



Entorno Físico Biológico

1. Políticas y programas de la empresa

1.1 La empresa ha establecido en su operación políticas de sostenibilidad.

Ponderación: 2 () Sí () No

1.2 La empresa ha confeccionado un documento para divulgar y hacer de conocimiento general los alcances de las políticas de sostenibilidad.

Ponderación: 2 () Sí () No

1.3 La empresa da prioridad a los proveedores de servicio de aquellas empresas que claramente practican un desarrollo sostenible.

Ponderación: 3 () Sí () No

1.4 La empresa cuenta con una persona responsable para dar seguimiento a los programas de sostenibilidad turística.

Ponderación: 1 () Sí () No

2. Prevención de impactos

2.1 La empresa ha identificado en sus circuitos turísticos la forma como afecta el medio ambiente.

Ponderación: 1 () Sí () No

2.2 La empresa tiene un programa para reducir sus impactos ambientales a través de planes correctivos específicos y monitorea los resultados.

Ponderación: 1 () Sí () No

2.3 La empresa, en los requisitos de calidad que solicita a sus proveedores, incluye aspectos ambientales como criterios por evaluar.

Ponderación: 3 () Sí () No

2.4 La empresa desarrolla mecanismos para cumplir con la legislación aplicable, la cual divulga a su personal y proveedores.

Ponderación: 3 () Sí () No

2.5 La empresa tiene su propia normativa ambiental y vela por su cumplimiento.

Ponderación: 3 () Sí () No

3. Protección al medio natural

3.1 La empresa apoya organizaciones regionales o locales, que trabajan activamente sobre la problemática ambiental.



Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST)
Departamento de Programas de Sostenibilidad
Instituto Costarricense de Turismo (ICT)

Ponderación: 2 () Sí () No

3.2 La empresa estimula la colaboración de sus clientes finales para la protección ambiental de las zonas que visita.

Ponderación: 2 () Sí () No

3.3 La empresa, mediante acciones concretas, evita y denuncia la extracción y cautiverio ilegal de animales y plantas silvestres por parte de sus prestadores de servicios y turistas en general.

Ponderación: 2 () Sí () No

3.4 La empresa demuestra su resolución de evitar toda comercialización de especies o productos de flora y fauna vedados por la ley.

Ponderación: 1 () Sí () No

3.5 La empresa, mediante acciones concretas, desestimula la alimentación artificial (directa o indirecta) a los animales silvestres.

Ponderación: 1 () Sí () No

3.6 La empresa cumple con la capacidad de carga establecida en las áreas silvestres protegidas en las que ofrece servicios.

Ponderación: 2 () Sí () No () NA

3.7 La empresa fomenta el establecimiento de la capacidad de carga en las áreas silvestres protegidas y/o arqueológicas.

Ponderación: 2 () Sí () No () NA

4. Emisiones y desechos

4.1 La empresa cuenta con un sistema de tratamiento de aguas residuales y garantiza una disposición adecuada sin alterar el medio ambiente.

Ponderación: 3 () Sí () No

4.2 La empresa asegura la adecuada disposición de los desechos generados en los tours.

Ponderación: 2 () Sí () No

4.3 La empresa denuncia ante las autoridades competentes cualquier fuente de contaminación en las zonas donde opera y en los alrededores de las oficinas y locales.

Ponderación: 2 () Sí () No

4.4 La empresa ha desarrollado las políticas y los mecanismos de control para asegurar que los vehículos terrestres que utiliza (propios o contratados) cumplen con la normativa para emisiones.

Ponderación: 2 () Sí () No



4.5 La empresa ha desarrollado las políticas y los mecanismos de control para asegurar que los vehículos de transporte acuáticos que utiliza cumplen con la normativa dispuesta para tal fin.

Ponderación: 2 () Sí () No

4.6 La empresa ha desarrollado las políticas y los mecanismos de control para asegurar que los vehículos de transporte aéreo que utiliza cumplen con la normativa dispuesta para tal fin.

Ponderación: 2 () Sí () No

4.7 La empresa utiliza innovaciones en su operación que le permite contaminar menos.

Ponderación: 2 () Sí () No

5. Manejo eficiente de los recursos

5.1 La empresa realiza acciones permanentes para ahorrar agua y en ellas participa activamente el personal.

Ponderación: 2 () Sí () No

5.2 La empresa realiza acciones permanentes para ahorrar energía y en ellas participa activamente el personal.

Ponderación: 2 () Sí () No

6. Consumo de productos

6.1 La empresa cuenta con procedimientos escritos y los aplica para asegurar la calidad ambiental y sanitaria de los productos que utiliza.

Ponderación: 2 () Sí () No

6.2 En los servicios gastronómicos que brinda la empresa se fomenta el uso de productos biodegradables y/o reutilizables.

Ponderación: 2 () Sí () No

6.3 Los materiales impresos, incluyendo los de promoción e información, se imprimen en papel reciclado u otras fuentes de celulosa no tradicional y no contaminante.

Ponderación: 3 () Sí () No

6.4 La empresa usa sistemas informáticos o reutiliza papel, lo que permite minimizar su empleo.

Ponderación: 2 () Sí () No () NA



7. Prestación del servicio

7.1 La empresa tiene como política operar grupos pequeños en los tours que realiza en áreas silvestres protegidas.

Ponderación: 2 () Sí () No () NA

8. Gestión ambiental

8.1 La empresa tiene y protege un área de importancia natural o la tiene inscrita en algún programa de mejoramiento ambiental.

Ponderación: 2 () Sí () No

8.2 La empresa contribuye de forma habitual con alguna área natural para su protección o mejoramiento.

Ponderación: 2 () Sí () No

Gestión del Servicio

9. Políticas y programas de la empresa

9.1 La empresa cuenta con manuales de operación del servicio en los que se establecen las políticas de la empresa.

Ponderación: 3 () Sí () No

9.2 La empresa cuenta con manuales de mantenimiento, seguridad y atención de emergencias para las actividades que realiza.

Ponderación: 2 () Sí () No

9.3 La empresa capacita a los guías y choferes para situaciones de emergencias.

Ponderación: 3 () Sí () No

9.4 Como parte de las políticas de la empresa, esta se integra a programas o convenios que luchan contra la explotación sexual de la niñez.

Ponderación: 3 () Sí () No

9.5 La empresa ha incluido dentro de sus políticas la implementación de la Ley 7600 sobre igualdad de oportunidades para personas con discapacidad.

Ponderación: 2 () Sí () No

10. Gestión del recurso humano y capacitación

10.1 Existe un programa de inducción y capacitación para los empleados, de acuerdo con sus funciones.

Ponderación: 2 () Sí () No



Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST)
Departamento de Programas de Sostenibilidad
Instituto Costarricense de Turismo (ICT)

10.2 La empresa ofrece a sus empleados la oportunidad de capacitación (continua) en los temas de calidad de servicio y conservación del medio ambiente.

Ponderación: 3 () Sí () No

10.3 La empresa ofrece a sus empleados información sobre la legislación relacionada con acoso sexual, prostitución infantil y consumo de sustancias ilegales.

Ponderación: 3 () Sí () No

10.4 Dentro de los programas de capacitación se adiestra al personal sobre la cultura de las diferentes nacionalidades que atiende la agencia.

Ponderación: 3 () Sí () No

10.5 Se capacita al personal de la empresa sobre la importancia de respetar la idiosincrasia de las poblaciones en las que se opera.

Ponderación: 3 () Sí () No

10.6 Se capacita al personal en cómo atender personas con discapacidad.

Ponderación: 3 () Sí () No

10.7 La empresa cuenta con mecanismos para evaluar el cumplimiento y calidad de los programas de capacitación.

Ponderación: 2 () Sí () No

10.8 Los empleados conocen las iniciativas y programas de carácter sostenible de la empresa y participan activamente de ellos.

Ponderación: 2 () Sí () No

10.9 Se han diseñado e implementado los mecanismos para incentivar a los empleados a presentar iniciativas que contribuyan al mejoramiento de la sostenibilidad de la empresa.

Ponderación: 2 () Sí () No

10.10 Los empleados de la empresa participan periódicamente en reuniones en las que se discuten aspectos relacionados con la sostenibilidad.

Ponderación: 2 () Sí () No

10.11 La empresa ha diseñado mecanismos para garantizar la calidad y desempeño del personal directa o indirectamente subcontratado.

Ponderación: 2 () Sí () No

11. Consumo de productos

11.1 La empresa ha definido e implementado un mecanismo para garantizar que los proveedores utilizados cumplan con las normas sociales y ambientales establecidas en el “manual de compras”.

Ponderación: 2 () Sí () No () NA



11.2 La empresa no utiliza ni vende productos que tengan contraindicaciones ambientales.

Ponderación: 1 () Sí () No

12. Comunicación y Participación

12.1 Se informa al cliente sobre las acciones de protección al medio ambiente que se desarrollan en la región.

Ponderación: 3 () Sí () No

13. Diseño del producto

13.1 La empresa realiza investigación y diseña estrategias de mercadeo que garanticen la sostenibilidad del producto turístico que ofrece.

Ponderación: 3 () Sí () No

13.2 Para la identificación de destinos alternativos, la empresa toma en cuenta criterios de sostenibilidad para asegurar la selección de los sitios por visitar.

Ponderación: 3 () Sí () No

13.3 Los productos turísticos que se ofrecen al mayorista consideran los criterios de sostenibilidad que la empresa se ha planteado.

Ponderación: 3 () Sí () No

13.4 Cuenta la empresa con criterios (políticas) de operación de los tours para cada una de las modalidades que ofrece (grupales, individuales, incentivos, cruceros y otros).

Ponderación: 1 () Sí () No

14. Prestación del servicio

14.1 La empresa cuenta con políticas de calidad para la selección de los servicios de transporte, terrestre, marítimo, aéreo, de hospedaje, alimentación y entretenimiento.

Ponderación: 1 () Sí () No

14.2 La empresa se asegura de que exista una adecuada relación entre el tamaño del grupo y la guía en los tours que opera.

Ponderación: 3 () Sí () No

14.3 La empresa se asegura de que sus clientes reciban una interpretación adecuada de los atractivos arqueológicos de los sitios que visita.

Ponderación: 2 () Sí () No () NA

14.4 La empresa se asegura de que sus clientes reciban interpretación adecuada de



Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST)
Departamento de Programas de Sostenibilidad
Instituto Costarricense de Turismo (ICT)

los atractivos naturales y culturales de los sitios que visita.

Ponderación: 2 () Sí () No

15. Medición de la respuesta

15.1 La agencia tiene un programa de información dirigido a las empresas que le ofrecen servicios complementarios, sobre su compromiso de cumplimiento del programa CST.

Ponderación: 2 () Sí () No () NA

15.2 La empresa analiza las opiniones de los clientes sobre el CST en un formulario debidamente diseñado para tal efecto.

Ponderación: 2 () Sí () No () NA

15.3 Se comunica oportunamente al ICT y a la Comisión del CST los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes.

Ponderación: 3 () Sí () No () NA

16. Guía Turístico

16.1 La empresa ha diseñado el perfil o perfiles que debe cumplir el guía turístico a contratar y que asegure el cumplimiento de las características del producto ofrecido.

Ponderación: 3 () Sí () No

16.2 La empresa cuenta con manuales de funciones para los guías y choferes que contrata.

Ponderación: 1 () Sí () No

16.3 La empresa aplica un código de ética donde regula el comportamiento para guías y choferes.

Ponderación: 3 () Sí () No

16.4 La empresa se asegura de que los guías cuenten con un conocimiento actualizado de los sitios donde opera.

Ponderación: 2 () Sí () No

16.5 La empresa contrata a guías certificados y capacitados como tales por una entidad acreditadora.

Ponderación: 2 () Sí () No

16.6 La empresa evalúa, al menos trimestralmente, el desempeño de los guías y choferes que laboran en la agencia.

Ponderación: 2 () Sí () No

16.7 La empresa considera las observaciones realizadas por sus clientes.

Ponderación: 2 () Sí () No



Cliente

17. Políticas y programas de la empresa

17.1 La agencia comunica a sus clientes su misión y política de sostenibilidad.

Ponderación: 2 () Sí () No

17.2 La empresa tiene un procedimiento por escrito y comunica a sus clientes que, según la legislación costarricense, el acoso sexual, la prostitución infantil y el consumo de sustancias ilegales son delitos penados por ley.

Ponderación: 3 () Sí () No

17.3 La empresa denuncia ante las autoridades pertinentes cualquier actividad de acoso sexual, prostitución infantil y/o consumo de sustancias ilegales de las que se tenga conocimiento.

Ponderación: 3 () Sí () No

17.4 La empresa es consecuente con su política de sostenibilidad en las ferias nacionales e internacionales en las que participa.

Ponderación: 2 () Sí () No

17.5 La empresa realiza evaluaciones permanentes para medir el grado de satisfacción de los clientes.

Ponderación: 2 () Sí () No

17.6 Implementa las observaciones y recomendaciones que le hacen llegar sus clientes.

Ponderación: 2 () Sí () No

18. Prevención de impactos

18.1 La empresa utiliza equipo de seguridad y primeros auxilios.

Ponderación: 3 () Sí () No

18.2 La empresa se asegura de que el equipo que utilice en sus actividades tiene el mantenimiento adecuado.

Ponderación: 3 () Sí () No () NA

18.3 La empresa cuenta con póliza de seguros de responsabilidad civil y sombrilla (umbrella) para cubrir a los turistas en caso de accidente.

Ponderación: 2 () Sí () No

18.4 La empresa analiza las recomendaciones del riesgo ambiental, emitido y/o brindado por las instituciones responsables para los sitios donde operan los tours.



Ponderación: 3 () Sí () No

18.5 La empresa tiene implementado un plan de emergencias el cual es de conocimiento de todos sus empleados.

Ponderación: 3 () Sí () No

19. Emisiones y desechos

19.1 La empresa informa al cliente sobre los programas y acciones tendientes a minimizar al máximo el nivel de emisiones y la cantidad de desechos generados en los tours.

Ponderación: 3 () Sí () No

19.2 La empresa ofrece las facilidades al cliente, para que disponga, en un lugar adecuado, los desechos generados en el tour.

Ponderación: 1 () Sí () No

20. Comunicación y participación

20.1 La empresa tiene y aplica un programa de información a los clientes sobre su compromiso de cumplimiento del programa CST y sus objetivos.

Ponderación: 3 () Sí () No () NA

20.2 La empresa pone a disposición del programa CST los resultados de los sondeos que realiza.

Ponderación: 2 () Sí () No () NA

20.3 La empresa declara que toda la información contenida en su material promocional es estrictamente veraz, en cuanto a los servicios y atractivos que ofrece.

Ponderación: 2 () Sí () No

20.4 Se informa y orienta a los clientes sobre las actividades que se realizarán en cada uno de los tours.

Ponderación: 1 () Sí () No

20.5 Se orienta a los turistas para que respeten las regulaciones de carácter público que rigen en las áreas silvestres protegidas.

Ponderación: 3 () Sí () No

21. Inducción al cliente

21.1 La empresa brinda información escrita al cliente sobre seguridad y consejos prácticos para su estadía en el país.

Ponderación: 3 () Sí () No



Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST)
Departamento de Programas de Sostenibilidad
Instituto Costarricense de Turismo (ICT)

21.2 La empresa se asegura, o verifica, de que sus guías brinden información técnica a los clientes sobre el desarrollo de las actividades propias del tour.

Ponderación: 1 () Sí () No

22. Gestión ambiental

22.1 En los tours se informa al cliente sobre la política conservacionista del país.

Ponderación: 1 () Sí () No

22.2 Se informa al cliente acerca de las actividades de conservación realizadas por ONG ambientales y empresas privadas en el país.

Ponderación: 3 () Sí () No

Entorno SocioEconómico

23. Políticas y programas de la empresa

23.1 La empresa incorpora en sus programas la participación de las comunidades rurales en los servicios que presta.

Ponderación: 3 () Sí () No

24. Producto final

24.1 La empresa incorpora en su producto final los servicios complementarios de las comunidades.

Ponderación: 2 () Sí () No

24.2 Los tours incluyen actividades que involucran a los pobladores de las zonas donde opera la agencia.

Ponderación: 2 () Sí () No () NA

24.3 La agencia integra en sus tours atractivos de carácter sociocultural.

Ponderación: 2 () Sí () No () NA

24.4 El producto que se vende a los mayoristas destaca las bondades de las comunidades dentro del desarrollo turístico.

Ponderación: 2 () Sí () No

25. Prestación del servicios

25.1 La empresa monitorea el impacto sociocultural que se pueda generar por medio de las actividades que realiza.

Ponderación: 2 () Sí () No

25.2 La empresa aplica acciones correctivas para minimizar los impactos



socioculturales negativos que resulten de su operación.
Ponderación: 2 () Sí () No

26. Beneficios económicos directos.

26.1 La empresa facilita los cursos de capacitación necesarios para que las personas de las zonas donde opera puedan participar efectivamente en la prestación de servicios.

Ponderación: 3 () Sí () No

26.2 En los sitios turísticos en que la empresa cuenta con instalaciones, se contratan personas del ámbito comunal.

Ponderación: 2 () Sí () No () NA

27. Beneficios económicos indirectos

27.1 La empresa apoya o tiene una relación comercial permanente con microempresas locales o regionales.

Ponderación: 2 () Sí () No

27.2 La empresa contribuye con las comunidades donde opera en el desarrollo de actividades deportivas, artísticas, culturales y otras.

Ponderación: 3 () Sí () No

27.3 La empresa aprovecha y promueve el uso de productos elaborados en las localidades donde opera.

Ponderación: 2 () Sí () No

27.4 La empresa ofrece programas que promueven el turismo nacional, en los que se ofrecen facilidades y tarifas reducidas.

Ponderación: 2 () Sí () No

28. Protección del patrimonio cultural

28.1 La empresa colabora con grupos organizados en actividades de fomento, protección y valoración del patrimonio cultural.

Ponderación: 2 () Sí () No

28.2 La empresa tiene como política capacitar a su personal de contacto y clientes para disminuir los impactos negativos sobre las culturas vivas y tradicionales que visita.

Ponderación: 3 () Sí () No

28.3 La empresa demuestra su resolución de evitar y denunciar toda comercialización de piezas de patrimonio arqueológico y cultural.



Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST)
Departamento de Programas de Sostenibilidad
Instituto Costarricense de Turismo (ICT)

Ponderación: 2 () Sí () No

28.4 Los empleados cultivan, respetan y practican los valores y creencias que fortalecen la idiosincrasia costarricense.

Ponderación: 3 () Sí () No