

Análisis del efecto del ámbito social de la certificación de sostenibilidad turística, caso Santa Teresa de Cajón, Pérez Zeledón, CR.

MBA. Erick Roberto Madrigal Villanueva
Universidad Nacional Sede Brunca, Pérez Zeledón, SJO – Costa Rica.
erick.madrigal.villanueva@una.cr

M.Ed. Alexander Gamboa Martínez
Académico Universidad Nacional Sede Brunca, Pérez Zeledón, SJO – Costa Rica.
alexander.gamboa.martinez@una.cr

Lic. Yoselyn Pamela Ugalde Jiménez
Instituto de Desarrollo Rural, Oficina Regional, Pérez Zeledón, SJO – Costa Rica.
yugalde@inder.go.cr

RESUMEN

La Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) es un proceso normativo auspiciado por el Instituto Costarricense de Turismo. Optar por esta norma es una decisión voluntaria, y puede acceder a ella cualquier empresa de turismo. Dentro de sus 4 ámbitos, cuenta con el Ámbito Social, el cual es objeto de análisis en este documento, y su aplicación a un hotel de lujo de primer nivel ubicado en la comunidad de Santa Teresa de Cajón, de Pérez Zeledón, San José, Costa Rica.

Este trabajo de investigación pretende recopilar información sobre el aporte del Ámbito Social del CST, en el caso aplicado al hotel Hacienda Alta Gracia, con la finalidad de interpretar el verdadero aporte de la certificación a la comunidad, contem-

plando elementos sociales, rurales, y de desarrollo sostenible, a través de procesos de consulta de la normativa aplicada en el hotel, y los efectos que esta causó a los habitantes de la comunidad, por medio de recolección de datos, recorridos de trabajo, y acercamiento a los habitantes de la zona, dando como resultado la falta de un involucramiento real de la norma, y el poco interés genuino por colaborar con las necesidades de la comunidad.

Palabras clave: CST, Comunidad Rural, Ámbito Social, Santa Teresa de Cajón, Desarrollo sostenible.

ANALYSIS OF THE EFFECT OF THE SOCIAL SCOPE OF THE CERTIFICATION OF TOURISM SUSTAINABILITY, CASE OF SANTA TERESA DE CAJÓN, PÉREZ ZELEDÓN, CR.

ABSTRACT

The certification of tourism sustainability is a normative process sponsored by the Costa Rican Institute of Tourism. Norm that any tourism company, whether car rental, hotels, travel agencies and / or tour operators, can voluntarily participate in obtaining it. Social Area, which is the object of analysis in this document, and its application to a first-class luxury hotel located in the community of Santa Teresa de Cajón, de Pérez Zeledón, San José, Costa Rica. This research work aims to collect information on the contribution of the Social Field of the CST, in the case applied to the Hacienda AltaGracia hotel, to interpret the true contribution of the certification, to the community, contemplating social, rural, and social elements. sustainable development, through consultation processes of the regulations applied in the hotel, and the effects that this caused to the inhabitants of the community, through data collection, work tours, and approach to the inhabitants of the area, resulting in the lack of a real involvement of the norm, and the little genuine interest in collaborating with the needs of the community.

Keywords: CST, Rural Community, Social Ambient, Santa Teresa de Cajón, Sustainable Development.

INTRODUCCIÓN

Los índices y el agravamiento ecológico y social que existe actualmente en el mundo hacen creer que existen diversas formas de solventar el daño que se ha hecho hasta la fecha, con la creación de organizaciones sin fines de lucro en pro del ambiente, con requisitos y formalidades plenamente administrativas que motivan de alguna manera a la sociedad a cambiar sus hábitos destructivos para con el ambiente. En todas las áreas económicas del mundo existen diversos métodos para compensar el daño que se le hace al ambiente; sin embargo, justamente el término “compensar” es lo que quizá ha llevado al mundo al estado en el que está. Empresas, instituciones, gobiernos y estados se han escudado en la compensación para justificar sus acciones destructivas y sin causa, pero con dólares, otros pueden combatir el problema.

El Turismo Rural Comunitario y el Ecoturismo han sido dos formas muy efectivas en Costa Rica para su desarrollo y proyección en el mundo; en ambos casos, según Honey (en Vasconcelos, Babastre y Redondo, 2011) “este turismo de enfoque naturalista implica un cambio en los hábitos y expectativas de los turistas del mundo”. Por ello, Costa Rica ha apostado a lo largo de su historia en la industria del turismo en la no masificación, sino más bien en la especialización de sus atractivos y la delimitación muy particular del segmento.

Ante esto, surge la pregunta: ¿Cómo se puede constatar que un país como Costa Rica es realmente ecológico y con valores sociales adheridos a su industria? Lo primero que hay que tomar en cuenta, es que el turismo en Costa Rica representa un 8,2% del Producto Interno Bruto, según datos obtenidos del Banco Central de Costa Rica (2016) y que para el 2018 según datos del mismo

ente, el país percibió \$3.823,7 millones solamente en turismo. Esto claramente indica que la industria turística es sumamente importante, y que un desliz en la imagen o una contradicción en su estructura ecológica y ruralista social, desvanecen las oportunidades de crecimiento y de expansión a nuevos segmentos aun mas especializados y con mayores posibilidades de consumo.

A raíz de esos análisis, hace tiempo atrás, y con el apoyo del gobierno, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) creó una certificación o norma llamada Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) la cual es un proceso de certificación voluntario de las empresas turísticas de Costa Rica, como lo son: hoteles, agencias de viajes, tour operadores, destinos de aventura y rentadores de vehículos, aunque en un principio cuando se empezó a implementar prácticamente solo hoteleros se incorporaban a la norma, abriendo paso posteriormente a los demás sectores de la industria turística. La normativa según el Instituto Costarricense de Turismo es:

El estándar CST es una herramienta técnica, cuyo objetivo es fortalecer la actividad turística sostenible en Costa Rica. Es un reconocimiento a la excelente gestión de las empresas y organizaciones que trabajan activamente para mitigar los impactos resultantes de su operación. La certificación potencia el fortalecimiento de la labor social, cultural, ambiental, económica y desarrollo en los destinos turísticos. (ICT, 2019, párr. 1)

La norma tiene la intención de lograr que cada ámbito de acción y que cada empresa, además de ser certificada, tenga conciencia ambiental, siga los lineamientos y los aplique no solamente para fines de la norma, sino como una filosofía de operación para cada establecimiento, evitando así caer en lo que popularmente se denomina "Green Wash".

El objetivo de este trabajo es recopilar información sobre el aporte del Ámbito Social del CST, en el caso aplicado al hotel Hacienda Alta Gracia, con la finalidad de interpretar el verdadero aporte de la certificación a la comunidad rural de Santa Teresa de Cajón, Pérez Zeledón, San José, Costa Rica.

El trabajo está estructurado de la siguiente forma: después de esta introducción, el siguiente apartado busca estudiar los elementos teóricos más relevantes del tema. La tercera sección describe los aspectos metodológicos en el estudio de caso.

Por último, se presentan los resultados y conclusiones más relevantes derivados del análisis del caso y las referencias bibliográficas utilizadas.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La búsqueda de un balance entre el crecimiento, desarrollo económico, la sociedad y el medio ambiente, hace que se creen certificaciones normas y procesos, para controlar de manera conjunta con las empresas, instituciones y los gobiernos, ese crecimiento que, sin control, se convierte en un impacto negativo a la sociedad.

En la actividad turística, entonces: “Promover el turismo responsable en destinos ambiental y socialmente frágiles debe ser una política prioritaria de los gobiernos y organizaciones del sector para resguardar el patrimonio sociocultural y ambiental” (Molina-Murillo, S. A., 2019, p.363).

El turismo es una de las industrias que podrían estar más afectadas por la misma dinámica de la actividad, ya que hay movimiento de masas, el cual podría generar pérdidas culturales irre-

cuperables, pérdidas ambientales y sociales, todo a cambio de un factor económico que al largo plazo no es sostenible. Es por lo anterior, que nuevas formas de hacer turismo se han ido incorporando a la industria turística, tales como el turismo rural, turismo sostenible y turismo ecológico, siendo modelos que:

Promueven aspectos como la reducción de la pobreza, el comercio justo, el trabajo decente, los salarios dignos, el respeto a la cultura e identidad de las comunidades locales, el enfoque de género, la participación y el desarrollo comunitario, la lucha contra problemas ambientales, el control y autogestión de los recursos naturales, así como la educación y sensibilización de los turistas hacia estos aspectos. (Molina-Murillo, S. A. 2019, p. 365.)

Costa Rica es pionero en estos dos modelos turísticos, que intentan brindar una mayor sostenibilidad con el tiempo, al menor impacto posible y garantizados el disfrute de las actividades turísticas. Pero buscando, además, lograr de manera directa o indirecta en la actividad turística, ya que el turismo sostenible, no solamente está ligado a lo natural y/o ambiental, sino que también incorpora lo económico y lo social como pilares fundamentales.

...El desarrollo del turismo rural comunitario está relacionado con el desarrollo del ecoturismo. La dinámica turística ha ido evolucionando desde un planteamiento de aprovechamiento de la riqueza natural -exclusivamente ecoturístico- hacia una visión de carácter social que empezó con la observación y la participación en proyectos agrícolas de cooperativas y que a medida que se ha ido avanzando se ha combinado con otras facetas culturales y sociales. Se puede afirmar, por lo tanto, que es un producto que ha ido evolucionando y transformándose a partir del ecoturismo. Con ello, además, los objetivos y principios

del ecoturismo están más cerca de ser una realidad, ya que potencia el papel de las comunidades locales como gestoras de su propio crecimiento y desarrollo. Se trata, finalmente, de una modalidad turística que implica contacto personalizado, compartir experiencias con los habitantes del medio rural, en el que los valores culturales son un componente esencial. (Andreu, M. N. L. 2008, p. 172)

Es así, como el turismo sostenible, ecológico y rural, se convierten en una posibilidad real para las comunidades más vulnerables para diversificar su economía, fomentar el desarrollo, visibilizar su cultura y empoderar a sus miembros. Y a pesar de ser modelos muy prometedores, es necesario que se asuman compromisos desde la actividad turística, y sus factores generadores, para en su conjunto lograr potenciar estos elementos comunitarios.

Ante esto, surge la necesidad de crear una certificación que permita a los proveedores de servicios turísticos (Ver tabla 1), de manera voluntaria, someterse a ciertos parámetros, que permitan la regulación generalizada de la industria, como lo es el caso del CST. Como lo indica Honey y Rome que especifica que:

Certificación es un procedimiento voluntario que evalúa, monitorea y proporciona garantía escrita en el sentido de que un negocio, producto, proceso, servicio o sistema de gestión se ajusta a requisitos específicos. Otorga un logotipo o etiqueta "mercadeable" a quienes cumplen o sobrepasan los estándares básicos, o sea, aquellos que al menos cumplen con regulaciones nacionales y regionales, y típicamente satisfacen otros estándares declarados o negociados establecidos por el programa. Una certificación de turismo sostenible mide un rango de aspectos de equidad social, cultural y económica tanto a lo interno (dentro de las empresas, servicio o producto) como a lo externo (en la comunidad

circundante y el ambiente físico). (Honey y Rome citado por Amos Bien, 2007, p. 26)

- Certificación de Sostenibilidad Turística:

Se implementa en Costa Rica a finales de los años 90, con la intención de regular las prácticas en la industria turística y asegurar las prácticas sostenibles, que reduzcan el impacto ambiental y que tengan una huella positiva en lo económico y social, tanto en la empresa turística como en su entorno más inmediato.

Actualmente en Costa Rica hay un total de 403 empresas turísticas certificadas con la norma del CST, variando entre 1 y 5 niveles de sostenibilidad, en su mayoría son empresas de hospedaje (Ver tabla 1) que representan cerca de un 10% del total de establecimientos de hospedaje y similares en Costa Rica.

Tabla 1: *Empresas por categoría certificadas con el CST*

Categoría	Tour Operadoras	Gastronómicas	Hospedaje	Parques temáticos	Renta Car
Número de empresas Certificadas	110	10	248	24	11

Fuente: ICT, <https://www.turismo-sostenible.co.cr/directorio>

Se podría decir que la cantidad de empresas certificadas con CST es relevante; sin embargo, la realidad es que la representatividad es muy baja, sobre todo con los establecimientos de hospedaje, mucho más baja en restaurantes, aunque hay que reconocer, que muchos hoteles, al contar con sus propios restaurantes, son parte de la aplicación de la norma.

Sin embargo, para aquellas empresas turísticas, independientemente de su categoría, que voluntariamente quieren obtener la certificación, además de optar por prácticas sostenibles, tienen una serie de beneficios otorgados por el Instituto Costarricense de Turismo (Ver tabla 2) y estos beneficios sirven como un incentivo para que las empresas tengan la posibilidad de comercializar mejor sus productos y servicios.

Tabla 2: *Empresas por categoría certificadas con el CST*

¿Qué beneficios se obtienen con el CST?			
La empresa que obtenga la certificación se verá beneficiada con la estrategia de mercadeo que impulsa el Instituto Costarricense de Turismo, ya que la marca CST está ligada a la campaña que tiene Costa Rica.	Las empresas certificadas gozan con exoneración total o parcial de la cuota de inscripción en Ferias Internacionales.	Puede Utilizar la marca CST en su material promocional que los identifica como sostenibles, obteniendo la posibilidad de contar con un nuevo elemento de diferenciación de su producto.	Sera incluido en el Sitio Web www.turismo-co.cr el cual se encuentra además del español, en inglés y francés.

Fuente: ICT, <https://www.ict.go.cr/es/sostenibilidad/cst/12-ict/informacion-institucional/gestion-turistica/certificaciones-y-responsabilidad-turistica/sostenibilidad-turistica-cst/36-beneficios.html>

La norma CST está dividida en cuatro áreas relevantes: **Ámbito Físico Biológico**, **Ámbito Planta de Servicio**, **Ámbito Cliente Externo**, **Ámbito Socioeconómico**. Todas ellas cuentan con descriptores, y dentro de los descriptores hay preguntas de evaluación, que conforman un total de 155 preguntas aproximadamente.

La empresa que quiera ser certificada se somete a los lineamientos que la norma presenta, su calificación se otorga por niveles de sostenibilidad que van del uno al cinco, los cuales son definidos por escalas de puntaje no acumulativos, es decir, cada ámbito se evalúa por separado y uno no tiene injerencia sobre el otro. Al final, para otorgar el nivel, se toma el ámbito con el puntaje más bajo, es decir, si en tres de los cuatro ámbitos tiene una calificación de cinco niveles, pero en solo uno de ellos tuvo tres niveles, la nota o la certificación final obtenida será por tres niveles.

Ahora bien, cada pregunta de cada descriptor tiene 4 posibles resultados:

- **Sí:** Evidencia de manera sustantiva que cumple con los requerimientos de la pregunta.
- **No:** No demuestra que cumple con los requerimientos de la pregunta o bien no contesto.
- **Sí con observación:** Evidencia de manera parcial que cumple con los requerimientos de la pregunta, sin embargo, puede mejorarla con otros elementos.
- **No con observación:** Hay alguna evidencia, pero no cumple con los requerimientos de la pregunta, ya sea contenido, forma o fondo de esta.

Tabla 3: Categorización del CST según puntaje obtenido.

Niveles	Puntaje obtenido
0	-20
1	20-39
2	40-59
3	60-79
4	80-94.4
5	95

Fuente: Certificación Sostenibilidad turística, 1997.

Tal como lo muestra la tabla anterior, el puntaje sumado por el ámbito peor calificado, será el resultado final de la calificación de los niveles a la empresa que se sometió a la norma.

El ámbito que interesa estudiar para fines de este trabajo es justamente el **Ámbito socioeconómico**, el cual está estructurado de la siguiente manera:

Tabla 4: Indicadores y preguntas del *Ámbito Socioeconómico*, CST.

Descriptor	Preguntas del indicador
Gestión del capital Humano	Compuesto por 13 preguntas.
Beneficios económicos indirectos	Compuesto por 6 preguntas.
Salud	Compuesto por 8 preguntas.
Desarrollo Social y cultural	Compuesto por 14 preguntas.

Fuente: Elaboración propia, 2019.

El ámbito socioeconómico (todos los ámbitos en general) lo que intenta es que la empresa¹ demuestre a través de pruebas o evidencias sustentables y veraces, que cumple con la pregunta del indicador correspondiente, para la cual existen tres opciones de respuesta, Sí, No y No Aplica. En los casos donde se indique “Sí” se debe demostrar con evidencia² que verdaderamente está cumpliendo, y de ser demostrado el cumplimiento se le asigna el puntaje correspondiente.

- Ámbito Socioeconómico:

Tal como se podría interpretar por su título, este ámbito vela por lo social y su impacto económico. “va más allá del entorno inmediato. Tiene relación con los beneficios económicos, la cultura del lugar, aspectos de salud, de generación de empleo o la capacitación de los empleados. En este punto, la gestión empresarial se vuelve más creativa e innovadora” (Vasconcelos, Balbastre y Redondo, 2011, p. 609).

Por lo tanto, la certificación insiste en que cualquier empresa turística, localizada en un espacio geográfico determinado, tenga una incidencia directa y positiva en las comunidades más inmediatas, en generación de empleo (tanto directos como indirectos), en capacitación a sus empleados y valora también cómo los miembros de las comunidades son parte de las mismas, así como el respeto a los indicios culturales, y cómo los turistas pueden aportar, fortalecer y enriquecer el desarrollo de la cultura, en lugar de que su incidencia sea negativa y provoque una aculturación. Así mismo, se aprecia el beneficio económico que tienen las

¹ Se entiende como “Empresa” en este trabajo al Hotel “Hacienda AltaGracia” ubicado en Santa Teresa de Cajón, Pérez Zeledón, Costa Rica.

² Se entiende como “evidencia” a todo aquello que demuestre un real uso y/o respuesta a cierta pregunta, pueden ser fotografías, videos, documentos, listas de asistencia, protocolos, bitácoras, entre otros.

comunidades inmediatas en infraestructura, apoyo de la empresa, y gestión de recursos (Salud, deportivos y legales).

El desarrollo económico local recupera la dimensión territorial del desarrollo sostenible. Se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, ciudad o región para mejorar las condiciones y calidad de vida de su población, mediante una acción decidida y concertada entre los diferentes agentes socioeconómicos locales, públicos y privados. (Navarro, J. R. H., & Benavides, E. T. 2013, p. 137)

No se buscan atractivos ni emprendimientos turísticos aislados, si no más bien, lo que quiere la norma es empoderar a las empresas de hacer parte integral de su gestión a las comunidades más inmediatas, con la intención de que el turismo sea una herramienta de mejoramiento en la economía y desarrollo comunal.

Para el caso específico de Hacienda AltaGracia, se le asignaron 4 niveles de sostenibilidad, siendo el Ámbito más bajo el Socioeconómico, obteniendo un resultado de 80 en puntaje, lo cual lo encasilló en nivel 4.

METODOLOGÍA

Este trabajo de investigación tiene un enfoque de investigación cualitativo, ya que toma elementos como lo son análisis de información a través de documentos, entrevistas a personas, así como un abordaje de las cualidades más particulares que tiene la normativa del CST, respecto al ámbito Socioeconómico.

El trabajo se realizó en dos etapas, la primera instancia fue la recolección de los datos de la norma aplicada en Hacienda Al-

taGracia, tabulando la información que se presentó al Instituto Costarricense de Turismo, propiamente al comité evaluador de la norma, observando las evidencias presentadas por la empresa y los resultados dados a raíz de la evaluación, este análisis se hizo solamente en el Ámbito socioeconómico. Seguidamente, como segunda instancia del trabajo, se realizó un abordaje en la comunidad más inmediata (Santa Teresa de Cajón) y se verificó la información presentada por la empresa como evidencia, y si la misma era veraz o carecía de credibilidad. Además de lo anterior, se hizo un proceso de consulta en la comunidad.

Es importante indicar, que gran parte de lo analizado en esta investigación tiene que ver con el análisis de información recopilada en documentación de la aplicación de la norma y las evidencias presentadas, ante lo anterior, se pretende hacer preguntas generadoras de hipótesis, con la intención que exista un resultado a las dudas planteadas por los investigadores.

1. Recolección de datos:

Esta recolección se realizó tanto en la empresa como en la comunidad, intentando enlazar la veracidad de la información dada por la empresa a la norma.

El análisis de los datos se remonta al proceso de certificación en el hotel, el cual va del 2015 al 2017, periodo en que la norma estaba certificando, posterior al 2017 la certificación estaba dada y se realizaba una revisión, 2 años posterior a ella, sin embargo, el hotel cerró su operación para un cambio de operación y administración a mediados del 2019, por lo tanto, la certificación queda vigente, pero pendiente de re-inspección.

Se realizaron las siguientes preguntas generadoras: ¿Es verdad lo que la empresa da como evidencia? ¿La empresa pretende

de manera genuina realizar un aporte a la comunidad más inmediata? ¿Es la única intención de la empresa obtener el puntaje suficiente para obtener un buen nivel de CST?

Además, se revisaron los resultados del ámbito socioeconómico, y cómo fueron evaluadas cada una de las preguntas, se sacaron del ámbito aquellas preguntas por descriptor que tienen incidencia directa en la comunidad, con las preguntas seleccionadas se realizaron las encuestas a la comunidad, así como las matrices para el análisis de las evidencias aportadas por la empresa.

2. Acercamiento a los miembros de la comunidad:

Este acercamiento se realizó a través de la escuela, iglesia católica y en el Centro de Educación y Nutrición y Centro Infantil de Atención Integral (CEN CINAI). Se seleccionó estos tres espacios sociales, debido a que son donde convergen la mayoría de los miembros de la comunidad.

No se hizo un abordaje formal, sino aplicación de entrevistas más casuales a 30 miembros de la comunidad seleccionados de manera aleatoria. La comunidad tiene 350 habitantes aproximadamente según estadísticas y estimaciones del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

En este apartado, se utilizó un muestreo no probabilístico, sin embargo, se delimitaron ciertos elementos para la selección de la muestra:

1-De las 350 personas que el INEC indica como habitantes de Santa Teresa de Cajón, se restaron las 10 personas que trabajan para el hotel.

2-Se analizaron las 10 personas que son de la comunidad y laboran para el hotel, para determinar si todos son de familias separadas o si bien componen entre ellas un núcleo familiar, dando

como resultado que todas las 10 personas eran miembros de familias diferentes. Según el Centro Centroamericano de Población, las familias costarricenses están compuestas en promedio entre 4 y 5 miembros, por lo que esto significaría un total de aproximado de 40 a 50 personas que tienen una relación directa con el hotel.

Sacar del total de la población de estudio a los 10 colaboradores de la empresa y sus familiares tuvo el propósito de que la relación directa del empleados no influyera en las respuestas ante las preguntas realizadas.

Por lo tanto, se definió como población 300 personas, y una muestra de 30 personas, bajo un modelo no probabilístico, de conveniencia.

3. Trabajo directo:

En este aspecto, se realizó una visualización de los aportes que realizó la empresa, previo o posterior a la aplicación de la norma, o bien todos aquellos aportes que realizó la empresa a la comunidad, que no necesariamente estaban o iban a ser evaluados en la norma del CST. Esto se realizó a través de un recorrido por la comunidad y las mismas conversaciones o encuestas aplicadas a los pobladores, tal como se mencionó en el apartado anterior.

4. La normativa:

Se realizó un análisis a la normativa como tal, no su aplicación a la empresa, si no más bien como normativa que se aplica a todos los hoteles, y se analizó si la norma toma en cuenta ciertos parámetros o bien si desestima ciertos indicadores.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la aplicación de la norma en Hacienda AltaGracia se analizó cada descriptor de manera individual, se analizaron las preguntas y lo evidenciado por la empresa, con la finalidad de obtener la totalidad del puntaje de cada pregunta.

1) Gestión del Capital Humano:

Este descriptor está conformado por 13 preguntas, las cuales intentan hacer un abordaje y un reconocimiento del personal contratado por la empresa, capacitaciones, de dónde viene el capital humano que la empresa está contratando, y cómo se involucra la comunidad en este proceso.

La norma con este descriptor pretende motivar a la empresa en que los recursos económicos adquiridos a través de salarios sean recursos que se queden en la comunidad, y logren así mejorar la calidad de vida económica de las familias aledañas a la empresa, así como establecer políticas de contratación que vayan en pro de la legalidad, equidad e igualdad de género, orientación sexual, edad y lugar de procedencia.

De las 13 preguntas planteadas en el descriptor interesa estudiar las preguntas 2, 3, 8 y 9, las cuales son:

Pregunta 2- La empresa utiliza personas de la localidad o comunidades aledañas para cubrir más del 60 de las contrataciones de capital humano.

Evidencias presentadas por la empresa: Reportes de la Caja Costarricense del seguro social, reporte de planilla de los 125 empleados, lista de los 125 empleados por lugar de procedencia.

Pregunta 3- La empresa aprovecha los cursos de capacitación que da a su personal, brindando la oportunidad a los pobladores

de ser partícipes de esta capacitación con la intención de formar colaboradores en potencia de la empresa o que contribuya a su desarrollo profesional o mejoramiento en calidad de vida.

Evidencias presentadas por la empresa: Una fotografía de un curso de seguridad comunal.

Pregunta 8- Se consulta la percepción de la comunidad con relación a los impactos que genera la empresa mediante la aplicación periódica de encuestas al menos cada 6 meses.

Evidencias presentadas por la empresa: Un Excel y dos encuestas aplicadas a la comunidad de Santa Teresa, mostrando resultados muy positivos.

Pregunta 9- Existe un procedimiento para dar un adecuado manejo de solicitudes, quejas o recomendaciones por parte de la comunidad.

Evidencias presentadas por la empresa: Un documento con un procedimiento.

Estas preguntas de la norma tienen incidencia directa en la comunidad, de ahí el énfasis en el análisis de estas, más adelante, se hace la comparativa entre la evidencia dada por el hotel y los resultados arrojados de las consultas realizadas a la comunidad sobre estos temas.

La tabla a continuación ofrece un resumen de los resultados dados por los evaluadores del ICT a las evidencias entregadas por la empresa; con esto se puede tener como referencia no solo lo que se presentó como evidencia al cumplimiento de cada pregunta, sino además, cuál fue la evaluación del Instituto Costarricense de Turismo y el CST.

Tabla 5: Resultados del descriptor Gestión Capital Humano

# de pregunta	SÍ	SÍ con observación	NO con observación	NO
1		X		
2*	X			
3*			X	
4	X			
5	X			
6		X		
7-8*-9*-10-11	X			
12		X		
13		X		

Fuente: : Elaboración propia (*Preguntas analizadas en esta investigación)

2) Beneficios Económicos:

En este descriptor, la norma busca que la empresa demuestre si existen beneficios económicos indirectos que generan a raíz de su operación propia, o si bien la comunidad es tomada en cuenta de manera primaria, para que se favorezca de las posibilidades económicas que la empresa puede generar a su entorno más inmediato.

Tabla 6: Resultados del descriptor Beneficios Económicos

# de pregunta	SÍ	SÍ con observación	NO con observación	NO
1, 2, 3, 4	X			
5			X	
6				X

Fuente: Elaboración propia

Las preguntas que generan un análisis directo con la comunidad y que son parte de las variables definidas de investigación para reconocer el real efecto de la aplicación de la norma en la empresa a la comunidad son:

Pregunta 4- La empresa incorpora en su producto final los servicios complementarios de las comunidades.

Evidencias presentadas por la empresa: lista de proveedores, guía de aventuras para huéspedes.

Pregunta 5- La empresa ha tomado un barrio o comunidad para poder potenciarla en los criterios de sostenibilidad.

Evidencias presentadas por la empresa: Documentos escaneados de ambos de aportes a la Iglesia católica, escuela y muros en la comunidad de Santa Teresa, todos anteriores al año de apertura y operación del hotel.

Pregunta 6- Se desarrollan investigaciones específicas para poder identificar necesidades y planes de acción en la comunidad que se ha adoptado para potenciar los criterios de sostenibilidad.

Evidencias presentadas por la empresa: No se presentaron evidencias.

3) Salud

Del total de 8 preguntas que aborda la normativa del CST para este descriptor del Ámbito Socioeconómico, solo dos de ellas tuvieron como resultado, según las evidencias entregadas por la empresa, como un Sí (Pregunta 4 y 8).

En el restante grupo de preguntas, las evidencias presentadas por la empresa no fueron suficientemente validadas o bien no convencieron a los evaluadores de la norma en la validez de estas.

La pregunta de este indicador que podría tener algún efecto de análisis para los fines y propósitos de esta investigación es la pregunta número 2 "La empresa participa como facilitador en al

menos tres programas preventivos del Sector Salud que involucra a la comunidad.” Por lo que se puede decir que, desde el punto de vista de salud, la empresa no aporta nada a la comunidad.

4) Desarrollo Social

Este descriptor tiene la total intención de que la empresa contribuya en el desarrollo social de la comunidad más inmediata y que su impacto sea totalmente positivo y directo, mejorando la calidad de vida de su entorno, buscando que la empresa sea partícipe de donaciones, trabajo, promoción y contribuciones con elementos directos de la comunidad, como lo son el rescate cultural, deportivo, festivo, cuantificación de impacto sociocultural, entre otras.

Los resultados son interesantes, ya que, según la evaluación de la norma, el hotel obtiene una puntuación muy positiva:

Tabla 7: Resultados del descriptor Desarrollo Social

SÍ	SÍ con observación	NO con observación	NO
5- 6-7-8-9-10-11-12-14	2-3-13	4	1

Fuente: : Elaboración propia

En términos generales, en este descriptor, las evidencias presentadas eran documentos, fotografías, cartas y procedimientos que daban respuesta a las preguntas de la normativa.

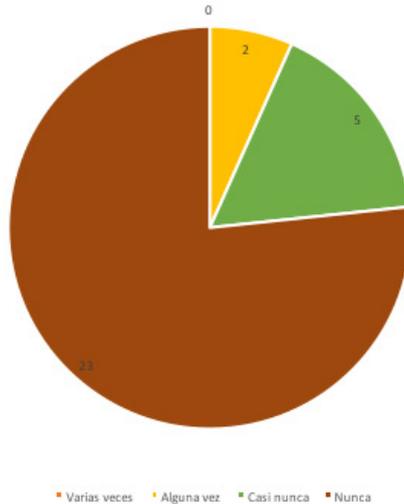
Analizado lo anterior se formularon 5 preguntas para entrevistas informales en los tres puntos de recolección de datos definidos para la muestra seleccionada, estas preguntas fueron creadas

con la finalidad de conocer si las evidencias presentadas por la empresa eran veraces o carecían de fundamento y las 5 preguntas conglomeran la mayor parte de las preguntas con evidencia antes seleccionadas.

Los resultados obtenidos, una vez aplicadas las encuestas son: Ante la pregunta; ¿Alguna vez del 2015 al 2017 se le invitó a la comunidad a una capacitación, chara, convivio, curso o taller?

Gráfica 1

¿Alguna vez del 2015 al 2017 se le invitó al a comunidad a una capacitación, charla, convivio, curso o taller?



Fuente: :Elaboración propia

Este resultado, concuerda con la evidencia presentada por la empresa, ya que se presentó solo una fotografía de un solo curso, por lo que es posible que las personas no recordaran esa invitación, no fueron directamente invitados, o bien, se invitó a pobladores que no eran de la comunidad de Santa Teresa.

Así mismo, se le consultó a los 30 encuestados si ¿El hotel realiza encuestas en la comunidad para conocer si ustedes tienen alguna queja, comentario o bien agradecimiento? Respondiendo 3 de ellos que Sí en alguna oportunidad algo les habían consultado y 27 de ellos que nunca habían consultado ni preguntado nada y que más que todo eran conversaciones con algunos colaboradores, pero nada formal.

También se consultó si el hotel ofrece tours, visitas, u otras actividades que se desarrollan con miembros de la comunidad, invita a sus huéspedes a actividades, turnos, fiestas que organiza la comunidad, un 90% de ellos respondió que sabían de alguna iniciativa que el hotel buscaba, pero nunca en la comunidad de Santa Teresa, si no más bien en otras comunidades como Cedral, Santa Marta y Quizarrá, que son comunidades cercanas al hotel.

En uno de los casos, ante la pregunta anterior, se indicó que una vez estaban haciendo un tour a una señora que hacía pan, pero que ella al final no quiso.

También, en varios de los casos encuestados, se aseguró que veían muchos carros del hotel entrar y salir con gente, andar en bicicleta y a caballo por los alrededores de la comunidad.

Lo anterior también concuerda con las evidencias presentadas por la empresa, ya que, en su oferta de tours, en ningún caso hablan o presentan algo directamente relacionado con la comunidad de Santa Teresa de Cajón, como sí ofrecen con otras que están medianamente cerca del hotel.

En lo que respecta a las últimas dos preguntas de la encuesta:

- ¿Siente que el hotel le ha ayudado y participa con la comunidad?
- ¿Cuál es su percepción del aporte que trajo el hotel a la comunidad de Santa Teresa de Cajón en todas las áreas?

Las respuestas fueron un tanto inquietantes, en la primera pregunta casi un 60% de los encuestados afirmó que “Si no viéramos que el hotel está ahí (por su infraestructura) no sabríamos que está.”

Casi todos los encuestados indicaron que tenían una expectativa diferente, ya que al principio, mientras el hotel se construía, arreglaron las calles, se hizo la escuela nueva, remodeló casi por completo la iglesia y financió de manera privada algunas obras de los miembros de la comunidad, por lo que pensaron que siempre sería así; pero una vez que el hotel entró en operación, el apoyo dejó de existir, salvo algunas iniciativas sobre todo en festividades con la escuela y un par de voluntariado en el CEN CINAI.

Comparando las evidencias entregadas por el hotel a la norma del CST, efectivamente hay evidencia de que el hotel construyó la escuela, la iglesia, muros, calles e inclusive llevó a cabo una reforestación, pero no presentan nuevos aportes después del 2015 a la comunidad de Santa Teresa, aunque sí presentan donaciones, ayudas económicas, compromisos, intercambios y otras formas de colaboraciones, pero a otras comunidades.

Además, se analizó la lista de la planilla de empleados, y de 125 colaboradores de la empresa de manera directa, solamente 10 personas eran trabajadores que vivían en Santa Teresa, todos en trabajos de línea operativa. Sin embargo, los restantes 115 colaboradores, eran de comunidades colindantes o de otras aldeñas no tan cercanas.

Por último, los encuestados mencionaron que el aporte que el hotel trajo a la comunidad en un principio fue muy bueno, se sentía que eran parte del progreso y desarrollo comunal, pero con el paso de tiempo eso se fue perdiendo.

Así mismo, el presidente de la Asociación de Desarrollo indicó que, aunque el enlace no es muy bueno o casi nulo, entienden que la empresa vela por sus propios intereses, y que, aun así, de alguna manera, ellos han desaprovechado la oportunidad de hacer cosas con el objetivo de captar a esos turistas que llegan al hotel, pero que, al mismo tiempo, era difícil ya que muchos huéspedes llegaban vía aérea en la pista de aterrizaje propia que tiene el hotel dentro de la propiedad.

Analizando el formulario para la certificación de sostenibilidad turística, uno de los elementos que más llaman la atención, es que la certificación en ninguno de sus niveles delimita, indica o define de manera concisa cuál es su entorno más inmediato; sino que invita a través de sus descriptores a que la empresa delimite a su gusto las comunidades más inmediatas, inclusive, según el caso, la empresa podría delimitar por comunidades, distritos, cantones o regiones del país, dependiendo de la capacidad que tengan para responder la pregunta de cada descriptor, lo que no obliga necesariamente a la empresa a comprometerse de manera férrea con la comunidad más inmediata, para efectos de Hacienda AltaGracia, la comunidad de Santa Teresa de Cajón, donde se ubica exactamente.

CONCLUSIONES

Principales hallazgos:

1. La empresa no reconoce a Santa Teresa de Cajón como su comunidad inmediata, a pesar de que el hotel se encuentra inmerso en esta.
2. La norma del CST posee vacíos que impiden tener mayor claridad tanto para el evaluador como para la empresa

- misma, ya que no delimita de manera puntual, por ejemplo, qué se entiende por comunidad inmediata.
3. Ante los vacíos de interpretación que la norma tiene, la empresa puede evidenciar en cada indicador según sus conclusiones e interpretaciones, apegados a sus propios intereses, como lo es obtener la norma.
 4. El beneficio real que tiene el hotel para con Santa Teresa de Cajón está limitado en el aspecto económico a solamente 10 familias, que representan poco menos del 15% del total de la comunidad.
 5. A pesar de que se evidencia que el aporte de la empresa a la comunidad de Santa Teresa es mínimo, no existe un disgusto, separación o ruptura entre las partes involucradas, sino que tanto la comunidad como el hotel, logran convivir.

Con respecto a lo anterior, Molina-Murillo (2019) afirma que:

La generación de capital económico como empleo, ingresos, infraestructura comunitaria, así como de capital social en la forma de aprendizaje de un segundo idioma, fortalecimiento de la conciencia ambiental y desarrollo de liderazgo en mujeres, son todos indicadores de que... el CST logra su objetivo de impulsar la sostenibilidad. Aunque no se cuenta con la información para asegurarlo (p. 368).

Lo que refuerza el hecho de que la Certificación de Sostenibilidad Turística es una herramienta fundamental para lograr que el turismo de Costra Rica se haga de manera responsable en todos los ámbitos de acción, y todas aquellas empresas que se someten a la certificación lo hagan de forma voluntaria. Sin embargo, en el proceso de certificación se pueden obviar muchos elementos a raíz de la amplitud permitida en cuanto a la respuesta, por lo que la intención de cada descriptor puede ser sesgado ante la falta

de parámetros más concretos de evaluación, ya que aquellos que son los evaluadores incurren en cierto grado de subjetividad quizá no intencionalmente, pero sí autodirigidos por una norma que en algunos casos es ambigua para quien se somete.

Ante lo anterior, es posible decir que la empresa que se somete al proceso de certificación, no le interesa quizá tanto su comunidad de acción, sino que busca las opciones más inmediatas que tengan, y así poder evidenciar su trabajo con aquellas comunidades que si les resulta rentable apoyar, y a pesar de que pueden no ser las más inmediatas, ante la ambigüedad de la norma, son consideradas como tal.

No existe un involucramiento real de la norma con respecto a las necesidades de la comunidad, ya que los evaluadores nunca revisan o hacen un control cruzado de las evidencias que presentan las empresas; por el contrario, lo único que hacen es creer ciegamente en las evidencias que presenta la empresa, sin darse a la tarea de verificar si la información es verídica, de ahí los resultados tan contrastantes entre las evidencias presentadas con la percepción de las personas miembros de la comunidad.

Para tener un real conocimiento del aporte de la normativa a las comunidades se debería:

1. Delimitar el rango de acción de la empresa, catalogando entorno o comunidad inmediata (claramente, sin excluir otras).
2. Realizar un control cruzado por parte de los evaluadores de la evidencia junto con el entorno inmediato (esta práctica sí se hace al interior del hotel en otros ámbitos).
3. Tomar en cuenta un rango más amplio en cuanto al tiempo de acción valorado por la norma, ya que la misma evalúa solamente dos años de antigüedad de las evidencias,

desestimando aportes sumamente importantes, en este caso como la construcción de una escuela, una iglesia, mejoramiento vial, entre otros, los cuales fueron desestimados por su antigüedad.

Se puede decir que quien se somete a la norma, no evidencia un interés genuino por colaborar con las necesidades de la comunidad, y únicamente busca completar un puntaje mínimo para la obtención de la certificación, esto se puede asegurar gracias a la percepción de la comunidad para con la empresa, y además con las contrariedades que existen entre las evidencias presentadas por la empresa y la realidad encontrada en la comunidad, que no son del todo negativas, pero que sí dan a entender un interés de obtener un puntaje rápido a un aporte concreto, añadido a los ya dados.

La norma pretende hacer un control pasivo de la actividad turística del país, eso impulsa al que se somete a la norma, a que se encapsule y solo cumpla con requisitos mínimos, sin generar un interés real de esforzarse por obtener una mejor calificación.

Aunque la norma debe delimitar sus rangos de acción, también debe ser flexible para lograr darle mayores posibilidades a las empresas en cuanto a su actuar, un ejemplo de ello es que la norma puede delimitar qué se entienda como comunidad inmediata a la comunidad donde se localice el hotel, y a raíz de eso el hotel puede plantear la realización de reuniones e intentar ayudar, pero si no hay respuesta de la comunidad, la iniciativa, en la norma actual, se desestima y no es valorada, ese esfuerzo o interés es el que debería ser tomado en cuenta, pero no es así, ya que la misma norma pide que debe existir respuesta y evidencia de cada pregunta del descriptor tal y como se cuestiona, cerrando las posibilidades.

La norma no estudia la percepción social de un hotel de lujo en una comunidad rural y un posible rechazo puede crear resistencia a la colaboración de un proyecto de esta magnitud.

REFERENCIAS

- Andreu, M. N. L. (2008, July). Organización y características del turismo rural comunitario en Costa Rica/Structure and characteristics of community-based rural tourism in Costa Rica. In *Anales de geografía de la Universidad Complutense* (Vol. 28, No. 2, p. 167). Universidad Complutense de Madrid.
- Bien, A. (2007). Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo. Inter-American Development Bank.
- Gómez, J. A. C. (2005). La animación sociocultural y el desarrollo comunitario como educación social. *Revista de educación*, 336, 802.
- Instituto Costarricense de Turismo. (2019). Sostenibilidad Turística CST. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/sostenibilidad/cst.html#certificaci%C3%B3n-para-la-sostenibilidad-tur%C3%ADstica>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2011). Costa Rica: Población total por zona y sexo, según provincia, cantón y distrito. Recuperado de <http://inec.cr/documento/censo-2011-poblacion-total-por-zona-y-sexo-segun-provincia-canton-y-distrito>
- Molina-Murillo, S. A. (2019). Certificación turística sostenible y los impactos socioeconómicos percibidos por hoteles en Costa Rica. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 363-372.
- Navarro, J. R. H., & Benavides, E. T. (2013). Estrategias de desarrollo económico local y la gestión del turismo rural comunitario en Costa Rica: Análisis de una experiencia. *Tourism & Management Studies*, 1, 133-144.
- Reboloso, F. S. M., & Salcedo, M. P. (2007). Turismo, sustentabilidad y certificación: un reto global. *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle*, 7(27), 77-91.

Vásquez, K. L. V., Balbastre-Benavent, F., & Redondo-Cano, A. M. (2011). La certificación de sostenibilidad turística (CST): facilita la certificación ISO 9000: El caso del HPL. *Revista de Ciencias Económicas*

