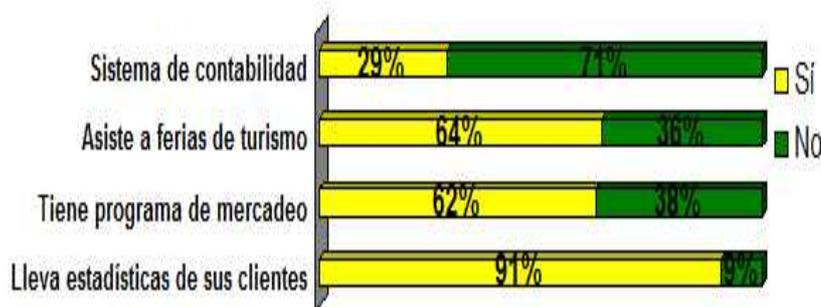
Gráfico No. 20 Como mide la empresa la satisfacción del cliente en la RBAP
Fuente: G. Valverde

El gráfico No. 20, demuestra que también hay un descuido de parte de los negocios de turismo en velar por monitorear la calidad que llene o satisfaga las exigencias de sus

clientes. Algunas empresas utilizan un libro de anotaciones, en donde el cliente puede manifestar su agrado o desagrado por el servicio recibido, información que en la mayoría de los casos no es analizada ni revisada periódicamente con fines de buscar dónde y cómo se puede mejorar. El uso de encuestas para medir la satisfacción del cliente es una práctica que están utilizando, generalmente las empresas de mayor tamaño, y de nuevo pocas veces se aprovecha a tiempo la información que se recopila. El CST uno de los aspectos que no contempla es la satisfacción del cliente, no se utilizan parámetros par medir la calidad del producto ni la calidad de los servicios.

4.2.3.14 Capacidad administrativa de la empresa.

La sostenibilidad administrativa y financiera de la empresa como negocio debe ser parte fundamental en la operación turística. El éxito de la actividad turística depende del éxito de cada



Cuadro NO. 21. Capacidad Administrativa de la empresa en la RBAP

Fuente: G. Valverde

uno de los empresarios como actores principales. Aquí hay que hacer algunas aclaraciones importantes: Un alto porcentaje de los negocios consultados dicen llevar estadísticas de sus clientes (91%), lo cual está muy relacionado con la necesidad del dueño de la empresa de poder hacer comparaciones con años anteriores y tener una idea de cuantos clientes recibe en determinado periodo. Un 62% dicen tener planes de mercadeo, los cuales están por lo general, orientados a la promoción y publicidad (Internet, rótulos, vallas publicitarias, panfletos, entre otros). La asistencia a ferias es una actividad que llama la atención, por lo general a todos los empresarios, sin embargo, la participación está limitada por los altos costos de participación. Muchas empresas resuelven este problema asistiendo en forma conjunta.

Con respecto a la parte administrativa, la ley en Costa Rica obliga a todas las empresas a presentar informes financieros al cierre del periodo fiscal. Sin embargo, son pocas las empresas (29%) las que llevan sistemas contables para su uso y toma de decisiones.

4.2.3.15 ¿Cómo atienden las empresas la calidad del producto turístico?



Gráfico No. 22 Como mejorar la calidad del producto turístico en la RBAP
Fuente: G. Valverde

La calidad es otro de los temas que no contempla la CST, sin embargo, es un aspecto importante dentro de la sostenibilidad de la actividad turística, ya que forma parte de la competitividad, tanto de la empresa como del destino. Se trató de identificar algunos indicadores que mostrara en

qué grado la empresa se prepara para ofrecer mejores servicios a sus clientes, entre ellos la calidad, la cual está muy ligada a la capacitación del recurso humano como del producto en general y su innovación. El tema de la capacitación del recurso humano es un tema que es manejado principalmente por las empresas de mayor capacidad económica, un 71% dice tener programas para capacitar a su personal, aunque llama la atención que un 66% consideran que su personal es capacitado o profesional. Aquí hay que señalar, que en la preparación del recurso humano la labor del INA ha sido fundamental. De hecho existe una regional en La Marina de San Carlos, para cubrir la necesidad de capacitación del recurso humano en la zona en varias actividades de la producción, entre ellos y con mayor énfasis el turismo.

Sobre la disponibilidad de las empresas para recibir a grupos con discapacidad, se encontró que la mayoría de las empresas (88%) si ofrecen condiciones. En un principio se pensó que éste era un indicador importante en la preocupación de las empresas por la calidad de sus servicios, ya que implica mayores gastos para la empresa, por la oportunidad de servir a un mercado más

amplio. Lo que no se previno, es que en Costa Rica, existe la Ley de Igualdad de Oportunidad para Personas con Discapacidad, No. 7600, y por ley las empresas deben adecuar sus instalaciones con facilidades para discapacitados. Esto de seguro es lo que hace que el porcentaje de empresas con servicios para discapacitados sea tan alto.

4.2.3.16 ¿Cómo atienden las empresas la seguridad ciudadana?



Gráfico No. 23 Como atienden las empresas la seguridad ciudadana en la RBAP
Fuente: G.Valverde

El problema de la seguridad ciudadana es un tema que día a día cobra vigencia en Costa Rica y poco a poco ha venido afectando a la actividad del turismo, principalmente en los destinos de Monteverde y la Fortuna (Hernández, 2008 y Soto, 2007), en donde hasta se hizo necesario la implementación

de una policía turística. En términos generales, la preocupación por la seguridad ciudadana, que implica también a los turistas está por debajo de la media. El 56% de los entrevistados dice no participar en actividades comunales orientadas al tema de la seguridad. Un 62% dice no tener ningún programa de contingencia¹⁵ en caso de robo a uno de sus clientes. Si hay una mayor preocupación por informar a sus clientes sobre la delincuencia en la zona, aunque con la problemática generada, principalmente en la Fortuna y Monteverde, este índice de información debería estar cerca del 100%. Por otra parte, un 75 % de las empresas tienen guardas de seguridad, porcentaje bastante alto y que refleja el grado de delincuencia en la región.

¹⁵ Se debe entender como programa de contingencia, al hecho de que el hotel esté preparado para atender cualquier necesidad del cliente en caso de ser víctima de robo, estafa y otro.

4.2.4 Consideraciones generales de los empresarios en la RBAP

Se consideró que hay aspectos generales que riñen con la sostenibilidad de la empresa y del destino y que una de las maneras para corregir estas deficiencias deben provenir de nuevas políticas del Gobierno, por lo que se consideró importante conocer la opinión de las personas entrevistadas.



Un 74% consideran que es necesario que el ICT otorgue categorías a los establecimientos de turismo en base a la calidad del producto y de los servicios. Es importante que el turista tenga de antemano un punto

de referencia en cuanto a la relación precio/valor y pueda escoger de acuerdo a sus posibilidades recibiendo el producto y servicio que corresponde de acuerdo al precio.

A la pregunta si ¿Debe el Ministerio de Salud exigir plantas de tratamiento?, se encontró que hay un amplio apoyo a esta iniciativa (81%), lo cual sería muy recomendable en la RBAP, ya que a nivel de las comunidades de la región no hay alcantarillados sanitarios ni plantas de tratamiento, de manera que la instalación de plantas de tratamiento en los hoteles, al menos para aquellos con más de 10 habitaciones, sería parte de la solución a los problemas de la deposición de las aguas negras y residuales.

Con respecto a si debe el ICT intervenir en la fijación de precios, un 58% manifestó no estar de acuerdo. Se ha demostrado que una de las mayores quejas de los turistas en Costa Rica, no son los altos precios, si no la relación valor/precio, ya que muchos negocios no ajustan la calidad de los productos y de los servicios al precio que cobran, situación preocupante, ya que es un aspecto que atenta contra la competitividad, tanto a nivel de la empresa como del destino.

4.2.5 Hoteles que aplican CST en la RBAP

Un resumen de la situación de los servicios de hospedaje que cuentan con CST se presenta a continuación.

4.2.5.1 Nivel de sostenibilidad alcanzado por los hoteles que aplican CST, en base al número de hojas obtenidas.

El cuadro No. 7 hace referencia al nivel alcanzado, según número de hojas, por los hoteles de la RBAP¹⁶, cuando iniciaron el programa y como se mantienen en la actualidad, según la calificación otorgada por la Comisión Nacional de Acreditación.

Cuadro No. 7

Hoteles que aplican CST en la RBAP		
Número de	Nivel	
Hoteles	asignado por	
Con CST	No. De hojas	
	Inicio	Actualidad
1	1	1
5	2	2
9	3	3
1	3	4
1	2	0

Fuente: G. Valverde

Hay tres aspectos relevantes: 1.) Nueves hoteles que en la primera evaluación para aplicar al CST obtuvieron tres hojas y cinco con dos y en la actualidad continúan con el mismo numero de hojas en ambos casos; 2.) solo uno de los hoteles, que en un inicio tenia tres hojas en la actualidad logró ascender a un cuarto nivel y 3.) Un hotel que en un inicio obtuvo un nivel de dos hojas en la actualidad no participa del programa. Ver cuadro en Anexo No. 28 de los hoteles con CST en la RBAP.

Estos resultados demuestran que ha habido un estancamiento en la motivación o procesos para mejorar las calificaciones obtenidas, situación que responde también la falta de seguimiento en la implementación de CST por parte del ICT y el escaso interés y compromiso de los

¹⁶ El Hotel Rara Avis, en Horquetas de Sarapiquí no fue tomado en cuenta durante el estudio. Ya que no se estaba seguro si pertenecía a la RBAP. Lo que luego quedó demostrado que sí está.

empresarios por ir más adelante en materia de sostenibilidad. Aunque bien es cierto, que varias de las empresas entrevistadas manifestaron estar iniciando con el programa, lo que se puede apreciar en el cuadro No. 8.

4.2.5.2 Participación de empresas de hospedaje de la RBAP en la aplicación de CST

Cuadro No. 8

Inicio al programa CST para RBAP		
Año de inicio	Absolutos	Relativos
	Hoteles	Hoteles
2000 - 2002	1	6%
2003 - 2004	3	19%
2005 - 2006	5	31%
2007 - 2008	3	19%
Sin Datos	4	25%
Total	16	100%

Fuente: G. Valverde

Tanto a nivel regional como a nivel nacional ha habido una escalada en el número de hoteles que han obtenido CST en el periodo 2006-2007, lo cual obedece particularmente al interés del actual Ministro de Turismo, Lic. Carlos Ricardo Benavides, en que CST se implemente en todo el país con mayor empuje. Situación que también viene a demostrar que con un mayor esfuerzo por parte del ICT y un plan estratégico bien concebido, el CST puede salir adelante con relativa facilidad. Sin embargo, se considera que 16 hoteles certificados representan el 9 % de toda la oferta de hospedaje de la RBAP, porcentaje muy bajo si se asocia a un destino que lo que oferta es naturaleza.

4.2.5.3 Dificultades que tiene la empresa en la aplicación de CST

Según se observa en el gráfico No. 25, las mayores dificultades a la hora de aplicar CST se centran en no tener un comité gestor (63%) y otras causas (56%), que están relacionadas con la

disponibilidad de tiempo durante la época alta, rotación de personal, la falta de centros de acopio, entre otras. Un alto porcentaje (75%) de las empresas no tienen un presupuesto para la implementación del CST, lo cual puede considerarse una debilidad para el proyecto. Sin



Gráfico No.25 Dificultades al aplicar la CST para la RBAP
Fuente: G. Valverde

embargo, investigando un poco más a fondo, la mayoría de las empresas entrevistadas y que poseen CST no llevan presupuesto para ninguna actividad dentro de la empresa, que justifica lo anterior. Un 75% considera que la aplicación del CST no le ocasiona mayores gastos, sin embargo, el

no tener una planilla con exclusividad para el programa CST, posiblemente les dificulta saber cuánto es el gasto real. Consideran que una vez que el personal conoce sobre la aplicación del CST dentro de la empresa, éste en su mayoría (63%) encuentra motivación en su aplicación. Por otra parte consideran (63 %) que tienen personal capacitado para la ejecución del CST.

4.2.5.4 Estado de los registros que llevan las empresas que aplican CST

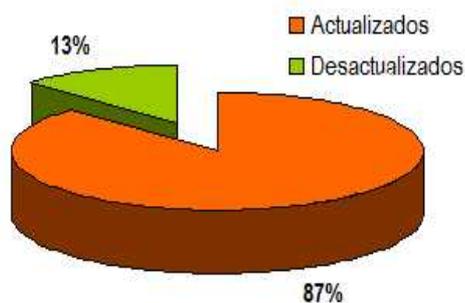


Gráfico No.26 Estado de los registros de los hoteles que aplican CST
Fuente: G. Valverde

Un alto porcentaje de los hoteles (87%) dicen estar llevando al día sus registros. En la mayoría de los casos si se pudo comprobar que lo hacen; solo algunos pocos prefirieron no mostrar sus archivos.

De nuevo cabe resaltar, que si hubiese un seguimiento por parte del ICT o de la Comisión Nacional de Acreditación, podría despertarse un mayor interés por cumplir con el programa y hasta lograr mayores avances en la ejecución del mismo; ya que se aprecia que hay disponibilidad de parte de los encargados de implementar CST en los hoteles, pero es evidente que necesitan seguimiento y control sobre lo que hacen y dejan de hacer.

4.2.5.5 Beneficios directos que obtienen las empresas que aplican CST

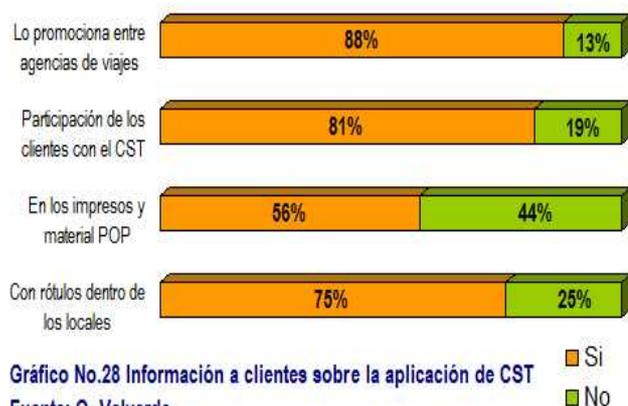
Con respecto a los beneficios que están obteniendo las empresas que aplican CST, según el gráfico No. 27, es claro el convencimiento de que sí contribuye directamente en las finanzas de



la empresa. Hay ahorro en gastos fijos y de insumos y las agencias de viaje están interesadas, cada vez más, en los hoteles que aplican CST, con lo cual pueden atraer más clientes.

Gráfico No. 27 Beneficios directos con CST en la RBAP
Fuente: G. Valverde

4.2.5.6 ¿Cómo se informa a los clientes sobre el CST?



Aquí los resultados son concluyentes respecto a la información que da el gráfico No 28. La mayoría de las empresas que aplican CST están divulgando su participación y probablemente invitando de forma directa o indirecta a los clientes, y otros a tomar

Gráfico No.28 Información a clientes sobre la aplicación de CST
Fuente: G. Valverde

acciones. Pero hay que insistir en la necesidad de darle seguimiento a los programas por parte del ICT, ya que esto estimularía más a los dueños de hoteles y al mismo personal generando un mayor impacto en los usuarios.

4.2.5.7 Disponibilidad de personal



Gráfico No. 29 Motivación del personal en la implementación del CST
Fuente: G. Valverde

La motivación del personal es un asunto difícil de manejarlo dentro de la empresa. Primero porque se necesita de personas calificadas que dediquen tiempo a motivar y

capacitar personal y segundo, que por lo general, todas las empresas manifestaron tener una alta rotación de personal y esto les dificulta la tarea de capacitar y motivar. Razón por la cual lo más indicado es que las tareas de aplicar CST formen parte del trabajo cotidiano (69%) del personal. Una tercera parte de las empresas entrevistadas (31%), consideran que es mejor tener personal con dedicación exclusiva para atender CST, pues esto les acarrea menos problemas que cuando se depende del personal que tiene otras tareas dentro de la empresa. Un 38 % manifestó la necesidad de tener personal capacitado, es decir, que realmente conozca sobre CST, pues de lo contrario se corre el riesgo de que muchas de las tareas no se ejecuten correctamente, e incluso se corre el riesgo que no se hagan. Sin embargo es importante hacer notar que la implementación del CST es un proceso participativo, que requiere del apoyo de cada uno de los funcionarios desde sus roles y responsabilidades y que el compromiso lo puede asumir un pequeño grupo o comité con el liderazgo de quien más se puede preparar, pero no es conveniente asignar la tarea a una sola persona, se perdería el objetivo de cambio por convicción.

La casi totalidad (93%) consideró que no eran convenientes los incentivos económicos para que el personal participara, ya que estos tampoco funcionaban en otras labores con el personal. El proceso es fundamentalmente la búsqueda de proveer información, generar conciencia y provocar un cambio en la forma de hacer las cosas, buscando opciones que impacten menos y mejore la calidad de vida de todos.

4.2.6 El papel de las municipalidades en la sostenibilidad de la RBAP como destino turístico

Si bien es cierto el CST es un programa dirigido al mejoramiento del desempeño de la industria turística, sus acciones requieren de esfuerzos que van más allá de las acciones propias de la empresa. Queda claro que muchos de los requisitos y exigencias del CST podrían implementarse con más éxito si se contara con mejor infraestructura y servicios implementados con criterios de sostenibilidad por parte de los entes públicos, tal es el caso del manejo adecuado de desechos sólidos y líquidos.

4.2.6.1 Planes regionales municipales relacionados con la sostenibilidad en la RBAP

Dentro de los planes de desarrollo cantonal (SIRZEE, 2008), todas las municipalidades de la RBAG tocan, de una u otra manera, aspectos relacionados con el desarrollo sostenible. No están ausentes los temas sobre planes reguladores, ordenamiento territorial, equidad social, entre otros. Sin embargo, no hay un apartado específico sobre el tema en particular y en la práctica no se encuentran desarrollos definidos y concretos.

Cuadro No. 9

Planes regionales municipales relacionados con la sostenibilidad en la RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Plan regional de desarrollo contempla la sostenibilidad	3	4	7	43%	57%	100%
Plan cantonal de desarrollo contempla la sostenibilidad		7	7	0%	100%	100%
Planes reguladores distritales		7	7	0%	100%	100%
Plan de ordenamiento territorial	1	6	7	14%	86%	100%
Plantas de tratamiento (distritos)		7	7	0%	100%	100%
Sistemas de alcantarillados (distritos)		7	7	0%	100%	100%
Relleno sanitario (cantón, distritos)		7	7	0%	100%	100%
Programas para separación de desechos		7	7	0%	100%	100%
Plantas de reciclaje	1	6	7	14%	86%	100%

Fuente: G. Valverde

De las 7 municipalidades que están dentro de la RBAP, ésta es la situación de los gobiernos locales en el papel que deben jugar en cuanto a obtener un desarrollo sostenible para sus cantones, a saber:

- Solo cuatro municipalidades tratan el tema de la sostenibilidad en sus planes de desarrollo, sin que ninguna de todas tenga planes bien definidos.
- Solo la municipalidad de San Carlos tiene un plan regulador para la cabecera de su cantón, sin embargo, su ejecución es limitada. Dentro de este mismo cantón, La Fortuna recién acaba de aprobar un plan regulador para todo el distrito. Estos dos serían los únicos planes reguladores para toda la RBAP.
- No hay planes de ordenamiento territorial ni por parte del Gobierno Central ni de las municipalidades.
- No existen plantas de tratamiento ni sistemas de alcantarillados para las comunidades. Solo la Asociación de Desarrollo de La Fortuna está trabajando en este tema, ya adquirieron los terrenos para la laguna de oxidación (10 has.) y trabajan en el estudio de factibilidad (Salazar, R¹⁷).
- No hay rellenos sanitarios en ninguno de los cantones. El sistema de deposición de desechos se da a cielo abierto, sin ningún tratamiento ni manejo. La municipalidad de

¹⁷ Salazar, R. 2008. Director de la Asociación de desarrollo de Fortuna (Entrevista), La Fortuna, San Carlos, C.R.

San Carlos, sí le da algún manejo al relleno sanitario que está ubicado en el distrito de Florencia. Sin embargo, no hay ningún control sobre los lixiviados¹⁸.

- En cuanto a la separación de desechos, a nivel de las comunidades no se está dando ningún tipo de programa oficial en ese sentido y solo hay pequeños proyectos, a nivel de comunidades y por iniciativa privada (Fortuna, Monteverde).

La situación actual plantea un grave problema para la correcta aplicación de CST a nivel de las empresas de turismo, ya que parte del programa, una vez que entra en ejecución, se corta a falta de disponibilidad de recursos como un relleno sanitario o plantas de reciclaje, por mencionar uno de los tantos encadenamientos que requiere la implementación responsable de un programa como el CST.

4.2.6.2 Las municipalidades y el sector privado en la RBAP

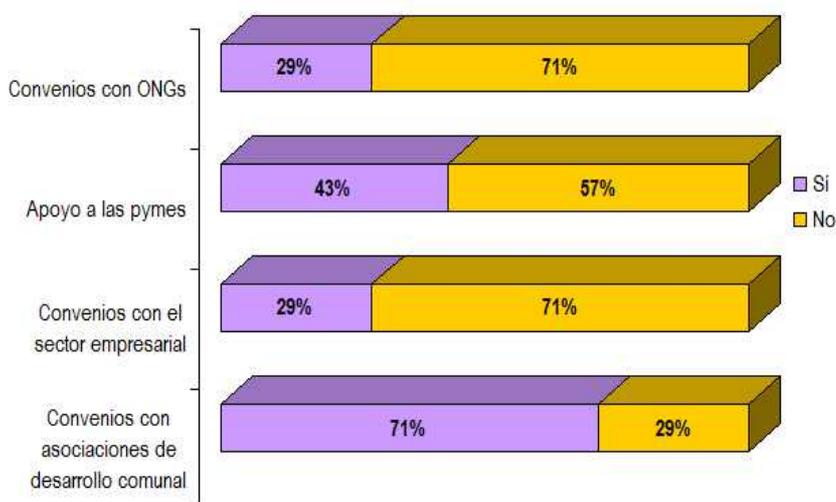


Gráfico No. 30 Relaciones de las municipalidades con el sector privado.

Fuente: G. Valverde

El papel de las municipalidades como gobiernos locales debe ser el de organismos dinamizadores del desarrollo de las comunidades. Sin embargo, el papel de muchas de ellas en la

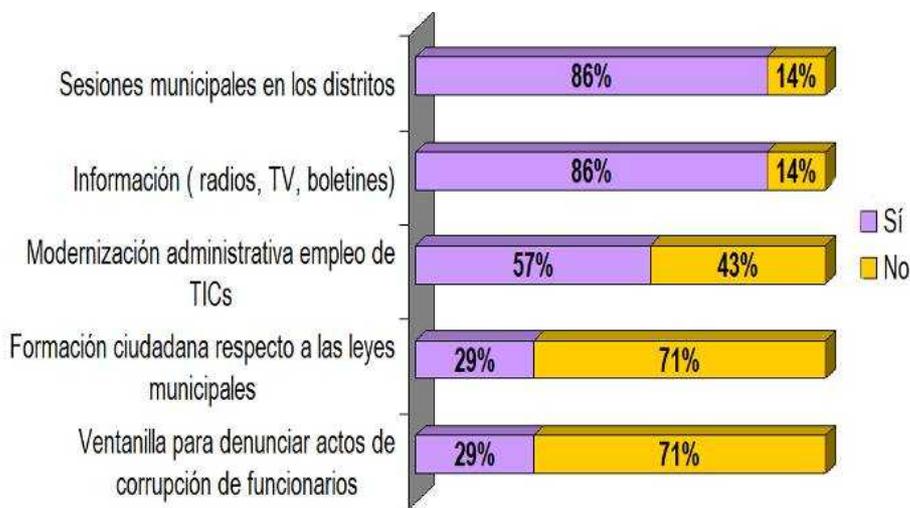
RBAP, no va más allá, de atender en forma parcial, problemas de infraestructura, (básicamente

¹⁸ El relleno sanitario es una técnica que consiste en cubrir diariamente la basura con capas de tierra y compactarla para reducir su volumen. Para evitar los problemas que puedan causar los líquidos y gases producidos por la descomposición de la materia orgánica, se utiliza un recubrimiento o membrana inferior. El relleno sanitario es uno de los modos más eficaces de disposición final de residuos domiciliarios, desde el punto de vista ambiental, económico y sanitario

caminos vecinales), recolecta de basura y otorgar permisos de construcción y patentes para negocios.

Una situación que se encontró es que las relaciones de las municipalidades con el sector privado, no son malas, pero tampoco son las indicadas (Gráfico No. 30). Donde hay un mayor contacto es a nivel de asociaciones de desarrollo. Sin embargo, hay que destacar que la falta de organización del sector privado, son aspectos que dificultan una mejor labor municipal. Temas como la construcción ilegal, la excesiva rotulación en sitios públicos, seguridad, apoyo al micro y pequeño empresario, botaderos de basura clandestinos, la basura en las calles, entre otros, solo encuentran solución con la participación del sector privado, comunidades y municipalidades trabajando en conjunto.

4.2.6.3 Las relaciones de las municipalidades con las comunidades



La comunicación parece responder a formalismos, sin ninguna innovación para atender el nivel de crecimiento ni las problemáticas que están asociadas al mismo. El mayor acercamiento que se da, parece ser

Gráfico No. 31 Proyección de las municipalidades hacia la comunidad

Fuente: G. Valverde

las sesiones municipales que una vez al año celebran las municipalidades en algunos de sus distritos y la publicación de boletines o algún otro tipo de informe. Solo dos municipalidades tienen una ventanilla para denunciar actos de corrupción de sus empleados y solo dos informan a los ciudadanos respecto a las leyes municipales (Gráfico No.31).

4.2.7 El papel de las Asociaciones de Desarrollo en la sostenibilidad de la RBAP como destino turístico

Se entrevistaron solamente tres asociaciones de desarrollo en la RBAP (Monteverde, La Fortuna y Sarapiquí) y no se encuestaron más dentro de la región, debido que no se estaba recogiendo información relevante en aspectos que relacionara éstas con el del desarrollo sostenible local. En la actualidad las asociaciones de desarrollo tienen muchas limitaciones de tipo económico, legal, de recurso humano, capacitación, entre otros, lo cual les limita el desarrollo local. Sin embargo, hay asociaciones de desarrollo en la mayoría de los distritos de los diferentes cantones que componen la RBAP y su papel se fundamenta en construir pequeñas obras de infraestructura dentro de sus comunidades. Por lo general carecen de planes estratégicos de desarrollo y de contenido económico para poder desarrollarlos. Solo marca la diferencia la Asociación de Desarrollo Integral de la Fortuna (ADIFOR), la cual cuenta con un presupuesto elevado y además se encontró que el 2004, junto a la iglesia católica de la Fortuna y la Cámara de Turismo de la Fortuna, elaboraron el “Plan de Desarrollo Estratégico de la Fortuna de San Carlos”, sin embargo, dicho plan se quedó en los anaqueles de estas instituciones, sin que a la fecha se haya tratado de implementar.

Otro logro importante a destacar de ADIFOR es el plan regulador para la Fortuna, que fue aprobado el 05 de junio del 2007 (La Gaceta, 2007). Actualmente, entre otros proyectos en desarrollo, ADIFOR trabaja en el alcantarillado sanitario y una planta de tratamiento para la comunidad de la Fortuna. A la actualidad ya cuentan con el terreno de 10 hectáreas para la laguna de oxidación.

4.2.8 Aspectos generales que debe contemplar la RBAP para su sostenibilidad



Figura No. 9 Índice de desarrollo Social de la Región Huetar Norte

Fuente: Zona Económica Especial

desarrollo. La Región también tiene el cantón con el segundo puntaje más bajo de desarrollo social a nivel nacional: Los Chiles, que junto a Upala y Guatuso, integran de los cantones más pobres del país (Rojas, 2004) No se tienen datos para Monteverde ni Tilarán, pero es casi seguro que la situación social no es mejor. Esto plantea serios problemas para la sostenibilidad de la RBAP, pues se dan marcados desequilibrios sociales y económicos dentro de las diferentes áreas de desarrollo de la región, lo cual incide negativamente en la calidad de vida de sus habitantes.

4.2.8.1 El aspecto social y económico en la RBAP

Los cantones de la Región Huetar Norte están catalogados como de bajo desarrollo social (MIDEPLAN, 2003), Incluso San Carlos, considerado uno de los más progresistas del país presenta un índice bajo de

4.2.8.2 Situación ambiental en la RBAP

El aspecto ambiental en términos de áreas protegidas y ampliación de la cobertura vegetal, dentro de la RBAP goza de un amplio privilegio; tanto por el número de áreas protegidas, estimado en 21 (once públicas y 10 privadas), como por la extensión, estimada en 129.000 has, que representa un 14% del territorio de la RBAP, de las cuales 25.000 has pertenecen a

reservas privadas (2.7 % de la extensión de la RBA)¹⁹ y, al hecho mismo de la declaración de Reserva de la Biosfera Agua y Paz y ser elegida para la implementación del plan piloto de C Neutral, le otorga ventajas comparativas con respecto a otras áreas del país.

Sin embargo, a nivel nacional, la inestabilidad jurídica que tiene el país respecto a las áreas protegidas, es el caso con muchas de las expropiaciones no pagadas, como sucede con parte del Parque Nacional Volcán Arenal (Cedeño, F. 2007. Murillo, R. 2008²⁰) y la Zona Protectora Juan Castro Blanco (Herrera y Rodríguez, 2001), ambos dentro de la RBAP, genera vulnerabilidad en el sistema. De igual forma el recurso hídrico, con la existencia de múltiples legislaciones e instituciones que tratan la materia sin competencias claras y definidas, dificulta el uso racional del recurso y su fiscalización. (MIDEPLAN, 2003). Queda claro que a pesar del aumento del área protegida y de la cobertura forestal de la región y del país en general, se sigue careciendo de un marco legal formal que garantice su sostenibilidad a largo plazo.

Por otra parte, hay una limitada capacidad de control sobre las principales actividades productivas de la RBAP, como sucede con el turismo y la producción de piña, donde el deterioro de los suelos por mal manejo, la contaminación de mantos acuíferos, contaminación sónica y visual, son evidentes. *“En relación con el rápido crecimiento de la actividad piñera... preocupan los efectos potenciales en términos de la erosión de suelos, la colmatación de cauces y humedales naturales y el drenaje de tierras en áreas de amortiguamiento para parques nacionales y humedales, como Caño Negro en la zona Norte (Estado de la Nación, 2005). La Contraloría General de la República ha planteado que “el sector ambiental se encuentra desarticulado en algunas áreas, existe diversidad de leyes y funciones; hay traslado y dispersión de funciones; vacíos de competencias; ineficiente coordinación y gestión institucional; y en algunos casos inviabilidad de aplicar normas sancionatorias en materia de responsabilidad administrativa y civil” (Estado de la Nación, 2007).*

¹⁹ Datos obtenidos vía telefónica de la Red de Reservas Privadas de Costa Rica y del Sistema Nacional de Áreas de Conservación.

²⁰ Cedeño, F. 2007. Dueño Hotel Los Lagos (entrevista) pago de tierras Parque Nacional Volcán Arenal. La Fortuna San Carlos.
Murillo, R. 2008. Dueño Hotel Lavas Tacotal (entrevista) pago de tierras Parque Nacional Volcán Arenal. La Fortuna, San Carlos.

En síntesis, el desarrollo del país continúa sin una “Propuesta de ordenamiento territorial, y sin una propuesta que garantice a perpetuo las áreas protegidas”, situación que arriesga una imagen internacional basada principalmente en el compromiso hacia la conservación y manejo responsable de las áreas protegidas.

4.2.8.3 El aspecto cultural en la RBAP

Si se revisa el Plan Regional de Desarrollo 2003-2006, los planes de desarrollo cantonal o el Plan General de Uso de la Tierra y Desarrollo Turístico para la Unidad de Planeamiento Turístico de Llanuras del Norte de Costa Rica; en ninguno de estos documentos se trata el tema cultural de la región (patrimonio cultural, culturas vivas, la cultura como producto turístico, etc.). Lo que demuestra que hay un claro olvido de la parte cultural dentro de la región. Si se encuentran algunos intentos por tratar de sacar a la luz pública el tema cultural local, es a través de presentaciones culturales, que no van más allá de bailes típicos, en cuyo caso provienen de la provincia de Guanacaste o del interior del país. Sin embargo, la región es rica en aspectos culturales y cuenta con presencia de grupos indígenas (tradiciones, valores y costumbres), que requieren de rigor ser rescatadas y protegidas, como la mejor manera de continuar conservando la identidad de sus comunidades, y porque no, puestas en valor obtener nuevos productos turísticos para disfrute del visitante.

5 CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo se han identificado las principales tendencias, logros y limitaciones del patrón de sostenibilidad seguido por tres de los principales destinos turísticos inmersos dentro de la RBAP. También se ha aprovechado la ocasión para dar una rápida mirada al resto de la región, en consideración a que en conjunto conforman una sola unidad, al menos en cuanto a lo geográfico (ambiental) y el pretender conformar una sola unidad para el desarrollo del turismo en la región. A manera de síntesis, esta sección pretende subrayar los aspectos más sobresalientes e identificar algunos de los principales dilemas y desafíos que enfrenta esta importante región del país, en el corto, mediano y largo plazo en lo que en materia de sostenibilidad se refiere.

La principal enseñanza que muestran los sitios investigados, es la extraordinaria capacidad que han mostrado sus habitantes para transformar su dinámica productiva, en un lapso relativamente corto, adecuando su desarrollo a las nuevas condiciones del contexto nacional e internacional. Tanto Monteverde, La Fortuna como Sarapiquí, disponen de una actitud positiva hacia el cambio y el desempeño por formas de gestión novedosas, principios que constituyen el capital más valioso de la RBAP.

El análisis realizado permite identificar, sin embargo, una serie de dilemas que amenazan la solidez y sostenibilidad de la región como destino, especialmente en cuanto a las posibilidades de lograr mantener una mayor participación de los locales en los negocios de turismo, en mejorar las condiciones sociales y económicas de las comunidades más deprimidas, en definir la situación de algunas de las áreas protegidas y en rescatar aspectos culturales muy propios de la región.

5.1 Grado de sostenibilidad de la RBAP

La sostenibilidad de un destino trasciende más allá de las empresas de turismo. El sector público (municipalidades y ministerios con representación local), las comunidades y el sector empresarial juegan papeles claves en el desarrollo sostenible del destino. No puede la región pretender ser sostenible cuando se carece de servicios básicos que permitan un desempeño mínimo y aceptable para atender las necesidades fundamentales de una comunidad y de una población fluctuante y numerosa como es el turismo. Vale indicar entre estas áreas, las siguientes:

- **Rellenos sanitarios:** En la RBAP la totalidad son “botaderos” de basura que están a cielo abierto. Solo la municipalidad de San Carlos le da algún manejo al basurero ubicado en Florencia, pero aun así no tiene control sobre los lixiviados.
- **Planes reguladores:** Para toda la RBAP, Solo la comunidad de la Fortuna tiene un plan regulador en aplicación. La Municipalidad de San Carlos cuenta con plan regulador para Ciudad Quesada, pero su aplicación es limitada. Monteverde y

Sarapiquí en algún momento han estado interesados en la implementación de un plan regulador, pero aun no logran concretar nada.

- **Ordenamiento territorial:** No se ha establecido para la RBAP un plan de ordenamiento territorial (parcial o total), algunas municipalidades lo están contemplando dentro de sus planes de trabajo, pero a la fecha, ninguna le está dando seguimiento. Se sabe del problema, pero las soluciones siguen estancadas.
- **Mayor concienciación sobre la sostenibilidad:** Comunidades como Monteverde, Sarapiquí y la Fortuna, esconden una serie de inconsistencias con lo que promueve y con lo que vende. El grado de contaminación de ríos y quebradas es un serio problema cuando no existen servicios de alcantarillado sanitario, ni plantas de tratamiento, y gran parte de los desechos líquidos están cayendo a los ríos y quebradas que circundan estas comunidades. De igual forma está sucediendo con el mal manejo de los desechos sólidos, ante la falta de rellenos sanitarios y sistemas integrales de acopio y reciclaje.
- **Falta de planificación:** La RBAP carece de una estrategia de desarrollo sostenible con ambición de ser horizontal y afectar a las políticas sectoriales. Aun no hay voluntad política para poder llevarla a cabo. Este tema exige la participación activa y comprometida de los diferentes agentes o actores a nivel de Gobierno (Municipalidades y oficinas representantes de diferentes dependencias del Gobierno), el sector empresarial (empresas de turismo y empresas dedicadas a otras actividades productivas dentro de la región) y finalmente la participación comunal a través de sus organizaciones de desarrollo comunal. Hay que destacar que existen iniciativas en la zona para tratar su integración, tal es el caso de la Zona Económica Especial (ZEE) y el del Foro Regional de Turismo (FORETUR), pero los resultados apenas empiezan a aflorar.
- **Mayor representatividad:** Dentro de la Comisión Nacional de Acreditación para el CST, el sector privado empresarial no tiene una mayor participación, ya que a la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), solo pertenece a una parte del sector. Otras

organizaciones participantes como el Consejo de la Tierra (que ya quitó las oficinas en Costa Rica), la UICN, La Universidad de Costa Rica, carecen de protagonismo en asuntos de turismo en el país. Sin que esto signifique que no deban participar, ya que se les reconoce su papel académico y apoyo a lo ambiental; pero las comunidades y sus organizaciones, al igual que las municipalidades no tienen ningún rol importante, con lo cual pierden control local. Por otra parte, la Comisión como tal, a través de sus representantes, está mayormente inclinada hacia la parte ambiental, debiendo existir un equilibrio entre los principales ejes que contemplan el desarrollo sostenible.

- **Desplazamiento de la mano de obra:** Uno de los impactos a nivel regional del turismo radica en los desplazamientos migratorios entre comunidades y regiones y a la pérdida de mano de obra que sufren éstas para la realización de otras actividades de producción. La sostenibilidad en una región implica la sostenibilidad en otras áreas de producción, puesto que unas afectan a otras. Por ejemplo, en el caso de Monteverde la actividad del turismo ha desplazado actividades como la agricultura y la producción de leche.
- **En lo cultural:** Se sabe que las diferentes actividades que se dan dentro de los desarrollos turísticos, forman parte del cambio cultural, sobre el cual no se está ejerciendo un debido control para tratar de equilibrar la transculturación, dejando por fuera costumbres, valores y tradiciones y con ello pérdida del legado patrimonial. Aun en la región no se ha valorizado el recurso cultural, y no se piensa en este para la obtención de un nuevo producto turístico.
- **Seguridad ciudadana:** todas las regiones analizadas se caracterizan por ser sitios rurales donde los valores, principios, sentimiento de pertenencia y seguridad forman parte fundamental de las familias locales. Sin embargo, el desarrollo turístico ha generado prosperidad económica que involucra acciones poco propias del lugar atrayendo la atención de foráneos en busca de lo ajeno y la tranquilidad del pueblo.

5.2 ¿Por qué a muchas empresas no les interesa el CST?

Una amplia mayoría del sector empresarial no está interesado en la aplicación de CST, no lo consideran necesario debido a que no pueden identificar las ventajas que ésta les puede traer. Las razones de este comportamiento pueden ser varias, entre ellas:

- La falta de información por parte del ICT del programa CST, pues no poseen un medio efectivo de información que llegue hasta el interesado. Aunque el ICT cuenta con una página en la red para promover el CST, hay que tomar en cuenta que el uso de las TICs, por parte de empresarios es muy limitado (OBDETUR, 2008), de manera que este sistema aun no es funcional.
- La tardanza en respuesta por parte del ICT en atender a una empresa interesada en CST, es lenta y no esta ligada con el grado de atención que cada caso merece, en donde muchas veces es el interesado quien tiene que insistir para obtener la información necesaria.
- Los incentivos que dice proveer el ICT no llaman la atención del empresario. Con respecto a la capacitación, que es uno de los incentivos que dice proveer, no se está dando, por lo tanto esto no cuenta para el empresario. En el caso de la participación en ferias internacionales, algunos empresarios manifiestan que prefieren hacerlo por separado, ya que hacerlo a través del ICT les genera más inconvenientes (Valverde, 2008²¹)
- Las agencias de viaje y las operadoras de turismo, en su mayoría, no están siendo exigentes con pedir a hoteles y otros clientes CST o certificaciones similares, ni están dando preferencia a empresas que si aplican el programa.
- No hay credibilidad del peso que puede aportar CST en el desarrollo turístico de la empresa. Se debe desarrollar una cultura de la sostenibilidad y nadie lo está haciendo.

²¹ Valverde, R. 2008. Participación en ferias internacionales (Entrevista). Sky Adventures, Monteverde, Puntarenas

- Hace falta aclarar el concepto de turismo sostenible dentro del sector, pues para muchos empresarios es una modalidad que aplica a aspectos ambientales únicamente. El problema ambiental causa mayor atención que otros temas, lo cual no es malo, pero puede ser un impedimento para el desarrollo operativo integral de CST.

5.3 El problema de aplicar CST

- La falta de seguimiento y monitoreo son dos de los problemas más generalizados que se encuentran en los hoteles que aplican CST, ya que al no haber un seguimiento o control, por parte del ICT o de la Comisión Nacional Certificadora, los programas entran en el descuido y hasta en el abandono, la prueba es que la casi totalidad de los hoteles no han sido capaces de evolucionar mayores niveles en la implementación del CST. Los mismos dueños se quejan de la poca o ninguna atención que les pone el ICT una vez que han logrado certificarse. De 16 sitios de hospedaje encuestados y que aplican CST, 15 manifestaron nunca haber recibido visitas, posteriores a la obtención del CST, para verificar la labor que están realizando. Esta situación hace perder el interés y credibilidad, pues no se valora lo que las empresas están haciendo a favor de la sostenibilidad ni se establecen diferencias con las que no lo hacen.
- En las visitas efectuadas a cada uno de los hoteles con CST, se encontró en muchos casos, que no existe la debida atención a la correcta aplicación del CST. En uno de los hoteles, a pesar de que existe el logo CST a la entrada principal, los trabajadores consultados, no supieron dar explicación del programa, pues nunca se les había informado por parte de la empresa. Otra vez la falta de controles y evaluaciones periódicas desacelera el ritmo de la aplicación de CST. Sin embargo, hay que destacar algunos casos, en donde si se nota un gran esmero en su aplicación, como es el caso de dos hoteles en Sarapiquí y uno en Monteverde.

5.4 El papel de los empresarios en el desarrollo sostenible de la empresa y del destino

- Los resultados demuestran que el grado de éxito en la aplicación de CST, está en relación directa con el grado de interés de los dueños o gerentes en sacar adelante el programa, ya que no se detectaron otros factores que coadyuven, como podría ser una mayor atención por parte del ICT o algún otro apoyo institucional a manera de acompañamiento para lograr una mejor ejecución.
- Por lo general las empresas que aplican CST suelen ser de regular tamaño, pues no se encontraron microempresas aplicando CST. Hay una tendencia generalizada de los micro y pequeños empresarios a creer que CST es solo para empresas grandes, ya que a criterio de ellos les implica costos muy elevados de tiempo y dinero.
- Se dan marcados contrastes entre lo que se percibe en un complejo turístico a la realidad del entorno inmediato (interior) y post inmediato (exterior). Por lo general el visitante no ve lo que está sucediendo más allá de las habitaciones y de los jardines. El manejo que se le da a la basura (a prácticas de separar la basura en el día y en la noche volver a juntarla), la deposición de las aguas servidas (por lo general nadie ve dónde van a parar), de la responsabilidad social de la empresa o de que tan real es la información que proveen los folletos que promueven un turismo sostenible. De aquí la importancia de certificaciones que sean consistentes con su aplicabilidad, para que puedan ser creíbles. La parte exterior tampoco es perceptible para el visitante común, o poco observador. Pocos podrían pensar que la casi totalidad de aguas negras y servidas en los destinos estudiados van a parar a ríos y quebradas aledañas o del aspecto deprimente de los lugares donde se deponen los desechos sólidos.
- La falta de rellenos sanitarios municipales, centros de acopio para desechos y lugares donde reciclarlos son aspectos claves en el desarrollo sostenible de un destino. Algunos empresarios se apenan de ver lo que hacen con el manejo de la basura, pero responden que no tienen alternativa. Sin embargo, aquí hace falta liderazgo de las

organizaciones ambientalistas y cooperación, tanto de empresarios como de los gobiernos locales, ya que está en manos de ellos buscar las soluciones adecuadas.

- El tema de la divulgación de las áreas protegidas entre los empresarios de turismo, parece no tener mayor importancia entre ellos, ya que están ignorando que uno de las principales razones por las cuales llega turismo a Costa Rica es por su riqueza de flora y fauna (caso concreto Monteverde y Sarapiquí). Tampoco existe una preocupación por la integridad del destino, este sentimiento aun no cala en la mente de los empresarios de la RBAP quienes se preocupan solo por mercadear su empresa. El éxito que ha alcanzado el turismo en la región, ha hecho que los empresarios se olviden de cosas importantes como la promoción del destino, actuar juntos en mercadeo, en temas como la seguridad, calidad, sostenibilidad, entre otros; aun no tocan a la puerta de un empresario que de momento todo lo ve con facilidad y normalidad.
- En lo social, se nota la intención del empresario local en ayudar a la comunidad. Sin embargo, no hay objetivos claros al respecto. Hay poca asociatividad, razón por la cual las cámaras de turismo se quejan de esta problemática. Se puede afirmar, con pocas posibilidades de equivocarse, de que el éxito alcanzado por la mayoría de empresarios dedicados al turismo, ha hecho que se pierda cualquier iniciativa de asocio y se crean autosuficientes, lo cual se explica cuando en la misma región hay grupos de ganaderos y piñeros, entre otros, fuertemente consolidados como asociaciones o cámaras, producto de que enfrentan mayores dificultades que el sector turismo, lo que les obliga a agremiarse.
- Aunque no se hizo ninguna pregunta orientada a determinar la asociatividad para mercadearse, si se encontró, en los tres lugares estudiados, grupos de empresarios organizados para mercadear su producto en forma conjunta. Llama la atención la participación de Monteverde, durante la última feria de EXPOTUR-2008, en donde los empresarios participantes se presentaron como un solo bloque. Sin embargo, aun no es común el mercadear el destino como tal, y la mayoría de las empresas, separada o conjuntamente, siguen solo promoviendo sus negocios.

5.5 Algunas inconsistencias del desarrollo del turismo sostenible en Costa Rica

- El eslogan del ICT “Costa Rica sin ingredientes artificiales” pierde vigencia, ya no calza con el concepto inicial de turismo para Costa Rica. Hay demasiados ingredientes artificiales en los complejos hoteleros (Casinos, canchas del golf, centros de convenciones), que enmarcan otro concepto de la actual realidad del país. Debe crearse un nuevo eslogan y este debe de ir de la mano con la sostenibilidad, pero dentro de un concepto más amplio y acorde con la realidad.
- Si bien la administración actual del Gobierno dictó un decreto para detener el avance sin control de la construcción de inmobiliarias en Guanacaste, por otra parte un nuevo decreto libera las trabas para la explotación minera a cielo abierto, con lo cual favorece la explotación de las minas en Las Crucitas (San Carlos), frontera con Nicaragua.
- El futuro se hace sostenible o simplemente no se tiene. Pero ningún futuro será viable si los empresarios y sus empresas, las comunidades y el Gobierno, no adoptan una cultura de sostenibilidad. Pero para que lo anterior se cumpla: Falta seriedad, falta compromiso y falta ética.

6 RECOMENDACIONES

6.1 Algunos aspectos que debería incluir la Norma CST

- **Ética:** La CST debe incluir en la norma aspectos éticos. Un destino turístico no puede funcionar sin controles en asuntos relacionados con la ética. Acaban con el turismo la competencia desleal, precios especulativos, comisiones exageradas, publicidad engañosa, negocio del sexo, entre otros, todos problemas que a nivel de una zona como la RBAP se dan y van en incremento.

- **Calidad:** La capacidad de CST para medir la calidad en forma global está restringida a un solo aspecto, la atención al cliente, además de no contar con estándares o parámetros de medición. La calidad es un aspecto que no puede pasar desapercibido en una certificación, es parte esencial en el incremento de la competitividad de la empresa y del destino.
- **Capacidad empresarial:** La CST tampoco aplica para medir el desempeño económico, siendo este indicador o parámetro principal del éxito o fracaso del negocio. La falta de adecuados criterios de manejo contable y administrativo, así como la promoción y mercadeo, son de las principales razones por las cuales fracasan muchos micros y pequeñas empresas.
- **Certificadores privados:** El ICT debe aprobar un decreto para que personas o empresas privadas puedan certificar la aplicación de CST y no depender solo del personal del ICT. Parte del problema que se le puede atribuir a la lentitud con que avanza la aplicación de CST en todo el país.
- **Representación local o regional:** La Comisión Nacional de Acreditación debería tener representación comunal o al menos, representación regional, la cual puede ser un miembro por cada unidad de planeamiento. Esto otorga mayor credibilidad, compromiso de la región y facilidad de seguimiento en el proceso de certificación. Organizaciones regionales o locales podrían tener el papel de fiscalizadores, como es el caso de las asociaciones de desarrollo o similares. O una organización creada para tal propósito.
- **Mayor compromiso de la Comisión Nacional de Acreditación CST:** Debe CNACST, asumir mayor responsabilidad y compromiso en sus funciones, poniendo atención y dando seguimiento a la labor que realiza el ICT en materia de sostenibilidad a través

de las empresas de turismo. El monitoreo y el seguimiento de las empresas que aplican CST deben ser prácticas constantes, no solo del ICT, sino también de CNACST, para garantizar la fidelidad de las empresas en su desempeño hacia la sostenibilidad, de igual manera debe el CNACST ser más visible ante la opinión pública, en un afán por ganar reconocimiento y ser más creíble.

6.2 La responsabilidad de las municipalidades y organizaciones comunales

- La concreción de planos reguladores, por lo general es un asunto que atañe a las organizaciones comunales con el apoyo de los gobiernos locales (municipalidades), ya que son los pobladores quienes en última instancia, tienen la facultad de aprobar o rechazar un plan regulador. Comunidades como Monteverde y Sarapiquí, urgen de un plan regulador.
- Es trascendental el contar con rellenos sanitarios, con tecnología de punta, caso contrario el servicio de la deposición de la basura no se da en forma correcta para los empresarios y la comunidad en general. Les corresponde a los Gobiernos locales la gestión y el desarrollo de los rellenos sanitarios.
- Dentro de los programas de sostenibilidad, sería importante la organización de productores agrícolas y pecuarios, para que con el apoyo de los empresarios de turismo puedan establecer un mercado local para sus productos y así, puedan obtener ambos grupos mejores precios (en la compra y en la venta). Sería un logro importante de las empresas de turismo como una forma de lograr una mejor proyección hacia las comunidades y en especial apoyar grupos marginados como los pequeños agricultores. Son formas claras y productivas de buscar una mayor equidad económica y proyección en la responsabilidad social de la empresa. Esto puede aplicarse también a grupos artísticos, artesanos, entre otros.
- Es necesario, que en algún momento, las compañías dueñas de supermercados, estimularan el menor uso de empaques plásticos, haciendo que sus clientes reutilicen empaques anteriores (bolsas plásticas, envases, etc.). Estas actividades se pueden

promover a través de las cámaras de turismo y deberían contar con el apoyo de los negocios en turismo como una manera de empezar a concienciar a la gente de la comunidad.

6.3 Algunas consideraciones que debe tener en cuenta el ICT para lograr el éxito de la implantación de la norma CST a nivel Nacional

- Hay excelentes iniciativas de parte de algunos empresarios que están aplicando CST en sus hoteles, a pesar de que no reciben capacitación ni control de parte del ICT, de igual manera se encuentra bastante disponibilidad en empresarios que aun no aplican CST. En estos casos el éxito está muy ligado a la concienciación e intereses de los propietarios. Debe el ICT aprovechar esta situación para lograr crear una masa crítica de empresarios muy interesados en aplicar CST y de esta forma se puede ganar credibilidad y mayor divulgación del programa.
- Las empresas que están aplicando CST, lo están haciendo de regular a muy bien. Sin embargo, hacer sentir la presencia del ICT o de la Comisión Nacional de Acreditación, a través de las evaluaciones periódicas y un constante seguimiento del programa, pueden estimular más la actitud positiva del empresario y de los empleados en general y a otorgar mayor credibilidad al CST. Por otra parte, siempre hay cosas que consultar y evaluar, y en este sentido, se necesita el apoyo de los expertos.
- Debe el ICT hacer una revisión de sus incentivos, algo que marque una diferencia clara entre los negocios que aplican la CST y entre quienes no la aplican. Algunos incentivos que puede el ICT aplicar:
- Participación por separado de los negocios de turismo que aplican CST durante las ferias internacionales.
- Desarrollar una marca y promoverla para los negocios que aplican CST.

- Exonerar a los negocios que aplican CST de impuestos a productos que ayudan a la sostenibilidad.
- La categorización de los negocios en turismo se hace necesaria, tanto para proteger al cliente como para proteger la leal competencia. Sería importante que dentro de la categorización el ICT, también tratara de implementar el CST, ya que esto le daría un mayor valor agregado.
- Las Certificaciones deben ser voluntarias el acogerse a ellas, ya que algunas cosas no se les puede exigir a los empresarios, tales como su responsabilidad social, apoyo a los aspectos culturales locales, asociatividad, entre otros. Sin embargo, hay aspectos que deben ser exigidos y normalizados, tales como el manejo de desechos (separación obligatoria de la basura), la deposición de las aguas negras y residuales (plantas de tratamiento).
- Es la mayoría de los casos, se hace necesario el acompañamiento a las empresas para que logren una buena ejecución del CST. Aunque la norma cuenta con una guía de aplicación, que en principio parece fácil, no hay que olvidar que la misma implica conceptos especializados sobre desarrollo sostenible, que no todo mundo puede manejar.
- Más del 90% de dueños de empresas en la región son costarricenses y en su mayoría del lugar donde tienen sus negocio; esto crea un alto grado de localismo en la región, lo cual es positivo desde cualquier iniciativa de sostenibilidad, situación que debería aprovecharse para crear imagen y desarrollar una marca para la región basada en su sostenibilidad.

Se ha escrito casi todo sobre certificaciones y buenas prácticas para la gestión y desarrollo de un turismo sostenible, lo que aun no se ha escrito es como hacer, para que esas buenas prácticas se ejecuten sin mayores ambages y con la firmeza que requieren en cada uno de las empresas que hacen turismo y en el destino en general. Se deben considerar que algunos de los criterios

en sostenibilidad no pueden seguir siendo voluntarios, problemas como el cambio climático, producto de la contaminación y el uso irracional de los recursos, obligan a tomar medidas serias y drásticas, porque la mayoría de la población mundial, aun no tiene conciencia del asunto, y a base de educación, que tampoco se debe desechar, no se va a llegar muy lejos en el corto o mediano plazo. De manera que asuntos como la separación de desechos sólidos y reutilización, el ahorro energético, ahorro del agua, entre otros, formen ya no parte de programas voluntarios, sino de una nueva legislación, que además incluya en su aprobación presupuesto y recurso humano capacitado para una pronta y correcta aplicación.

“El turismo no solo debe parecer sostenible, debe ser sostenible”

BIBLIOGRAFÍA

AFP (Agence France-Presse). 2007. Turismo cierra 2007 con crecimiento de 18%. La Nación, San José, C.R. Suplemento de Economía. Dic. 18.

AFP (Agence France-Presse). 2006. Turismo de Costa Rica creció 49 por ciento en últimos cuatro años. La Nación, San José, C.R. Suplemento Centroamérica. May. 05.

Agüero, M. 2007. 97% de las aguas negras van a los ríos sin ningún tratamiento. La Nación, San José, CR. Mar. 2007

Aizpeolea, Luís. 2006. El Gobierno prepara un plan con medidas para atajar la corrupción municipal. El País, España, May. 08. En Línea. Disponible en: www.geografos.org/manifiesto/108%20Expertos%20en%20urbanismo.pdf – Consultado: Abr. 28, 2008

A. P. (Associated Press). 2007. Certificación promueve turismo en Europa. La Nación, San José, C. R. Sala de Redacción, May. 18

Arce, Melisa. 2004. Lento avance de la certificación turística. La Nación suplemento de economía, Jul. 07

Arguedas, Carmen. 2006. Turismo sostenible reta a operadores. Suplemento de Economía. La Nación, Jul. 08

Avalos, A. 2005. Acuíferos limonenses están en riesgo por uso de plaguicidas. La Nación, Suplemento Nacionales, San José, C.R. Ago, 13

Bazán, Carlos. 2007. Taller de Consulta y Validación de la Normativa CTN en Calidad y Buenas Prácticas en Turismo Sostenible. En Línea. Disponible en: 200www.cajamarca.opina.com/home/component?option=com_search/Itemid,5/index.php?searchword=ctn. Consultado: 21 Abr. 2008

Bien, Amos. 1999. Diagnóstico institucional y estructural regional para el programa de Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) en Centroamérica. En línea. Disponible en: www.incae.ac.cr/ES/clacds/nuestras-investigaciones/articulos/cen763.php Consultado: 24 Abr. 2008

Bien, A. 2003 y 2006. “Una Guía Simple sobre Certificación de Turismo Sostenible y Ecoturismo”, The Internacional Ecotourism Society; disponible en www.ecotourismcesd.org/webarticles/articlefiles/61-Handbook_1_Spanish.pdf

Calderón, Mario. 2005. El Turismo como promotor del crecimiento económico costarricense.

Revista Parlamentaria Digital. Vol. 13. Asamblea Legislativa de Costa Rica. En línea. Disponible en: <http://www.asamblea.go.cr/biblio/revista/index.htm>. Consultado: 05 Abr. 2008

Calderón, M. 2005. El turismo como promotor del crecimiento económico costarricense: Desafíos de la actividad turística en el siglo XXI (en línea). Revista Parlamentaria digital. 13(2). Disponible en: <http://www.asamblea.go.cr/biblio/revista/revista/vol13-no2-ago2005/el%20turismo%20como%20promotor-MarioCalderon.html>
Consultado: el 10 Sep. 2007.

Chávez, E y Rosero-Bixby, L. 1998? Valoración del riesgo deforestación futura en Costa Rica Programa Centroamericano de Población de la Universidad de Costa Rica (en línea). Consultado 8 Sep. 2007. Disponible en: <http://ccp.ucr.ac.cr/proyecto/poyam/pdf/pydfut.pdf>

CRIMT. (Comisión Regional de la Iniciativa Mesoamericana de Turismo. 2003. En línea. Disponible en:
www.planpuebla-panama.org/documentos/Facilitacion%20Migratoria%20OCAM-OIM-CCT.pdf.
Consultado: 22 Abr. 2008

CR Dos Puntos. 2006. Entregan CST a las primeras Tour Operadoras. En Línea. Disponible en:
www.turismo-sostenible.co.cr/ES/BoletinCRdospuntosOct2006.pdf
Consultado: Abr. 22

CNACST (Comisión Nacional de Acreditación del CST). 2003. El Sistema CST: Una Norma Consolidada.

Cousteau A., 2007 "Costa Rica no es tan 'ecológica' como se vende". La Nación, San José, CR, Ab. 28. Aldea Global.

Delgado, E. 1998. Clasifican a hoteles. La Nación, San José, CR. La Nación, Dic. 09

Delgado, E. 2005. Extranjeros dominan concesiones costeras. En línea. El Financiero, San José, C.R. Mar, 14-20 Disponible en:
<http://www.elfinancierocr.com/accesolibre/2005/marzo/informe0.html>

Estado de la Nación. 2007. Capítulo: Armonía con la Naturaleza. En línea. Disponible en:
<http://www.estadonacion.or.cr/Publicaciones/publicaciones.html> Consultado: Jun. 04

Estado de la Nación. 2006. Armonía con la naturaleza. Cap. 1. (En línea). 2007. Disponible en
<http://www.estadonacion.or.cr/Info2006/Paginas/armonia.htm>
Consultado 8 Sep.

Estado de la Nación. 2005. Armonía con la naturaleza. Cap. 1. (En línea). Disponible en:
<http://www.estadonacion.or.cr/Info2005/Paginas/armonia.html>
Consultado 8 Sep. 2007.

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación). 2004. Las normas sociales y ambientales, la certificación y el etiquetado de cultivos comerciales. Cap. 2. En línea. Disponible en: <http://www.fao.org/docrep/008/y5136s/y5136s00.HTM>. Consultado: 17 Abr. 2008

FODESTUR. 2000. Estudio de Estrategia de Certificaciones Turísticas en Centroamérica informe final. En línea. Disponible en: http://www.sica.int/busqueda/busqueda_archivo.aspx?Archivo=odoc_2184_2_11082005.htm. Consultado: 21 Abr. 2008

FORETUR (Foro Regional de Turismo de la Zona Huetar Norte). 2006. Taller para el Análisis y actualización Plan General de Uso de la Tierra y Desarrollo Turístico para la Unidad de Planeamiento Turístico de Llanuras del Norte de Costa Rica (Diciembre 2006).

FUDEU (Fundación para el Desarrollo Urbano, CR). 2005. Una política común para el agua en América Central y Panamá iniciada en la Cuenca del Río Grande de Tárcoles, Costa Rica (en línea). Pág. 2. Disponible en: http://www.fao.org/ag/wfe2005/docs/FUDEU_CostaRica_es.pdf Consultado el 8 Sep. 2007.

Gómez, C. 2005. Ecoturismo en Costa Rica: mito o realidad La experiencia de Costa Rica para Colombia, una nación que se proyecta en la actividad turística (en línea). Disponible en: http://www.imacmexico.org/ev_es.php?ID=17610_201&ID2=DO_TOPIC Consultado 10 de sep. 2007.

Gutiérrez, Javiera. 2008. Decreto regulará desarrollo inmobiliario en Guanacaste. La Nación, San José, C.R. Abr. 10

Hernández, C. 2008. Robos y asaltos sin freno en área turística de La Fortuna. La Nación, San José, CR. May. 02

Hernández, C. 2005. Hallan 12 fosas con restos de caimanes en Caño Negro. La Nación, San José, CR. 24 Feb. Sucesos.

Hernández, C. y Loaiza V. 2005. Fuego destruyó un 40% del refugio Caño Negro. La Nación, San José, CR. 25 Abril. Nacionales.

Hernández, C. 2004. Líos por expansión de cultivo de piña. La Nación, Suplemento Nacionales, San José, C. R. Nov. 15

Hernández, Paola. 2008. Hernández, Paola. 2008. Alcalde No Da La Cara Por Denuncia Del Diario Extra. Diario Extra, San José; C.R., Abr. 26

Herrera, Mauricio. 2007. A y A detecta alta contaminación con heces en playa Tamarindo. La Nación. 21 Oct. Suplemento el País.

Herrera, M. y Rodríguez, D. 2001 Gobierno promete pagar deuda de los parques. La Nación, San José, C. R. Ago. 26.

Honey, Martha. 2002. Ecotourism & Certification: Setting Standards in Practice. Island Press, 1718 Connecticut Avenue N.W., Washington, kDC 20009. Pag. 151

ICT (Instituto Costarricense de Turismo). 2008. Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST). Directorio de hoteles y agencias de viaje (en línea). Disponible en: <http://www.turismo-sostenible.co.cr/ES/entrada.phtml>. Consultado 10 Jun. 2008.

ICT (Instituto Costarricense de Turismo). 2007. Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST). Directorio de hoteles y agencias de viaje (en línea). Disponible en: <http://www.turismo-sostenible.co.cr/ES/entrada.phtml>. Consultado 10 Sep. 2007.

ICT (Instituto Costarricense de Turismo). 2004. Guía de Aplicación: Procedimientos y recomendaciones para la implementación en Tour Operadoras. Departamento de Recursos Naturales. San José, C.R.

ICT (Instituto Costarricense de Turismo). 2001. Plan General de Desarrollo Turístico Sostenible 2002 – 2012. En Línea.

Disponible en: <http://www.visitcostarica.com/>

ICT (Instituto Costarricense de Turismo). 2005. Anuario. Disponible en: <http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/estadistica.asp>
Consultado 18 Sep. 2005

ICT (Instituto Costarricense de Turismo). 1997. Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST): Guía de aplicación.

IH (Instituto Hospitalidade). 2004. Norma Nacional para Alojamientos turísticos - requisitos para la sostenibilidad. Disponible en: www.hospitalidade.org.br
Consultado 22 Sep. 2007.

IH (Instituto de Hospitalidade). 2002. Estudio de normas y certificaciones existentes en turismo sustentable y la elaboración de una propuesta para brasil. En línea. Disponible en: www.pcts.org.br/pubpcts/media/Propuesta_de_Normas. Consultado: 21 Abr. 2008

IMN (Instituto Metereológico Nacional). 2008. En línea. Disponible en: <http://www.imn.ac.cr/>
Consultado: Abr. 15

ISO 14001. 1996. Environmental Management Standard. En Línea. Disponible en: www.iso14000-iso14001-environmental-management.com/ - 18k – Consultado: 24 Abr. 2008

La Gaceta. 2007. Diario Oficial, Alcance No. 15, Gaceta No. 1007, año, **CXXIX**
San José, CR. Jun. 05

Laarman, J. 1986. Nature-Oriented Tourism In Costa Rica And Ecuador: Diagnosis Of Research Needs And Project Opportunities. Dept. of Forestry, Box 8002 North Carolina State University Raleigh, NC. U.S.A.

Latin Business Chronicle. 2007. Latinoamericano de Globalización 2006. En línea. Disponible en: [Latin Business Chronicle](#) Consultado, May. 2008

Loaiza, Vanesa. 2008. Gobierno reactiva permisos para minas de oro. La Nación, San José. C.R. Suplemento el País. Abr. 24

Madrigal, A. 2005. Hacen fiesta con declaratorias turísticas. Al Día, San José, C.R. Jun., 13.

Mareznana, NL. 2004?. Las etiquetas ecológicas: ¿Garantía de Buenas Prácticas Ambientales, o uso indebido de estrategias de Marketing?.

Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos28/etiquetas-ecologicas/etiquetas-ecologicas.shtml>

Consultado 29 Sep. 2007.

MINAE (Ministerio de Ambiente y Energía). 2006. Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC). En Línea. Disponible en:

www.minae.go.cr/dependencias/desconcentradas/sistema_nacional_areas_conservacion.html

Consultado: Feb. 2008.

MINAE (Ministerio de Ambiente y Energía). 2007. Estrategia de Cambio Climático Región Huetar Norte.

MIDEPLAN (Ministerio De Lanificación Nacional Y Político Económica). 2003. Plan Regional de Desarrollo 2003-2006, Región Huetar Norte.

Monge, Rosaura. 2003. El Sistema CST: una norma consolidadaza. En línea. Disponible en http://www.turismo-sostenible.co.cr/EN/comun/boletin/sistema_cst.pdf Consultado 22 Sep. 2007

Mora, E. 2005. Monteverde: Minae denuncia posible usurpación de agua. La Nación, San José, C.R. Jul. 15. Sección: Nacionales

Mora, D. 2008. El tanque séptico. La Nación, San José, C.R. Suplemento: Opinión. Abr. 22

Muñoz, F. Sin fecha. Modelo de Porter o de cluster: Marco teórico de la competitividad. En

línea. Disponible en: www.mincetur.gob.pe/TURISMO/OTROS/pentur/pdfs/anexo21.pdf

Consultado el Jul. 01

ObDeTur-TEC (El Observatorio del Desarrollo Turístico- Instituto Tecnológico de Costa Rica). 2008. Estudio de la Oferta de Servicios Turísticos 2007: Destino Monteverde.

ObDeTur-TEC (El Observatorio del Desarrollo Turístico- Instituto Tecnológico de Costa Rica). 2007. Empresas de turismo en la Fortuna de San Carlos. Sin publicar.

OMT (Organización Mundial del Turismo). 2007. Fuerte crecimiento del turismo en el 2007 (en línea). Consultado 8 Sep. 2007. Disponible en http://www.unwto.org/media/news/sp/features_det.php?id=1091&idioma

OMT (Organización Mundial del Turismo). 2004. Conceptos y Definiciones Desarrollo Sostenible del Turismo. 2007. Disponible en: <http://www.world-tourism.org/sustainable/esp/top/concepts.html> Consultado 18 Sep.

OMT (Organización Mundial del Turismo). 2003. Certificación de sostenibilidad de las actividades turísticas conferencia regional de las Américas. En Línea. Disponible en: www.world-tourism.org/sustainable/doc/cert-brasil/NotaTecnica-Brasil-esp.doc. Consultado: 15 Mar. 2008

OMT (Organización Mundial del Turismo). 2003. Certificación de sostenibilidad de las actividades turísticas. Conferencia Regional de las Américas. Sep. 2003 (en línea). Consultado 16 Sep. 2007. Disponible en www.world-tourism.org/sustainable/doc/cert-brasil/NotaTecnica-Brasil-esp.doc

OMT (Organización Mundial del Turismo). 2003. Contribuciones de la Organización Mundial del Turismo a la cumbre sobre el desarrollo sostenible (Johannesburgo, 2002). Disponible en: <http://www.google.co.cr/search?hl=es&q=Contribuciones+de+la+Organizaci%C3%B3n+Mundial+del+Turismo+a+la+cumbre+sobre+el+desarrollo+sostenible+cumbre+2002&btnG=Buscar&meta> Consultado 18 Sep. 2007.

Oviedo, E y Barquero, J P. 2007. Excrementos contaminan aguas del lago Arenal. La Nación, San José, CR. Suplemento el País. Oct. 02

PICZEE (Programa Incremento de la Competitividad). 2008. Planificación Estratégica Foro Regional de Turismo (FORETUR). En. 2008

PROARCA/APM (Programa Regional de Áreas Protegidas para Centroamérica y Mercadeo Ambiental). 2002. Certificaciones Turísticas de Centro América. Elaborado por la División de Turismo Sostenible de Rainforest Alliance. Pág. 2

PROARCA (Programa Ambiental Regional para Centro América). 2002. Certificaciones Turísticas En Centroamérica. En línea. Disponible en: www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/certification_study.pdf Consultado: Abr. 15, 2008

Rojas, E. 2004. Opción para el desarrollo. Al Día, suplemento El Norte, San José, C.R. Sep. 06

Sanabria, R. 2007. Lo que se dice. Entrevista a Ronald Sanabria, Director de la División de Turismo Sostenible. Efectuada por Jessica Webb. Disponible en: <http://www.eco-index.org/new/record/2007/mays.cfm> Consultado 18 Sep. 2007.

SECTUR (Secretaría de Turismo de México). 2005. Como desarrollar productos turísticos competitivos (en línea). P. 8. Disponible en: http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/wb2/sectur/sect_9247_fasciculos_de_compet Consultado 15 Sep. 2007.

Sirzee (Sistema de Información de la Región Huetar Norte de Costa Rica) .2008. En línea. Disponible en: <http://www.sirzee.itcr.ac.cr/> Consultado 15 Ab. 2008

Soto, R. 2007. OIJ desafía a ladrones de turistas en Monteverde. La Nación, San José, CR. Jun. 24

Valerio, C. 1991. La diversidad biológica de Costa Rica. Editorial Heliconia, San José, CR.

Vargas, A. 2007. País quiere ser primera nación con balance neutro de carbono. La Nación, San José, C. R. Suplemento Aldea Global. Feb. 21

Vargas, A. 2007. Caño Negro es corazón de nueva reserva de la biosfera de UNESCO. La Nación, 20 Sep. 2007. Ciencia y tecnología.

Villegas, J. 2006. Minae anuló concesión de agua en Monteverde. La Nación, San José, CR. Nov. 29. Sección: Nacionales.

Villegas, J. 2004. Lentos trámites municipales favorecen corrupción. La Nación, San José, C.R., jul, 12

ANEXOS

	Cronograma de Actividades											
	Mes Uno				Mes Dos				Mes Tres			
	Semana No.				Semana No.				Semana No.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tarea: 2.1.6. Determinar programas de seguridad ciudadana,												
Tarea: 2.1.7. Determinar si existen planes de mejoramiento urbano para las áreas marginadas												
Tarea: 2.2.8. Comprobar el grado de planificación del desarrollo turístico												
y urbano y que entidades intervienen.												
Acción 2.2: Visitar a Municipalidades, organizaciones de Desarrollo Comunal, Ongs												
y otros en cada uno de las regiones para determinar si existen políticas												
de desarrollo sostenible para cada uno de los destinos a nivel de												
municipalidades, Ongs, Asociaciones de Desarrollo y otros.												
Tarea 2.2.1: Entrevistas con alcaldes municipales de cada cantón o distrito.												
Tarea 2.2.2: Entrevistas con presidentes de asociaciones de desarrollo.												
Acción 2.3: Determinar si existen planes reguladores u otros programas												
de planificación del desarrollo de la comunidad.												
Tarea 2.3.1: De existir planes reguladores determinar si estos												
están cumpliendo con sus objetivos señalados en el mismo.												
Tarea 2.3.2: Investigar si existen gestiones locales para elaboración de												
planes reguladores. Etapa de desarrollo en que se encuentra cada uno.												

	Cronograma de Actividades											
	Mes Uno				Mes Dos				Mes Tres			
	Semana No.				Semana No.				Semana No.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Accioón 2.4: Determinar si hay sistemas de alcantarillado, rellenos sanitarios y sitios donde depositan este tipo de desechos las comunidades afectadas.												
Tarea 2.4.1: Ubicar los rellenos sanitarios o botaderos de basura												
Tarea 2.4.2: Valorar las condiciones de cada uno de estos.												
Tarea 2.4.3: Determinar si existen sistemas de alcantarillado sanitario de avance de proyectos para la realización de los mismos.												
Tarea 2.4.4: Forma actual de deposición de aguas negras y servidas en cada una de las comunidades a evaluar.												
Objetivo No. 3: Analizar la aplicación en términos reales de la Norma CST												
Tarea 3.1.1: Determinar indicadores y en que forma el ICT monitorea el proceso de aplicación de la Norma CST												
Tarea 3.1.2: Cuenta el ICT con el número y disponibilidad de Consultores												
Tarea 3.1.3: Determinar como se divulga CST												
Tarea 3.1.4: Determinar el tiempo de respuesta por parte del ICT												
Tarea 3.1.5: si el ICT promueve programas de capacitación para grupos de empresarios interesados en aplicar la Norma CST.												
Tarea 3.1.6: Determinar el tipo de incentivos que otorga el ICT												

	Cronograma de Actividades											
	Mes Uno				Mes Dos				Mes Tres			
	Semana No.				Semana No.				Semana No.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tarea 3.1.7: Determinar las ventajas comparativas y competitivas que una empresa puede potenciar al aplicar la Norma CST con respecto a una que no lo aplica.												
Objetivo No. 4. Caracterizar a las empresas participantes en CST.												
Acción 4.1: Comprobación de la capacidad administrativa de la empresa.												
Tarea 4.1.1: Determinar:												
Cuenta con gerente administrativo.												
Sistema contable.												
Forma en que mercadea su producto.												
Acción 4.2: Comprobación del tamaño de la empresa y categorización.												
Tarea 4.2.1: Determinar:												
Número de empleados.												
Número de habitaciones.												
Categorización el número de estrellas.												
Acción 4.3: Comprobación del nivel alcanzado en la aplicación de la Norma CST.												

	Cronograma de Actividades											
	Mes Uno				Mes Dos				Mes Tres			
	Semana No.				Semana No.				Semana No.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tarea 4.3.2: Determinar el nivel o número de hojas												
Tarea 4.3.3: Que aspectos operacionales sobresalientes realiza la empresa que puedan ser considerados dentro de las buenas prácticas del turismo sostenible (a nivel ambiental, social y económico).												
Acción 4.4: Valoración de los conceptos de sostenibilidad a nivel de las empresas												
Tarea 4.4.1: Elaborar encuesta para aplicarla a dueños de empresa, administradores y empleados (elaborar encuestas).												
Tarea 4.4.2: Realizar entrevistas a dueños de empresa, administradores y empleados (elaborar entrevista)												
Acción 4.5: Determinación de los beneficios les esta trayendo la aplicación de la Norma CST a las empresas que la aplican.												
Tarea 4.5.1: Determinar la percepción de los empresarios en los beneficios que les aporta la certificación CST.												
Tarea 4.5.2: Determinar que problemas está teniendo la empresa para la correcta aplicación de la Norma CST y su avance en la misma.												

	Cronograma de Actividades											
	Mes Uno				Mes Dos				Mes Tres			
	Semana No.				Semana No.				Semana No.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tarea 4.5.3: Que costos y gastos financieros le genera a la empresa la aplicación de la Norma CST.												
Tarea 4.5.4: Determinar como promueve la empresa, entre sus clientes, la aplicación de la Norma CST.												
Tarea 4.5.5: Determina si la empresa capacita a su personal en la aplicación de la Norma CST y que metodologías y medios utiliza.												
Objetivo No. 5: Determinar los factores asociados al nivel de aplicación de la Norma CST.												
Acción 5.1: Determinación del grado en que la correcta aplicación de La Norma CST puede garantizar a las empresas la sostenibilidad de la misma.												
Tarea 5.1.1: Comprobar si la Norma CST dispone de las herramientas y aspectos metodológicos y técnicos necesarios para que una empresa este en continuo avance hacia sus sostenibilidad.												
Tarea 5.1.2: Determinar el grado de conocimiento de los dueños de empresas, gerentes, respecto a la Norma CST y su aplicación.												
Tarea 4.1.3: Cuales aspectos son necesarios, a consideración de los empresarios, para facilitar la aplicación de la Norma CST												

	Cronograma de Actividades											
	Mes Uno				Mes Dos				Mes Tres			
	Semana No.				Semana No.				Semana No.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
y a la vez lograr una mayor motivación y credibilidad de la misma.												
Tarea 4.1.4: Determinar si las empresas que ya aplican la Norma CST,												
cuentan con las herramientas suficientes (recursos												
económicos, humanos y capacitación), para su aplicación.												
Tarea 4.1.5: Investigar si consideran los empresarios, suficientes												
o importantes, los incentivos que otorga el ICT.												
Tarea 4.1.6: Investigar que otros incentivos pueden llamar la atención												
de los empresarios por la aplicación de la Norma CST.												
Tarea 4.1.7: Determinar si la aplicación de la Norma CST está al alcance												
de todas las microempresas y PYMES, respecto a recursos												
económicos, humano y capacitación												
Tarea 4.1.8: Determinar si a nivel de centros educativos, públicos y												
privados se implementan programas educativos relacionados												
con el desarrollo sostenible y el turismo en general.												
Objetivo No.6: Factores que intervienen en el escaso interés de las												
empresas par la aplicación de la Norma CST.												
Acción 6.1: Determinación del grado de conocimiento de los dueños de												
empresas y gerentes, respecto a la Norma CST y su aplicación.												

	Cronograma de Actividades											
	Mes Uno				Mes Dos				Mes Tres			
	Semana No.				Semana No.				Semana No.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tarea 6.1.1: Realizar encuesta para determinar entre los empresarios:												
¿Han escuchado hablar sobre la Norma CST?												
¿La consideran importante? ¿Por qué?												
¿Porque no la están aplicando?												
¿Qué condiciones requiere para la aplicación en su empresa?												
Acción 6.2: Determinar si las empresas cuentan con las herramientas												
necesarias y la capacitación requerida, a nivel interno, para la												
aplicación de la Norma CST												
Tarea 6.1.1: Determinar si cuentan con:												
El recurso humano necesario												
La capacitación necesaria												
La disponibilidad económica												
Capacidad administrativa												
Tarea 6.4.2: Determinar la influencia del tamaño de la empresa y												
categorización en la toma de decisión a la hora de aplicar la Norma CST.												
Número de empleados												
Número de habitaciones												
Categorización por el número de estrellas												

	Cronograma de Actividades											
	Mes Uno				Mes Dos				Mes Tres			
	Semana No.				Semana No.				Semana No.			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Acción 6.3: Valoración de los conceptos de sostenibilidad a nivel de las empresas.												
Tarea 6.3.1: Elaborar encuesta para aplicarla a dueños de empresa, administradores y empleados (preparar encuestas).												
Tarea 6.3.2: Realizar entrevistas a dueños de empresa, administradores y empleados (preparar entrevistas).												
Acción 6.4: Determinación de políticas actuales de la empresa, que no aplican la Norma CST												
Objetivo No. 7: 1. Desarrollar una propuesta, como plan piloto, sobre la Norma CST, tendiente a mejorar y ampliar la implementación dentro de La Reserva de la Biosfera "Agua y Paz"												
Objetivo No.8: 1. Recomendar y concluir sobre la implementación y aplicación de la Norma CST a nivel de la región que comprende La Reserva de la Biosfera "Agua y Paz"												

Anexo No. 2

ACTA (CHARTER) DEL PROYECTO

Información principal y autorización de proyecto	
Fecha: 2 de Septiembre, 2007	Nombre de Proyecto: Evaluación de la Sostenibilidad de Empresas y Destinos Turísticos en la Reserva de la Biosfera Agua Y Paz
Coordinador del proyecto: Amos Bien	
Asesor del proyecto: Ana Baez	
Áreas de conocimiento / procesos: Gestión del Desarrollo Sostenible.	Área de aplicación (sector / actividad): Turismo
Fecha de inicio del proyecto: 27 de agosto, 2007	Fecha tentativa de finalización del proyecto: 30 de diciembre, 2007
Descripción del producto y entregables (relacionados con el objetivo general y específicos respectivamente):	
Descripción del producto Documento de la evaluación de la sostenibilidad de empresas y destinos turísticos en la Reserva de la Biosfera "Agua y Paz" (RBAP) a través de un análisis teórico y práctico de la aplicación de la norma CST y otras buenas prácticas en el desarrollo del turismo sostenible.	
Entregables <ol style="list-style-type: none">1. Valoración de prácticas de sostenibilidad de las empresas y principales destinos turísticos de la Región Norte (Monteverde, La Fortuna y Sarapiquí).2. Valoración cuantitativa y cualitativa en la aplicación real de la Norma CST por destinos turísticos y por tipo de empresa.3. Caracterización de las empresas que aplican la Norma CST: que factores son los que condicionan o determinan la operatividad de la Norma en las empresas que la aplican.4. Determinación de los factores que condicionan la incorporación de nuevas empresas al programa de CST.5. Elaboración de una propuesta para mejorar la implementación de la Norma CST, como parte de su promoción en el mercado local de las certificaciones de la gestión	

turística en Costa Rica.

Necesidad del proyecto (problema u oportunidad que le da origen): Costa Rica se ofrece como un destino de ecoturismo y turismo sostenible y esto le ha valido para posicionarse en los mercados intencionales. Sin embargo, en la práctica, todo parece demostrar lo contrario, y pese a existir programas de certificación de sostenibilidad turística (CST), la casi totalidad de empresas en turismo no lo aplican, aunque estas mismas empresas, en asocio con el ICT, venden sus productos turísticos bajo el paradigma de la sostenibilidad. De ahí la necesidad de determinar la realidad de esta situación y establecer las pautas necesarias para que país continúe promocionando su producto turístico, al mercado nacional e internacional, como sostenible.

Justificación de impacto (aporte y resultados esperados): Logrando los objetivos del proyecto, se espera tener una visión actualizada y real de la sostenibilidad del turismo en la RBAP, empezando por las empresas de turismo y llegando hasta las comunidades que funcionan como destinos turísticos. Conocer en el campo las causas y efectos que generan aspectos positivos y negativos en el desarrollo del turismo en Costa Rica, ¿Cuáles son los mayores obstáculos para alcanzar la sostenibilidad del turismo a nivel de comunidades y empresas? Si son suficientes los aportes o beneficios que ofrece la CST a las empresas que la aplican para motivar la participación de estas.

Conociendo el porqué de la situación anterior, se pueden formular estrategias que ayuden a mejorar e implementar los programas de sostenibilidad del turismo para el país.

Como área de trabajo se seleccionó La Reserva de la Biosfera Agua y Paz. En esta área se ubican tres de los más importantes destinos turísticos de Costa Rica: Monteverde, La Fortuna y Sarapiquí).

Restricciones / limitantes / factores críticos de éxito: Tiempo: es la gran limitante, ya que mucha de la información hay que obtenerla de fuentes primarias.

Financiamiento: es otra limitante. Desplazamiento a comunidades dentro del territorio nacional, gastos en transporte, alimentación y hospedaje y contratación de algún personal para aligerar la investigación de campo.

Selección de las empresas adecuadas: no deja de ser una limitante, ya que se busca la mayor representatividad.

Identificación de grupos de interés (stakeholders):

Cliente(s) directo(s): ICT, Comisión Nacional de acreditación CST, hoteleros, restauradores y tour operadores.

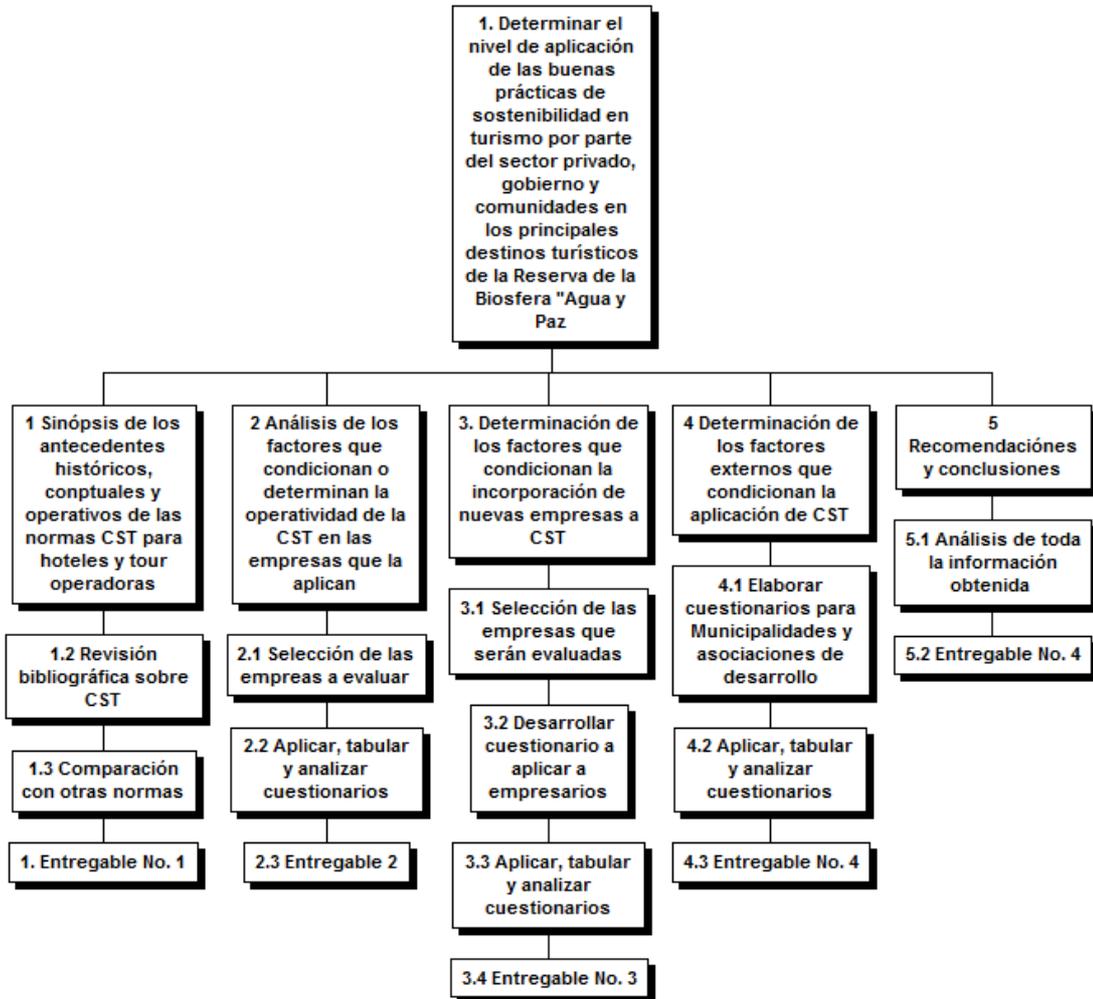
Clientes indirectos: Cámaras de Turismo, grupos interesados en la implementación de

programas de desarrollo sostenible a empresas y comunidades.	
Elaborado por: Gerardo A. Valverde Sánchez	
Aprobado por:	Firma:

Anexo No. 3

ESTRUCTURA DETALLADA DEL TRABAJO

(EDT)



Anexo No. 4

Distribución del personal que labora en las empresas entrevistadas,
para RBAP y por unidades de planeamiento.

Distribución de personal para RBAP								
	RBAP		Fortuna		Monteverde		Sarapiquí	
	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo
Locales	1535	80%	894	77%	465	83%	178	85%
Foráneos	180	9%	79	7%	74	13%	21	10%
Extranjeros	212	11%	188	16%	22	4%	10	5%
Total	1927	100%	1161	100%	561	100%	209	100%

Fuente: Gerardo A. Valverde S.

Anexo No. 5

Proveedores para toda la RBAP y por unidades de planeamiento

Principales Proveedores para RBAP								
	RBAP		Fortuna		Monteverde		Sarapiquí	
	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo
Locales	29	38%	14	35%	10	36%	5	56%
Foráneos	22	32%	13	33%	9	32%	0	0%
Ambos	26	30%	13	33%	9	32%	4	44%
Total	77	100%	40	100%	28	100%	9	100%

Anexo No. 6

Políticas de sostenibilidad en la RBAP y por unidades de planeamiento

Políticas de sostenibilidad en la RBAP						
	Absolutos			Relativo		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Políticas de sostenibilidad	57	20	77	74%	26%	100%
Escrita	28	49	77	36%	64%	100%
La esta aplicando	53	24	77	69%	31%	100%

Políticas de sostenibilidad para la Fortuna						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Políticas de sostenibilidad	29	11	40	72%	28%	100%
Escrita	10	30	40	25%	75%	100%
La esta aplicando	26	14	40	65%	35%	100%

Políticas de sostenibilidad para Monteverde						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Políticas de sostenibilidad	20	8	28	71%	29%	100%
Escrita	11	17	28	39%	61%	100%
La esta aplicando	19	9	28	68%	32%	100%

Políticas de sostenibilidad para Sarapiquí						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Políticas de sostenibilidad	8	1	9	89%	11%	100%
Escrita	7	2	9	78%	22%	100%
La esta aplicando	8	1	9	89%	11%	100%

Anexo No. 7

Razones por lo que las empresas no aplican CST en la RBAP y unidades de planeamiento

Razones por lo que las empresas no aplican CST en RBAP								
	Absoluto				Relativo			
	Si	No	N/R	Total	Si	No	N/R	Total
Conoce sobre CST	55	22	0	77	71%	29%	0%	100%
Le interesa	58	13	6	77	75%	17%	8%	100%
Lo considera muy costoso	15	45	17	77	19%	58%	22%	100%
Sabe como integrarse al programa CST	40	21	16	77	52%	27%	21%	100%
Es para todos	47	13	17	77	61%	17%	22%	100%
Necesita ayuda	41	20	16	77	53%	26%	21%	100%
Necesita capacitación	52	9	16	77	68%	12%	21%	100%
Puede favorecer a su empresa	52	8	17	77	68%	10%	22%	100%

Razones por las cuales las empresas no aplican CST en Monteverde								
	Absoluto				Relativo			
	Si	No	NR	Total	Si	No	NR	Total
Conoce sobre CST	19	9	0	28	68%	32%	0%	100%
Le interesa	20	8	0	28	71%	29%	0%	100%
Lo considera muy costoso	6	14	8	28	21%	50%	29%	100%
Sabe como integrarse al programa CST	15	6	7	28	54%	21%	25%	100%
Es para todos	17	3	8	28	61%	11%	29%	100%
Necesita ayuda	13	8	7	28	46%	29%	25%	100%
Necesita capacitación	16	5	7	28	57%	18%	25%	100%
Puede favorecer a su empresa	18	2	8	28	64%	7%	29%	100%

Razones por lo que las empresas no aplican CST en la Fortuna								
	Absoluto				Relativo			
	Si	No	N/R	Total	Sí	No	N/R	Total
Conoce sobre CST	28	12		40	70%	30%	0%	100%
Le interesa	29	5	6	40	73%	13%	15%	100%
Lo considera muy costoso	7	25	8	40	18%	63%	20%	100%
Sabe como integrarse al programa CST	17	15	8	40	43%	38%	20%	100%
Es para todos	22	10	8	40	55%	25%	20%	100%
Necesita ayuda	23	9	8	40	58%	23%	20%	100%
Necesita capacitación	28	4	8	40	70%	10%	20%	100%
Puede favorecer a su empresa	27	5	8	40	68%	13%	20%	100%

Razones por lo que las empresas no aplican en Sarapiquí								
	Absoluto				Relativo			
	Si	No	N/R	Total	Si	No	N/R	Total
Conoce sobre CST	8	1	0	9	89%	11%	0%	100%
Le interesa	9	0	0	9	100%	0%	0%	100%
Lo considera muy costoso	2	6	1	9	22%	67%	11%	100%
Sabe como integrarse al programa CST	8	0	1	9	89%	0%	11%	100%
Es para todos	8	0	1	9	89%	0%	11%	100%
Necesita ayuda	5	3	1	9	56%	33%	11%	100%
Necesita capacitación	8	0	1	9	89%	0%	11%	100%
Puede favorecer a su empresa	7	1	1	9	78%	11%	11%	100%

Anexo No. 8

Consumo de energía eléctrica para la RBAP y unidades de planeamiento

Consumo de energía eléctrica para la RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Registro mensual	62	15	77	81%	19%	100%
Aparatos alto rendimiento	63	14	77	82%	18%	100%
Políticas de ahorro energético	44	33	77	57%	43%	100%
Utiliza energía alternativas	8	69	77	10%	90%	100%

Consumo de energía eléctrica en la Fortuna						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Registro mensual	34	6	40	85%	15%	100%
Aparatos alto rendimiento	34	6	40	85%	15%	100%
Políticas de ahorro energético	25	15	40	62%	38%	100%
Utiliza energía alternativas	2	38	40	20%	80%	100%

Consumo de energía eléctrica para Monteverde						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Registro mensual	21	7	28	75%	25%	100
Aparatos alto rendimiento	21	7	28	75%	25%	100
Políticas de ahorro energético	14	14	28	50%	50%	100
Utiliza energía alternativas	2	26	28	57%	43%	100

Consumo de energía eléctrica en Sarapiquí						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Registro mensual	7	2	9	78%	22%	100%
Aparatos alto rendimiento	8	1	9	89%	11%	100%
Políticas de ahorro energético	5	4	9	56%	44%	100%
Utiliza energía alternativas	4	5	9	44%	56%	100%

Anexo No. 9

Consumo de agua para la RBAP y por unidades de planeamiento

Consumo de agua para la RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Registro mensual	57	20	77	74%	26%	100%
Aparatos alto rendimiento	21	56	77	27%	73%	100%
Políticas de ahorro	43	34	77	56%	44%	100%

Consumo de agua para la Fortuna						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Registro mensual	29	11	40	72%	28%	100%
Aparatos alto rendimiento	6	34	40	15%	85%	100%
Políticas de ahorro	19	21	40	47%	49%	100%

Consumo de agua para Monteverde						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Registro mensual	21	7	28	75%	25%	100%
Aparatos alto rendimiento	10	18	28	36%	64%	100%
Políticas de ahorro	19	9	28	68%	32%	100%

Consumo de agua para Sarapiquí						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Registro mensual	7	2	9	78%	22%	100%
Aparatos alto rendimiento	5	4	9	56%	44%	100%
Políticas de ahorro	5	4	9	56%	44%	100%

Anexo No. 10

Conocimiento sobre el programa “C Neutral” para la RBAP

y para cada una de las unidades de planeamiento.

Conocimiento sobre Cambio Climático y C Neutral para RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Sí	No	Total	Sí	No	Total
Tiene conocimientos sobre el Cambio Climático	44	33	77	57%	43%	100%
Conoce sobre el programa C neutral para la región	9	68	77	12%	88%	100%
Está interesado en capacitarse	67	10	77	87%	13%	100%

Conocimiento sobre Cambio Climático y C Neutral en la Fortuna						
	Absolutos			Relativos		
	Sí	No	total	Sí	No	Total
Tiene conocimientos sobre el Cambio Climático	23	17	40	57%	43%	100%
Conoce sobre el programa C neutral para la región	3	37	40	12%	88%	100%
Está interesado en capacitarse	36	4	40	87%	13%	100%

Conocimiento sobre Cambio Climático y C Neutral en Monteverde						
	Absolutos			Relativos		
	Sí	No	Total	Sí	No	Total
Tiene conocimientos sobre el Cambio Climático	16	12	28	57%	43%	100%
Conoce sobre el programa C neutral para la región	4	24	28	12%	88%	100%
Está interesado en capacitarse	22	6	28	87%	13%	100%

Conocimiento sobre Cambio Climático y C Neutral para Sarapiquí						
	Absolutos			Relativos		
	Sí	No	Total	Sí	No	Total
Tiene conocimientos sobre el Cambio Climático	5	4	9	56%	44%	100%
Conoce sobre el programa C neutral para la región	2	7	9	22%	78%	100%
Está interesado en capacitarse	9	0	9	100%	0%	100%

Anexo No. 11

El manejo de los desechos sólidos en la RBAP y por unidades de planeamiento

Manejo de desechos sólidos en la RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Hay separación de los desechos sólidos	69	8	77	90%	10%	100%
Se envían en el camión de la basura	67	10	77	87%	13%	100%
Los envían a lugares Reciclaje	57	20	77	74%	26%	100%
Quema parte de los desechos	8	69	77	10%	90%	100%
Reutiliza parte de los desechos	49	28	77	64%	36%	100%

Deposición de los desechos sólidos en la Fortuna						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Hay separación de los desechos sólidos	33	7	40	83%	18%	100%
Se envían en el camión de la basura	39	1	40	98%	3%	100%
Los envían a lugares Reciclaje	29	11	40	73%	28%	100%
Quema parte de los desechos	6	34	40	15%	85%	100%
Reutiliza parte de los desechos	20	20	40	50%	50%	100%

Deposición de desechos sólidos en Monteverde						
	Relativos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Hay separación de los desechos sólidos	27	1	28	96%	4%	100%
Se envían en el camión de la basura	17	11	28	61%	39%	100%
Los envían a lugares Reciclaje	20	8	28	71%	29%	100%
Quema parte de los desechos	1	27	28	4%	96%	100%
Reutiliza parte de los desechos	7	21	28	25%	75%	100%

Deposición de desechos sólidos en Sarapiquí						
	Absolutos			Relativos		
	Sí	No	Total	Sí	No	Total
Hay separación de los desechos sólidos	9	0	9	100%	0%	100%
Se envían en el camión de la basura	9	0	9	100%	0%	100%
Los envían a lugares Reciclaje	8	1	9	89%	11%	100%
Quema parte de los desechos	1	8	9	11%	89%	100%
Reutiliza parte de los desechos	8	1	9	89%	11%	100%

Anexo No. 12

Deposición de aguas negras y servidas en la RBAP y por unidades de planeamiento

Deposición de aguas negras y servidas en RBAP								
	RBAP		Fortuna		Monteverde		Sarapiquí	
	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo
Deposición en tanque séptico	61	79%	34	85%	22	79%	5	56%
Deposición en planta de tratamiento	10	13%	4	10%	5	18%	1	11%
Biodigestor	2	3%	0	0%	0	0%	2	22%
N/R	4	5%	2	5%	1	4%		1
Total	77	100%	40	100%	28	100%	9	100%

Anexo No. 13

Limpieza de los tanques sépticos en la RBAP y por unidades de planeamiento.

Limpieza de los tanques sépticos en la RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Utiliza camiones cisterna	55	6	61	90%	10%	100%
Sabe donde depositan esos camiones	8	53	61	13%	87%	100%

Limpieza de los tanques sépticos en la Fortuna						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Utiliza camiones cisterna	31	3	34	91%	9%	100%
Sabe donde depositan esos camiones	5	29	34	15%	85%	100%

Limpieza de tanques sépticos en Monteverde						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Utiliza camiones cisterna	20	2	22	91%	9%	100%
Sabe donde depositan esos camiones	3	19	22	14%	86%	100%

Limpieza de los tanques sépticos en Sarapiquí						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Utiliza camiones cisterna	4	1	5	80%	20%	100%
Sabe donde depositan esos camiones		5	5	0%	100%	100%

Anexo No. 14

Control o manejo de la planta de tratamiento en la RBAP y por unidades de planeamiento.

Mantenimiento de la planta de tratamiento en la RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Valoración del agua de salida	7	3	10	70%	30%	100%
reutilización del agua	5	5	10	50%	50%	100%

Mantenimiento de la planta de tratamiento en la Fortuna						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Valoración del agua de salida	2	2	4	50%	50%	100%
Se reutilización del agua		4	4	0%	100%	100%

Mantenimiento de la planta de tratamiento en Monteverde						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Valoración del agua de salida	4	1	5	80%	20%	100%
Se reutilización del agua	4	1	5	80%	20%	100%

Mantenimiento de la planta de tratamiento en Sarapiquí						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Valoración del agua de salida	1		1	100%	0%	100%
reutilización del agua	1		1	100%	0%	100%

Anexo No. 15

Contribución de las empresas a las áreas protegidas dentro de la RBAP y por unidades de planeamiento.

De que manera contribuye la empresa a las áreas protegidas de la RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Las promueve en su material pop	26	51	77	34%	66%	100%
Tienen afiches en sus locales	15	62	77	19%	81%	100%

Como contribuyen las empresas a las áreas protegidas en Monteverde						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	total	Si	No	Total
Las promueve en su material pop	8	20	28	29%	71%	100%
Tienen afiches en sus locales	8	20	28	29%	71%	100%

Como contribuyen las empresas a las áreas protegidas en la Fortuna						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Las promueve en su material pop	9	31	40	23%	78%	100%
Tienen afiches en sus locales	3	37	40	8%	93%	100%

Como contribuyen las empresas a las áreas protegidas en Sarapiquí						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Las promueve en su material pop	9	0	9	100%	0%	100%
Tienen afiches en sus locales	4	5	9	44%	56%	100%

Anexo No. 16

Contribución al desarrollo de la comunidad en la RBAP y por unidades de planeamiento.

Contribución al desarrollo de la comunidad en la RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Donaciones a Instituciones	63	14	77	82%	18%	100%
Otras	43	34	77	56%	44%	100%

Contribución al desarrollo de la comunidad en Monteverde						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Donaciones a Instituciones	25	3	28	89%	11%	100%
Otras	21	7	28	75%	25%	100%

Contribución al desarrollo de la comunidad en la Fortuna						
	Absolutos			Relativos		

	Si	No	Total	Si	No	Total
Donaciones a Instituciones	34	6	40	85%	15%	100%
Otras	14	26	40	35%	65%	100%

Contribución al desarrollo de la comunidad en Sarapiquí						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Donaciones a Instituciones	4	5	9	44%	56%	100%
Otras	8	1	9	89%	11%	100%

Anexo 17

Interés por la asociatividad entre empresas en la RBAP y por unidades de planeamiento.

Interés por la asociatividad empresarial en la RBAP								
	Absolutos				Relativos			
	Si	No	N/R	Total	Si	No	NR	Total
Pertenece a alguna cámara de turismo	17	59	1	77	22%	77%	1%	100%
Pertenece a alguna organización Local	18	57	2	77	23%	74%	3%	100%
Estaría interesado en formar grupos paternarios	57	18	2	77	74%	23%	3%	100%

Interés por la asociatividad empresarial en Monteverde								
	Absolutos				Relativos			
	Si	No	N/R	Total	Si	No	NR	Total
Pertenece a alguna cámara de turismo	5	23		28	18%	82%	0%	100%
Pertenece a alguna organización Local	5	23		28	18%	82%	0%	100%
Estaría interesado en formar grupos paternarios	20	8		28	71%	29%	0%	100%

Interés por la asociatividad empresarial en la Fortuna								
	Absolutos				Relativos			
	Si	No	N/R	Total	Si	No	NR	Total
Pertenece a alguna cámara de turismo	9	30	1	40	23%	75%	3%	100%
Pertenece a alguna organización Local	17	21	2	40	43%	53%	5%	100%
Estaría interesado en formar grupos paternarios	29	9	2	40	73%	23%	5%	100%

Interés por la asociatividad empresarial en Sarapiquí								
	Absolutos				Relativos			
	Si	No	N/R	Total	Si	No	NR	Total
Pertenece a alguna cámara de turismo	6	3	0	9	67%	33%	0%	100%
Pertenece a alguna organización Local	4	5	0	9	44%	56%	0%	100%
Estaría interesado en formar grupos paternarios	8	1	0	9	89%	11%	0%	100%

Anexo No. 18

Como protege la empresa el patrimonio cultural en la RBAP y por unidades de planeamiento.

Como protege la empresa el patrimonio cultural en la RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Informa al cliente sobre aspectos culturales	62	15	77	81%	19%	100%
Espacios abiertos a la comunidad en su hotel	42	35	77	55%	45%	100%
Agenda con actividades culturales de la zona	12	65	77	16%	84%	100%
Utiliza elementos de arte local para decorar	66	11	77	86%	14%	100%

Como protege la empresa el patrimonio cultural en la Fortuna						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Informa al cliente sobre aspectos culturales	32	8	40	80%	20%	100%
Espacios abiertos a la comunidad en su hotel	17	23	40	43%	58%	100%
Agenda con actividades culturales de la zona	6	34	40	15%	85%	100%
Utiliza elementos de arte local para decorar	32	8	40	80%	20%	100%

Como promueve la empresa el patrimonio cultural en Monteverde						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Informa al cliente sobre aspectos culturales	22	6	28	79%	21%	100%
Espacios abiertos a la comunidad en su hotel	20	8	28	71%	29%	100%
Agenda con actividades culturales de la zona	6	22	28	21%	79%	100%
Utiliza elementos de arte local para decorar	25	3	28	89%	11%	100%

Como promueve la empresa el patrimonio cultural en Sarapiquí						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Informa al cliente sobre aspectos culturales	8	1	9	89%	11%	100%
Espacios abiertos a la comunidad en su hotel	5	4	9	56%	44%	100%
Agenda con actividades culturales de la zona	0	9	9	0%	100%	100%
Utiliza elementos de arte local para decorar	9	0	9	100%	0%	100%

Anexo No. 19

Política de compra de productos de limpieza en la RBAP y por unidades de planeamiento.

Compra de productos de limpieza en la RBAP								
	Absolutos				Relativos			
	Si	No	NR	Total	Si	No	NR	Total
Eligen productos por precio	17	57	3	77	22%	74%	4%	100%
Buscan productos biodegradables	58	16	3	77	75%	21%	4%	100%
Compran productos a granel	33	41	3	77	43%	53%	4%	100%

Compra de productos de limpieza en la Fortuna								
	Absolutos				Relativos			
	Si	No	NR	Total	Si	No	NR	Total
Eligen los productos por precio	10	27	3	40	25%	68%	8%	100%
Buscan productos biodegradables	27	10	3	40	68%	25%	8%	100%
Se hacen compras a granel	16	21	3	40	40%	53%	8%	100%

Compra de productos de limpieza en Monteverde								
	Absolutos				Relativos			
	Si	No	NR	Total	Si	No	NR	Total
Eligen productos por precio	3	25	0	28	11%	89%	0%	100%
Buscan productos biodegradables	25	3	0	28	89%	11%	0%	100%
Se hacen compras a granel	13	15	0	28	46%	54%	0%	100%

Compra de productos de limpieza en Sarapiquí								
	Absolutos				Relativos			
	Si	No	NR	Total	Si	No	NR	Total
Eligen productos por precio	4	5	0	9	44%	56%	0%	100%
Buscan productos biodegradables	6	3	0	9	67%	33%	0%	100%
Se hacen compras a granel	4	5	0	9	44%	56%	0%	100%

Anexo No. 20

Como mide la empresa la satisfacción de sus clientes en la RBAP y por unidades de planeamiento

Como mide la empresa la satisfacción de sus clientes en la RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
A través de encuestas	17	59	76	22%	78%	100%
Usan libro de anotaciones	23	54	77	30%	70%	100%

Como mide la satisfacción del cliente en la Fortuna						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
A través de encuestas	6	34	40	15%	85%	100%
Usan libro de anotaciones	15	25	40	38%	63%	100%

Como mide la empresa la satisfacción de sus clientes en Monteverde						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
A través de encuestas	4	24	28	14%	86%	100%
Usan libro de anotaciones	5	23	28	18%	82%	100%

Como mide la empresa la satisfacción de sus clienes en Sarapiquí						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
A través de encuestas	6	3	9	67%	33%	100%
Usan libro de anotaciones	3	6	9	33%	67%	100%

Anexo No. 21

Como atiende la empresa la calidad del producto turístico en la RBAP y por unidades de planeamiento

Como atiende la empresa la calidad del producto turístico en la RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Capacita empleados	22	55	77	29%	71%	100%
Considera a personal profesional	51	26	77	66%	34%	100%
Están preparados para recibir personas con discapacidad	68	9	77	88%	12%	100%

Como atiende la empresa la calidad del producto turístico en la Fortuna						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Capacita empleados	13	27	40	33%	68%	100%
Considera a personal profesional	28	13	41	68%	32%	100%
Están preparados para recibir personas con discapacidad	37	3	40	93%	8%	100%

Como atiende la empresa la calidad del producto turístico en Monteverde						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Capacita empleados	7	21	28	25%	75%	100%
Considera a personal profesional	17	11	28	61%	39%	100%
Están preparados para recibir personas con discapacidad	23	5	28	82%	18%	100%

Como atiende la empresa la calidad del producto turístico en la Sarapiquí						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Capacita empleados	7	2	9	78%	22%	100%
Considera a personal profesional	3	5	8	38%	63%	100%
Están preparados para recibir personas con discapacidad	8	1	9	89%	11%	100%

Anexo No. 22

Como atienden las empresas la seguridad ciudadana en la RBAP y por unidades de planeamiento.

Como atienden las empresas la seguridad ciudadana en la RBAP						
	Absolutos			Absolutos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Previene a sus clientes sobre la delincuencia en la zona	58	19	77	75%	25%	100%
Participa en actividades comunales sobre seguridad	34	43	77	44%	56%	100%
Tiene guardas de seguridad en su hotel	58	19	77	75%	25%	100%
Programa de contingencia para clientes en caso de robo	29	48	77	38%	62%	100%

Como atienden las empresas la seguridad ciudadana en la Fortuna						
	Absolutos			Absolutos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Previene a sus clientes sobre la delincuencia en la zona	33	7	40	83%	18%	100%
Participa en actividades comunales sobre seguridad	18	22	40	45%	55%	100%
Tiene guardas de seguridad en su hotel	30	10	40	75%	25%	100%
Programa de contingencia para clientes en caso de robo	10	30	40	25%	75%	100%

Como atienden las empresas la seguridad ciudadana en Monteverde						
	Absolutos			Absolutos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Previene a sus clientes sobre la delincuencia en la zona	20	8	28	71%	29%	100%
Participa en actividades comunales sobre seguridad	13	15	28	46%	54%	100%
Tiene guardas de seguridad en su hotel	19	9	28	68%	32%	100%
Programa de contingencia para clientes en caso de robo	14	14	28	50%	50%	100%

Como atienden las empresas la seguridad ciudadana en Sarapiquí						
	Absolutos			Absolutos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Previene a sus clientes sobre la delincuencia en la zona	5	4	9	56%	44%	100%
Participa en actividades comunales sobre seguridad	3	6	9	33%	67%	100%
Tiene guardas de seguridad en su hotel	9	0	9	100%	0%	100%
Programa de contingencia para clientes en caso de robo	5	4	9	56%	44%	100%

Anexo No. 23

Dificultades que tiene la empresa a la hora de aplicar CST

Dificultades al aplicar el CST para RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Tiene personal Capacitado	10	6	16	63%	38%	100%
Hay motivación en el personal	10	6	16	63%	38%	100%
Tiene un comité gestor par CST	6	10	16	38%	63%	100%
Le ocasiona demasiados gastos	4	12	16	25%	75%	100%
Tiene un presupuesto mensual	4	12	16	25%	75%	100%
otras	9	7	16	56%	44%	100%

Anexo No. 24

Información a clientes sobre la aplicación de CST

Información a clientes sobre la aplicación de CST						
Forma de información	Absolutos			Relativos		
	Si	No	total	Si	No	total
Con rótulos dentro de los locales	12	3	15	80%	20%	100%
En los impresos	9	6	15	60%	40%	100%
Participación de los clientes con el CST	13	2	15	87%	13%	100%
Lo promociona entre agencias de viajes	14	1	15	93%	7%	100%

Anexo No. 25

Disponibilidad de personal en las empresas para aplicar CST

en la RBAP y por unidades de planeamiento.

Disponibilidad de personal para implementar CST en la RBAP						
	Absolutos			Relativos		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Otorgando incentivos económicos	1	15	16	6%	94%	100%
Forma parte del trabajo	5	11	16	31%	69%	100%
Necesita personal capacitado	6	10	16	38%	63%	100%
Tiene empleados con exclusividad	5	11	16	31%	69%	100%

Anexo No. 26

Entrevista para administradores de empresas

Comunidad de: _____

Empresa: _____

Entrevista con el señor (a): _____

Puesto: _____

Edad: _____

Fecha: _____

Objetivos:

Determinar el grado de sostenibilidad de las empresas en tres de los principales destinos turísticos de la Reserva de la Biosfera "Agua y Paz"

Generalidades de la empresa

Número de empleados: _____

Número de habitaciones: _____

Su dueño vive en: _____

Categorización por número de estrellas: _____

¿Cuenta la empresa con declaratoria turística? _____

¿Está interesado en obtenerla? _____

Distribución del personal

El Gerente de la compañía proviene de: _____

El Contador de la compañía proviene de: _____

De la zona: _____%

De otras partes del país: _____%

Extranjeros: _____%

Sus principales proveedores son

Locales: _____%

De otras partes del país: _____%

Tiene la empresa una política de sostenibilidad y calidad turística: _____

Escrita: _____

La está aplicando: _____

Gestión de la sostenibilidad ambiental

Tiene la empresa conocimiento sobre las normas de certificación de sostenibilidad: _____, de calidad: _____

Razones por las que no aplica la norma CST	Si	No
1. Conoce sobre ella:		
2. Le interesa:		
3. Es muy costoso:		
4. Sabe que hacer para integrarse al programa:		
5. Es para todos los negocios		
6. Necesita ayuda para implementarla		
7. Le interesa recibir capacitación		
8. Considera que a su negocio le favorece la norma		

Para Establecimientos que ya aplican la norma CST

Aplicación de la norma CST	Si	No
9. Cuando inicio con el programa:		
10. Tiene registros actualizados:		
11. Cuantas tiene ahora:	Num.	
12. Cuantas hojas le otorgaron al inicio:	Núm.	

Dificultades que tiene la empresa en la aplicación de la norma	Si	No
13. Tiene personal capacitado:		
14. Hay motivación en el personal:		
15. Tiene un comité gestor de la norma:		
16. Le ocasiona demasiados gastos		
17. Dispone de un presupuesto mensual		
18. Otras dificultades:		

Beneficios directos en la aplicación de CST	Si	No
19. Se lo están pidiendo agencias de viajes y tour operadoras:		
20. Cree que le ayuda ahorrar en agua, electricidad y otros		

Seguimiento y monitoreo de la norma CST	Si	No
21. Cuantas evaluaciones le ha hecho el ICT después de aplicar la norma:		
22. Le ha sugerido al ICT nuevas evaluaciones:		
23. La compañía evalúa el proceso periódicamente cada _____ años		

De que manera se comunica a los clientes los programas de sostenibilidad	Si	No
24. Rótulos dentro del local:		
25. En los impresos:		
26. Invita a los huéspedes a participar en programas de sostenibilidad dentro de la empresa:		
27. Lo comunica a las agencias de viajes y tour operadores:		

Como logra motivar a los empleados	Si	No
28. Incentivos económicos:		
29. Es parte del trabajo:		
30. Considera necesario tener un profesional para el acompañamiento:		
31. Tiene empleados con exclusividad en actividades de sostenibilidad:		

Consumo de energía eléctrica	Si	No
32. Se registra mensualmente:		
33. Se utilizan aparatos de alto rendimiento:		
34. Hay medidas (políticas) de ahorro energético:		
35. Utiliza energía alternativa:		

Consumo de agua potable	Si	No
36. Se registra mensualmente:		
37. Se utilizan aparatos de alto rendimiento:		
38. Hay medidas (políticas) de ahorro de agua:		

Carbono Neutro	Si	No
39. Tiene conocimiento sobre lo que es el cambio climático		
40. Conoce sobre los programas de carbono neutro		
41. Estaría interesado en capacitarse sobre este tema		

Pla

n de gestión de los desechos sólidos y líquidos

Deposición de los desechos sólidos	Si	No
42. Hay separación de desechos sólidos:		
43. Camión de la basura:		
44. Lugares de reciclaje:		
45. Quema parte de los desechos:		
46. Reutiliza desechos:		

Deposición de las aguas negras y servidas	Si	No
47. Utiliza tanque séptico (pase a la pregunta # 49)		
48. Planta de tratamiento (pase a pregunta # 51)		

Limpieza de los tanques sépticos	Si	No
49. Camiones cisterna:		
50. Sabe donde depositan estos camiones		

Control de la planta de tratamiento	Si	No
51. Se hacen valoraciones del agua de salida:		
52. Se reutiliza esta agua para otras actividades:		

De que manera contribuye la empresa a las áreas protegidas	Si	No
53. Las promueve en su material pop:		
54. Tiene afiches alusivos en sus locales:		

Como contribuye la empresa al desarrollo de la comunidad	Si	No
55. Donaciones directas a instituciones locales, escuelas:		
56. Otras contribuciones		

Interés por la asociatividad empresarial	Si	No
57. Pertenece a la cámara de turismo		
58. Es miembro de alguna organización local		
59. Le interesa formar grupos asociativos		

Como protege la empresa el patrimonio cultural	Si	No
60. Informa a clientes sobre aspectos culturales e históricos de la región:		
61. Tiene un espacio abierto a la comunidad, dentro de sus locales, para que esta promueva sus actividades cívicas: (espacio para afiches y otros)		
62. Tiene una agenda con las actividades culturales y cívicas de la comunidad		
63. Se utilizan elementos de arte local para decorar espacios:		

Política de compra de productos de limpieza	Si	No
64. Eligen los productos por precios		
65. Buscan productos biodegradables		
66. Se hacen compras a granel:		

Cómo mide la empresa la satisfacción de sus clientes	Si	No
67. Encuestas:		
68. Un libro para anotaciones de los clientes:		
69. Otras formas		

Capacidad administrativa de la empresa	Si	No
70. Lleva estadísticas de sus clientes		
71. Tiene un programa de mercadeo		
72. Asiste a ferias de turismo		

Para mejorar la calidad de su producto	Si	No
73. Capacita a sus empleados:		
74. Alguna certificación de calidad:		
75. Considera a su personal profesional:		
76. Están preparados para recibir personas con discapacidad		
77. Cuentan con personal especializado para discapacitados		

En seguridad ciudadana	Si	No	Núm.
78. Previene a sus clientes sobre la delincuencia en la zona			
79. Participa en actividades comunales sobre seguridad			
80. Tiene guardas de seguridad ¿Cuántos?			
81. Tiene un programa de contingencia para clientes en caso de robo			

Consideraciones generales	Si	No

82. Debe el ICT intervenir en la política de precios en hoteles y restaurantes		
83. Debe el ministerio de salud exigir plantas de tratamiento a los hoteles		
84. Seria buena una política la categorización de hoteles y restaurantes por parte del ICT		

Entrevistador: _____

Anexo 27

Encuesta para Municipalidades

Municipalidad de: _____

Entrevista con el señor (a): _____

Puesto: _____

Fecha: _____

Objetivos:

Determinar el grado de implicación de las Municipalidades en metería de sostenibilidad.

Planes regionales y cantónales orientados hacia aspectos de la sostenibilidad	Grado de desarrollo			Si	No
	0 %	50%	100%		
1. El plan regional de desarrollo contempla la sostenibilidad					
2. El plan Cantonal de desarrollo contempla la sostenibilidad					
3. Plan regulador cantonal					
4. Planes reguladores distritales					
5. Plan de ordenamiento territorial					
6. Plantas de tratamiento (distritos)					
7. Sistemas de alcantarillado (distritos)					
8. Relleno sanitario (cantón, distritos)					
9. Programas para separación de desechos					
10. Plantas de reciclaje					

Observaciones:

Plan de Catastro Cantonal	
11. Avance del plan de catastro: Avance %	

Como se maneja el aspecto de la cultura a nivel cantonal	Si	No
12. Existe un presupuesto para aspectos culturales		
13. Se da capacitación a grupos organizados		
14. Se promueve la cultura local en actividades del cantón		

Observaciones:

Relaciones con el sector privado	Si	no
15. Convenios con asociaciones de desarrollo comunal		
16. Convenios con centros educativos		
17. Convenios con el sector empresarial		
18. Apoyo a las pymes		
19. Convenios con Ongs		

Observaciones:

Relaciones con el sector público	Si	no
20. Convenios con instituciones del Gobierno		
21. Convenios con otras municipalidades de la región		

Observaciones:

Desarrollo de infraestructura		
22. Hay un plan de infraestructura estratégica para todo el cantón		

Observaciones:

Proyección hacia la comunidad	si	no
23. Información (Radio, TV. Boletines)		
24. Ventanilla para denunciar actos de corrupción de funcionarios municipales		
25. Formación ciudadana respecto a las leyes municipales		
26. Modernización administrativa empleo de TICs		

27. Sesiones municipales en los distritos		
28. Proyectos específicos hacia grupos específicos del sector productivo		

Observaciones:

Anexo No. 28

Encuesta para Asociaciones de Desarrollo

Asociación de Desarrollo de: _____

Nombre: _____

Entrevista con el señor (a): _____

Puesto: _____

Fecha: _____

Objetivos de la encuesta:

Determinar el grado de implicación de las organizaciones comunales en temas de sostenibilidad.

Programas y políticas de la Asociación de Desarrollo

Plan regulador	
Ejecutándose	
En proyecto	
Avance del proyecto: _____%	

Ordenamiento territorial	
--------------------------	--

Manejo del agua	
1. Acueducto rural	
2. AA	
3. Existen estudios de la disponibilidad del agua para los próximos años	
4. Proyección a cuantos años: _____	

Manejo de la basura a cargo de:	
5. Asociación de desarrollo	
6. Municipalidad	

Deposición de la basura	
7. Relleno Sanitario	
8. Botadero	

Manejo de las aguas residuales	
9. Alcantarillado	
10. Planta de tratamiento	
11. Ninguno	

En caso de no existir planta de tratamiento, mencione: ¿Cuáles ríos y quebradas están
--

siendo afectados por la contaminación de las aguas negras de la comunidad?
1.
2.
3.
4.
5.

Respecto a la contaminación de los ríos	Si	No
12. Proyecto de alcantarillado		
13. Proyecto de planta de tratamiento		
14. Evaluación periódica de la contaminación de ríos y quebradas		
15. Limpieza de los caudales		
16. Recoger basura en los ríos		

Proyectos de desarrollo comunal	Si	No
17. Planes de vivienda		
18. Construcción de aceras		
19. Eliminación de rótulos		
20. Arreglo de calles vecinales		
21. Centros de recreación y deportes		
22. Proyectos de reciclaje de basura		
23. Seguridad ciudadana		

24. Conseguir una certificación en sostenibilidad (bandera ecológica)		
25. Rescate de las culturas locales (apoyo a grupos culturales)		
26. Programas de señalización (rotulación de calles)		
27. Recolección de basura en las calles		

Protección al turista	Si	No
28. Información general		
29. Información sobre medidas de seguridad		
30. Puesto para atender quejas		

Alianza con otras instituciones	Si	No
Municipalidad		
Otras		

Entrevistador: _____

Anexo No. 29

Hoteles con CST en la RBAP

Hotel	Lugar	Hojas
Catarata Eco Lodge	La Fortuna	2
Arenal Springs	La Fortuna	3
La Garza del Platanar	Florencia	3
Paradise Mountain	La Fortuna	3
Tabacon Resort	La Fortuna	3
El Bambú	Sarapiquí	2
La Quinta de Sarapiquí Lodge	Sarapiquí	3
Sarapiquis Centro Neotrópico	Sarapiquí	3
Selva Verde Lodge	Sarapiquí	2
Natural Lodge Caño Negro	Caño Negro	3
Rara Avis	Sarapiquí	3
Belmar	Monteverde	4
EL Establo	Monteverde	3
Heliconia	Monteverde	3
El Sapo Dorado	Monteverde	3
Villa Verde	Monteverde	2

Fuente. G. Valverde