

**UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL**

**SEDE CENTRAL**

LICENCIATURA

GESTIÓN DE EMPRESAS DE HOSPEDAJE Y GASTRONÓMICAS

TEMA

ANÁLISIS DE LA CATEGORÍA DEL TURISMO DE REUNIONES EN LA  
INCLUSIÓN DENTRO DEL ESTÁNDAR DE CERTIFICACIÓN PARA LA  
SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA, DURANTE EL PERÍODO 2020-2021

Trabajo final de graduación como requisito para optar por el grado de LICENCIATURA  
EN GESTIÓN DE EMPRESAS DE HOSPEDAJE Y GASTRONÓMICAS.

ELABORADO POR:

ACOSTA RODRÍGUEZ DANIA MILENA

Céd. 402290308

SOLANO RODRÍGUEZ DIEGO

Céd. 503970617

Alajuela, enero 2021

## **Hoja de aprobación**

Este Trabajo Final de Graduación modalidad tesis fue aprobado por las personas miembros del Tribunal Evaluador de la carrera en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas, de la Universidad Técnica Nacional, como requisito para optar por el grado académico de Licenciatura.

---

MSc. Emilce Rivera Molina

Directora de Carrera

---

MSc. Virgilio Enrique Espinoza Rodríguez

Tutor

---

MSc. Esteban Zamora Vargas

Lector

---

Lic. José Rafael Soto Quirós

Lector

## **Resumen Ejecutivo**

En esta investigación se analizó la categoría del turismo de reuniones por medio del estudio de los factores, elementos y requisitos para la inclusión en el estándar de la Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST) del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), con el propósito de analizar si es necesaria dicha inclusión en el estándar CST.

La metodología de esta investigación se desarrolló bajo estudio descriptivo con matices explicativos, con un enfoque de modalidad mixta (cualitativo y cuantitativo), en la cual se trabajó en siete etapas investigativas.

Este análisis fue aplicado a miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau; se utilizaron dos instrumentos de investigación: un cuestionario tipo censo aplicado a los afiliados que no cuentan con la CST y entrevistas a profundidad a cuatro personas expertas en el sector del turismo de reuniones.

Los resultados evidenciaron que existe una necesidad de inclusión del turismo de reuniones como categoría en el estándar de la Certificación para la Sostenibilidad Turística del ICT, como una forma de estandarizar, profesionalizar y fortalecer el crecimiento de desarrollo sostenible del turismo de reuniones, así como mejorar el posicionamiento de Costa Rica como un destino innovador y transformador del turismo sostenible en la industria turística.

Por lo tanto, se concluyó que, el sector del turismo de reuniones en Costa Rica requiere una certificación que cobije las acciones encaminadas al desarrollo sostenible de las empresas relacionadas con el turismo de reuniones, y abra paso a oportunidades de diferenciación y competitividad de actividades del turismo de reuniones tanto nacional e internacionalmente. Lo anterior, con el fin de que exista sinergia en las actividades turísticas del país, mediante

encadenamientos productivos para la consolidación estratégica público-privado del desarrollo turístico sostenible.

**Palabras claves:** Certificación para la Sostenibilidad Turística, Instituto Costarricense de Turismo, Costa Rica Convention Visitors Bureau, turismo de reuniones, inclusión, desarrollo sostenible.

## **Abstract**

In this research, the category of meeting tourism was analyzed by studying the factors, elements and requirements for inclusion in the standard of Certification for Sustainable Tourism (CST) of the Costa Rican Tourism Institute (ICT), with the purpose to analyze whether such inclusion in the CST standard is necessary.

The methodology of this research was developed under descriptive study with explanatory nuances, with a mixed modality approach (qualitative and quantitative), which was developed in seven research stages. This analysis was applied to members of the Costa Rica Convention Visitors Bureau; two research instruments were used: a census-type questionnaire applied to members who do not have the CST and in-depth interviews with four experts in the meeting tourism sector.

The results showed that there is a need for inclusion of meeting tourism as a category in the ICT Tourism Sustainability Certification standard, as a way to standardize, professionalize and strengthen the growth of sustainable development of meeting tourism, as well as improve the positioning of Costa Rica as an innovative and transformative destination of sustainable tourism in the tourism industry.

Therefore, it is concluded that, the meeting tourism sector in Costa Rica requires a certification that shelters actions aimed at the sustainable development of businesses related to meeting tourism and open up opportunities for differentiation and competitiveness of meeting tourism activities both nationally and internationally. In order to ensure synergy in the country's tourism activities, through productive linkages for strategic public-private consolidation.

**Keywords:** Certification for Tourism Sustainability, Costa Rican Institute of Tourism, Costa Rica Convention Visitors Bureau, meeting tourism, inclusion, sustainable development.

## **Dedicatoria**

A Dios por permitirme realizar este laborioso proceso que concluye con la presentación de esta investigación.

A mi madre Gladys Rodríguez Venegas, un pilar en mi vida, quién nunca me ha dejado solo y siempre me ha brindado su amor, comprensión y ayuda para concluir mis estudios.

A mi abuela Lidia Venegas Rodríguez, por cada uno de sus consejos, oraciones y confianza en mí para alcanzar cada uno de mis sueños.

A mi hermano y hermana por el apoyo brindado en este proceso.

A mi compañera de tesis, Dania Acosta Rodríguez, por la paciencia, compromiso y responsabilidad en cada una de las metas trazadas durante nuestra formación profesional.

A mis amigos y amigas por cada palabra de aliento y comprensión durante mi paso por la Universidad.

Por todo lo anterior, dedico este trabajo final de graduación a cada uno de ellos.

**Diego Solano Rodríguez.**

Dedico y agradezco a Dios por brindarme la oportunidad de crecer profesional y personalmente rodeada por personas muy especiales que me han apoyado y motivado durante este proceso. Especialmente a mi madre María Isabel Rodríguez Rodríguez por ser quien me ha brindado todo el apoyo necesario para salir adelante con mis estudios; a mis hermanas, familiares y amigos por las palabras de motivación.

A mi compañero y amigo Diego Solano Rodríguez, por la dedicación y esfuerzo durante cada una de las etapas vividas en la universidad.

**Dania Acosta Rodríguez.**

## **Agradecimientos**

Agradecemos a la Universidad Técnica Nacional, Sede Central por formarnos como profesionales en el área turística, al personal académico y personal administrativo por cada una de las gestiones destinadas a nuestro trabajo final de graduación.

A la dirección de carrera en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas, Sede Central, en la administración de la MSc. Emilce Rivera Molina y la MSc. Ana Lorena Vargas Loría por la incondicional guía y aportes a nuestro trabajo final de graduación.

Agradecimiento especial a nuestro tutor MSc. Virgilio Enrique Espinoza Rodríguez, por el valioso apoyo, guía y colaboración en cada una de nuestras etapas de investigación, por brindarnos sus conocimientos y gran experiencia en el área turística.

A nuestros lectores Lic. José Rafael Soto Quirós y MSc. Esteban Zamora Vargas, por cada una de las recomendaciones y seguimiento en la consecución exitosa de nuestra investigación.

Agradecimiento a la Ing. Tatiana Orozco Salazar, por la colaboración en las gestiones desarrolladas en el Costa Rica Convention Visitors Bureau, así como a la Junta Directiva del Costa Rica Convention Visitors Bureau y personas afiliadas por el tiempo, comentarios e información brindada.

A nuestro docente de investigación MSc. David Quesada García por el tiempo, atención y dedicación para el desarrollo de nuestro trabajo final de graduación.

A las personas docentes Lic. Douglas Kano Kauffman y la MSc. Seidy Álvarez Bolaños por la orientación en el desarrollo de la investigación.

Nuestra sincera y profunda gratitud a nuestra familia que de una u otra manera nos han apoyado durante todo el desarrollo profesional y personal.

Finalmente, a cada una de las personas tales como: compañeras y compañeros universitarios, amigos y amigas, conocidos y conocidas que aportaron significativamente a este proceso.

A todos y todas, nuestro más humilde y sincero agradecimiento.

<b>Tabla de contenidos</b>	
<b>Hoja de aprobación</b> .....	II
<b>Resumen Ejecutivo</b> .....	III
<b>Abstract</b> .....	V
<b>Dedicatoria</b> .....	VII
<b>Agradecimientos</b> .....	VIII
<b>Tabla de contenidos</b> .....	X
<b>Índice de figuras</b> .....	XIII
<b>Índice de cuadros</b> .....	XIII
<b>Índice de gráficos</b> .....	XIII
<b>Índice de anexos</b> .....	XIV
<b>Abreviaturas</b> .....	XV
<b>Capítulo I: Introducción</b> .....	16
<b>1.1 Introducción</b> .....	17
<b>1.2 Línea de estudio</b> .....	18
<b>Innovación</b> .....	18
<b>Sostenibilidad Turística</b> .....	19
<b>1.3 Justificación</b> .....	26
<b>1.4 Situación actual de conocimiento</b> .....	28
<b>1.4.1 Estudios internacionales sobre turismo de reuniones</b> .....	29
<b>1.4.2 Estudios nacionales sobre CST</b> .....	40
<b>1.4.3 Conclusiones del apartado</b> .....	41
<b>1.5 Planteamiento del problema</b> .....	41
<b>1.5.1 Pregunta problema</b> .....	48
<b>1.5.2 Limitaciones</b> .....	49
<b>1.5.3 Alcances</b> .....	49
<b>1.5.4 Delimitación temporal</b> .....	50
<b>1.6 Objetivos</b> .....	50
<b>1.6.1 Objetivo general</b> .....	50
<b>1.6.2 Objetivos específicos</b> .....	50
<b>1.7 Matriz de congruencia interna</b> .....	51
<b>Capítulo II: Marco Teórico</b> .....	52

2.1 Aproximación al marco teórico .....	53
2.2 Turismo .....	53
2.2.1 Tipos de turismo .....	54
2.2.1.1 Turismo de reuniones .....	55
2.2.1.2 Segmentos del turismo de reuniones .....	56
2.3 Certificación .....	61
2.3.1 Certificación para la Sostenibilidad Turística .....	62
2.3.2 Sostenibilidad .....	63
2.3.3 Desarrollo Sostenible.....	64
2.4 Instituto Costarricense de Turismo (ICT).....	67
2.5 Inclusión .....	68
2.6 Indicadores específicos de evaluación .....	68
2.7 Empresa Turística.....	69
2.7.1 Empresa turística relacionada con turismo de reuniones.....	71
<b>Capítulo III: Marco Metodológico .....</b>	<b>72</b>
3.1 Aproximación al marco metodológico .....	73
3.2 Paradigma .....	73
3.3 Enfoque .....	74
3.4 Tipo de investigación.....	75
3.4.1 Descriptivo.....	75
3.4.2 Explicativo.....	75
3.5 Etapas de la investigación .....	76
3.6 Finalidad .....	77
3.7 Temporalidad .....	77
3.8 Fuentes .....	77
3.9 Población.....	78
3.9.1 Censo.....	80
3.9.2 Sujetos de información .....	80
3.10 Técnicas .....	82
A. Cuestionario .....	82
B. Entrevista a profundidad .....	84
3.11 Validación de instrumentos.....	85
3.12 Matriz de validez y coherencia interna de la investigación.....	86

3.13 Cronograma.....	91
<b>Capítulo IV: Presentación y análisis de resultados.....</b>	<b>92</b>
4.1 Análisis de gráficos del instrumento “cuestionario digital” .....	95
4.2 Análisis de datos del instrumento de “entrevista a profundidad” .....	121
4.2.1 Análisis de objetivo 1.....	121
4.2.2 Análisis de objetivo 2.....	133
4.2.3 Análisis de objetivo 3.....	147
<b>Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>153</b>
5.1 Conclusiones.....	154
5.2 Recomendaciones.....	164
5.3 Limitaciones del trabajo de campo.....	167
Referencias.....	169
Anexos .....	185

## Índice de figuras

Figura 1 .....	21
Figura 2 .....	44
Figura 3 .....	45
Figura 4 .....	46
Figura 5 .....	47
Figura 6 .....	48
Figura 7 .....	66
Figura 8 .....	79
Figura 9 .....	122
Figura 10 .....	134
Figura 11 .....	148

## Índice de cuadros

Cuadro 1 .....	23
Cuadro 2 .....	25
Cuadro 3 .....	81
Cuadro 4 .....	84
Cuadro 5 .....	87
Cuadro 6 .....	93
Cuadro 7 .....	112
Cuadro 8 .....	116
Cuadro 9 .....	120
Cuadro 10 .....	161

## Índice de gráficos

Gráfico 1 .....	95
Gráfico 2 .....	96
Gráfico 3 .....	97
Gráfico 4 .....	98
Gráfico 5 .....	99
Gráfico 6 .....	101
Gráfico 7 .....	102
Gráfico 8 .....	103
Gráfico 9 .....	104

Gráfico 10 .....	106
Gráfico 11 .....	107
Gráfico 12 .....	108
Gráfico 13 .....	110
Gráfico 14 .....	111
Gráfico 15 .....	115
Gráfico 16 .....	119

### **Índice de anexos**

Anexo 1. Matriz de congruencia interna.....	185
Anexo 2. Carta aceptación de la persona tutora.....	186
Anexo 3. Carta aceptación de la persona lectora interna.....	187
Anexo 4. Carta aceptación de la persona lectora externa .....	188
Anexo 5. Carta inicio de investigación Costa Rica Convention Visitors Bureau.....	189
Anexo 6. Consentimiento informado.....	192
Anexo 7. Cuestionario (digital) .....	194
Anexo 8. Guía de entrevista a profundidad .....	201
Anexo 9. Formato de matriz general de análisis de datos .....	205
Anexo 10. Formato de matriz específica de análisis de datos .....	206
Anexo 11. Carta validación de instrumentos .....	207
Anexo 12. Carta validación de instrumentos .....	208
Anexo 13. Cronograma.....	209
Anexo 14. Carta de la persona filóloga.....	210
Anexo 15. Declaración jurada .....	211
Anexo 16. Carta de autorización para uso y manejo de los trabajos finales de graduación .....	211
Anexo 17. Acta de aprobación de Trabajo Final de Graduación.....	214

## **Abreviaturas**

- APROCOM: Asociación de Profesionales y Empresarios, Organizadores de Congresos, Ferias y Eventos de Costa Rica
- CCCR: Centro de Convenciones de Costa Rica
- CRCVB: Costa Rica Convention Visitors Bureau
- CST: Certificación para la Sostenibilidad Turística
- DCRST: Departamento de Certificaciones y Responsabilidad Social Turística
- DMC: Destination Management Company (siglas en inglés)
- GBCCR: Green Building Council Costa Rica (Consejo de Construcción Verde de Costa Rica) (siglas en inglés)
- ICCA: International Congress and Convention Association (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones) (siglas en inglés)
- ICT: Instituto Costarricense de Turismo
- LATAM: Latinoamérica
- LGEHG: Licenciatura Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas
- MICE: Meetings (reuniones), Incentives (incentivos), Conventions (convenciones), Exhibitions (exhibiciones) (siglas en inglés)
- OMT: Organización Mundial de Turismo
- OPC: Organizador Profesional de Congresos
- PNDT: Plan Nacional de Desarrollo Turístico

## **Capítulo I: Introducción**

## 1.1 Introducción

La presente tesis se centra en el análisis de la inclusión de la categoría del Turismo de Reuniones (La Organización Mundial del Turismo, OMT, utiliza por ejemplo el término “la industria de Reuniones” al referirse al sector, p. 43) en el estándar de Certificación para la Sostenibilidad Turística, dirigido al Departamento de Certificaciones y Responsabilidad Social Turística del Instituto Costarricense de Turismo de Costa Rica (ICT).

El tema de la inclusión de esta categoría dentro de la CST pretende analizar la relevancia de este tipo de turismo en Costa Rica, y cómo el turismo de reuniones ha evolucionado en el país y el mundo. La competitividad de esta industria genera miles de dólares, esto sustentado por la directora ejecutiva del Costa Rica Convention Visitors Bureau (CRCVB), quien menciona que de acuerdo con el conocimiento actual “el impacto indirecto es de \$50.000.000 y en impacto directo es de \$35.000.000”. (T. Orozco, comunicación personal, diciembre, 03, 2019).

Entiéndase como bureau de convenciones, de acuerdo con Jiménez y Sánchez (2005):

En particular, el eje de este trabajo gira en torno a la iniciativa de las Oficinas de Congresos y Viajes de Incentivos, comúnmente llamadas Convention Bureau, como entidades de promoción y fomento del turismo de negocios de diversos ámbitos geográficos, que aglutinan a empresas vinculadas a esta modalidad de turismo (hoteles, empresas de catering, restaurantes, agencias de viajes, autocares, etc.) (p. 56).

Estos datos tienen una estrecha relación con aspectos que puedan surgir para diferenciarse dentro del mercado, por lo que las personas empresarias y clientes de este tipo de turismo buscan y seleccionan sus opciones turísticas basadas en detalles como las certificaciones relacionadas con sostenibilidad, un tema que brinda un valor a cualquier tipo de actividad.

El documento está conformado por 5 capítulos, el primero presenta la introducción la cual contiene la descripción de la tesis, las líneas de estudio relacionadas, la justificación, la situación actual del conocimiento, el problema, los objetivos y la matriz de congruencia, y aspectos que hacen introducción al tema en estudio. El segundo capítulo hace referencia al marco teórico, el cual sustenta los conceptos básicos relacionados con la investigación según otros autores. El tercer capítulo desarrolla el marco metodológico en el cual se define el paradigma, el enfoque, las estrategias y las etapas necesarias para el desarrollo de esta investigación. El capítulo cuarto presenta el análisis de los resultados obtenidos con la aplicación de los instrumentos. Por último, el quinto capítulo presenta las conclusiones y las recomendaciones de la investigación desarrollada que se plantean con respecto a la investigación.

## **1.2 Línea de estudio**

De acuerdo con las líneas de investigación de la Licenciatura en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas de la Universidad Técnica Nacional (LGEHG, 2017), en la línea de innovación y sostenibilidad, se desprenden los siguientes indicadores:

### **Innovación**

- “Necesidades y requerimientos futuros del sector turístico”. (LGEHG, 2017, p. 1).

La propuesta busca subsanar las necesidades que actualmente presenta el sector del turismo de reuniones en Costa Rica, al no encontrarse en la categorización de la Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST), debido a que esta actividad no ha sido incluida en el estándar CST, esto de acuerdo con el registro de empresas de la Certificación para la Sostenibilidad Turística (1999-2017).

## **Sostenibilidad Turística**

- Fundamentar la sostenibilidad como pilar elemental para el desarrollo de proyectos y toma de decisiones de manera ordenada, consensuada, maximizando el uso de los recursos disponibles y, sobre todo, la gestión de organizaciones orientadas a los servicios turísticos de alta calidad. (LGEHG, 2017, p. 3).

Por todo lo anterior, se busca encaminar el análisis de la inclusión de las empresas del turismo de reuniones para que estas cuenten con posibilidad de optar por la certificación y así aplicar los fundamentos de sostenibilidad que promueve el estándar de Certificación para la Sostenibilidad Turística, de tal forma que no haya impactos negativos y en su lugar, exista la maximización de los recursos de manera responsable, aunado, a continuar con la prestación de servicios de calidad en el turismo de reuniones.

- “Desarrollo de patrones sostenibles de consumo, relación con industrias turísticas y consumidores reciclaje-reducción. La gestión eficiente de los recursos naturales compartidos”. (LGEHG, 2017, p. 3).

Consecuentemente, es importante mencionar que la Certificación para la Sostenibilidad Turística vigente ya contempla aspectos de este indicador, sin embargo, debe de prevalecer siempre la gestión eficiente de los recursos naturales que se vean inmersos en esta industria de manera directa como indirectamente, por esto, con la inclusión del turismo de reuniones dentro de la CST, las empresas de esta área deberán cumplir y respetar este tipo de gestión eficiente.

- “Sostenibilidad y certificaciones nacionales e internacionales”. (LGEHG, 2017, p. 3).

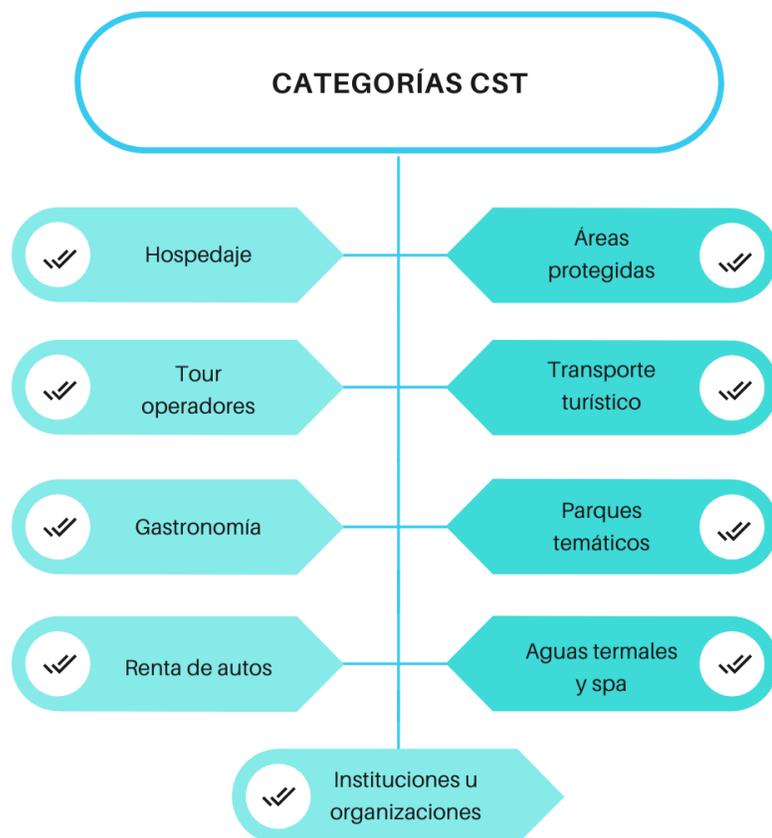
Aunado a este aspecto, se pretende que el turismo de reuniones pueda incluirse como categoría en el estándar de la CST del ICT, donde pueda obtener los beneficios de contar con las certificaciones que le respaldan a nivel nacional e internacional y que también le benefician en el prestigio y reconocimiento dentro la industria; además, Turismo Sostenible (1999-2019), menciona que “el programa significa la posibilidad de contar con un elemento de competitividad basado en una forma de diferenciación de su producto”. (párr. 3).

Lo anterior en un trabajo articulado e impulsado por el ICT y su herramienta CST, mediante las actividades y campañas de promoción turística que se realizan nacional e internacionalmente, sirve como motivación y reconocimiento para cada una de las empresas partícipes, generando fortalecimiento e impactos positivos en distintas áreas, lo anterior, según Turismo Sostenible (1999-2019).

La selección de la anterior línea de investigación surge de la carencia que presenta actualmente el turismo de reuniones, ya que la CST no contempla esta categoría dentro del estándar de las empresas que pueden optar por la certificación. Ver figura 1.

## Figura 1

*Estándar por categorías*



Fuente: elaboración propia a partir del Decreto Ejecutivo N° 41415-MINAE-M CJ-MEIC-TUR. Reglamento del Programa de Sostenibilidad Turística (2018).

Al no encontrarse incluida la categoría de turismo de reuniones, se le imposibilita a la persona empresaria y a las empresas poder obtener los beneficios que brinda el ICT al contar con dicha certificación. Estos beneficios que disfrutaban las distintas categorías son de relevancia para su crecimiento, proyección y establecimiento de las empresas a nivel nacional e internacional.

Aunado a esto, integrar una nueva categoría como el turismo de reuniones, generaría mayor diversificación del destino de Costa Rica, aportando una mayor imagen al país y al mismo tiempo divisas de capital interno como externo. Aspectos que por medio de la página oficial del Centro de Convenciones de Costa Rica (2017), se puede evidenciar que, con la creación del Centro Convenciones de Costa Rica (CCCR), este vino a satisfacer la demanda del turismo de reuniones con los mejores estándares, la mejor recepción para los visitantes, los mejores espacios, y con un equipo calificado para la realización de las distintas actividades del turismo de reuniones.

Con las características mencionadas, Costa Rica pretende convertirse en líder en la región y como destino con calidades de alto nivel en Costa Rica y el mundo. Actualmente en Costa Rica el CRCC es uno de los nueve miembros de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA, por sus siglas en inglés) esto de acuerdo con (T Orozco, comunicación personal, noviembre, 01, 2020); siendo el ICCA quien alberga “una serie de especialistas en manejo, transporte y acomodación de eventos internacionales”. (ICCA, 2020, párr. 1). Además, de conseguir la certificación EDGE de post construcción de sus instalaciones, la cual es otorgada por Green Building Council Costa Rica (GBCCR), seguido del galardón como recinto para conferencias y reuniones líder en México y Centroamérica por World Travel Awards ambos en el año 2019. Y su más reciente premio durante el 2020: “San José, capital de Costa Rica, fue galardonada como mejor sede para el turismo de reuniones y conferencias para la región de México y Centroamérica, en el marco de los World Travel Awards 2020. Asimismo, el Centro de Convenciones de Costa Rica fue premiado como el mejor centro de reuniones y conferencias del istmo.” (La República, 2020, párr. 1-2).

## **Cuadro 1**

### *Beneficios del CST*

---

- Acceso a información sobre tecnología amigable con el ambiente y a toda otra información necesaria para aplicar el estándar CST, según sea su operación.
- Material promocional específico del Programa CST.
- Promoción diferenciada en actividades y ferias turísticas a nivel nacional e internacional y apoyo técnico y logístico prioritario para su participación en las mismas.
- Exoneración o descuentos según sea el nivel obtenido luego de la auditoría y se aplicará en la siguiente forma: Nivel Básico 60%, Nivel Élite 100%, en la cuota de participación en ferias internacionales en las que participa el ICT.
- Participar en eventos, seminarios y talleres organizados por el ICT para compartir o discutir los alcances del certificado CST.
- Presencia de la empresa u organización turística en la página exclusiva del programa CST.
- Autorización para utilizar en su promoción el enlace del sitio electrónico del programa CST.
- Prioridad en los programas de capacitación y formación en temas sociales, culturales y ambientales.
- Movilización de viajes de prensa con prioridad a empresas u organizaciones con el CST.

- Las empresas u organizaciones turísticas podrán hacer uso del logotipo del CST en su material promocional y papelería de acuerdo con las directrices que para tales efectos emita el ICT.
- Otros beneficios que el ICT pueda gestionar ante otros organismos nacionales e internacionales.

---

Fuente: elaboración propia a partir del Decreto Ejecutivo N° 41415-MINAE-M CJ-MEIC-TUR. Reglamento del Programa de Sostenibilidad Turística (2018).

Es por esta razón que contar con la Certificación para la Sostenibilidad Turística, potencializa el desarrollo económico y sostenible de las empresas y del sector en general, al tratarse de una industria sumamente competitiva que está creciendo cada vez más en Costa Rica y el mundo, por lo que les generaría valor y prestigio a las empresas ya que este tipo de distinciones son de relevancia para el turismo, como lo menciona el inciso IV del Reglamento del Programa de Sostenibilidad Turística. (p. 3).

Por otro lado, el cumplimiento de los talleres de aprovechamiento y capacitación en las distintas áreas del conocimiento, refuerzan de esta manera la calidad en los procesos que se pretenden brindar. Por último, el cumplimiento de cada uno de los indicadores que se presentan en los criterios por evaluar busca la implementación fiel de acciones relacionadas con la sostenibilidad y sus componentes.

Dentro del contexto de la CST, es importante mencionar los requisitos generales y otros que deben cumplir las empresas que desean obtener la certificación, estos requisitos de inscripción son publicados en el reglamento del programa de sostenibilidad turística (2018). Ver cuadro 2.

## **Cuadro 2**

### *Requisitos generales de inscripción para la participación en el CST*

---

#### Requisitos generales

---

- Todo solicitante debe registrarse en el formulario de la plataforma en línea del CST cuyo acceso se facilitará en la dirección electrónica [www.turismo-sostenible.co.cr](http://www.turismo-sostenible.co.cr) esta solicitud en línea deberá ser llenada por el representante legal de la empresa u organización turística, tendrá carácter de declaración jurada e incluirá su compromiso ante el ICT de estar al día con los aspectos legales aplicables a su categoría y actividad.
- Las personas jurídicas deberán aportar certificación registral en línea de su personería jurídica vigente (Sistema de Certificaciones e Informes Digitales en línea del Registro Nacional).

---

#### Otros requisitos

---

- Cumplimiento de talleres presenciales de acuerdo con cada categoría y región.
- Acceso a la plataforma: registro de la empresa, activación de la cuenta, autoevaluación y respuesta a ámbitos e indicadores.

---

Fuente: elaboración propia a partir del Decreto Ejecutivo N° 41415-MINAE-M CJ-MEIC-TUR. Reglamento del Programa de Sostenibilidad Turística, 2018, y de la página de turismo sostenible (2019).

Los requisitos del estándar de la Certificación para la Sostenibilidad Turística facilitan a las empresas optar por la certificación mediante la simplificación de los procesos por medio de una plataforma digital que viene a subsanar los procesos de completado presenciales, la reducción del uso de papel, además, ayuda a contar con la información de manera actualizada y precisa, y a albergar la información de manera digital.

### **1.3 Justificación**

Por medio de la investigación planteada se tiene como funcionalidad, analizar de manera integral, la inclusión del turismo reuniones en la categorización de la CST por parte del Instituto Costarricense de Turismo, puesto que “La certificación potencia el fortalecimiento de la labor social, cultural, ambiental, económica y desarrollo en los destinos turísticos”. (Turismo Sostenible, 1999-2019, párr. 3).

Lo anterior se debe a que el estándar CST se alinea a los criterios de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas, en especial del objetivo de acción climática, adoptando medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Además, se alinea a los criterios del Sistema de Turismo Responsable, según la Organización Mundial de Turismo, con el respaldo de “Biosphere” en cada uno de los numerales, tales como: el mínimo impacto ambiental, el respeto a la autenticidad sociocultural, a la generación de divisas al estado, del beneficio económico que se destina a la conservación o al desarrollo local, asimismo promueve y valora las manifestaciones culturales locales, regionales y nacionales. (La Gaceta Decreto Ejecutivo N° 41415-MINAE-M CJ-MEIC-TUR, 2018).

Aunado a esto, en el capítulo VII del Reglamento del Programa de Sostenibilidad Turística, en su apartado, de las obligaciones de las empresas u organizaciones turísticas que obtengan el CST, menciona que estas empresas u organizaciones deben “cumplir con las medidas ambientales, sociales, económicas y culturales según las disposiciones del Estándar CST aplicables durante su actividad y durante su vigencia”. (La Gaceta Decreto Ejecutivo N° 41415-MINAE-M CJ-MEIC-TUR, 2018, p. 19).

Dentro de la relevancia ambiental destaca la puesta en práctica de acciones sostenibles relacionadas con consumo responsable, reducción y reciclaje (ODS, s. f.), con el fin de mejorar el desarrollo de una gestión eficiente de parte de las empresas de turismo de reuniones que se certifiquen con la CST en el caso de que se logre incluir esta categoría del estándar de la CST.

Por otra parte, dentro de la relevancia social y cultural se menciona que el desarrollo sostenible de una empresa también se ve reflejado en las acciones que genera para la comunidad y sociedad donde se ubique, ya que la CST toma en cuenta aspectos sobre el desarrollo comunitario y equidad de género. Además de trabajar sobre la “difusión de la cultura local”, (Certificación para la Sostenibilidad Turística, 1999-2019, párr. 9) de las comunidades y del país por medio de campañas de promoción.

Asimismo, el Sistema de Naciones Unidas y los ODS en Costa Rica (s. f.), Costa Rica se convierte en el 2016, en el primer país del mundo en firmar un pacto nacional por los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), donde el estado: Gobierno Central, Asamblea Legislativa, Poder Judicial, Tribunal Supremo de Elecciones, Instituciones Autónomas, las 81 municipalidades, el sector privado y la sociedad, asumen los retos, los compromisos y responsabilidades para asegurar los derechos humanos, económicos y sociales de todas las personas.

Para finalizar, la relevancia económica beneficia tanto a la empresa de turismo de reuniones, al desarrollar una gestión eficiente en cuanto a reducción del consumo y ahorro de recursos, es decir, “el impacto positivo sobre la relación costo-beneficio de la empresa”, (Turismo Sostenible, 2019, párr. 3), como a las empresas proveedoras que ofrecen “productos biodegradables, reciclables, reutilizables, naturales, dispositivos eficientes para el ahorro de energía y agua, manejo de desechos, información y otros”, (Turismo Sostenible, 2019, párr. 5). Ya que estas empresas proveedoras se ven en crecimiento y desarrollo por la necesidad del consumo de este tipo de productos o servicios complementarios para las empresas de turismo de reuniones.

En cuanto a las implicaciones teóricas de esta investigación, se requiere indagar en temas como la necesidad de las personas empresarias de la industria del turismo de reuniones en la incorporación de esta categoría dentro de la Certificación para la Sostenibilidad Turística del Instituto Costarricense de Turismo; y de los beneficios para las empresas, el ambiente, la sociedad y el país.

Por otra parte, dentro de las implicaciones prácticas destaca que la posible inclusión de esta categoría y de la certificación de las empresas de turismo de reuniones con la CST se promoverá y deberán ejecutar buenas prácticas de sostenibilidad necesarias para la gestión eficiente de las diferentes empresas turísticas que se dediquen al sector de reuniones.

#### **1.4 Situación actual de conocimiento**

La situación actual de conocimiento permite identificar lo que se ha citado y reflexionado en tesis y revistas sobre el tema de turismo de reuniones y sobre la CST, tanto a nivel nacional como internacional, esto con el fin de tomar en cuenta los estudios que se han realizado para lograr dar un enfoque alternativo a lo que se desea investigar.

#### **1.4.1 Estudios internacionales sobre turismo de reuniones**

Como parte de las investigaciones internacionales, se realizará un recorrido secuencial de los estudios realizados entre el periodo 2006-2017.

Para iniciar, en el año 2006, se realiza un análisis sobre el papel que cumplen o deben cumplir las empresas o gobiernos respecto a la potencialización de la industria de turismo de reuniones, por lo que la autora Ponce, en su estudio “Las Administraciones ante el Turismo de Reuniones y Congresos en Murcia”, demuestra la evaluación de esta zona respecto al sector turismo de reuniones, la autora utiliza la metodología exploratoria debido a la investigación y análisis de la visión de los gestores públicos del sector, además, se utilizan las entrevistas personales como medio de recolección de información.

Como conclusión la autora Ponce (2006), hace referencia a lo siguiente:

Es imprescindible un mayor conocimiento y reconocimiento de esta actividad, en primer lugar y, sobre todo, desde las dos administraciones, que deben procurar un espacio atractivo para los inversores y usuarios; en segundo lugar, por parte del resto de agentes sociales. Esta modalidad de turista urbano se erige como uno de los perfiles de demanda actual más benefactores con el espacio, en todos los ámbitos, y, además, es un visitante potencial respecto a diversos productos que se localizan en un sistema de recreación muy accesible, en tiempo, como es esta Región. (p. 116).

Este estudio se relaciona con la presente investigación en el papel que cumple la administración de la zona respecto a la gestión del avance y evolución del turismo de reuniones; en el caso de este estudio, la administración se centra en el ICT en el departamento de Certificaciones y Responsabilidad Social Turística con el estándar de la CST debido a que es esta institución la encargada de la inclusión y promoción de la categoría a nivel nacional e internacional.

Aunado a esto, en ese mismo año, se encuentra un estudio sobre la competitividad económica que deben contemplar las empresas en su administración, por esto es que la

investigación del autor Hernández, titulada “Propuesta de un modelo integral de competitividad económica para las empresas del municipio de Nuevo Laredo”, orienta la misma en la solución del problema de lograr el crecimiento, la competitividad y la internacionalización de las empresas locales, mediante el aprovechamiento efectivo de la propuesta del Modelo Integral de Competitividad Económica (MICE), en las Empresas y Organizaciones del Municipio de Nuevo Laredo. Realizada con base en una revisión en la competitividad de empresas a nivel internacional. Por otro lado, se focaliza en los estudios que aportan soluciones fundamentadas en teorías de distintos campos relacionados con la internacionalización y su enfoque de competitividad e innovaciones.

De acuerdo con Hernández (2006), “la aportación más importante en esta investigación es la propuesta del Modelo Integral de Competitividad Económica (MICE) para el Municipio de Nuevo Laredo, ya que proporciona una estructura para manejar mejor los negocios”. (p. 136).

En esta investigación, basado en la opinión de los encuestados, las variables:

Exportación, ingreso, internacional y giro influyen en la posibilidad de aceptación del modelo propuesto. Si se logra la implementación y el dominio del Modelo Integral de Competitividad Económica (MICE) para el Municipio de Nuevo Laredo, representará para la empresa local exportadora y no exportadora mejorar la posibilidad de éxito, mejorar la eficiencia y competitividad en el proceso de internacionalización. (p. 136).

Hay una estrecha relación entre el turismo de reuniones y la competitividad que tiene esta industria actualmente. Distintos medios nacionales e internacionales, así como la OMT, el ICT y el Costa Rica Convention Visitors Bureau han revelado las cifras que indican que el impacto indirecto y directo supra citado por la autora Orozco (2019). Esta industria emergente se complementa con la diversidad de productos turísticos que ofrece el país. De acuerdo con (T Orozco, comunicación personal, noviembre, 01, 2020), esta diversidad de

actividades realizadas se traduce a los indicadores de estadía en el país, que ha evolucionado con el paso del tiempo, gastando de tres a cuatro veces más que un turista tradicional. Lo anterior, se ve reflejado tanto en las características y cualidades de la gama de opciones y actividades en la oferta del producto turístico. De acuerdo con El Financiero (2020) “Con los nuevos indicadores, Costa Rica alcanzó una estadía promedio de 12,6 noches, una más con respecto al 2018, con gasto diario promedio que ronda los \$1.400, frente a los \$1.104,8 del año anterior. (párr. 7). Por otro lado, Costa Rica es un destino apto para el turismo debido al posicionamiento de grandes y prestigiosas empresas internacionales en los distintos campos del turismo como hoteles, además, por su localización, conectividad aérea, educación, estabilidad política, infraestructura, experiencia, sistema de salud, diversidad de actividades, sostenibilidad, esto de acuerdo con (T Orozco, comunicación personal, noviembre, 01, 2020), que coloca en la mira a Costa Rica como espacio para las inversiones, generando de esta forma un sin fin de actividades directas e indirectas con el turismo abriendo espacios para los encadenamientos de procesos productivos.

Actualmente en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico (PNDT, 2017-2021) menciona dentro de sus estrategias el:

Posicionamiento en viajes por motivos profesionales en segmentos de: reuniones corporativas, incentivos, congresos convenciones y eventos en general. Concentrar los esfuerzos de la estrategia de Turismo de Reuniones e Incentivos para posicionar a Costa Rica como uno de los principales destinos de Latinoamérica para este segmento. (p. 84).

Estrategias que permiten fortalecer este tipo de industria y sector de turismo de reuniones dentro del país.

Para el año 2007, se realiza la tesis sobre “Turismo de Reuniones en la Ciudad de Murcia. Un Enfoque desde el Tejido Empresarial Involucrado”, realizado por la autora Ponce (2007), quien se enfoca en la situación de las empresas que conforman la industria del turismo

de reuniones de la zona de Murcia. En dicho estudio se utiliza la metodología exploratoria cualitativa ya que se basa en la recolección de datos que posteriormente se analizan.

Ponce (2007), hace referencia a varias conclusiones producto del estudio de las empresas involucradas en el sector de turismo de reuniones, “se ha podido constatar que este colectivo empresarial reconoce la importancia y evolución del turismo de reuniones, pero que todavía está lejos de alcanzar el desarrollo óptimo”. (p. 130).

El autor demuestra con su investigación la evolución que la categoría ha estado viviendo, al ser una nueva tendencia dentro de la industria de turismo se observa el incremento, sin embargo, el sector debe continuar trabajando para alcanzar la estabilidad de posicionamiento dentro de la industria:

[...] Las debilidades que se han detectado obedecen a los problemas endémicos de accesibilidad, todavía sin resolver, y alcanza un especial significado el aspecto que hace referencia a la falta de promoción y comunicación del producto. Factores claves para «vender la ciudad» e ir percibiendo beneficios de los esfuerzos inversores realizados. Asimismo, es preciso reseñar la preocupación por problemas muy cercanos, fundamentales y no excesivamente difíciles de conseguir: calidad medioambiental, coordinación de políticas sectoriales [...]. (p. 130).

Este estudio se toma como referencia para la obtención de información referente a la situación y necesidades de las empresas que conforman la industria del turismo de reuniones de Costa Rica, debido a que el estudio hace mención del estudio de la situación de las empresas que conforman la industria de turismo reuniones de la zona de Murcia, por lo que se podrían tomar como base las estrategias utilizadas por la autora del estudio.

Por otra parte, en el año 2014, la autora Lauman, presenta una investigación titulada: “Diagnóstico estructural de la cadena de valor del turismo de reuniones en La Plata”, es un trabajo científico libre que se enfoca en estudio de los agentes que participan de la cadena de valor del turismo de reuniones en el ámbito territorial del Municipio de La Plata. Esta

investigación se basa en los problemas del turismo de reuniones y del impacto negativo en su competitividad global.

De acuerdo con Lauman (2014), la cadena de valor permite una diversidad de servicios turísticos, por tanto, la autora menciona que:

Gestionar en la creación y formación de agentes de la cadena de valor con cualidades categóricas permitirá a La Plata brindar una oferta de servicios turísticos de reuniones que logre diferenciarse del resto de los destinos y posicionarse en este segmento de mercado. Al aumentar la cantidad, la calidad y la capacitación de empresas y de sus empleados, que formen parte de la oferta de servicios para el turista de reuniones; se puede estimar que va a aumentar la imagen de La Plata como destino turístico de reuniones, y así, su participación dentro de este mercado turístico. (p. 83).

El turismo de reuniones engloba una cadena de valor muy productiva que va desde: alojamiento, alimentación, visita de sitios turísticos, transporte, seguridad, entre otros más; que hacen que su objetivo de una reunión se convierta en más que eso, por tanto, esta industria incide en otras actividades turísticas, creando de esta manera una ruta para la creación de nuevos espacios. Por lo tanto, es necesario más que incluir esta categoría de la industria a la CST es cumplir a cabalidad cada uno de sus apartados, entre ellos la capacitación de las personas colaboradoras, mantener estándares de calidad para los visitantes, diferenciarse de otros mercados en la parte sostenible, y brindar nuevos servicios para un turista con requerimientos especiales de reunión.

Para el 2016, también se realizan varias investigaciones, dos de las cuales son referencia para este trabajo de graduación.

La primera investigación elaborada por García (2016), con su título “Turismo de Reuniones en la Ciudad de Mar del Plata: Situación actual desde la percepción del Mar del Plata Convention & Visitors Bureau”, se orienta a conocer la percepción de las personas

empresarias y profesionales asociados al Mar del Plata Convention & Visitors Bureau respecto del desarrollo actual del Turismo de Reuniones en la ciudad.

Esta investigación es de enfoque cualitativo, fundamentado en fuentes primarias como secundarias, por medio de entrevistas y cuestionarios, así como también de información de análisis de libros, informes, artículos científicos entre otros.

Por su parte García (2016), menciona que “tal como se ha constatado en el presente trabajo, el turismo de reuniones aporta a la ciudad de Mar del Plata múltiples beneficios y por lo tanto merece una especial consideración y atención”. (p. 77).

Además, es importante mencionar que García (2016), hace referencia a que:

Generar incentivos y beneficios desde la ciudad como un todo para ofrecer una experiencia diferente en las reuniones, a la vez de crear nuevas atracciones, productos y servicios innovadores, de lo contrario el congresista va a preferir elegir otros destinos más novedosos como sede. (p. 79).

Cabe señalar que este tipo de turismo genera beneficios y por ende divisas en muchos países, y se ha convertido en una fuente de ingresos que se desenvuelve y crece rápidamente a nivel mundial. Más que de los beneficios que genera es creador de experiencias debido a que no solo se conoce de temas de reuniones, sino que se convierte en un canal para el conocimiento de otros aspectos como cultura, productos, servicios, idioma, entre muchos más.

Así García (2016) añade que “[...] Esto indicaría entonces, por un lado, la necesidad de un estudio profundo de la competencia actual que permita a Mar del Plata trabajar en los de su accionamiento y de la mejora de su competitividad en el mercado”. (p. 80).

Este turismo más que beneficios para el país, debe de establecer una importancia para consolidarse y generar más divisas y negocios para la región, es decir, que esta industria es altamente potencial, pero necesita de una focalización y de establecer mecanismos para su

crecimiento, tal como certificarle como un mercado sostenible y generador de grandes encadenamientos y beneficios en muchas áreas del turismo.

Por otro lado, las personas tienen mayor conciencia ambiental y son más responsables de la conservación de la naturaleza, lo que se traduce a un cambio e impacto positivo en las estrategias que ayudan a minimizar el impacto ambiental negativo y el irrespeto a la naturaleza (Zafra, 2018). Hacer partícipe a este tipo de turismo de esta conciencia ambiental y normarlo bajo una certificación generaría una diferencia ante la competitividad de otros países. Además, el turismo de reuniones busca espacios innovadores, particulares y que generen una buena imagen para sus negocios, ante lo anterior, el estándar CST generaría esos espacios de diferenciación.

Mencionado lo anterior, es importante brindar mayor importancia a esta industria creciente y generar las herramientas necesarias para estudiar su forma de accionar, así como mejorar por medio de las certificaciones como la CST una competitividad verdaderamente alta con otros destinos.

Mientras que el autor Cuadrado (2016), en su investigación titulada “Modelo de gestión administrativa aplicado al turismo de reuniones en la ciudad de Guayaquil”, añade que servirá para implementar un modelo de gestión administrativa aplicado al turismo de reuniones en Guayaquil. La investigación se llevó a cabo por medio de la recopilación de información analizando la relación con el turismo de reuniones y los modelos de gestión administrativa, además del método de la observación en el medio turístico regional.

Cuadrado (2016), concluye en su investigación “[...] que un Modelo de Gestión Administrativa mejora en gran medida la competitividad de las empresas de Turismo de Reuniones”. (p. 57).

La competitividad es un elemento que no hay que descuidar por ninguna razón en ningún espacio de negocio para una empresa o país, tal es el caso de Costa Rica ya que se está posicionando como destino apto en la industria del turismo de reuniones según con (T Orozco, comunicación personal, noviembre, 01, 2020). El turismo MICE (Meeting, Incentives, Conventions, Exhibitions) se está posicionando en el mercado costarricense, sin embargo, a pesar de encontrarse esta industria en constante cambio, y observando la competitividad reflejada en otros países, busca establecerse como una fuente de divisas y de encadenamientos productivos, por lo que es necesario que el ente regulador del turismo de Costa Rica realice las gestiones necesarias para darle soporte al crecimiento del turismo MICE, aspecto que hace que las personas empresarias y organizaciones necesiten para establecer sus operaciones de manera eficiente.

Acercándose un poco más a la actualidad, en el año 2017, el autor Shaadi, realiza una investigación sobre “La gestión del turismo de reuniones como estrategia de desarrollo de destinos turísticos. El caso de la ciudad de Aguascalientes (México)”, donde se hace referencia al turismo de reuniones como estrategia de desarrollo de la zona. En dicha tesis se realiza una investigación de tipo exploratorio, relacionado al turismo de reuniones. Su diseño fue experimental por medio de fuentes secundarias, además, esta investigación recurrió a fuentes primarias al carecer de información cuantitativa.

Cabe mencionar que ha sido una investigación exploratoria y descriptiva, al tratarse de información que no ha sido recopilada sobre el turismo de reuniones. La información secundaria es extraída de fuentes como ICCA, OMT, SECTUR/CESTUR e informes de gobierno. Según Shaadi (2017):

El panorama que muestra el turismo de reuniones es muy alentador, pues los datos referenciados por organismos internacionales y diversas oficinas de reuniones en otros países, han permitido hacer un análisis del potencial que

este tiene para fortalecer a los destinos, sobre todo a aquéllos insertados en la dinámica de la actividad turística. (p. 54).

Según la conclusión de Shaadi, al surgimiento de este tipo de turismo se ha observado en diferentes países donde se ha permitido el desarrollo paralelo de los servicios turísticos.

Por esto se debe mencionar también que:

En la red se presentan relaciones entre organismos del sector público y empresas del sector privado, lo que, en ese sentido, favorece la gestión de un destino turístico, pues debe de existir cooperación entre ambos sectores para contribuir al desarrollo de éste. Estas relaciones entre sector público y privado están articuladas de manera formal y se mantienen en el tiempo, al menos en una parte de la red, pues el Comité Técnico para el turismo de reuniones en el que participan actores de ambos sectores está conformado como un órgano formal y reconocido por las autoridades de la entidad. (p. 86).

El compromiso y apoyo de los sectores público (ICT) y privado (empresas de hospedaje, alimentación, transporte, seguridad, etc.) es vital para el desarrollo de estrategias que promuevan los destinos turísticos más eficiente.

Además, el autor añade que:

El crecimiento que está teniendo el turismo es cada vez mayor y los destinos deben de ir adecuando sus modelos de gestión y planificación a la creciente variedad de gustos y motivaciones de viaje. Aunado a la diversidad de tipos de turismo que están surgiendo en la actualidad para satisfacer al mercado cambiante, están las exigencias del mercado de un producto de calidad y a un precio aceptable. (p. 123).

Como menciona el autor, los destinos donde se practica el turismo de reuniones deben tomar medidas de adaptación donde se logre cubrir un alto porcentaje de las necesidades que los viajeros y empresas que requieran este tipo de servicios requieren.

Aunado a esto, “los beneficios que genera el turismo de reuniones van desde el desarrollo profesional, la transferencia de conocimientos, la generación de inversiones, la creación y conservación de empleos y el progreso técnico”. (Shaadi, 2017, p. 132-133).

Como se puede observar, el alcance de este turismo no se queda solo en la parte económica sino de forma integral fomenta el desarrollo de un país o comunidad por medio de la transferencia de conocimiento (T Orozco, comunicación personal, noviembre, 01, 2020). Este tipo de turismo es transdisciplinario, porque aborda y conecta con muchas otras áreas, además que trabaja en conjunto con otras industrias que robustecen el proceso del desarrollo país:

Implementar y aplicar un modelo de gestión para el turismo de reuniones puede contribuir a facilitar el crecimiento de este y, por ende, el desarrollo de los destinos turísticos en los que se utilice éste u otro tipo de turismo como estrategia de fortalecimiento. (p. 136).

Posterior a la exposición de las conclusiones del autor, es importante plantear la relación con el contexto nacional y esta investigación ya que esta industria está cambiando constantemente, según los medios nacionales e internacionales y los eventos realizados en el Centro de Convenciones de Costa Rica y otras organizaciones y sedes, este turismo genera beneficios al país, por los encadenamientos productivos y la generación de divisas de organizaciones no gubernamentales, sin fines de lucro y privadas, tal como lo demuestra el diario La República (2020), Costa Rica se encuentra en el puesto 48 de 200 países evaluados por la Asociación de Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA):

El país es a su vez el séptimo mejor evaluado de América Latina y el primer lugar de Centroamérica, superando a Panamá, que tenía ese lugar de privilegio antes de que Costa Rica construyera su Centro de Convenciones [...] Costa Rica pasó de albergar 12.700 congresistas anuales en 2018 a 21.105 en 2019. El año pasado se concretó un total de 210 citas, según cifras del Bureau de Convenciones. (párr. 1-4).

Aspecto importante es que esta industria ha evolucionado de manera conjunta con el mercado público y privado, aspecto que el ICT tiene muy en cuenta en sus estrategias de negocios.

Organizaciones como Asociación de Profesionales y Empresarios, Organizadores de Congresos, Ferias y Eventos de Costa Rica (APROCOM), Costa Rica Convention Visitors Bureau y Centro de Convenciones de Costa Rica han unido esfuerzos para encaminar esta industria y consolidarlo en Centroamérica.

Tal como lo expresa la cita, el turismo de esta índole crece y es necesario crear nuevas estrategias para la consolidación de esta industria, es por eso la necesidad de poder incluir este tipo de industria con una certificación que respalde su labor, brindando un distinguido aporte que no está presente en otros países, y siendo la CST un referente para Costa Rica como un estándar de excelencia en temas de sostenibilidad.

Asimismo, esta industria es de índole profesional, lo que produce una generación de conocimientos en las distintas áreas del conocimiento, así como también las inversiones y progreso del país en distintas áreas de acción.

Para que este tipo de industria genere visitas debe crear estrategias o un modelo equilibrado; es imprescindible que esta industria pueda ser clasificado en las certificaciones de la CST, estableciendo de esta manera una actividad turística con una planificación sostenible.

Esta industria necesita crecer y consolidarse de manera equilibrada tomando en cuenta los aspectos que se requieren para alcanzar la CST, ya que, de acuerdo con el inciso III del Reglamento del Programa de Sostenibilidad Turística, este sería un “elemento diferenciador de la industria turística nacional e internacional”. (p. 2). Sin embargo, la competitividad de esta industria es muy alta, por lo tanto, brindarle una diferenciación con otros países hará que los índices del turismo de reuniones incrementen, es por lo anterior, que se evidencia la necesidad que tiene esta industria de incluirse en la clasificación de la CST.

### 1.4.2 Estudios nacionales sobre CST

La investigación titulada “La Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) como una norma facilitadora para la Innovación de la Empresa Turística”, realizada por la autora Vasconcelos (2011), para la revista Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Costa Rica, trata sobre las principales características de la CST junto con los cambios organizacionales de las empresas con esta certificación. La metodología empleada en dicho estudio es la investigación cualitativa procesal ya que según la autora es la metodología idónea para la investigación.

La autora en su investigación concluye que “por las decisiones estratégicas que toma el empresario turístico, se puede notar que está presente esta innovación, porque se han hecho cambios a corto plazo”. (Vasconcelos, 2011, p. 197).

Estas decisiones que toma el empresario son en respuesta de la actualización que se debe replantear para cumplir con las normas actuales en muchos casos necesarios para su posicionamiento dentro del mercado:

Además, de cambios que van realizando poco a poco por ejemplo los cambios en las instalaciones, equipo, materiales, espacios internos del negocio para estar en armonía con la naturaleza. Se hace evidente en el aprovechamiento de recursos y capacidades ha aprovechado muy bien el “know how” de los colaboradores de la empresa. (Vasconcelos, 2011, p. 197).

También, la autora menciona características ventajosas para las empresas y para el país:

- Las principales, pero no las únicas son el aprovechamiento de la tecnología en la gestión y atención de los huéspedes.
- El aprovechar el entorno empresarial y natural del país.
- El turista, se vuelve en un miembro activo de la empresa, y por defecto es un vendedor más de la empresa.
- Se vuelve, importante, que los recursos con que cuenta la empresa se usen acorde. Se consolida lo señalado por Grant (2010) y Porter (1995). (Vasconcelos, 2011, citando a Grant, 2010 y Porter, 1995, p. 197).

La investigación de la autora Vasconcelos se relacionada con esta investigación en cuanto a los aspectos beneficiosos que genera el estándar de la CST para las empresas que se desean certificar y para el país como referente de la Certificaciones para la Sostenibilidad Turística.

### **1.4.3 Conclusiones del apartado**

De manera general, la situación actual del conocimiento presenta estudios que indican la relevancia que se le está brindando al turismo de reuniones, en varios lugares del mundo, como un punto de desarrollo favorable tanto para los gobiernos, el sector privado y la sociedad, puesto que, de manera directa e indirecta el turismo de reuniones fomenta el desarrollo económico, político, ambiental, social, académico, entre otros. Por lo cual en Costa Rica se ha visto el aumento de la promoción de este tipo de turismo como potencial para promocionar.

### **1.5 Planteamiento del problema**

El análisis de la inclusión de la categoría de turismo de reuniones dentro de la CST, se debe a la necesidad que de acuerdo con una serie de actores como empresarios turísticos, empresas con fines relacionados a este tipo de turismo e instituciones gubernamentales tienen clara la necesidad de su inclusión de formar parte del estándar de la CST, y ofrecer servicios relacionados con el turismo de reuniones, cumpliendo con los requisitos establecidos con el fin de obtener los beneficios que el estándar brinda como: el pago parcial o total para la participación en ferias nacionales o internacionales, invitación a eventos, publicaciones en televisión y revistas, participación en programas de capacitación, profesionalización de la industria que genera confianza en los clientes, entre otros beneficios que llaman poderosamente la atención de las personas empresarias y del ICT. (V Espinoza,

comunicación personal, diciembre, 03, 2019) y (T Orozco, comunicación personal, noviembre, 01, 2020).

Asimismo, las empresas obtendrán una guía de gestión eficiente que les ayudará a desarrollar sus actividades de manera sostenible, apoyando al sector social y cultural de la zona en la que se ubica, por supuesto, tendrán una mejora en la reducción del consumo de los recursos y, por ende, muchos de sus costos disminuirán ayudando a la empresa a fortalecer la relación costo-beneficio de la empresa, como lo menciona, Turismo Sostenible (2019), párr. 3.

Por lo anterior, se demuestra la necesidad de que el turismo de reuniones en el país sea considerado para ser incluido en el estándar de la CST del Instituto Costarricense de Turismo, puesto que esta industria se encuentra en constante cambio y evolución de forma acelerada, en donde las personas empresarias desean ser parte del estándar que los mantiene actualizados y dentro de un mercado competitivo.

Además, es importante mencionar que de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo Turístico (2017-2021), el pilar de las acciones referentes al desarrollo turístico de Costa Rica hay una visión a futuro sobre la evolución turística en el país:

El gran objetivo de futuro, dada la situación actual del destino, es mantener las condiciones mediante las cuales el sistema turístico pueda seguir evolucionando sin perder ninguno de los elementos diferenciadores propios del modelo sostenible [...] gracias a la fortaleza de encadenamientos con empresas de todas las escalas que compiten por calidad, innovación y productividad. (p. 74).

Con lo mencionado anteriormente, se demuestra que uno de los objetivos futuros de PNNDT es apoyar a los proyectos que pretendan avanzar con el desarrollo turístico del país. En este caso en particular, la inclusión de una nueva categoría dentro de la CST beneficiaría en la evolución del sistema turístico nacional al ampliar la brecha de empresas que se pueden

certificar con este estándar. Por lo que apoyar la inclusión fortalecería aún más el posicionamiento de Costa Rica en Latinoamérica y el mundo, tal como lo expresa el ICT (2020) citando a Cvent's Supplier Network (2019), Costa Rica cuenta con dos ciudades “top” reconocidas en el turismo de reuniones, San José y Guanacaste han sido incluidas en las mejores ciudades de Latinoamérica en el turismo de reuniones, caracterizándose por los distintos segmentos que lo componen.

Dentro de los avances en las estrategias del turismo de reuniones que se encuentran en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico (2017-2021) del ICT, este tipo de turismo representa un 22% a nivel mundial, donde los participantes cuentan con una diferenciación de invertir de 3 a 4 veces más que el turista tradicional, considerándose de un alto poder adquisitivo.

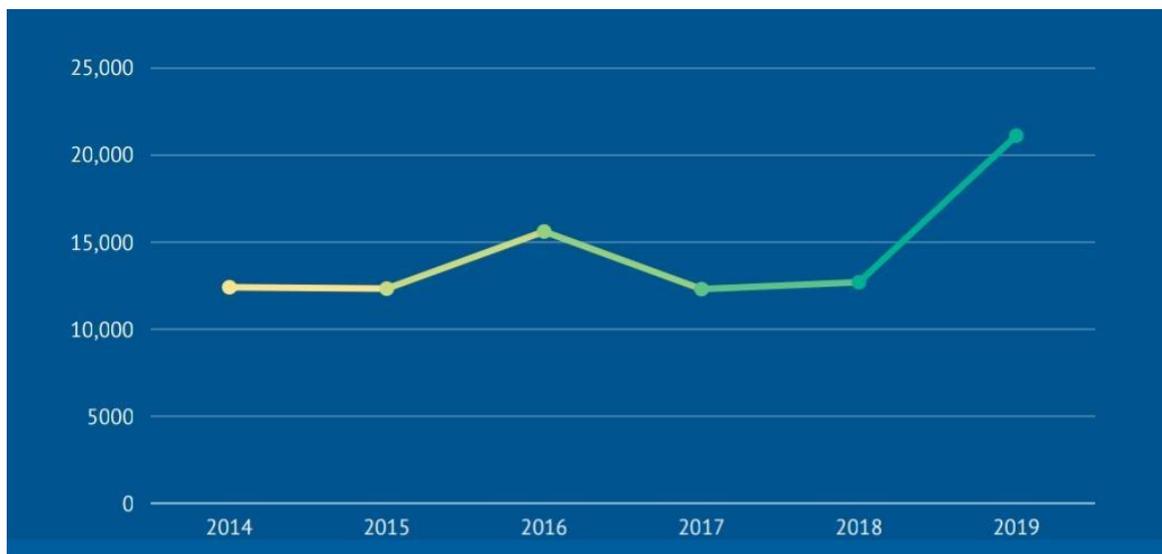
Este tipo de turismo es de relevancia, debido a que concuerda con la temporada baja de otros segmentos, lo que lo convierte como un catalizador de la economía local y nacional de Costa Rica. Lo anterior, tiene un impacto significativo debido a que rompe la estacionalidad del país, promoviendo y estimulando encadenamientos en los distintos servicios e inversiones.

Además, el Costa Rica Convention Visitors Bureau (2014-2020) en el Análisis Costa Rica ICCA-2014-2020, evidencia a Costa Rica en la posición 7 en el ranking de ICCA de LATAM. La posición 7 de Costa Rica en Latinoamérica se debe a los reportes de eventos realizados en el 2019, que sirvieron de plataforma para escalar a los primeros lugares como destino de reuniones.

Por otro lado, tomando en cuenta la cantidad de asistentes por reuniones se detalla la siguiente figura. Ver figura 2.

## Figura 2

*Reuniones por número de asistentes*



Fuente: Análisis Costa Rica ICCA (2014-2020), p. 3.

Se constata que el 2019 tuvo un crecimiento del 66% respecto al año 2018, donde hubo una participación de 21,105 personas. (p. 3). Lo anterior, evidencia un crecimiento de eventos en las distintas reuniones de los sectores, tales como ciencias médicas, ciencias, agricultura, economía, entre otros.

Por otro lado, en el ranking de Latinoamérica (LATAM), Costa Rica se encuentra en una posición destacada. Ver figura 3.

**Figura 3**

*Ranking Latinoamérica*

City	2019	Total
Buenos Aires	127	127
Lima	78	78
Santiago de Chile	66	66
Sao Paulo	56	56
Bogota	53	53
Cartagena (Colombia)	42	42
Montevideo	39	39
San Jose (Costa Rica)	39	39
Panama City	37	37
Medellin	34	34
Rio de Janeiro	33	33

Fuente: Análisis Costa Rica ICCA (2014-2020), p. 6.

Se deduce que, Costa Rica se encuentra entre los 11 destinos de Latinoamérica con 39 reuniones de las 604 realizadas, misma cantidad de reuniones realizadas por Montevideo, y éstas superadas por Buenos Aires con 127 reuniones.

Por otro lado, en las estadísticas nacionales elaboradas por el ICT se evidencia el comportamiento del turismo de reuniones, en las siguientes figuras, es importante mencionar que hay datos estadísticos que comprueban el comportamiento de la industria del turismo de reuniones. Estos contienen datos referentes a los motivos de las visitas de los extranjeros por vía aérea, específicamente registrados por el Aeropuerto Internacional Juan Santamaría, durante los años 2019, 2018 y 2017.

## Figura 4

*Características generales de los turistas que visitan Costa Rica, vía aérea, año 2019*



**Cuadro 1**  
**Características generales de los turistas que visitan Costa Rica,**  
**Aeropuerto Internacional Juan Santamaría**  
**2019**

Variable de interés	TOTAL	REGION DE RESIDENCIA					
		ESTADOS UNIDOS	CANADA	CENTROAMERICA	RESTO LATINOAM	CARIBE	EUROPA
<b>Motivo principal de la visita (%)</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Motivos personales</b>	<b>94,0</b>	<b>98,2</b>	<b>99,2</b>	<b>64,4</b>	<b>87,7</b>	<b>62,8</b>	<b>98,6</b>
Vacaciones, ocio, recreo o placer	75,4	80,2	87,3	33,0	59,9	37,1	87,0
Visita a familiares y amigos	12,0	11,3	8,8	19,4	21,1	5,7	8,4
Educación y formación	2,9	3,0	0,4	5,6	3,6	2,9	2,0
Salud y atención médica	0,8	1,4	0,1	1,9	0,0	0,0	0,1
Otros motivos personales	2,9	2,3	2,6	4,5	3,1	17,1	3,1
<b>Negocios y motivos profesionales</b>	<b>6,0</b>	<b>1,8</b>	<b>0,7</b>	<b>35,6</b>	<b>12,3</b>	<b>37,2</b>	<b>1,5</b>
Reuniones de negocios y profesionales	5,2	1,5	0,6	31,4	10,7	28,8	1,3
Conferencias o congresos	0,7	0,3	0,1	3,9	1,4	8,8	0,2
Ferias comerciales o exposiciones	0,1	0,0	0,0	0,3	0,2	0,0	0,0

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo, características generales de los turistas que visitan Costa Rica (2020), p. 2.

De acuerdo con los datos revelados en la figura anterior, se observa una disminución en el porcentaje de ingresos aéreos por motivos de negocios o profesionales; la diferencia, con respecto al año 2018, es de 5.5%, lo cual demuestra un constante cambio en la dinámica de esta industria del turismo.

## Figura 5

*Características generales de los turistas que visitan Costa Rica, vía aérea, año 2018*



**Cuadro 1**  
**Características generales de los turistas que visitan Costa Rica,**  
**Aeropuerto Internacional Juan Santamaría**  
**2018**

Variable de interés	TOTAL	REGION DE RESIDENCIA					
		ESTADOS UNIDOS	CANADA	CENTROAMERICA	RESTO LATINOAM	CARIBE	EUROPA
<b>Motivo principal de la visita (%)</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Motivos personales</b>	<b>88,5</b>	<b>97,7</b>	<b>98,4</b>	<b>64,3</b>	<b>83,9</b>	<b>55,9</b>	<b>97,4</b>
Vacaciones, ocio, recreo o placer	68,2	78,8	88,9	30,5	62,3	41,2	86,7
Visita a familiares y amigos	13,0	12,0	5,0	22,2	16,7	8,8	5,6
Educación y formación	2,9	2,6	1,1	4,7	2,3	5,9	2,1
Salud y atención médica	0,7	1,4	0,4	0,3	0,2	0,0	0,0
Otros motivos personales	3,7	3,0	3,0	6,6	2,5	0,0	3,0
<b>Negocios y motivos profesionales</b>	<b>11,5</b>	<b>2,3</b>	<b>1,6</b>	<b>35,7</b>	<b>16,1</b>	<b>44,1</b>	<b>2,6</b>
Reuniones de negocios y profesionales	9,9	1,6	1,0	32,0	13,7	38,2	2,3
Conferencias o congresos	1,3	0,5	0,1	3,4	2,4	5,9	0,1
Ferias comerciales o exposiciones	0,3	0,3	0,5	0,3	0,1	0,0	0,2

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo, características generales de los turistas que visitan Costa Rica (2018), p. 2.

De acuerdo con la figura 5, las características generales de los turistas que visitan Costa Rica por medio del Aeropuerto Juan Santamaría en el año 2018, ya sea por motivos personales, de negocios y motivos profesionales en una escala del 100%, se puede evidenciar un incremento del año 2017 al año 2018 del 1.3% de visitación por motivos de reuniones de negocio y profesionales, conferencias o congresos y ferias comerciales o exposiciones ante los motivos personales.

El dato más significativo del año 2018 es la visitación por este tipo de motivos por parte de los turistas del Caribe con un 44.1%, y una baja de un 9.5% del mercado Centroamericano.

## Figura 6

*Características generales de los turistas que visitan Costa Rica, vía aérea, año 2017*

**Cuadro 1**  
**Características generales de los turistas que visitan Costa Rica,**  
**Aeropuerto Internacional Juan Santamaría**  
**Consolidado 2017**



Variable de interés	TOTAL	REGION DE RESIDENCIA					
		ESTADOS UNIDOS	CANADA	CENTROAMERICA	RESTO LATINOAM	CARIBE	EUROPA
<b>Motivo principal de la visita (%)</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Motivos personales</b>	<b>89,8</b>	<b>96,8</b>	<b>97,6</b>	<b>54,8</b>	<b>78,7</b>	<b>80,0</b>	<b>96,8</b>
Vacaciones, ocio, recreo o placer	73,9	79,8	85,8	32,2	58,4	60,0	87,9
Visita a familiares y amigos	11,4	12,4	7,8	15,4	16,1	13,3	5,3
Educación y formación	1,7	1,5	0,9	2,1	2,2	6,7	1,5
Salud y atención médica	0,8	1,3	1,0	1,1	0,1	0,0	0,0
Otros motivos personales	2,0	1,8	2,2	4,0	1,9	0,0	2,0
<b>Negocios y motivos profesionales</b>	<b>10,2</b>	<b>3,2</b>	<b>2,4</b>	<b>45,2</b>	<b>21,3</b>	<b>20,0</b>	<b>3,2</b>
Reuniones de negocios y profesionales	8,9	2,9	2,0	40,9	17,4	20,0	3,0
Conferencias o congresos	1,1	0,3	0,3	4,3	3,1	0,0	0,2
Ferias comerciales o exposiciones	0,1	0,1	0,1	0,0	0,7	0,0	0,0

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo, características generales de los turistas que visitan Costa Rica (2017), p. 2.

Con respecto a la figura 6, los turistas que visitan Costa Rica por medio del Aeropuerto Juan Santamaría en el año 2017 evidencian una variación en el crecimiento de la visitación de los mercados de Estados Unidos, Canadá, Centroamérica, Latinoamérica y Europa, por el contrario, tuvo una baja en la visitación de 24.1% el en mercado del Caribe.

De acuerdo con la temática planteada y los datos mostrados, se genera el siguiente vacío temático, el cual se representa en la pregunta problema.

### 1.5.1 Pregunta problema

¿Qué factores inciden en la inclusión de la categoría del turismo de reuniones en el estándar de Certificación para la Sostenibilidad Turística?

### **1.5.2 Limitaciones**

Respecto a las limitaciones presentadas en la investigación se encuentran los datos confidenciales por parte de organizaciones que cuenten con información relativa e importante para el turismo de reuniones.

Otra limitación es, el tiempo de respuesta de todas las personas participantes inmersas en el proceso de investigación, así como el posible cambio de los representantes de los departamentos que representa el área de la Certificación para la Sostenibilidad Turística.

Además, la pandemia del COVID-19, en perjuicio de todos los sectores del país y en el campo mundial, demuestra la limitación de la aplicación de los instrumentos de investigación como lo son las entrevistas de manera presencial y la búsqueda de información de campo como la visita a instituciones, organizaciones que cuenten con información prioritaria para la investigación.

Cabe mencionar que la mirada de las personas empresarias, las instituciones y organizaciones de turismo buscan generar una reactivación del sector turístico, por lo que el tiempo de los actores primarios de información están sujetos a la disponibilidad en el contexto de la pandemia o nuevos cambios que se adapten a la virtualidad para poder aplicarlos.

### **1.5.3 Alcances**

El desarrollo de la investigación tiene como fin impactar de forma positiva a las empresas que presentan la carencia de contar con una categorización que les beneficie en aspectos económicos, sociales, ambientales, de reconocimiento, de certificación para establecerse como empresas comprometidas con la sostenibilidad. Por lo que es importante, contar con el apoyo del Instituto Costarricense de Turismo en el Departamento de

Certificaciones y Responsabilidad Social Turística, Gerencia General, Presidencia Ejecutiva, entre otros departamentos, así como también de las personas empresarias, las empresas gubernamentales y privadas para la recopilación de la información y de la retroalimentación del proceso investigativo.

Se pretende que la investigación pueda incluir a las empresas del sector que consideran la necesidad de la categorización y no cuenten con la cobertura de la CST, así se pretende que instituciones público-privadas que tengan relación con el turismo de reuniones se vean beneficiadas directas como indirectamente.

#### **1.5.4 Delimitación temporal**

Respecto a la delimitación temporal, se desarrolló a partir del año 2020, en el Instituto Costarricense de Turismo junto con el Costa Rica Convention Visitors Bureau, donde se iniciará con la recopilación de información por medio de entrevistas, metadatos, estadísticas, artículos, revistas, entre otros, con el fin de recabar y establecer la base de la información necesaria para el análisis.

### **1.6 Objetivos**

#### **1.6.1 Objetivo general**

Analizar la categoría del turismo de reuniones por medio del estudio de los factores, elementos y requisitos que se ven involucrados, para la incorporación en el estándar de la CST del Instituto Costarricense de Turismo durante el año 2020.

#### **1.6.2 Objetivos específicos**

1. Examinar las necesidades del sector de turismo de reuniones en relación con la inclusión de la categoría dentro de la CST, según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau.

2. Determinar los elementos que influyen en las organizaciones y que condicionan la obtención de la CST según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau.
3. Identificar los indicadores de evaluación específicos para la categoría de turismo de reuniones basado en la CST del ICT.

### **1.7 Matriz de congruencia interna**

De acuerdo con Pedraza (2001), la matriz de congruencia permite:

[...] organizar las etapas del proceso de la investigación de manera que desde el principio exista una congruencia entre cada una de las partes involucradas en dicho procedimiento. Su presentación en forma de matriz permite apreciar a simple vista el resumen de la investigación y comprobar si existe una secuencia lógica, lo que elimina de golpe las vaguedades que pudieran existir durante los análisis correspondientes para avanzar en el estudio. (p. 313).

Ante lo anterior, en la presente se detalla cada uno de los elementos de la matriz de congruencia interna tales como el título problema, objetivo general y objetivos específicos y las correspondientes preguntas de investigación. Ver matriz de congruencia interna en anexo 1.

## **Capítulo II: Marco Teórico**

## **2.1 Aproximación al marco teórico**

El esclarecimiento de los conceptos base de esta investigación tiene relevancia para el desarrollo de esta, donde se organizan las ideas sobre el enfoque y rumbo del trabajo de campo, logrando descartar ideas innecesarias sobre el eje central de la investigación. Por lo que a continuación, se expone lo que otros autores definen en relación con el tema en estudio. Dentro de algunos de los autores que sustentan el marco teórico de esta investigación se encuentran: Quesada (2007), Nieva (2018), Torres, Esteve, Fuentes, Martín (2006), Rodríguez (2006), Kekutt (2014), De la Puente (2017), Korstanje (2007), además, algunas organizaciones como la Organización Mundial del Turismo (2019), La Asociación de Estados del Caribe (2017) y el Instituto Costarricense de Turismo (1999-2019). Las fuentes de la información del marco teórico se traducen a fuentes primarias y secundarias.

## **2.2 Turismo**

La definición de turismo la definen muchos autores, y esto se debe al contexto de las actividades que se desarrollan en él, sin embargo, es importante que la definición no se oriente a una actividad, sino que se una definición parcial, por tanto, de acuerdo con Quesada (2007):

Se confirma que el turismo es una actividad económica sumamente heterogénea y de gran dinamismo, por las relaciones e interdependencias que se originan entre los oferentes y los demandantes turísticos. Así se puede sintetizar que, además de los nexos que se establecen con otras disciplinas e instituciones, el turismo requiere para su operación de tres tipos de empresas distintas (turísticas, de insumos y de complemento). (p. 128).

Cabe mencionar que coincidiendo con otros autores se le caracteriza por ser una actividad económica, muy diversa, cambiante, y que responde a factores sociales, culturales, económicos, ambientales, entre otros. Es una actividad que se realiza alrededor del mundo que tiene varios enfoques, por tanto, tiene amplia relación con los elementos antes

mencionado y el turismo de reuniones, una industria o actividad económica que tiene características muy marcadas para el desempeño de negocios alrededor del mundo, sirviendo como plataforma para la diversificación de la oferta y la demanda. Aunado, de que también es una actividad interdisciplinaria entre el sector público y privado. Se incluye esta definición teórica debido a que el turismo de reuniones nace desde la estructura más alta del turismo y se relaciona con todas las actividades que se efectúan en los negocios a nivel nacional e internacional.

Además, Quesada (2007), de una manera más concisa concluye que:

El turismo no es una ciencia ni una industria, pero sí una disciplina que por su carácter requiere para su funcionamiento de incontables bienes y servicios que le son proporcionados por personas y empresas de todo tipo, que se interrelacionan y articulan para que se produzca el turismo. (p. 128).

Ante lo anterior, es importante mencionar que muchas de las acciones que se ejecutan en la sociedad tiene relación con el turismo, y es de esta manera que se le atañe la característica de ser una disciplina compuesta de muchos productos y servicios que las personas adquieren u ofrecen.

### **2.2.1 Tipos de turismo**

La Organización Mundial del Turismo “UNWTO” (2019), menciona que del turismo se desprenden el:

Turismo cultural, turismo de negocios (relacionado a la industria de reuniones), ecoturismo, turismo gastronómico, turismo rural, turismo costero, marítimo, y de aguas interiores, turismo de aventura, turismo urbano o de ciudad, turismo de salud, turismo de montaña, turismo de bienestar, turismo educativo, turismo médico, y turismo deportivo. (p. 7).

Tal como lo muestra la máxima organización en relación con el turismo hay una gran diversidad de turismo con sus distintos enfoques; por lo que, en esta investigación, se enfocará el turismo de negocios, en relación con el turismo de reuniones.

### **2.2.1.1 Turismo de reuniones**

Actualmente, desde la base macro del turismo se han desprendido muchos tipos de turismo, debido a los cambios generacionales de la sociedad, la diversificación de los productos, surgimiento de nuevos destinos y otros factores que inciden directa o indirectamente a este tipo de turismo. Tal como se ha basado esta investigación y se ha enfatizado en el turismo de reuniones, que comúnmente se le conoce como turismo MICE y que por medio de organizaciones a nivel mundial en este campo han modificado ciertas definiciones con el fin de englobar toda la industria de los negocios, tal como lo ha hecho la Asociación de Estados del Caribe (2017), citando a Rifai (s. f.):

En este sentido es importante definir qué se entiende por Turismo de Reuniones o de Negocios. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo de Reuniones es aquella actividad de viaje que se realiza fuera del entorno habitual de una persona por al menos 24 horas, cumpliendo los requisitos de las reuniones establecidas, este tipo de turismo se ha catalogado como uno de los segmentos fundamentales del sector turístico, posicionándose como uno de los principales motores de desarrollo del sector y como un importante generador de ingresos, empleo e inversión. (p. 4).

Tal como se ha mencionado en la investigación, hay autores que se refieren al turismo de reuniones como turismo MICE, turismo convenciones o congresos, sin embargo, de acuerdo con el exsecretario general de la OMT (2017), se emplea como turismo de reuniones o negocios a toda aquella actividad donde se establezca una razón de viaje y sus particularidades para una reunión. Además, la OMT (2011), también “distingue los componentes del sector de reuniones para incluir a las industrias “centrales” y un alcance ampliado del sector para cubrir otras entidades de apoyo que incluyen un grupo más amplio de negocios”. (p. 10).

Además, la OMT (2011), nombra cuatro industrias centrales de las reuniones y sus actividades relacionadas son caracterizadas por la OMT como se muestra a continuación:

organizadores de reuniones especializados, centros de convenciones, congresos y exposiciones, casas de incentivo y compañías de administración de destino y oficinas de congresos y visitantes (organizaciones de mercadotecnia de destino).

Con base en lo mencionado anteriormente, se observan las industrias centrales como las organizaciones en relación directa con el turismo de reuniones, quienes organizan, preparan o contratan los servicios necesarios para estas actividades empresariales. Mientras que de acuerdo con el “enfoque ampliado del concepto del sector de Reuniones incluye a todos los negocios registrados en la economía [...] tales negocios proveen servicios de apoyo, equipamiento y personal que son usados en la organización o participación en las reuniones e incluyen: alojamiento, transporte, equipo técnico [...]”. (p. 11).

La inclusión de este concepto en el marco teórico se enmarca en la necesidad de entender su enfoque primordial y cómo este por medio de las actividades que realiza, se cataloga como uno de los turismos emergentes más importantes y generadores de divisas en los segmentos antes citados del turismo en general.

#### **2.2.1.2 Segmentos del turismo de reuniones**

Los segmentos del turismo de reuniones se dividen en 4 grandes áreas, y es lo que comúnmente se le conoce como MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions). Es un término muy utilizado que resume a una industria caracterizada por actividades orientadas a las reuniones y negocios. Por tanto, las definiciones se contextualizan de acuerdo con los países o regiones a nivel mundial.

## A. “Meetings” reuniones

Este segmento del turismo de reuniones hace alusión a uno de tantos tipos de eventos que engloba el turismo de reuniones, por tal razón se reconoce la definición de Centro de Estudios Superiores en Turismo (2011), quien expresa que:

El término “Reunión” [...] se refiere a la agrupación de 10 o más participantes por un mínimo de 4 horas en un recinto contratado. Las reuniones incluyen convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, eventos de incentivo, reuniones corporativas o de negocios, así como otras reuniones que cumplen con los criterios arriba mencionados. Las reuniones excluyen actividades sociales (recepciones de boda, celebración de fiestas, etc.), actividades educativas establecidas en forma permanente (primaria, secundaria o educación universitaria), reuniones puramente recreacionales (como conciertos y espectáculos de entretenimiento de cualquier clase), campañas políticas o encuentros de consumidores o prospectos por parte de una compañía para presentarles sus productos o servicios para venta (ferias dirigidas al consumidor), las cuales caen más bien dentro del ámbito de la venta minorista o mayorista. (p. 8).

De acuerdo con lo anterior, las reuniones tienen fines empresariales dejando de lado las reuniones sociales, estos espacios se convierten en una pieza clave de la comunicación y desarrollo de la empresa.

Además, Nieva (2018), considera las finalidades de este tipo de reuniones de la siguiente manera:

Las reuniones de trabajo tienen múltiples finalidades como la elaboración de planes, el diseño de las estrategias empresariales, la evaluación de las acciones e incluso de la gestión de los recursos. Las reuniones de trabajo son una actividad necesaria que se desarrolla diariamente en el seno de una empresa. Conocer los tipos y las funcionalidades de las reuniones de trabajo nos ayudarán a mejorar. (párr. 2).

Al identificar estas finalidades se reconoce que en las reuniones de trabajo se realizan actividades muy importantes para la empresa por lo que muchas veces estas reuniones se planifican para ser realizadas en lugares diferentes a la misma empresa con el objetivo de cambiar de ambiente, incentivar la creatividad y finalmente cumplir con los objetivos.

## **B. “Incentives” viaje de incentivo**

Los viajes de incentivo son muy utilizados en las empresas como un beneficio o retribución a los colaboradores o trabajadores, al momento de alcanzar alguna meta, logro u objetivo en la misma. Esta práctica se ha convertido en una tendencia para las empresas y los trabajadores, por lo cual trabajan incansablemente para obtener estos incentivos y es por ello por lo que se convierte en una actividad económica del sector turismo, debido a que muchos de estos beneficios es el viajar, capacitarse, actualizar conocimientos o simplemente como una opción de ocio. De acuerdo con los autores De Juan, De Prada, Gray, Marcé y Nieto, (2006):

El viaje de incentivo es una actividad turística que consiste en organizar viajes turísticos, de esparcimiento o de recreo para empleados de empresas con el fin de motivarles, estimularles, premiarles por su labor profesional o para premiar a vendedores y clientes por su actividad de venta o compra. (p. 145).

Al tratarse de una actividad donde las empresas ofrecen este tipo de opciones para las personas colaboradoras, convierte la actividad como una oferta diversificada para premiar y motivar a los mismos y de esta forma generar lo que se le conoce como incentivos, que mediante sus prácticas se encuentra el viajar a distintos lugares.

Por su parte Tomás (2018), los viajes de incentivos “son aquellos desplazamientos que buscan compensar el buen rendimiento de los empleados, así como la fidelidad de los clientes. Estos viajes desempeñan un papel estratégico en la relación de la empresa con los mismos”. (párr. 1).

En otras palabras, los viajes de incentivos son viajes que realizan las personas colaboradoras o bien clientes que de alguna forma han sido una pieza clave para la empresa, por lo que el viaje se vuelve un incentivo o recompensa de su desempeño y que a la vez

permiten afianzar la relación entre estos y lograr un ambiente de trabajo casi idóneo para la persona colaboradora y para la empresa.

También, García (2015), agrega que “los viajes de incentivo les aportan beneficios y valor añadido, ya que motiva a los empleados a un mejor desempeño profesional”. (párr. 3).

Al ser este tipo de viaje una motivación o gratificación para quienes lo realizan, se facilita el espacio para que los viajeros reflexionen sobre su papel y desempeño en la empresa, y que, a la vez, refresquen su creatividad para llegar a la empresa y desarrollar nuevas ideas y estrategias de trabajo mejorando así su desempeño profesional.

### **C. “Conventions” congresos**

La práctica de los congresos es muy utilizada a nivel mundial, por la cantidad de personas que puede convocar, además, de ser una de las opciones que más reconocimiento en cuanto a nombre se refiere y por las temáticas que puede generar. De acuerdo con los autores Torres, Esteve, Fuentes, y Del Mar (2006), mencionan que los congresos y convenciones:

Se trata de reuniones entre personas con un interés común o miembros de una asociación local, regional, nacional o internacional, que se congregan para intercambiar ideas e información. El hecho relevante es que el individuo viaja y pernocta fuera de su domicilio para asistir a esas reuniones. Concretamente, congreso es el término que se suele utilizar para describir estas reuniones cuando convocan a un gran número de participantes. Los congresos son el segmento más evidente del turismo de reuniones. Suelen estar promovidos por una asociación, federación o colegio profesional. (p. 237).

De acuerdo con los autores, es una práctica que se da en cualquier espacio para el intercambio de información, ideas, desarrollo, perspectivas, entre otros, que motiva a viajar a distintos lugares dentro o fuera del país y que pernoctan en el lugar determinado. La cantidad de personas que puede convocar esta actividad se debe a que comúnmente se hace

en espacios grandes, con una muy buena red de mercadeo y detalle en la logística. Además, es importante mencionar que siempre tiene un carácter de ser promovidos y realizados por un conjunto de personas establecidas, conocidas y con cierto renombre en la materia.

#### **D. “Exhibition” ferias/exhibiciones/exposiciones**

Este tipo de actividad ha surgido con el paso de los años y ha servido de plataforma para ofrecer productos y servicios en distintas zonas, con un fin comercial, de reconocimiento o posicionamiento. De acuerdo con los autores Torres, Esteve, Fuentes, y Del Mar (2006), mencionan que las ferias y las exposiciones:

[...] atiende a la necesidad del intercambio comercial, el cual suele realizarse en un mercado, atendiendo por éste el espacio físico donde se produce el encuentro entre la oferta y la demanda. A mediados del s. XVIII, se inicia una nueva época de desarrollo para las ferias con el ciclo de las grandes exposiciones, que pretendían presentar los nuevos productos y llamar la atención del gran público. Comenzaron como exposiciones nacionales y terminaron siendo grandes exposiciones internacional. Estas grandes exposiciones se orientan hacia la promoción de la producción nacional y del progreso técnico y científico del país organizador. (p. 238).

De tal forma que esta actividad presenta sus productos y servicios con un sentido diferenciador, atrayendo gran cantidad de personas orientadas al mercado meta que señalen. Dependiendo de su rama de acción pueden diferenciarse donde exista cierta oferta de un producto contra una demanda de las personas que buscan el producto y servicio.

Además, se da otra diferenciación básica entre ambas, ya que mientras las exposiciones buscan objetivos de promoción cultural, social, científica, técnica, entre otras, las ferias persiguen objetivos de carácter comercial. (p. 238).

Otro aspecto relevante es que estas actividades se pueden desagregar en distintos enfoques, debido a la naturaleza de sus productos y servicios, además, que no todas cuentan o presentan la distinción de ser de carácter comercial.

## 2.3 Certificación

De acuerdo con la presente investigación, se ve necesario incluir y detallar el término de certificación ya que, dentro de la investigación, el tema en desarrollo se encuentra vinculado directamente con la CST, una certificación nacional otorgada por el ICT y reconocida por el país y el mundo debido a sus estándares de calidad y sostenibilidad turística.

Según Hernández (2006), “la certificación consiste en la acreditación que se otorga a las instituciones autónomas y sus programas que hayan logrado estándares satisfactorios en el proceso de evaluación de calidad”. (p. 53).

Con base en la definición que la autora realiza, las certificaciones son el reconocimiento del logro realizado por completar de forma grata, una serie de procesos y aspectos que se establecen como necesarios en cada una de las certificaciones existentes en el mundo.

Para ampliar el concepto de las certificaciones Shanley, Pierce, Laird y Robinson, 2008, mencionan que “la certificación es un sistema de evaluación que verifica el cumplimiento de un grupo de estándares que aseguran la calidad de los productos, la consistencia y la seguridad”. (p. 7). Un sistema que por medio de la validación de los estándares permite nivelar un grupo de actividades que buscan algún tipo de reconocimiento ante el mercado y la sociedad.

Además, los autores Miranda, Chamorro y Rubio (2004), hacen referencia a que hay tres personajes importantes dentro del proceso de las certificaciones quienes son las responsables de llevar a cabo el proceso de certificar a una empresa. Estos personajes son: organismo normalizador, organismo certificador y entidad certificada. El primero, es quien establece los estándares que se deben cumplir para obtener una certificación, el segundo, es

quien realiza el proceso de verificación de los estándares, este también puede ser parte del organismo normalizador; mientras que el tercero, es la empresa que realiza los cambios necesarios para el cumplimiento de los estándares que permiten el otorgamiento de la certificación.

Además, para concluir, es importante destacar que las certificaciones son mérito de un esfuerzo que realizan las empresas y sus colaboradores en la gestión de las operaciones administrativas y productivas, con el fin lograr un reconocimiento, beneficios económicos, sociales y ambientales, entre otros.

### **2.3.1 Certificación para la Sostenibilidad Turística**

La fuente en estudio “Certificación para la Sostenibilidad Turística” es una fuente obtenida del sitio web oficial de la CST llamado Turismo Sostenible el cual es administrado por el ICT.

La CST, a nivel nacional, es una de las certificaciones turísticas más reconocidas incluso por otros países ya que es un modelo de desarrollo turístico-sostenible que trabaja con parámetros de sostenibilidad los cuales se ven reflejados en las acciones que las empresas que participan de este estándar, deben cumplir para optar por la certificación y su correspondiente reconocimiento.

De acuerdo con el Instituto Costarricense de Turismo (1999-2019), la CST se define de la siguiente manera:

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. (párr. 1).

El término de CST está íntimamente relacionado con esta investigación, debido a que es el estándar al cual se desea analizar la posibilidad de incluir una nueva categoría de las empresas que pueden hacer la solicitud en la incorporación del estándar por medio de una serie de procesos administrativos y operativos que se realizan para determinar el nivel que obtiene de acuerdo con los requisitos establecidos por el estándar.

### **2.3.2 Sostenibilidad**

Según la fuente de tipo revista, el término “sostenibilidad” ha sido uno de los pilares de esta investigación donde se toma como referencia para estudiar y aplicar las acciones correspondientes al mejoramiento del bienestar ambiental, social y económico de una empresa y su entorno, pero además del reconocimiento social que se obtiene al demostrar que se trabaja de la mano con buenas prácticas de sostenibilidad, se marca la diferencia en la escogencia de una empresa a otra.

Por la importancia mencionada anteriormente, este se complementa con lo expuesto por otros autores sobre sostenibilidad. De acuerdo con Rodríguez (2006), lo primero que fue expuesto sobre el concepto de sostenibilidad:

Fue introducido en 1980 por Lester Brown, para quien una sociedad sostenible era aquella capaz de satisfacer las necesidades de una sociedad, pero sin comprometer los recursos que hagan posible la existencia de las futuras generaciones (en cuanto a satisfacción de necesidades básicas, espirituales y culturales). (Rodríguez, 2006, p. 25, citando a Álvarez, 2001).

Con la información detallada en la cita anterior, se observa que este término no es algo tan nuevo, por lo contrario, hace 39 años se ha venido estudiando y comprobando qué áreas cubre la sostenibilidad como una llave hacia la conservación y protección de los recursos naturales y culturales con los que cuenta la humanidad.

Además, Rodríguez (2006) citando a autores como Padilla (2001) y Roca (2001), hace referencia a que:

La sostenibilidad debe ser ecológica (los ecosistemas mantienen en el largo plazo sus características fundamentales; de este modo continúan generando los recursos naturales al sector productivo y a la sociedad); económica (es decir, la rentabilidad producida por el manejo sostenible tanto de los recursos naturales como de los ecosistemas que los contienen); y social (los beneficios y costos se distribuyen de manera justa entre los grupos sociales, respetando al mismo tiempo los valores culturales de dichos grupos). (p. 25).

La importancia de este término para la investigación en cuestión es necesaria ya que la CST lo utiliza como pilar para la elaboración y el cumplimiento de sus requisitos por lo que, de manera indirecta, la categoría de turismo de reuniones que se analizará para la inclusión en el estándar CST deberá aplicar los principios de sostenibilidad dentro de las administración y operación de las empresas de la industria del turismo de reuniones.

### **2.3.3 Desarrollo Sostenible**

El término de desarrollo sostenible hace una conexión fuerte con esta investigación, debido a que éste es la base de la CST con la que trabaja el ICT en el otorgamiento de la certificación a empresas turísticas que cumplan con una serie de requisitos y acciones que van de la mano con la sostenibilidad, el ambiente y el bien social.

De acuerdo con la Asamblea General de las Naciones Unidas, presidente del 65° período de sesiones (s. f.), “el desarrollo sostenible se define como las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. (párr. 1).

Por tanto, es importante conocer el papel del desarrollo sostenible en cualquier actividad que se desarrolla en el país y el mundo, por su parte, Costa Rica en fiel compromiso con el desarrollo de actividades encaminadas en esa dirección de sostenibilidad, fue el primer

país en unirse a los objetivos de desarrollo sostenible, y que mediante el cual, cuenta con un sitio web exclusivo para evidenciar todos los aspectos relacionados al desempeño, compromisos, alianzas, casos de éxito, y los recursos en la materia que sirven para concretar y cumplir con cada una de las metas planteadas y establecidas.

Ante lo expuesto, se puede evidenciar el papel del desarrollo sostenible dentro del país y para ello, el gobierno de la república de Costa Rica cuenta con una página web exclusiva para el desarrollo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Ver figura 7.

## Figura 7

### Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: elaboración propia a partir de la información suministrada por la página de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (s. f.).

Como se muestra en la figura 7, existen diecisiete objetivos con los que el gobierno de Costa Rica trabaja para mejorar el desarrollo sostenible del país; dentro de los objetivos se abarca temas relacionados con ambiente, fauna, pobreza, igualdad de género, conservación del agua, producción y consumo responsable, entre otros aspectos que hacen de estos objetivos un desarrollo integral y sostenible para la población y la biodiversidad de Costa Rica. Sin embargo, los objetivos que se relacionan más con este trabajo de investigación son los siguientes: energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo responsable y acción por el clima. Son estos los objetivos que destacan sobre los doce restantes debido a su accionar, ya que con la CST se cubren varios aspectos de estos cinco objetivos.

Es clara la importancia que se tiene en el país por la mejora del desarrollo sostenible de la población, su entorno y las futuras generaciones.

#### **2.4 Instituto Costarricense de Turismo (ICT)**

El Instituto Costarricense de Turismo, es una organización que juega un papel imperante para el crecimiento económico del país, dentro de los objetivos institucionales se encuentran: articular el crecimiento turístico orientado a un modelo de desarrollo sostenible del turismo además, de mejorar y propiciar destinos diferenciados de nuestro país, promoviendo la competitividad, la generación y transferencia de conocimiento, la responsabilidad social y sostenibilidad para lograr cumplir con el desarrollo turístico sostenible, lo anterior de acuerdo con la página oficial del Instituto Costarricense de Turismo (2020), en la cual también se menciona un extracto de la historia:

En 1931, se decreta la primera normativa sobre regulación turística, mediante la Ley 91, del 16 de junio de 1931, donde se crea la "Junta Nacional de Turismo", la cual funcionó hasta el 9 de agosto de 1955, fecha en que fue

creada, mediante la Ley 1917, la entidad que hasta hoy conocemos como "Instituto Costarricense de Turismo". (párr. 2).

En 1953 mediante una organización política creada en Costa Rica y bajo el liderazgo de estas, se abrieron caminos para la creación de importantes instituciones en el país, ante ello, surgió el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) en el año 1955.

La creación de tan prestigiosa organización ha llevado a Costa Rica a ser referente mundial del turismo, diversificando mercados y productos turísticos, generando competitividad y calidad del turismo, así como proyectando la esencia de Costa Rica a lo largo y ancho de muchos países, captando distintos segmentos de mercados para la visitación de nuestro país.

## **2.5 Inclusión**

De acuerdo con Kekutt (2014), en su obra Turismo: Herramienta Social, se desprende un término que hace referencia a la inclusión como algo irremplazable e importante, ante ello se menciona que: “La inclusión de la calidad en estas ha supuesto de la adaptación de estándares que garantizan el uso, disfrute y sustentabilidad de un bien frágil e irremplazable”. (p. 11).

Es importante mencionar que el incluir algo tiene una razón de ser, por tanto, tiene relación con la adaptación de estándares tales como el propuesto por la CST.

## **2.6 Indicadores específicos de evaluación**

Este término es relevante para esta investigación debido a que, dentro del desarrollo de esta investigación, específicamente en los objetivos específicos, se plantea la identificación de indicadores de evaluación para la categoría del turismo de reuniones para su posible inclusión dentro de la CST. Por este motivo es necesario definir el término para mejor entendimiento y desarrollo del tema.

Estos indicadores específicos son un ámbito de evaluación de la gestión sostenible de la organización que se encuentra en proceso de certificación, además de este ámbito, se encuentra la gestión empresarial, el impacto social, económico y cultural y el impacto ambiental como los primeros ámbitos de evaluación, esto de acuerdo con el ICT (s. f.)

Según Turismo Sostenible (2017), en su indicador específico, este “evalúa los aspectos propios de cada categoría, subcategoría y características especiales de las operaciones de las empresas u organizaciones”. (párr. 11).

Los indicadores específicos son los aspectos establecidos previamente y de manera individualizada, que serán evaluados de acuerdo con los criterios establecidos en el sector correspondiente a cada ámbito de acción.

Los autores Lusthaus, Adrien, Anderson y Carden (2001), se refieren a este concepto como “un elemento de medición que permite esclarecer y medir un concepto”. (p. 41).

Con lo anterior, lo que se pretende, de acuerdo con los criterios compuestos por los indicadores, es dar mayor confiabilidad a los objetos de estudio, dando un mayor cumplimiento en los procesos evaluativos que se establecen en cada uno de los sectores.

## **2.7 Empresa Turística**

Este concepto hace referencia a las empresas que mantienen actividades relacionadas con el sector turístico que se subdividen en otras actividades directas e indirectas en el desarrollo económico de una zona o región. Se desea definir este término con el fin de identificar las características que diferencian a una empresa turística del resto de las organizaciones, puesto que existen algunas de estas que desarrollan actividades comerciales con el sector turístico.

Para comenzar, Korstanje (2007), afirma que “una empresa turística es una organización económica con fines comerciales que se destaca por la producción de bienes intangibles o servicios”. (p. 41).

De acuerdo con Korstanje, el concepto de empresa turística que este autor expresa se refiere a una organización que se encarga de producir bienes o servicios por el incentivo económico, sin embargo, este puede hacer referencia a una empresa cualquiera ya que no describe con exactitud las actividades turísticas que estas empresas pueden ofrecer.

Por lo que se cita al autor Corchero (s. f.), ya que este expresa su concepto sobre empresa turística:

Empresa turística será aquella que presta sus servicios en el ámbito turístico. Así, la Ley de Turismo de Extremadura define la empresa turística como la que tiene por objeto de su actividad la prestación, mediante precio, de servicios de alojamiento, restauración, mediación entre los usuarios y los ofertantes de servicios turísticos. (p. 82).

Por su parte, en el reglamento de las empresas y actividades turísticas del Instituto Costarricense de Turismo (2018), expresa que la empresa turística se refiere a: “Las que presten servicios directa o principalmente relacionados con el turismo y que a juicio del ICT reúnan las condiciones necesarias para ser clasificadas como tales”. (p. 4).

Teniendo en cuenta que una empresa turística se dedica a la producción de bienes y servicios que satisfacen las necesidades de los clientes, turistas en este caso, es importante mencionar que además de los servicios que Corchero menciona se debe incluir los servicios recreativos, de bienestar, de transporte, de alimentación, de salud, entre otros servicios que pueden ser utilizados por los turistas.

### **2.7.1 Empresa turística relacionada con turismo de reuniones**

Profundizando en el tema del turismo de reuniones, las empresas turísticas que se relacionan con este sector se dividen en dos grupos, esto de acuerdo con (T Orozco, comunicación personal, diciembre, 03, 2019), quien plantea que las empresas de impacto directo son las salas para eventos como el Centro de Convenciones de Costa Rica, entre otros hoteles que ofertan sus salones, además de las empresas de medios de transporte, alimentación, hospedaje y seguridad. Mientras que, por otro lado, la Certificación para la Sostenibilidad Turística (1999-2019), hace referencia a que se encuentran las empresas suplidoras (segundo grupo) quienes son los encargados de proveer a las empresas de los insumos necesarios para llevar a cabo las diferentes actividades del turismo de reuniones.

Por lo tanto, con esta categorización se puede identificar la relación de unas empresas con las otras y su dependencia entre sí, ya que el primer grupo debe obtener los contratos de los eventos para poder contratar a sus proveedores y son estos quienes hacen posible que muchos de los eventos sean realizados.

### **Capítulo III: Marco Metodológico**

### **3.1 Aproximación al marco metodológico**

Este apartado muestra las estrategias que fueron utilizadas a lo largo del desarrollo de la investigación; estas estrategias son: el paradigma, el tipo de enfoque, tipo y etapas de la investigación, finalidad, temporalidad, fuentes, población, sujetos de información, técnicas, validación de instrumentos, matriz de validez y cronograma. Como lo mencionan los autores Dalle, Boniolo, Sautu & Elbert (2005), son “los procedimientos metodológicos que corresponde utilizar para responder a esos objetivos”. (p. 86). De acuerdo con los autores antes mencionados estos procesos son los necesarios para lograr responder las interrogantes. Además, Hurtado y Toro (2007), mencionan que:

El marco metodológico constituye la médula de la investigación. Se refiere al desarrollo propiamente del trabajo investigativo.  
[...] aquí se indica la metodología que se va a seguirse en la investigación para lograr los objetivos propuestos o para probar las hipótesis formuladas.  
[...] se elaboran instrumentos para la recolección de datos y se indica cuáles serán los procedimientos por seguir para el análisis de estos. (p. 90).

Como mencionan estos autores, marco metodológico es el eje central de la investigación ya que el desarrollo de esta se ve desenvuelto en los procesos que se describen en este apartado.

### **3.2 Paradigma**

El paradigma en una investigación permite el desarrollo de las actividades por medio de una serie de reconocimientos teóricos-metodológicos que permiten orientar la investigación bajo las creencias o preceptos que cada paradigma propone, esto de acuerdo con Barrantes (2013).

Es por lo anterior, que esta investigación se basó en el paradigma naturalista, debido a que éste busca describir, interpretar y explicar la realidad. Además, de analizar éstas por medio de las percepciones de las personas, por lo cual Barrantes (2013), menciona:

Se caracteriza por fundamentarse en la fenomenología y en la teoría interpretativa. En cuanto a la naturaleza de la realidad, esta es dinámica, múltiple, holística, construida y divergente. La finalidad de la investigación es comprender e interpretar la realidad, los significados de las personas, las percepciones, las interacciones y las acciones. (p. 83).

Este paradigma se vinculó con esta investigación desde la comprensión y análisis de la realidad de las empresas que se desarrollan en el turismo de reuniones con respecto a la carencia de su categoría dentro del estándar CST, por lo cual se utilizaron las opiniones y experiencias de las personas empresarias de la industria de reuniones con el fin de conocer su contexto, situación o ambiente.

### **3.3 Enfoque**

El tipo de enfoque que caracteriza a esta investigación se basó en la modalidad mixta, ya que como expresa el autor Giráldez (2010), “el enfoque mixto utiliza la integración de métodos a través de un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos”. (p. 137).

Los datos cualitativos y cuantitativos que se obtuvieron de los sujetos y fuentes de estudio permitieron la conexión entre los elementos que se vieron influenciados en el estudio de la inclusión de la categoría de turismo de reuniones dentro de la CST con respecto a las cifras recopiladas del estudio de la inclusión.

Por otro lado, el enfoque mixto también tiene la función de dar respuesta al planteamiento del problema, esto según Hernández (2006) citando a Teddlie y Tashakkori (2003), lo anterior, motiva a seguir el camino de las interrogantes que se pretenden dar respuesta.

### **3.4 Tipo de investigación**

La presente investigación se desarrolló bajo el tipo de estudio descriptivo, a su vez presentó matices explicativos, para lo cual, a continuación, se describen ambos tipos de investigación y su relación con el tema en desarrollo.

#### **3.4.1 Descriptivo**

De acuerdo con Hernández (2006) citando a Danhke (1989):

La meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (p. 102).

Además de indagar en el tema, se debió describir detalladamente todos los aspectos que surgieron de la investigación para poder demostrar con evidencia y fundamentar la información que se obtuvo del trabajo de campo realizado con las personas empresarias del turismo de reuniones.

#### **3.4.2 Explicativo**

Este tipo de estudio es mencionado por Alayza, et al (2010), citando a Hernández, Fernández y Baptista, (1991), quienes señalan que las investigaciones explicativas:

Van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué se da éste, o por qué dos o más variables están relacionadas. (p. 24).

Además de haber descrito las variables, procesos, etapas y resultados que se vieron relacionadas con esta investigación, también se desarrolló cada una de ellas para lograr identificar sus causas, consecuencias, conclusiones y posibles soluciones al problema abordado.

### **3.5 Etapas de la investigación**

- Acercamiento con la temática y metodología utilizada; comprende desde la lluvia de ideas para la selección del tema de estudio, los aspectos relacionados con su importancia e investigaciones elaboradas por otros autores, hasta la determinación de las técnicas, estrategias y enfoques de la investigación.
- Acercamiento con las empresas público-privadas, donde se estableció un lazo de conexión para la obtención de datos e información indispensable durante el proceso de investigación, y a la vez, se establecieron los medios óptimos de comunicación entre las partes involucradas.
- Elaboración de los instrumentos de estudio, donde se incorporó la información necesaria para el desarrollo de la investigación, estos instrumentos fueron la entrevista a profundidad y el cuestionario.
- Acercamiento con la población de estudio, donde se comunicó el objetivo y la finalidad del trabajo por desarrollar.
- Coordinación y aplicación de los instrumentos de estudio, donde se aplicó y logró obtener la información sobre la temática y el contexto actual de la sociedad involucrada en este sector del turismo.
- Análisis de los resultados obtenidos, donde se logró identificar y clasificar los datos dentro de los diferentes objetivos planteados.
- Conclusiones y recomendaciones alcanzadas al finalizar el proceso de análisis de la temática estudiada y de las etapas previamente mencionadas para determinar si la categoría del turismo de reuniones es necesaria o no en la inclusión del estándar CST de acuerdo con la realidad de las empresas del sector.

### **3.6 Finalidad**

De acuerdo con Barrantes (2013), “la Investigación básica (pura) es aquella actividad orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos y campos de investigación sin un fin práctico específico e inmediato. Su objetivo es crear un cuerpo de conocimientos teóricos en algún campo de la ciencia”. (p. 86).

En este caso, la búsqueda de nuevos conocimientos estuvo orientada al campo del turismo de reuniones, específicamente con las personas empresarias de este sector y en el estudio de su posible inclusión dentro de la CST con el fin de poder determinar si su inclusión es necesaria o no.

### **3.7 Temporalidad**

Esta tesis se basó en la temporalidad de tipo transversal o sincrónico, por lo que Hernández (2006), explica que “los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (p. 208).

Por lo que los datos e información de esta investigación fueron obtenidos durante el año 2020, debido a que al estudiar la temática en un momento específico se observa su desarrollo de forma continua dentro de un periodo de tiempo, y los hechos transcurren de forma secuencial sin tiempo de pausa entre los hechos y los resultados.

### **3.8 Fuentes**

El autor Hernández (2006), expone dos tipos de fuentes, de las cuales ambas fueron utilizadas en esta investigación:

Primaria: Proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que contienen los resultados de estudios, como libros, antologías, artículos, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos

periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros y páginas en internet, entre otros. (p. 66).

Mientras que las fuentes secundarias, según Hernández (2006), “Son listas, compilaciones y resúmenes de referencia o fuentes primarias publicadas en un área de conocimiento en particular, las cuales comentan artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos especializados”. (p. 66).

En el caso propio de esta investigación se recurrió a los testimonios de las personas expertas, es decir, las personas empresarias que desarrollan sus negocios en el sector del turismo de reuniones, esto para conocer las posiciones de cada una de las partes, plantear el problema y su posible solución.

A su vez, se utilizaron artículos, libros, tesis y otros documentos que ayudaron al sustento y fortalecimiento de la investigación.

### **3.9 Población**

La población “es la totalidad del fenómeno que se pretende estudiar y donde las unidades o universo de la población tienen cierta característica afín, la cual es estudiada y provee los datos de la investigación”. (Romero, s. f., p. 171).

La presente investigación contempló a un conjunto de empresas que trabajan en el turismo de reuniones (no se presentaron los nombres de estas por aspectos de confidencialidad), no obstante, estas empresas se encuentran como afiliadas al Costa Rica Convention Visitors Bureau, bajo términos de agremiados de la organización de reuniones en Costa Rica. Las afiliaciones en el Costa Rica Convention Visitors Bureau se realizan a través de 8 categorías, las cuales se muestran en la siguiente figura junto con el dato de las cantidades de afiliados en cada categoría. Ver figura 8.

**Figura 8**

*Categorías de los afiliados al Costa Rica Convention Visitors Bureau*



Fuente: elaboración propia, a partir de la base de datos del Costa Rica Convention Visitors Bureau, (2020).

De acuerdo con la figura 8, el total de los afiliados al Costa Rica Convention Visitors Bureau suma 65 miembros, representantes de diferentes empresas que se desenvuelven en el turismo de reuniones.

### **3.9.1 Censo**

De acuerdo con Malhotra (2008), "Un censo implica numerar a todos los elementos de una población, después de lo cual es posible calcular de manera directa los parámetros de la población". (p. 335).

Al considerarse pequeña la población de estudio y de la importancia de contar con la información de cada una de estas personas, se consideró el censo para la presente investigación por haber trabajado con todas las personas sujetas de información que no cuentan con la opción de certificarse con la CST, debido a que los restantes 46 miembros afiliados al CRCVB, ya cuentan con la CST en las distintas categorías.

En el caso de esta investigación, la población total fue de 19 sujetos de información, ya que, del total de la población de afiliados en las distintas categorías del CRCVB, solo 19 de estos no cuentan con la CST definida para el sector del turismo de reuniones, y es por ello que, para efectos de esta indagación se contempló a todas las personas y empresas en el proceso investigativo, de los cuales 14 completaron el cuestionario digital habilitado durante un mes, haciendo recordatorios por las distintas vías de comunicación. Una de las limitantes en este proceso fue el contacto para su completado y la respuesta de cada una de las personas participantes.

### **3.9.2 Sujetos de información**

De acuerdo con Barrantes (2007), define a los sujetos o fuentes de información como "todas aquellas personas físicas o corporativas que brindarán información". (p. 92). Entonces, los sujetos de información fueron los miembros activos del Costa Rica Convention Visitors Bureau a quienes se aplicaron los cuestionarios, específicamente a los

OPC, los organizadores/productores y los proveedores; mientras que a las personas expertas del sector público-privado se le aplicó la entrevista a profundidad.

Para la muestra no probabilística se aplicó el instrumento “entrevista a profundidad” para la cual establecieron algunos criterios para la selección de los sujetos por entrevistar. Ver cuadro 3.

### **Cuadro 3**

*Criterios de selección de la población para entrevista a profundidad*

<b>Población</b>	<b>Rango de edad</b>	<b>Años de experiencia en turismo de reuniones</b>	<b>Categoría a la que pertenece en el CRCVB</b>	<b>No ostentar la CST</b>	<b>Género</b>
Asociados de Costa Rica Convention Visitors Bureau	De 17 a 75 años	Más de 1 año	OPC, Organizadores/Productores de eventos, Proveedores	No contar con la CST	50% hombres y 50% mujeres

Fuente: elaboración propia (2020).

De acuerdo con el cuadro 3, se describió el motivo de selección de cada criterio; de izquierda a derecha, el primer criterio corresponde a la población para aplicar la entrevista a

profundidad, el segundo criterio, al rango de edad de esta población, el tercer criterio se refiere a contar con un mínimo de un año de experiencia en el sector de turismo de reuniones, el cuarto criterio corresponde a la categoría en la que se ubica la empresa que representa la persona entrevistada, el quinto criterio corresponde a las empresas que no cuentan con la CST y, por último, el criterio hace un balance de género para aplicar las entrevistas.

Es importante mencionar que, los criterios utilizados para seleccionar la población se deben a que Costa Rica cuenta con una organización sin fines de lucro que busca promover al país como un destino de incentivos y reuniones, esta organización conocida como Costa Rica Convention Visitors Bureau, fue fundada en 1998, por un grupo de personas empresarias con una visión de desarrollar la industria MICE en Costa Rica, con el fin de aumentar el número de visitantes bajo este contexto y de proyectar el país como un destino óptimo, de calidad y esencial para la ejecución de grandes congresos y convenciones en la región.

### **3.10 Técnicas**

Las técnicas que se desarrollaron en esta investigación fueron necesarias para la recolección de los datos que se obtuvieron a partir de los sujetos y fuentes de información, por lo cual, se complementó el desarrollo de esta investigación para la determinación de las conclusiones y recomendaciones respectivas de la investigación. Las técnicas o instrumentos aplicadas fueron: cuestionario y entrevista a profundidad.

#### **A. Cuestionario**

De acuerdo con Grande y Abascal (2009), un cuestionario “es un conjunto articulado y coherente de preguntas para obtener la información necesaria para poder realizar la investigación que la requiere”. (p. 189-190). Ver formato del cuestionario elaborado en el anexo 7.

Este instrumento de investigación presenta una serie de funciones:

- Convierte el objetivo en preguntas concretas, precisas y cerradas a cada una de las personas encuestadas.
- Estandariza la información obtenida debido a la naturaleza de cada ítem los cuales son iguales para cada una de las personas encuestadas.
- Proporciona información eficaz si su elaboración es correcta.

Por medio de las preguntas principalmente cerradas, se logró identificar la posición y visión de las personas empresarias de manera general para destacar o descartar diferentes aspectos que se vieron influenciados con la temática en estudio y así con ayuda de las entrevistas y talleres, poder identificar, establecer y validar los indicadores de evaluación necesarios para la categorización de este sector dentro de la CST. Además, que es una forma ordenada de abordar lo requerido en la investigación.

El instrumento digital utilizado constó de 19 interrogantes, de las cuales solo 16 se utilizaron para realizar el análisis respectivo, estas interrogantes se establecieron bajo temas de contexto, beneficios, importancia, indicadores del turismo de reuniones y otros aspectos que permitieron obtener información clasificada de las personas empresarias del sector de reuniones, identificando factores, elementos, requisitos y necesidades que se ven involucrados para la incorporación en el estándar de la CST del Instituto Costarricense de Turismo. Las 6 preguntas restantes correspondieron a datos básicos informativos. Las personas participantes contaron con 60 días para responder las interrogantes y así abrir espacios para subsanar dudas sobre el tema de investigación.

## **B. Entrevista a profundidad**

De acuerdo con Merino (s. f.), “La entrevista a profundidad se aplica de forma individual y pretende obtener información sobre las actitudes, creencias, experiencias, etc., que condicionan la forma de percibir el entorno del individuo entrevistado”. (p. 47). Ver formato de entrevista a profundidad elaborada en el anexo 8.

La finalidad con la que se aplicaron las entrevistas a profundidad a las personas empresarias del sector turismo de reuniones fue conocer de manera personal la opinión basada en la experiencia de cada una de ellas, sobre la posible inclusión de esta categoría de turismo dentro de la CST y demás aspectos que este proceso conlleva para sus negocios. Estas personas empresarias representan un grado de conocimiento, experiencia y trayectoria en el turismo de reuniones, las mismas se seleccionaron a partir de recomendación por parte de la Dirección Ejecutiva del CRCVB y a partir de características relacionadas a información requerida en esta investigación. El instrumento de entrevista a profundidad constó de 15 preguntas bajo temas de conocimiento sobre la CST, beneficios, fortalezas, debilidades, apoyo político, entre otros aspectos referentes tanto a la CST como a las empresas del turismo de reuniones. Ver cuadro 4.

### **Cuadro 4**

*Códigos de las personas entrevistadas*

<b>Nomenclatura</b>	<b>Actor</b>	<b>Abreviación en documento</b>	<b>Instrumento</b>
Entrevista 1 TUR	Persona empresaria	ETUR1	Entrevista a Profundidad

Entrevista 2 TUR	Persona empresaria	ETUR2	Entrevista a Profundidad
Entrevista 3 TUR	Persona empresaria	ETUR3	Entrevista a Profundidad
Entrevista 4 TUR	Persona empresaria	ETUR4	Entrevista a Profundidad

---

Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

Además, la información recolectada de este instrumento se organizó y analizó por medio de una matriz. Ver formato de matriz de análisis de datos en los anexos 9 y 10.

De tal manera que esta matriz está compuesta por objetivos específicos donde se desprenden cada una de las variables, el marco teórico-conceptual, seguido de los expuesto por cada una de las personas entrevistadas, la interpretación de datos, conclusiones, recomendaciones, y el alcance de cada objetivo trazado. Alcanzando de esta manera la triangulación de datos por medio de distintas fuentes de información que amalgaman cada variable, según lo expone el autor Howald (2000), “el uso de distintas fuentes de información en una investigación”. (p. 14).

### **3.11 Validación de instrumentos**

La validación de los instrumentos se realizó para fortalecer el proceso de la recolección de la información, tal como menciona el autor Santamaría (2006):

Toda prueba luego de ser confeccionada y antes de su correspondiente aplicación, debe pasar por una fase de estudio o validación, con el fin de corregir o mejorar aspectos de su estructura administrativa o técnica. Además, de atender los variados elementos de su contenido temático expresado en cada uno de sus diferentes ítems. (p. 141).

En el caso de esta investigación, la validación de los instrumentos aplicados (cuestionario y entrevistas a profundidad), fue realizada por dos personas expertas, la primera persona experta en el tema de la CST y la segunda persona como experta en el área del turismo de reuniones. Estas personas aportaron mejoras a los instrumentos elaborados con la intención de facilitar el proceso tanto de aplicación como de análisis de los datos.

Se adjunta la carta de validación de instrumentos en anexo 11 y 12.

### **3.12 Matriz de validez y coherencia interna de la investigación**

La matriz de validez permitió comprender la coherencia entre la metodología, los objetivos, los fundamentos teóricos, los instrumentos de investigación y su función instrumental y operacional, planteadas para esta investigación. Ver cuadro 5.

## Cuadro 5

*Matriz de validez*

<b>Paradigma</b>	<b>Enfoque</b>	<b>Tipo estudio</b>				<b>Población-Sujetos de estudio</b>				
Naturalista	Mixto	Descriptivo con matices explicativos				Costa Rica Convention Visitors Bureau				
<b>Interrogante problema</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Categorías de análisis</b>	<b>Definiciones conceptuales</b>	<b>Subcategorías</b>	<b>Descripción de técnicas</b>	<b>Descripción de instrumentos</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Definición instrumental</b>	
¿Qué factores inciden en la inclusión de la categoría del turismo de reuniones en el estándar de Certificación para la Sostenibilidad Turística?	Analizar la categoría del turismo de reuniones por medio del estudio de los factores, elementos y requisitos que se ven involucrados, para la incorporación en el estándar de	Examinar las necesidades del sector de turismo de reuniones en relación con la inclusión de la categoría dentro de la CST, según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau.	Necesidades del sector de turismo de reuniones.	“Actividad de viaje que se realiza fuera del entorno habitual de una persona por al menos 24 horas, cumpliendo los requisitos de las reuniones establecidas”. (Asociación de Estados del Caribe, 2017, citando	Reuniones, viajes de incentivo, congresos y exhibiciones.	Entrevista profunda y cuestionario.	Guía de entrevista a profundidad y guía de cuestionario.	Se presentan 6 ítems cuantitativos expresados en porcentajes y con 6 variables cualitativas expresadas en experiencia.	De acuerdo con el instrumento cuantitativo, las preguntas que corresponden al primer objetivo son: 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14. (Ver preguntas en el anexo 7).  De acuerdo con el instrumento cualitativo, las preguntas que corresponden al primer objetivo	

la CST del Instituto Costarricense de Turismo durante el año 2020.

a Rifai, s. f., p. 4).

Necesidad de inclusión, experiencia, conceptualización del TR, beneficios CST, proceso CST, importancia. son: 1, 2, 3, 6, 8, 9. (Ver preguntas en el anexo 8).

Determinar los elementos que influyen en las organizaciones y que condicionan la obtención de la CST según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau.

Factores, elementos que inciden en la inclusión de la categoría.

“Algo irremplazable e importante, ante ello se menciona que la inclusión de la calidad en estas ha supuesto de la adaptación de estándares que garantizan el uso, disfrute y sustentabilidad de un bien

Beneficios, desarrollo, crecimiento, aceptación.

Entrevista, cuestionario

Guía de entrevista a profundidad y guía de cuestionario.

Se presentan 6 ítems cuantitativos expresados en porcentajes y 6 variables cualitativas expresadas en experiencias. Además, se conforma por los siguientes elementos: Ámbitos sociales, económico,

De acuerdo con el instrumento cuantitativo, las preguntas que corresponden al segundo objetivo son: 9, 15, 16, 17, 18. (Ver preguntas en el anexo 7). De acuerdo con el instrumento cualitativo, las preguntas que corresponden al

frágil e irremplazable”. (Kekutt, 2014, p. 11).

político, educativo, problemática y desafíos, objetivos empresariales, capacidades y debilidades empresariales, actores, alternativas, elementos internos y externos.

<p>Identificar los indicadores de evaluación específicos para la categoría de turismo de reuniones basado en la CST del ICT.</p>	<p>Indicadores de evaluación para la categoría de turismo de reuniones.</p>	<p>“Evalúan los aspectos propios de cada categoría, subcategoría y característica especiales de las operaciones de las empresas u</p>	<p>Subindicadores</p>	<p>Entrevista, cuestionario</p>	<p>Guía de entrevista a profundidad y guía de cuestionario.</p>	<p>Se presenta 1 ítem cuantitativo expresado en porcentaje y 2 variables cualitativas expresadas en experiencias. Además, se conforma por los siguientes elementos:</p>	<p>segundo objetivo son: 4, 5, 10, 11, 12, 13. (Ver preguntas en el anexo 8).  De acuerdo con el instrumento cuantitativo, la pregunta que corresponde al tercer objetivo es la interrogante 19. (Ver pregunta en el anexo 7).  De acuerdo con el instrumento</p>
--	---	---	-----------------------	---------------------------------	---	---	---

---

organizacion  
es". (ICT, s.  
f.,  
diapositiva,  
2).

Indicadores, cualitativo, las  
recomendacion preguntas que  
es. corresponden al  
tercer objetivo  
son: 7, 15.  
(Ver preguntas  
en el anexo 8).

---

Fuente: elaboración propia (noviembre 2020).

### **3.13 Cronograma**

De acuerdo con el autor Hernández (2016), “el cronograma o diagrama de Gantt es una herramienta utilizada en la planificación de procesos. Su función es desglosar las tareas que hay que realizar, las fechas, las personas responsables y otra información relevante”. (p. 45).

Ante lo anterior, en el cronograma se detalló por medio de los meses y semanas del año las actividades del proceso investigativo, de tal manera que, se delimita cada uno de los procesos durante el tiempo. Se adjunta el cronograma en el anexo 13.

## **Capítulo IV: Presentación y análisis de resultados**

En este capítulo se desarrollaron los resultados obtenidos en relación con los objetivos planteados en la investigación, donde se analizó la problemática de investigación en relación con la inclusión del turismo de reuniones en el estándar CST.

El Costa Rica Convention Visitors Bureau, es un conjunto de personas empresarias costarricenses representantes de la industria del turismo, integrado por 65 afiliados a octubre 2020, de los cuales ostentan distintas denominaciones que aquí se detallan en el siguiente cuadro. Ver cuadro 6.

### **Cuadro 6**

#### *Afiliados del CRCVB*

<b>Categoría</b>	<b>Cantidad de afiliados</b>
Atractivo	2
DMC <sup>1</sup>	19
Hotel de ciudad	11
Hotel de playa	12
OPC <sup>2</sup>	5

---

<sup>1</sup> Las DMC que, a su vez, son Agencias de Viajes están perfectamente autorizadas para la organización para todos los servicios necesarios para un evento. Su campo de acción es más amplio que el de las Agencias de Viajes [...] (Rivas, s. f., p. 245).

<sup>2</sup> Los OPC son empresas especializadas en determinadas áreas de la organización de un evento [...]. Tienen expresamente prohibidas las actividades propias de las Agencias de Viajes como pueden ser el alojamiento y los transportes” lo anterior de acuerdo con Rivas, s. f., p. 245.

Organizadores/Productor de eventos	5
Proveedores	9
Venues <sup>3</sup>	2
Total	65

---

Fuente: elaboración propia, de acuerdo con la base de datos del CRCVB (2020).

Los resultados analizados fueron recopilados a través del instrumento cuestionario digital, seleccionando a todas las personas afiliadas al CRCVB que no cuentan con la Certificación para la Sostenibilidad Turística, por lo cual, se traduce a un censo de la población seleccionada del CRCVB.

Como parte de la información obtenida mediante los resultados se logró plasmar información de relevancia y de elementos por tomar en consideración para el tema de investigación del presente trabajo final de graduación, con el fin de analizar, concluir y recomendar sobre la necesidad de inclusión del turismo de reuniones en la categoría del estándar CST del Instituto Costarricense de Turismo.

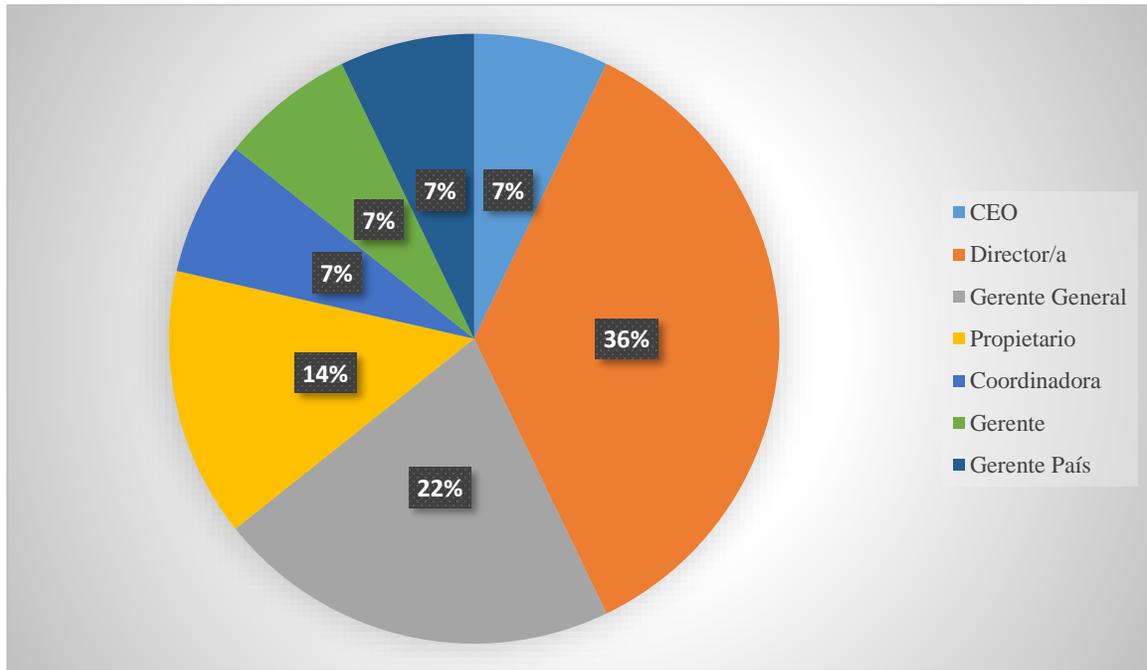
---

<sup>3</sup> Venues es el espacio, lugar o sitio, sede o punto de encuentro. Un venue puede ser cualquier espacio que te imagines, cualquier lugar que pueda albergar tu evento y ajustarse a sus necesidades, lo anterior de acuerdo con Venues Place, 2020, párr. 1.

#### 4.1 Análisis de gráficos del instrumento “cuestionario digital”

##### Gráfico 1

*Cargo que desempeñan los afiliados de CRCVB en las empresas de turismo de reuniones, 2020*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

En el gráfico número 1 se aprecia que, de acuerdo con el cargo o puesto que tienen las personas entrevistadas, se observa que el 36% trabaja en puestos de director o directora, el 21% se desenvuelve en el cargo de gerente general, el 14% es persona propietaria de una empresa de turismo de reuniones y el 7% se desenvuelve como CEO, gerente país, gerente y coordinador o coordinadora.

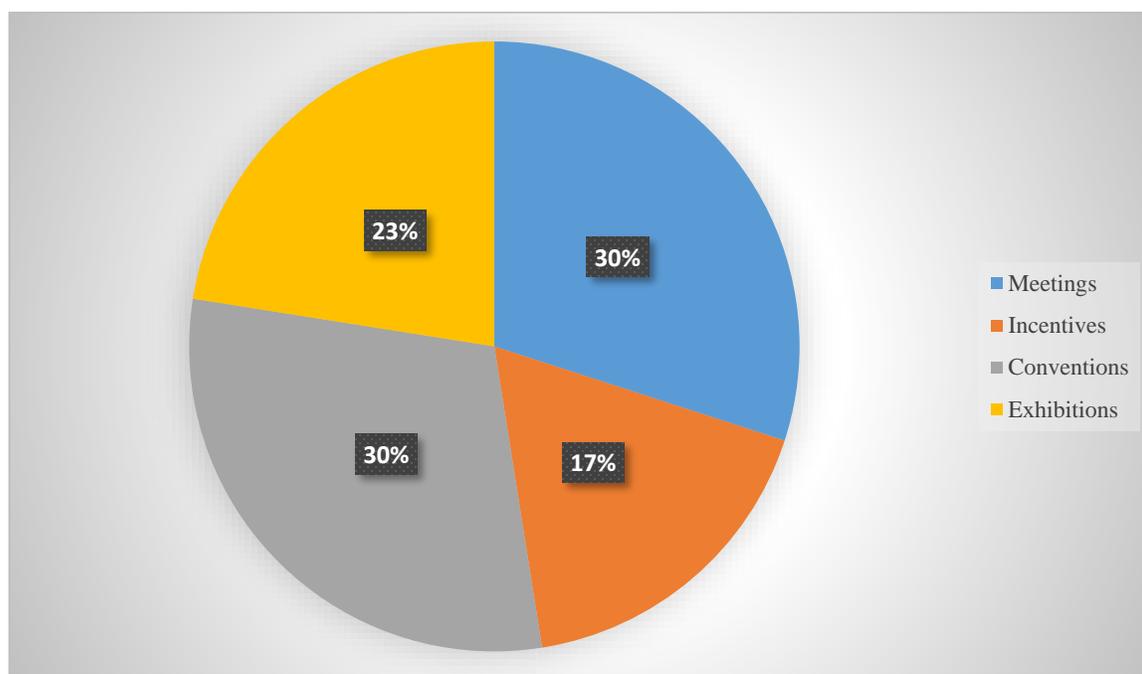
De acuerdo con el Costa Rica Convention Visitors Bureau (2013), y la anterior información, esta institución fue conformada por un grupo de personas empresarias dedicadas a promover a Costa Rica como un destino de incentivos y reuniones con un

enfoque atractivo. Ante ello, parte de estas personas entrevistadas pertenecen como miembros de hoteles, empresas de gestión de destinos, PCO, las atracciones y proveedores.

Mediante la anterior información, se visualizó que las personas entrevistadas ejercen dentro de las empresas cargos de alta gerencia, desempeñando funciones propias del negocio, así como representando a estas a nivel nacional e internacional.

## Gráfico 2

*Segmento del turismo de reuniones en el que se desempeñan las empresas del turismo de reuniones, 2020*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

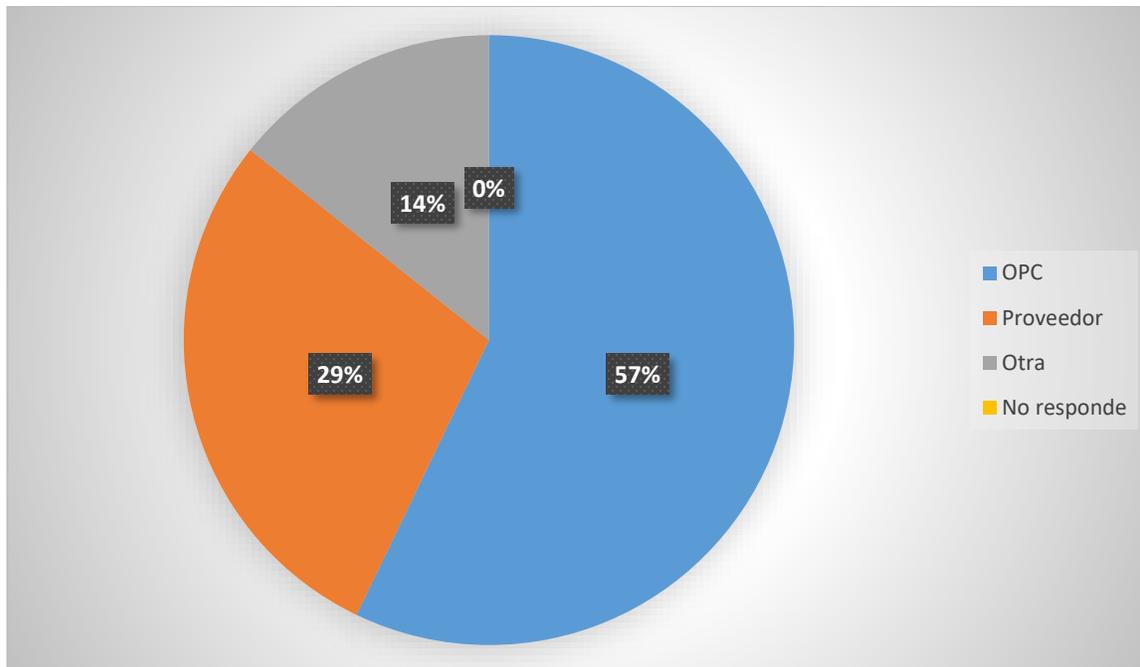
Se puede apreciar en el gráfico anterior que, el segmento en el que más se desempeñan las personas entrevistadas corresponde al segmento de reuniones y convenciones con un 37% para cada uno de estos segmentos, mientras que el 22% trabaja bajo la consigna de los incentivos y solo el 4% trabaja en el segmento de exhibiciones.

La mayoría de las personas entrevistadas se desarrolla dentro de los segmentos de reuniones y convenciones en el turismo de reuniones, por medio de distintas actividades como en ciencias, medicina, agricultura, economía, entre otros, siendo parte del crecimiento comparativo que hubo de 2018 a 2019 con un 66%, equivalente a 21,105 personas participantes. Ante lo anterior, también se evidenció la destacada posición 8 de Costa Rica en el ranking Latinoamericano, todo lo anterior de acuerdo con el Análisis Costa Rica ICCA (2014-2020) y la posición 48 de 200 países evaluados por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA). (La República, 2020).

Otras actividades pertenecientes al turismo de reuniones son las de incentivo, y en menor proporción se encuentra el desarrollo de actividades de exhibiciones.

### Gráfico 3

*Denominación de los afiliados del CRCVB, 2020*



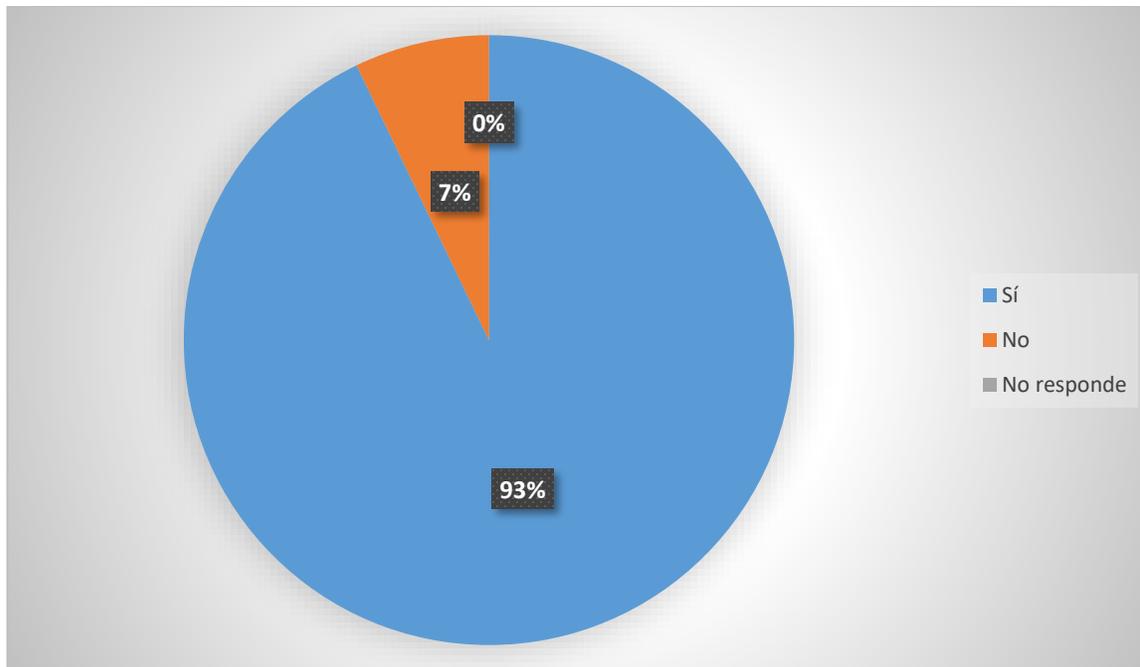
Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

Se puede observar en el gráfico número 3 que, del total de las personas entrevistadas el 57% se encuentra afiliada al Costa Rica Convention Visitors Bureau como OPC, el 29% se encuentra afiliada como proveedor y el 14% es miembro del CRCVB bajo otra calidad de miembro afiliado.

A pesar de existir 65 afiliados en el Costa Rica Convention Visitors Bureau en las distintas calidades de miembros, 19 de estos afiliados no cuentan con una Certificación para la Sostenibilidad Turística esto de acuerdo con las categorías que se establecen en Reglamento del Programa de Sostenibilidad Turística (2018), y que se distribuyen en su gran mayoría bajo la denominación de OPC y organizador o productor de eventos, seguido de los proveedores.

#### **Gráfico 4**

*Conocimiento de los afiliados del CRCVB sobre el estándar CST, 2020*



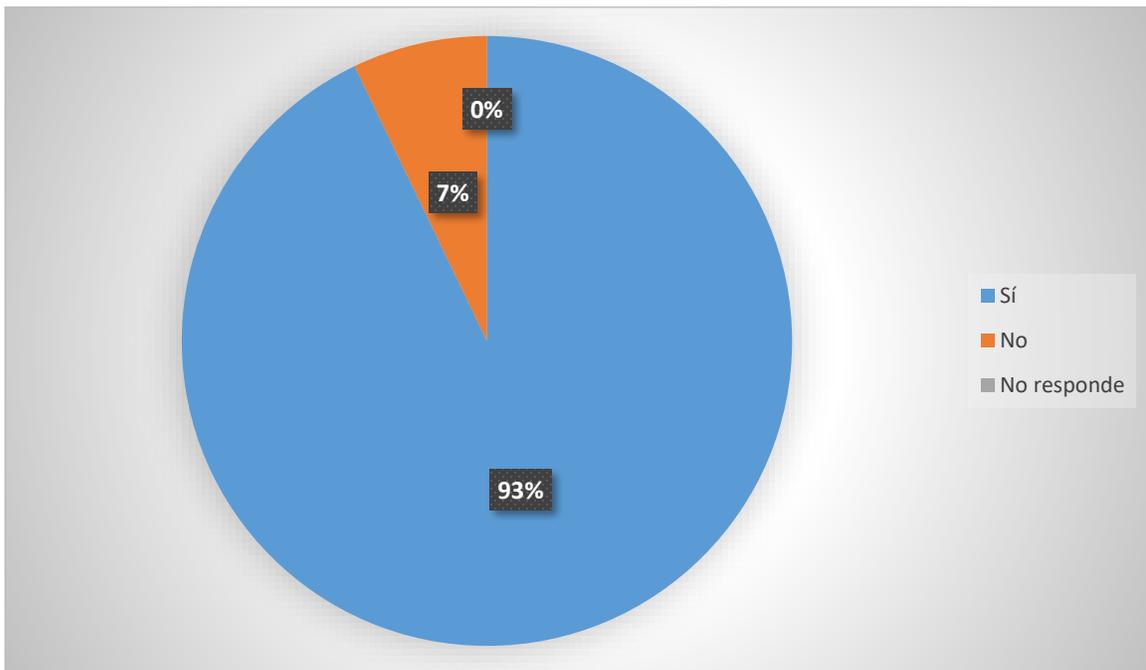
Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

En el gráfico anterior, mediante la interrogante dicotómica, el 93% de las personas entrevistadas expresan conocer sobre el estándar de la Certificación para la Sostenibilidad Turística, mientras que, el 7% de las personas entrevistadas no conoce sobre la CST.

Ante lo anterior, se logró identificar que la mayoría de las personas entrevistadas conocen sobre la Certificación para la Sostenibilidad Turística. De esta manera, y de acuerdo con Turismo Sostenible (1999-2017), el valor de la certificación CST, consiste en un proceso por el cual las empresas analizan sus operaciones buscando eficiencia, productividad, calidad, impactos ambientales y satisfacción del cliente.

### **Gráfico 5**

*Consideración de la inclusión de la categoría del turismo de reuniones en el estándar CST por parte de los afiliados del CRCVB, 2020*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

En el fondo de esta investigación con el análisis de la categoría del turismo de reuniones para la inclusión dentro del estándar de Certificación para la Sostenibilidad

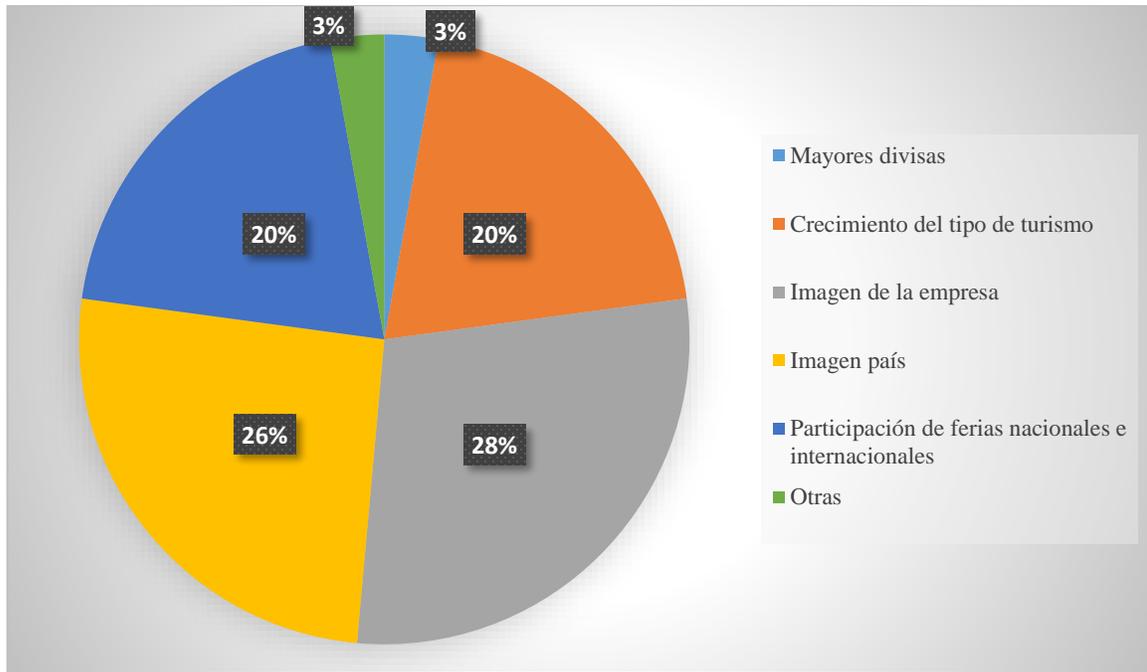
Turística, donde actualmente el ICT no contempla el turismo de reuniones dentro de sus 9 categorías CST vigentes (Decreto Ejecutivo N° 41415-MINAE-M CJ-MEIC-TUR. Reglamento del Programa de Sostenibilidad Turística, 2018). Ante lo anterior, en el gráfico número 5, el 93% de las personas entrevistadas manifiesta que sí considera oportuno incluir el turismo de reuniones dentro del estándar CST, mientras que el 7% restante considera que no es necesario incluir esta categoría dentro de este estándar.

Conociendo de previo la falta de una categorización para el turismo de reuniones por parte de la CST del ICT, destacaron los datos manifestados por las personas entrevistadas en la consecución de rutas encaminadas para llevar a cabo el proceso y dar cobertura a esta industria y generar nuevas oportunidades de crecimiento y profesionalización, además, de lo manifestado por (V Espinoza, comunicación personal, diciembre, 03, 2019) y (T Orozco, comunicación personal, noviembre, 01, 2020), quienes afirman que las empresas de la industria del turismo de reuniones desean formar parte del estándar CST.

Por otro lado, considerando que las personas entrevistadas no tienen otra forma de poder certificarse nacionalmente, se evidenció que bajo los datos recopilados esta sería una oportunidad de apertura en las actuales categorizaciones.

## Gráfico 6

*Mejoras para el turismo de reuniones con la inclusión en el estándar CST, 2020*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

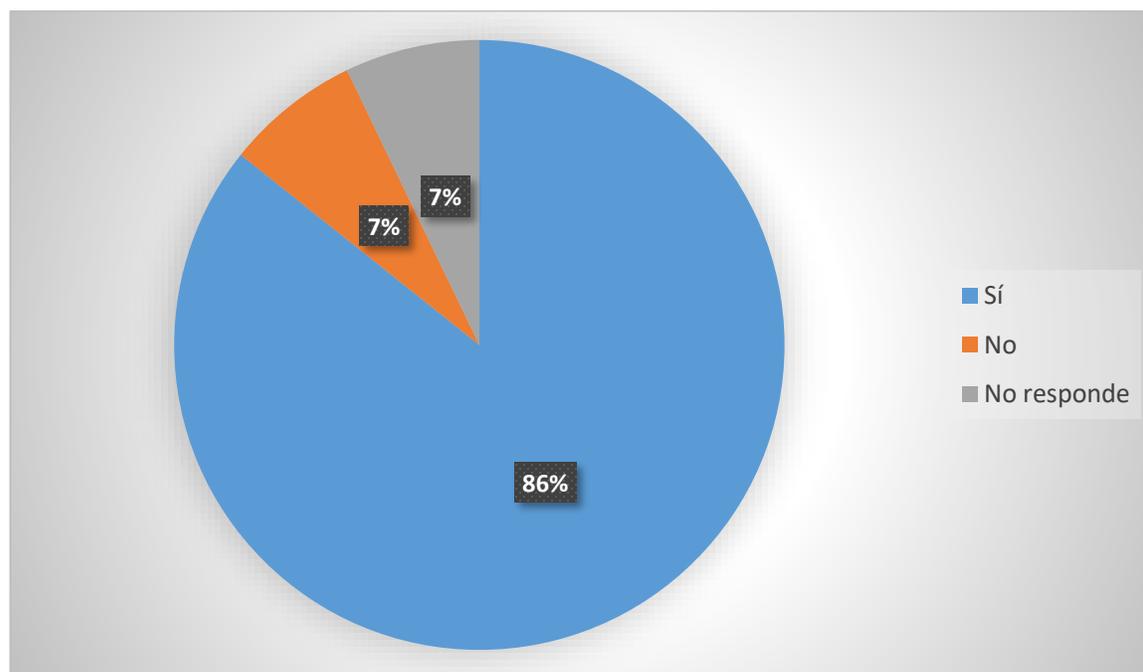
Ante la interrogante sobre las posibles mejoras que puede tener el turismo de reuniones con la inclusión en el estándar CST, se evidenció en el gráfico número 6, que en mayor proporción de las personas entrevistadas, el 28% menciona que la imagen de la empresa sería una mejora que el estándar CST fortalecería en el turismo de reuniones, siendo que este puede constituirse como un elemento de diferenciación a nivel nacional como internacional, el 26% de las personas entrevistadas se refieren a que la imagen del país se constituye como “[...] un elemento de competitividad basado en una forma de diferenciación de su producto”, de acuerdo con Turismo Sostenible (1999-2019, párr. 3). Además, considerando que las empresas del turismo de reuniones no cuentan con una certificación CST, y se les dificulta la participación en actividades nacionales e internacionales por parte del ICT, el 20% de las personas entrevistadas considera que la inclusión en el estándar CST

mejoraría la participación en ferias nacionales e internacionales, al igual que el crecimiento de este tipo de turismo de reuniones con un 20%; el 3% se ve reflejado en la mejora de la generación de mayores divisas, a pesar de que las personas entrevistadas consideran este aspecto de divisas en menor proporción, el turismo de reuniones genera miles de dólares en sumas de \$50.000.000 el impacto indirecto y \$35.000.000 el impacto indirecto, estas cifras son mencionadas por (T Orozco, comunicación personal, diciembre, 03, 2019).

Los aspectos más relevantes que consideran las personas entrevistadas sobre el mejoramiento del turismo de reuniones en una posible CST fueron: imagen de la empresa y el país, mayores divisas y el mejoramiento del turismo de reuniones.

### Gráfico 7

*CST como beneficio para las empresas del turismo de reuniones, 2020*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

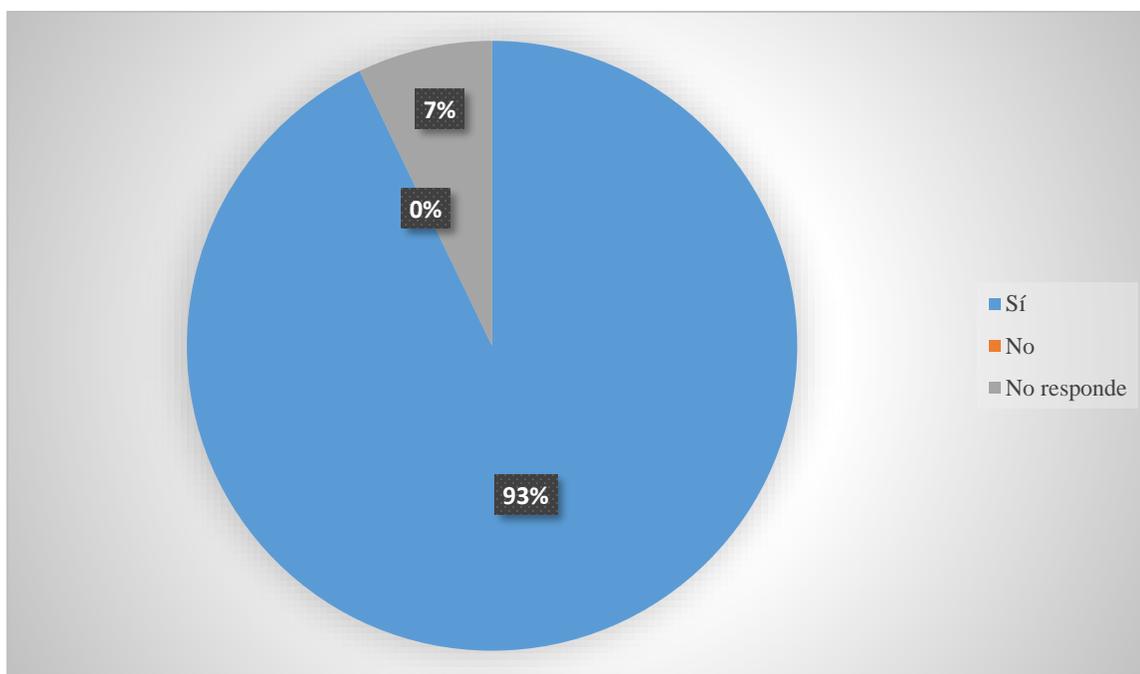
Considerando los 10 beneficios expresados en la Certificación para la Sostenibilidad Turística en el Decreto Ejecutivo N° 41415-MINAE-M CJ-MEIC-TUR, Reglamento del

Programa de Sostenibilidad Turística (2018), y otros beneficios que pueden gestionarse con organismos nacionales e internacionales, se muestra en el gráfico anterior, que, del total de las personas entrevistadas, el 86% manifiesta que la CST es beneficiosa, mientras que el 7% considera que no es beneficioso para sus empresas y el 7% restante no responde a la interrogante.

De las personas entrevistadas, la mayoría consideró que al incluir la categoría de turismo de reuniones en el proceso de la Certificación para la Sostenibilidad Turística es beneficioso para las empresas dedicadas al turismo de reuniones.

### Gráfico 8

*Necesidad de espacios para la discusión del tema en el ICT, 2020*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

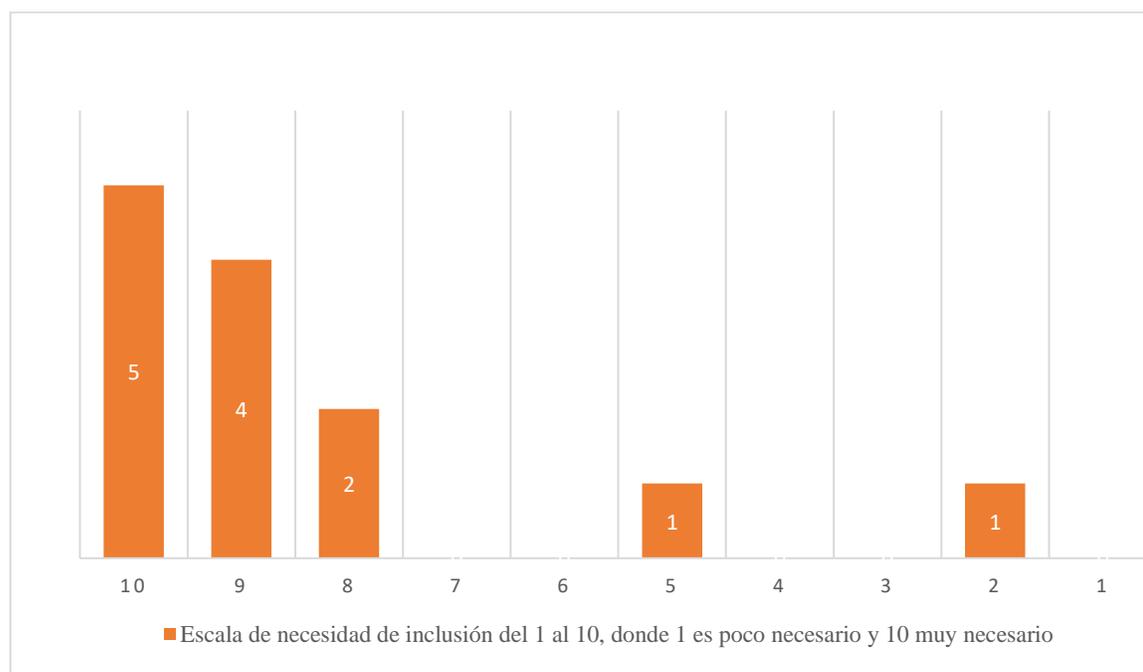
De acuerdo con el autor Llopis (2004) citando a Krueger (1991), menciona que “podría decirse que un grupo de discusión es una conversación cuidadosamente planeada y diseñada con el objetivo de obtener información de una determinada área”. (p. 27).

Ante lo anterior, al no existir formalmente una categorización y una ruta para incluir el turismo de reuniones en el estándar de la Certificación para la Sostenibilidad Turística, se observa que, en el gráfico número 8, con un 93% las personas entrevistadas manifiestan la necesidad de espacios de discusión para dialogar sobre el tema de la CST y el turismo de reuniones, mientras que el 7% no responden a esta variable.

La mayoría de las personas entrevistadas consideraron como una necesidad que el ente rector de turismo del país genere espacios de discusión y diálogo para tratar el tema de la CST en el turismo de reuniones en conjunto con las personas entrevistadas que trabajan en esta industria, tal como lo señala Llopis (2004), donde en los grupos de discusión “sus integrantes hablan, opinan y discuten sobre el objeto que el moderador propone al grupo”. (p. 28).

### Gráfico 9

*Necesidad de incluir el turismo de reuniones en el estándar CST, 2020*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico (2017-2021) del ICT, en el apartado del Marco Estratégico y su Diagnóstico de Destino, manifiesta una “Tendencia al alza de la industria de turismo de reuniones se complementa con el proyecto de la construcción del Centro Nacional de Congresos y Convenciones”. (p. 69).

Ante lo expuesto, y de acuerdo con las personas entrevistadas, se manifestó la necesidad de inclusión de este tipo de turismo en el estándar CST ya que el turismo de reuniones se ha fortalecido en el mercado, esto de acuerdo con lo mencionado anteriormente por el Plan Nacional de Desarrollo Turístico (2017-2021) del ICT.

Ante ello, de acuerdo con el gráfico 9, donde se muestra el rango de necesidad de incluir esta categoría en la CST donde 1 es poco necesario y 10 muy necesario. Se observa que 5 de las personas entrevistadas seleccionan (10) en la escala representado por un 38%, 4 de las personas entrevistadas seleccionan (9) en la escala representado por un 31%, 2 de las personas entrevistadas seleccionan (8) en la escala representado por un 15%, 1 de las personas entrevistadas seleccionan (5) en la escala representado por un 8% y 1 de las personas entrevistadas seleccionan (2) en la escala representado por un 8%.

Mediante la respuesta de las personas entrevistadas sobre el grado de necesidad de incluir el turismo de reuniones en el estándar de la Certificación para la Sostenibilidad Turística, se obtuvo un promedio general de 8.38 sobre el grado de necesidad de la inclusión.

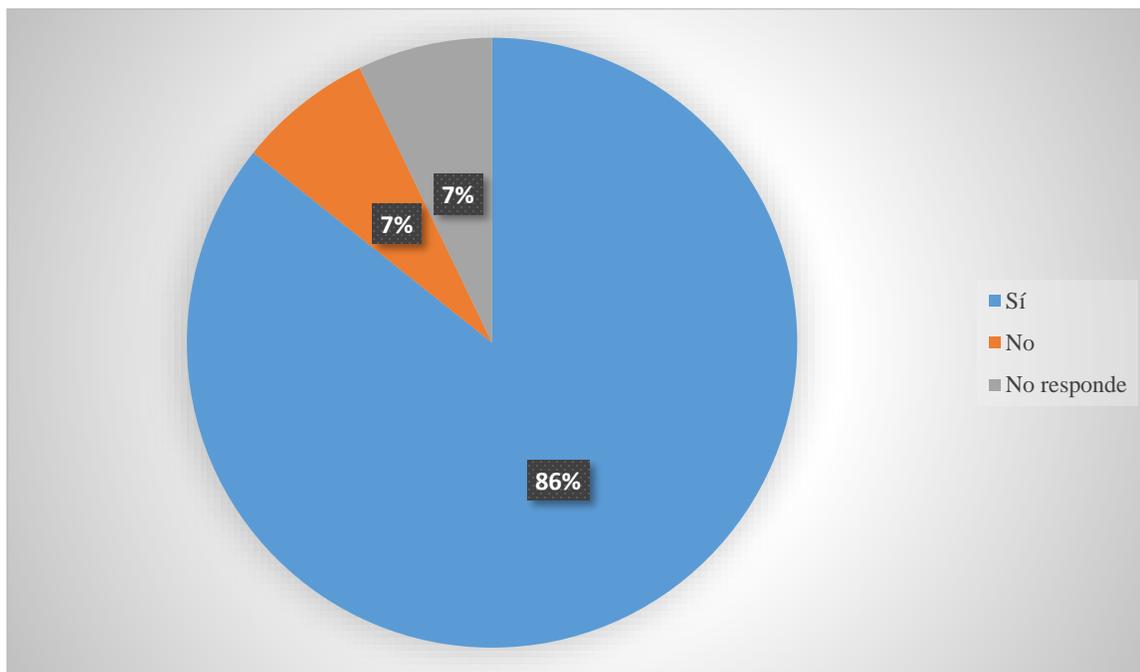
Además, el Plan Nacional de Desarrollo Turístico (2017-2021) del ICT, señala que el:

Posicionamiento en viajes por motivos profesionales en segmentos de: reuniones corporativas, incentivos, congresos convenciones y eventos en general. Concentrar los esfuerzos de la estrategia de Turismo de Reuniones e Incentivos para posicionar a Costa Rica como uno de los principales destinos de Latinoamérica para este segmento. (p. 84).

Por lo que, ante esta necesidad se refuerza la estrategia de posicionar aún más a Costa Rica como uno de los principales destinos de Latinoamérica y el mundo.

### Gráfico 10

*Estandarización del turismo de reuniones por medio la CST, 2020*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

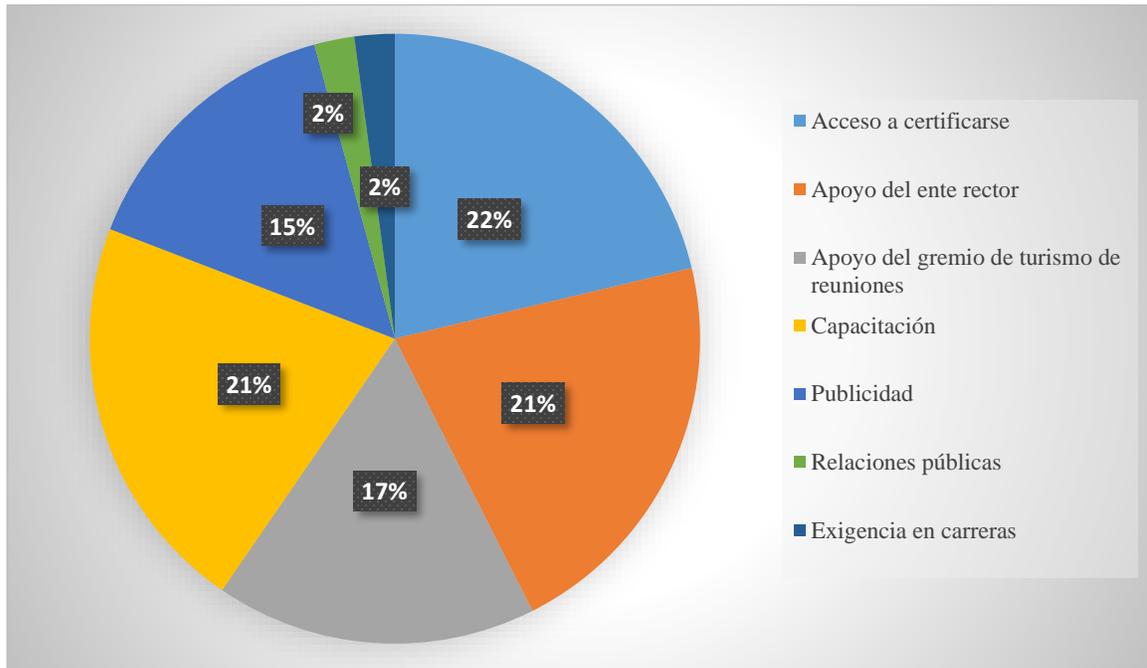
Ante la interrogante sobre, si la CST ayuda a estandarizar las actividades, prácticas y lo relacionado con la industria de reuniones y la sostenibilidad; el 86% de las personas entrevistadas manifestaron que la CST sí estandarizaría el turismo de reuniones, el 7% considera que la CST no estandarizaría la industria y el 7% restante no responde a esta variable.

Por tanto, la nueva regulación “pretende asegurar un estándar para la gestión de sostenibilidad de las empresas u organizaciones turísticas de Costa Rica alineado a criterios e indicadores de estándares internacionales”, lo anterior, de acuerdo con el Decreto Ejecutivo N° 41415-MINAE-M CJ-MEIC-TUR. Reglamento del Programa de Sostenibilidad Turística

(2018, p. 4). Por lo cual, la pretensión del decreto mencionado promovería la estandarización del turismo de reuniones por medio de la CST.

### Gráfico 11

*Necesidades del turismo de reuniones, 2020*



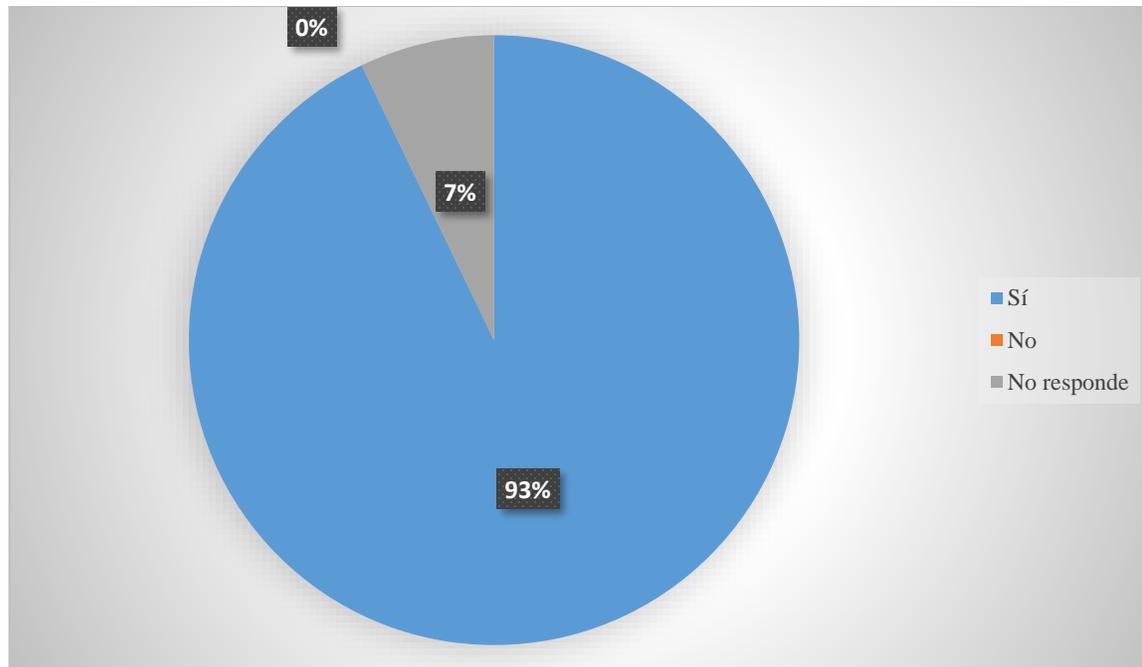
Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

Ante la variable que se ha abordado en esta investigación sobre la necesidad de contar con una categorización para el turismo de reuniones en el estándar de la Certificación para la Sostenibilidad Turística, de acuerdo con el gráfico 11, las personas entrevistadas consideraron otro tipo de necesidades; con mayor proporción el apoyo del ente rector con un 21%, la capacitación de la industria con un 21% y el acceso a certificarse con un 21%, además, de contar con el apoyo del gremio de turismo de reuniones representado por un 17%, aunado, de la publicidad con un 15%, y en menor proporción de necesidades las relaciones públicas con un 2% y exigencia en la formación de carreras universitarias 2%.

En este caso, las personas entrevistadas consideraron que las tres mayores necesidades del turismo de reuniones son la capacitación, el apoyo del ente rector y el acceso a certificarse, esto como parte de la ausencia de esta categoría dentro de las existentes ya establecidas en el Decreto Ejecutivo N° 41415-MINAE-M CJ-MEIC-TUR, Reglamento del Programa de Sostenibilidad Turística (2018). Lo anterior, contrasta con las acciones que el Costa Rica Convention Visitors Bureau (2013), y el ICT han realizado en la búsqueda de mejorar estas premisas, tales como: “crear e implementar medios publicitarios y promocionales como: La Guía Oficial de Costa Rica, Reuniones y Viajes de Incentivos, mapas, folletos y fotos entre otros. Toda la información está cuidadosamente empaquetada bajo encabezados y temas lógicos, lo que facilita encontrar lo que está buscando”. (párr. 2).

### Gráfico 12

*Oportunidad de optar por la Certificación para la Sostenibilidad Turística, 2020*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

De acuerdo con el autor Hernández (2006), “la certificación consiste en la acreditación que se otorga a las instituciones autónomas y sus programas que hayan logrado estándares satisfactorios en el proceso de evaluación de calidad”. (p. 53).

Ante la interrogante a las personas entrevistadas sobre optar por la obtención de la Certificación para la Sostenibilidad Turística, fungiendo estas personas como representantes de la empresa, el 93% de las personas entrevistadas manifestaron que existe una oportunidad en la obtención de la CST, mientras que el 7% restante manifestó que no existe una oportunidad en la obtención de la CST.

De acuerdo con lo manifestado anteriormente, la mayoría de las personas entrevistadas consideraron que optarían como representantes actuales de las empresas en turismo de reuniones aplicar en la obtención de la Certificación para la Sostenibilidad Turística.

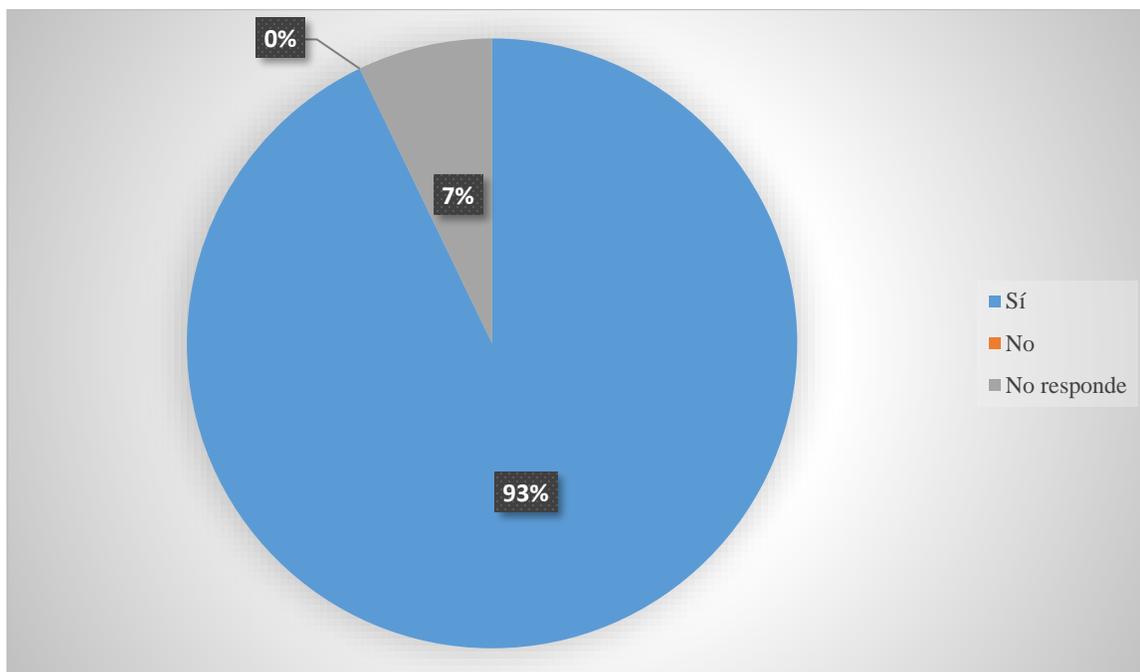
Para los autores Bosch, Pujol, Serra, Vallespinós (1998), las certificaciones:

[...] Presentan grandes ventajas tanto para el productor del servicio o del bien como para el consumidor; al primero le facilitan sin duda el acceso al mercado, mientras que al segundo le ofrecen argumentos claros para la adquisición del servicio o del producto turístico. (p. 151).

Ante lo anterior, se generarían ventajas para el ente emisor, así, como para el receptor de estas certificaciones, puesto que el obtenerlas genera beneficios en ambas direcciones.

### Gráfico 13

*Fortalecimiento del negocio de la empresa de turismo de reuniones con la CST, 2020*



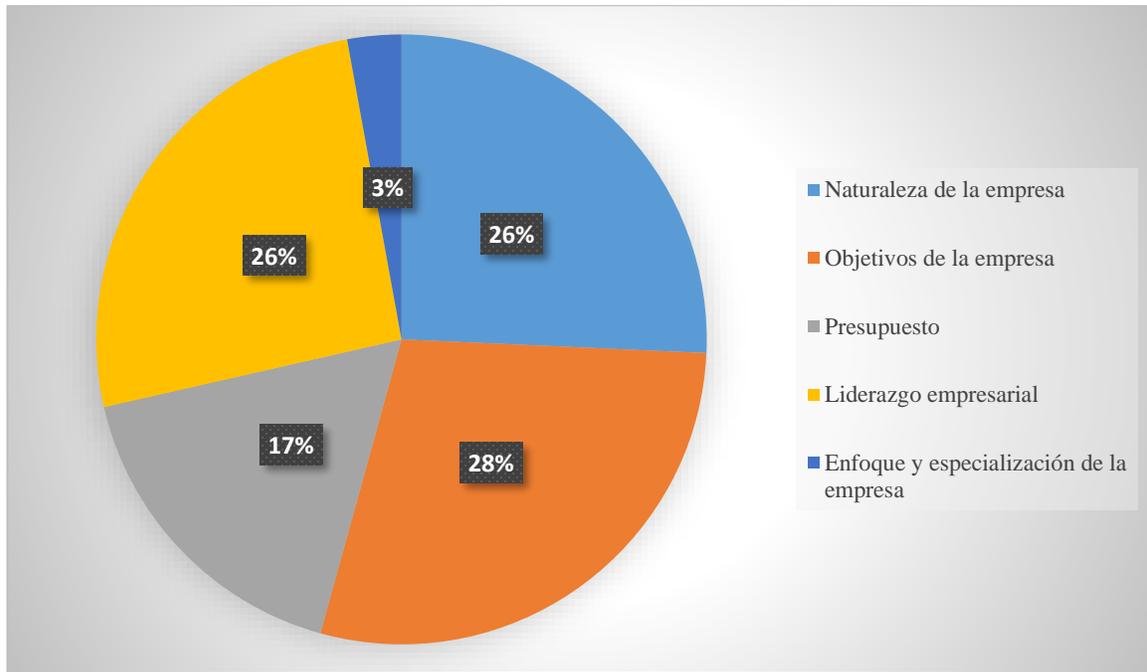
Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

Con respecto a la interrogante sobre si la Certificación para la Sostenibilidad Turística fortalecería el negocio de la empresa donde labora, se observa en el gráfico 13, que el 93% de las personas entrevistadas cree en el fortalecimiento del turismo de reuniones por medio de la CST, mientras que el restante 7% no cree que el turismo de reuniones se fortalezca con la CST.

Por lo que, la mayoría de las personas entrevistadas consideraron que la CST responde como un elemento para fortalecer el quehacer de las actividades relacionadas con el turismo de reuniones y que se relaciona lo expresado por (Turismo Sostenible, 1999-2019), “La certificación potencia el fortalecimiento de la labor social, cultural, ambiental, económica y desarrollo en los destinos turísticos”. (párr. 3).

## Gráfico 14

*Elementos internos que influyen en la obtención de la CST, 2020*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

De acuerdo con el gráfico anterior, se visualizan los elementos internos que influyen en la obtención de la Certificación para la Sostenibilidad Turística, siendo estos los objetivos de la empresa con un 29%, liderazgo empresarial con un 26%, naturaleza de la empresa con un 26%, presupuesto con un 17% mientras que el enfoque y especialización de la empresa un 3%.

Por lo que, partiendo de lo manifestado por las personas entrevistadas, se logró evidenciar que el mayor aspecto que influye es contar con objetivos definidos y concretos en la consecución de acciones encaminadas con la sostenibilidad que ayuden a la obtención de la Certificación para la Sostenibilidad Turística, seguido del liderazgo personal de las personas representantes de la empresa, así como el liderazgo empresarial y naturaleza de esta.

En esta interrogante de selección múltiple, se solicitó justificar la respuesta, por lo que a continuación, se justifica cada elemento interno<sup>4</sup> manifestado por las personas entrevistadas:

### **Cuadro 7**

#### *Elementos internos de la empresa que afectan la obtención de la CST*

Respuesta de las personas encuestadas	Justificación del elemento interno seleccionado
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La mayoría de los OPC son empresas pequeñas incluso algunas son de 1 sola persona, que opera desde su casa y subcontratan personal cuando tiene eventos, por ser este tipo de empresas no se cuenta con presupuestos para obtener certificaciones.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naturaleza de empresa</li> <li>• Objetivos de la empresa</li> <li>• Liderazgo empresarial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generalmente las certificaciones le brindan a la empresa un estándar que le permite prestar servicios de manera uniforme, es claro que las certificaciones deben tener una forma de verificar y auditar que estas funcionen de acuerdo con lo establecido en estos estándares.</li> </ul>

---

<sup>4</sup> Se entiende por elemento interno todo aquello que pueda afectar a la empresa internamente (debilidades) en la consecución de sus objetivos y su competencia, esto de acuerdo con Caldas, Carrión y Heras (s. f.).

- Naturaleza de empresa
  - Objetivos de la empresa
  - Liderazgo empresarial
  - Presupuesto
- Creemos en una industria estandarizada, en procesos y crecimiento de la industria como un todo, por eso tenemos la declaratoria turística, SGC ISO-900,1 entre otros.
- 
- Objetivos de la empresa
  - Presupuesto
  - Liderazgo empresarial
- Más que todo el presupuesto anual de la empresa porque al obtener el CST se puede optar por descuentos significativos en la cuota para ferias internacionales.
- 
- Naturaleza de empresa
  - Objetivos de la empresa
  - Liderazgo empresarial
  - Presupuesto
- Todos son de importancia ya que dependerá tanto de la capacidad de la empresa, el giro del negocio y demás el interés que se tenga por certificarse, cuando se cuenta con la orientación y capacitación es más fácil.
- 
- Naturaleza de empresa
  - Objetivos de la empresa
  - Liderazgo empresarial
- Es importante apoyar al país siendo más responsables con nuestras acciones, cumplir con procesos que nos ayuden a evolucionar hacia una Costa Rica más sostenible.
- 
- Naturaleza de empresa
  - Objetivos de la empresa
  - Liderazgo empresarial
  - Presupuesto
- Es importante que se genere conciencia a nivel de industria, gobierno, sector académico, de que el segmento de reuniones, congresos e incentivos requiere otros conocimientos al tradicional

---

turismo de recreación, naturaleza, aventura o descanso que el país ha tenido. Mientras eso ni siquiera se tenga claro, no es posible que se desarrolle.

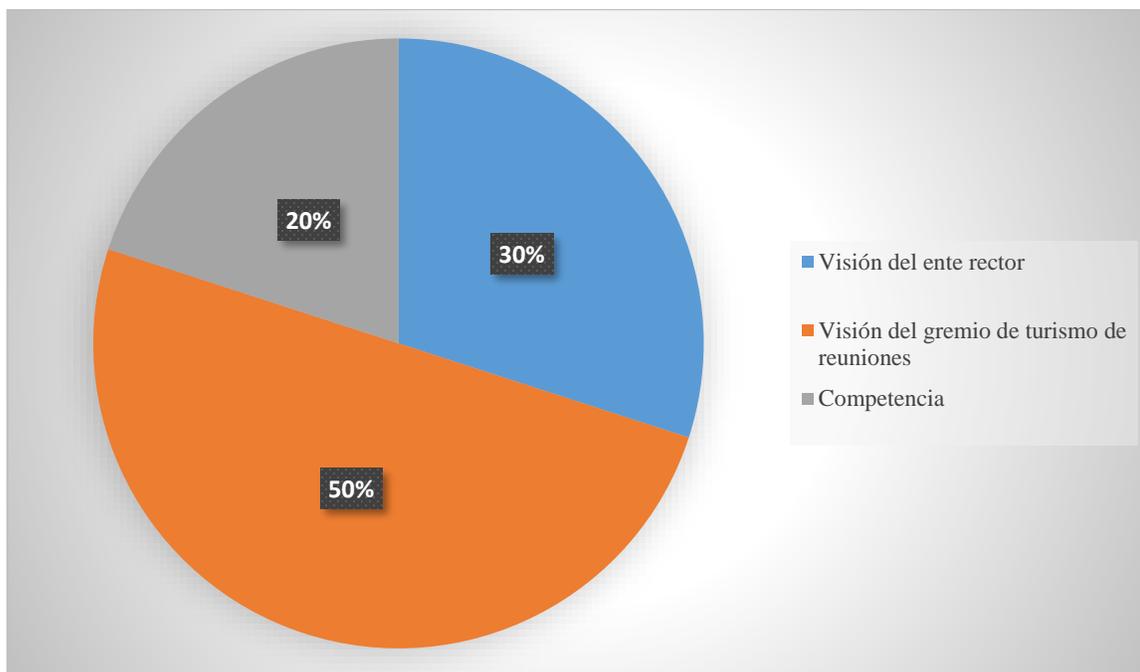
- Objetivos de la empresa
  - Liderazgo empresarial
  - Naturaleza de la empresa
  - Naturaleza de empresa
  - Liderazgo empresarial
  - Objetivos de la empresa
  - Naturaleza de empresa
  - Objetivos de la empresa
  - Liderazgo empresarial
  - Presupuesto
- Lo veo como un desarrollo interno de conciencia ambiental social.
  - La solicitud de certificación solicita acciones que una empresa como la nuestra no puede cumplir porque no manejamos turistas directamente. Somos proveedores de eventos, entonces debemos cumplir asuntos relacionados.
  - El tipo de servicio que brinda la empresa y el conocimiento en el área turística y de reuniones.
  - El tener objetivos claros dentro del sector de turismo de reuniones, hace relevante la inclusión de la empresa.
  - Toda la empresa en conjunto debe enfocarse en los conceptos CST.

---

Fuente: elaboración propia, a partir de entrevistas a profundidad (septiembre 2020).

## Gráfico 15

*Elementos externos que influyen en la obtención de la CST, 2020*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

De acuerdo con el gráfico anterior, se visualizan los elementos externos que influyen en la obtención de la CST, siendo estos la visión del gremio del turismo de reuniones con un 50%. No obstante, cabe señalar que de acuerdo con *Eventos Latinoamericanos (2017-2018)*, la visión del Costa Rica Convention Visitors Bureau surgió:

Por un grupo de empresarios representantes de la industria turística con la visión de fortalecer y promover el turismo de reuniones y viajes de incentivo, destacando las condiciones del país como destino ideal y preferido para la organización de este tipo de reuniones. (p. 40).

Por ello, al revisar y analizar la información de la génesis del Costa Rica Convention Visitors Bureau, según lo expresado por las personas entrevistadas existe una diferencia de la visión trazada y la percepción de la visión de las personas empresarias. Además, las personas entrevistadas también manifestaron que otro elemento es la visión del ente rector con

un 30% y competencia con un 20%, por lo que, al analizar la información, el Instituto Costarricense de Turismo (2020), plantea una visión al 2021:

Como rector del turismo en Costa Rica, asegurando un modelo de desarrollo turístico sostenible, solidario y equitativo que, mediante la innovación, el desarrollo del talento humano y una efectiva gestión pública permita promover nuevas oportunidades para un desarrollo turístico que contribuya con el mejoramiento de la competitividad y calidad de vida al que se aspira como nación. (párr. 5).

De acuerdo con lo expresado por las personas entrevistadas existe un rezago en temas de desarrollo turístico sostenible, de innovación y de mejoramiento de la competitividad de la industria del turismo de reuniones.

Es decir que, los dos elementos externos claves que influyen en la obtención de la Certificación para la Sostenibilidad Turística son la visión de la agrupación gremial y la visión del ente rector de turismo, en la búsqueda de la consolidación de una posible certificación CST.

En esta interrogante de selección múltiple, se solicitó justificar la respuesta, por lo que a continuación, se detalla cada elemento externo<sup>5</sup> propuesto por las personas entrevistadas:

### **Cuadro 8**

#### *Elementos externos que afectan la obtención de la CST*

---

Respuesta de las personas encuestadas	Justificación del elemento externo seleccionado
---------------------------------------	---

---

<sup>5</sup> Se entiende por elemento externo todo aquello que pueda afectar a la empresa (amenazas) en el mercado, esto de acuerdo con Caldas, Carrión y Heras (s. f.).

- 
- |  |   |
|--|---|
| • Visión del gremio del turismo de reuniones | • El mundo actualmente se encamina hacia la sostenibilidad.   |
| • Visión del gremio del turismo de reuniones | • Nuestra industria recién se está organizando y muchos no creen en la importancia de la certificación como mejora para su empresa.                   |
| • Visión del gremio del turismo de reuniones | • La certificación genera un distintivo diferenciador y una especialización en el sector.   |
| • Competencia                                |   |
| • Visión del gremio del turismo de reuniones | • Una visión del gremio y del ente rector hace validar la importancia de la certificación.  |
| • Visión del ente rector                     |   |
| • Visión del ente rector                     | • El ICT ha tenido la certificación dedicada solo al turismo de vacaciones. Pero no al de reuniones, que es algo relativamente nuevo en la promoción. |
| • Visión del gremio del turismo de reuniones | • Bajo la sombrilla del ICT, nos referenciamos con su gestión y estándar.   |
| • Competencias                               | • Al tener la CST nos volvemos más competitivos, ya que podemos tener mayor participación en ferias internacionales, pagando                          |

cuotas iguales a las que pagan las empresas que actualmente tienen ese beneficio.

- Visión del gremio del turismo de reuniones
- Siempre que exista la visión del servicio de calidad y la estandarización de los servicios en cuanto a precios y calidad por ofrecer.
- Visión del gremio del turismo de reuniones
- Que se genere valor y profesionalice la industria.
- Visión del ente rector
- Competencias
- Visión del gremio del turismo de reuniones
- Deben ser los entes rectores gremiales los que trabajen en acondicionar el CST al sector MICE.
- Visión del ente rector
- El turismo de reuniones es una industria muy amplia, para poder definir estándares estos deben distinguir de forma clara el tipo de reunión, por ejemplo, un congreso opera en forma muy diferente a una reunión corporativa. Por otra parte, también es importante conocer que no toda reunión puede ser parte de la actividad turística, porque no implica el uso de elementos o actividades turísticas. Este es tema
- Competencias
- Visión del gremio del turismo de reuniones

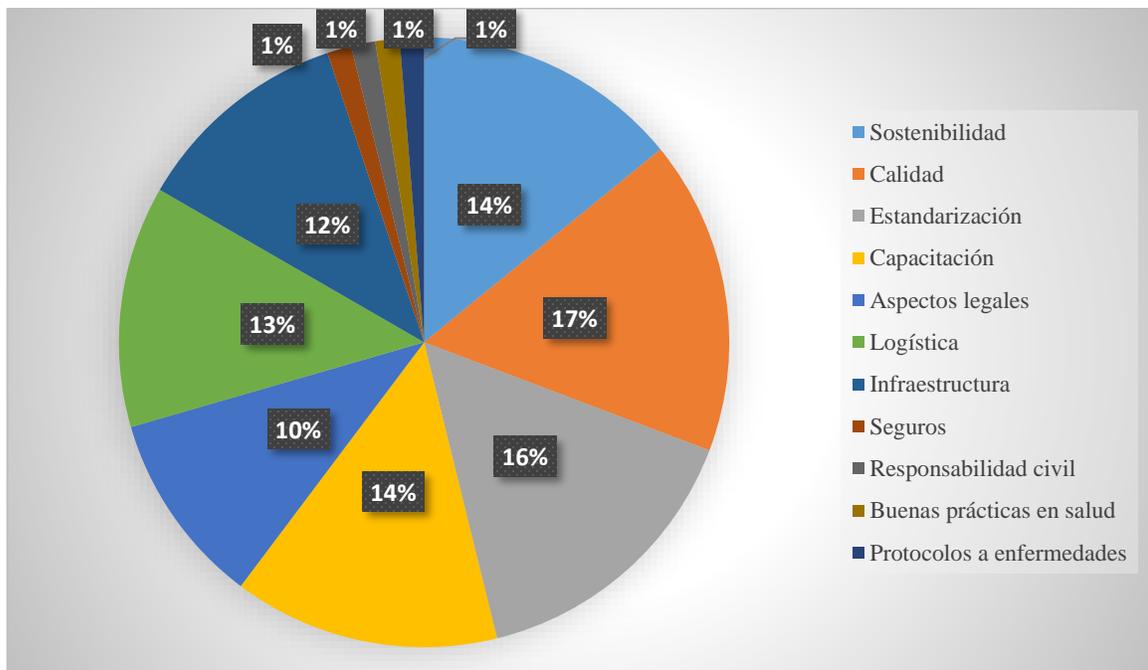
que debe ser revisado con sumo cuidado para no hacer una mezcla entre ambos. Una tendencia en algunos países es considerar los eventos (reuniones) como actividad de mercadeo o comunicación porque un evento local que hace uso de espacios como auditorios o espacios que no son parte de la industria turística y no incluye viajes o desplazamientos no deberían requerir una certificación de sostenibilidad turística.

---

Fuente: elaboración propia, a partir de entrevistas a profundidad (septiembre 2020).

### Gráfico 16

*Indicadores en la evaluación de la CST para el turismo de reuniones, 2020*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

De acuerdo con Turismo Sostenible (1999-2019), en su apartado de indicadores (específicos, obligatorios, mejora y continuidad e impacto externo), se agregaron otros indicadores los cuales se pueden observar en el gráfico 16, de acuerdo con las respuestas de las personas entrevistadas, el 17% de las mismas hacen referencia a que la calidad es el principal indicador de evaluación para el turismo de reuniones, el 16% considera que la estandarización es el segundo indicador más importante, con el 14% cada uno se ubican los indicadores de sostenibilidad y capacitación, el 13% es representado por el indicador de logística, el indicador sobre infraestructura es simbolizado por el 12%, los aspectos legales representa el 10% de las respuestas, finalmente con un 1% cada uno se encuentran los indicadores de seguros, responsabilidad civil, buenas prácticas en salud y protocolos a enfermedades.

La mayoría de las personas entrevistadas ante la pregunta anterior, expresaron que los indicadores que deben estar presentes junto con los ya establecidos en el estándar son: calidad, estandarización, sostenibilidad y capacitación.

En esta interrogante de selección múltiple, se abrió el espacio para agregar otros indicadores, por lo que a continuación, se detallan otros indicadores que las personas entrevistadas expresaron:

### **Cuadro 9**

#### *Indicadores propuestos para la evaluación del turismo de reuniones en la CST*

---

- Indicadores de seguros.
- Indicadores de responsabilidad civil.
- Indicadores de buenas prácticas en materia de salud.

- Indicadores de prevención de enfermedades.

---

Fuente: elaboración propia, a partir de entrevistas a profundidad (septiembre 2020).

## **4.2 Análisis de datos del instrumento de “entrevista a profundidad”**

Por su parte en los datos arrojados por medio de la entrevista a profundidad, cabe mencionar que los temas utilizados en la aplicación de este instrumento fueron los siguientes:

- Proceso inicial: bajo temas de contextualización en el turismo de reuniones.
- Seguido en el fondo de los temas: la certificación para la sostenibilidad turística, turismo de reuniones, ámbitos de la CST, identificación de problemática, identificación de beneficios CST, identificación de CST, importancia de incorporación, objetivos empresariales, fortalezas y debilidades empresariales, actores del proceso de certificación, alternativas de certificación, apoyo político al sector de reuniones.
- Y en temas finales: las recomendaciones para la inclusión e indicadores de la CST.

A continuación, se detalla la discusión, análisis y resultados del primer objetivo específico:

### **4.2.1 Análisis de objetivo 1**

**Examinar las necesidades del sector de turismo de reuniones en relación con la inclusión de la categoría dentro de la CST, según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau.**

En el presente apartado se examinaron las necesidades presentes en el sector de turismo de reuniones en relación con la inclusión de la categoría dentro de la CST, según

miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau. Al momento de leer los hallazgos de este apartado 1, los resultados se organizaron según el objetivo planteado y los respectivos temas de análisis, a través de la técnica implementada entrelazada con los referentes teóricos. Ver figura 9.

### Figura 9

*Necesidades del sector de reuniones*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

### Experiencia en el turismo de reuniones

Por medio de esta variable se analizó la trayectoria de las personas entrevistadas; esta información sirvió para destacar el aporte en la presente investigación debido al recorrido en la industria de reuniones.

Iniciando con ETUR1 (septiembre, 2020), quien dice que “mi empresa se especializa y desarrolla en el campo de las reuniones y los espectáculos, tiene 24 años de estar inmersa directamente con el turismo de reuniones y convenciones”. Por su parte ETUR2 (septiembre,

2020), menciona que “soy una de las personas más viejas, inicié en 1997, tengo 23 años en el desarrollo de este sector, así que hemos pasado un poquito de todo, desde que no se conocía y hasta que ahora finalmente es una industria mucho más reconocida en el sector turístico. Uno de los congresos más grandes que nosotros hicimos en su momento fue el congreso de estudiantes de turismo y hotelería”. Además, ETUR3 (septiembre, 2020) detalla que “como persona empresaria tengo 30 años, colaboré con el Comité Olímpico Internacional y con el Comité Olímpico Nacional en algunos eventos, con el Instituto Costarricense de Turismo me tocó coordinar cosas de traspasos de poderes, reuniones del Banco Mundial, reuniones de presidentes, etc.”. Por último, ETUR4 (septiembre, 2020), expone que “la experiencia ha sido buena, la empresa la abrí en el 2006 después la cerré un tiempo cuando trabajé en el gobierno, específicamente para el ICT y después del 2015 la volví abrir nuevamente, y ya la abrí de manera formal”.

De acuerdo con los aportes de las personas entrevistadas, se evidenció que estas cuentan con amplia trayectoria y experiencia en el turismo de reuniones, de esta manera representan un valor de conocimiento en el sector del turismo de reuniones desde que no se conocía en Costa Rica, luego de ello, se empieza a hablar de turismo de reuniones en el país, a desarrollarse y expandirse y con esto surge el Centro de Convenciones de Costa Rica y comienzan a consolidarse ciertas estructuras encaminadas a robustecer los servicios en distintas áreas del turismo de reuniones.

### **Necesidad de inclusión del turismo de reuniones en el estándar CST**

Las necesidades de inclusión de esta categoría en la CST, permitió conocer el panorama de esta industria desde la visión de las personas empresarias con respecto a esta certificación, por lo que las personas entrevistadas en respuesta de esta variable detallaron:

ETUR1 (septiembre, 2020) detalla: “Sí, es importante que se establezca este parámetro y se incluya dentro de las certificaciones que el ICT extiende y exige para las empresas que están en el campo del turismo y específicamente en el de convenciones. Esta certificación viene a sellar el hecho mismo de que empresas de este rubro: reuniones, exhibiciones, incentivos, congresos tengamos que validar aún más nuestros requisitos como profesionales a nivel individual y a nivel de la compañía para así ir de cara a profesionalizar y estandarizar más el buen uso de los procedimientos”.

Por su parte ETUR2 (septiembre, 2020), expresa: “Sí, porque pienso que como parte del sector o industria turística, la Certificación para la Sostenibilidad Turística debería ser inherente a todas las actividades turísticas y todos los sectores de la industria, y el sector de reuniones o turismo MICE es una parte bastante importante, ha estado un poco desligada de las certificaciones, así que me parece importante primero por eso, y segundo porque el ICT gestiona una serie de beneficios para las empresas CST, por lo tanto, el que no todas las empresas tengan acceso a una CST pueden estos beneficios beneficiarlos”.

Además, ETUR3 (septiembre, 2020), menciona que: “El turismo de reuniones a nivel mundial debe estar hoy en día enmarcada dentro de lo que es la sostenibilidad, nuestra industria MICE es considerada como uno de los negocios más democráticos que hay porque en nuestra industria se han involucrado muchos factores, se benefician muchas personas y otros sectores, por ejemplo: hotelero, gastronómico, guías de turismo, tours, transporte, artesano”.

Por último, ETUR4 (septiembre, 2020), menciona que: “Sí, me dediqué a que esto se diera. Primero, en el 2015 cuando salgo del ICT, monto esta empresa, me empiezo a dar cuenta que se empieza hablar del turismo de reuniones, del Centro de Convenciones y se empiezan a dar todo un énfasis en el turismo de reuniones”.

Las personas entrevistadas consideraron que el turismo de reuniones es una actividad desligada de las otras actividades presentes del turismo, debido a que no tienen el acceso de certificarse. Esta actividad debe estar inmersa e intrínsecamente conectada con todas las áreas del turismo de reuniones trabajando en la línea de la sostenibilidad y desarrollo de otras disciplinas, de esta se benefician otros sectores y por ende las personas, generando una cadena de valor en el desarrollo del país.

### **Conceptualización el turismo de reuniones**

De acuerdo con Asociación de Estados del Caribe (2017), citando a Rifai (s. f.), se conceptualiza al turismo de reuniones como:

Aquella actividad de viaje que se realiza fuera del entorno habitual de una persona por al menos 24 horas, cumpliendo los requisitos de las reuniones establecidas, este tipo de turismo se ha catalogado como uno de los segmentos fundamentales del sector turístico, posicionándose como uno de los principales motores de desarrollo del sector y como un importante generador de ingresos, empleo e inversión. (p. 4).

Ante esto es importante contrastar el concepto con las respuestas de las personas entrevistas: ETUR1 (septiembre, 2020), dice: “Lo conceptualizo de la forma diferenciada y antagónica al turismo leisure o turismo de ocio, el turismo de reuniones es un turismo donde se tiene que dar un aprendizaje, una derrama de conocimiento y también una vivencia que junto con los mismos pares (colegas, profesionales de la misma área o personas que van a obtener conocimientos nuevos) hacen que el turismo de convenciones y de reuniones sea muy importante por dos aspectos, uno: trae conocimiento extranjero y dos: el desprendimiento de ese conocimiento y de la economía para el destino, país o ciudad es de 1 a 5 veces mayor que la de un turista de ocio de acuerdo con la OMT”.

Por su parte ETUR2 (septiembre, 2020), menciona que: “la terminología no está clara, lo conceptualizo como uno de los sectores turísticos más beneficiosos para la industria y

sobre todo como un complemento para un destino turístico maduro, considero que es beneficioso, con beneficios concretos sobre todo en la parte de ocupación y de toda la cadena productiva turística. Es uno de los sectores más dinámicos de la industria turística y como uno de los sectores que más aportan a los destinos que tiene la capacidad y las condiciones para albergar adecuadamente el desarrollo de este tipo de eventos o este tipo de sector”.

A su vez ETUR3 (septiembre, 2020), expresa que: “Es una actividad que a mí particularmente me apasiona por todos los beneficios que origina no solo al hotel sino también al pequeño artesano. La industria de reuniones, la industria MICE es una de las industrias más democráticas que hay y que beneficia a muchos”.

Mientras que ETUR4 (septiembre, 2020), define que: “El turismo de reuniones de hecho a nivel internacional se le conoce más como industria de reuniones, porque no es solo turismo, porque también abarca otras industrias. Hay un encadenamiento tan grande entre las industrias que la parte del turismo solo llega a ser una parte de toda esta industria. Para mí la industria de reuniones es el encadenamiento del turismo, de la tecnología, del transporte, de la cultura, de la gastronomía, del conocimiento”.

Con respecto a las anteriores manifestaciones, el turismo de reuniones es considerado como una derrama de conocimiento y vivencias, además, como un sector muy beneficioso y complementario de los destinos turísticos maduros del país, aportando significativamente al desarrollo de cada uno de ellos. Por otro lado, es considerado como un sector dinámico, de cadena productiva turística e industrias, traduciéndose en conocimiento y transferencia, y así generar un engranaje de todos los sectores productivos.

Sin embargo, la relación entre el concepto teórico expuesto por Rifai y los conceptos de las personas entrevistadas difieren en sus discursos ya que estas personas hacen un enfoque más amplio a los encadenamientos y beneficios del turismo de reuniones que al

concepto como tal, no obstante, el acercamiento concuerda con los aspectos económicos y productivos.

### **Beneficios que brinda la CST**

De acuerdo con los beneficios enlistados en el Decreto Ejecutivo N° 41415-MINAE-M CJ-MEIC-TUR, Reglamento del Programa de Sostenibilidad Turística (2018), los cuales se encuentran en este documento en el cuadro 1, ubicado en la página 23; se consultó sobre el conocimiento e importancia de estos beneficios a las personas entrevistadas y sus empresas: ETUR1 (septiembre, 2020), da a conocer que: “Como no existe la norma para las compañías del área de turismo de reuniones y convenciones entonces lo desconozco”. Sin embargo, al conocer durante la entrevista los beneficios, expresa que, “el conjunto de los beneficios de la CST es importante, y es necesario validarlos como un todo, todos son fundamentales. Son factores de motivación para que una empresa se esmere por tener esa certificación en su máxima expresión. Bienvenidos todos los beneficios y que nosotros como empresa haremos hasta lo posible para que suceda de esa forma”.

Adicionalmente, ETUR2 (septiembre, 2020), agrega que “Los conozco, pero no a fondo, considero que ninguno es importante, en general la actividad de eventos por su naturaleza no necesita de esos beneficios”. Además, ETUR2, detalla otros beneficios que le satisfacen más: “Tendría que haber una segmentación y una fiscalización de quién es realmente quién. Para mí eso sería lo más beneficioso, que si se va a hacer el CST sea exclusivo y excluyente por naturaleza. La participación especializada de ferias internacionales, pero con un concepto diferente. Que el ICT vaya a muchas ferias junto al Bureau de Convenciones y capte congresos para el país. Todos los beneficios económicos o cualquier descuento que se obtenga a través de la CST. Pero habría que sentarse como una especie de grupo focal e ir buscando entre todos cuáles son esos beneficios más concretos”.

Además, ETUR2 sugiere que “no le daría ningún beneficio, si usted quiere ser CST ese es su beneficio, es su compromiso con la sostenibilidad o con el desarrollo sostenible de este país, yo no necesito de otro beneficio”.

La opinión de ETUR3 (septiembre, 2020), es “No los conozco”, pero al detallarlos en esta entrevista, afirma que: “todos son importantes, en resumen, es una proyección para tu empresa y mejor posibilidad de negocios”

Mientras que ETUR4 (septiembre, 2020), señala que: “Conozco algunos”. Además, agrega que dos de los beneficios que le llama la atención son: el beneficio económico que se les da a las empresas para asistir a ferias internacionales y la participación de ferias internacionales.

De las personas entrevistadas solo (ETUR2) y (ETUR4), conocen parte de los beneficios de la CST. Por otro lado, (ETUR1) y (ETUR3), desconocen totalmente los beneficios.

Al indicarles parte de los beneficios (ETUR1) y (ETUR3), consideraron que son fundamentales, importantes, de gran producción y beneficiosos, que brindan oportunidades de negocio a las empresas certificadas, proveedores, entre otros.

Por otro lado, una de las personas entrevistadas expresó la necesidad de que exista una segmentación y una fiscalización en este proceso de certificación y beneficios.

De acuerdo con lo establecido por la CST y la información obtenida de las personas entrevistadas, son pocos los beneficios que reciben de la CST para estas personas y sus empresas.

### **Identificación y participación del proceso CST**

Ante esta variable sobre el conocimiento de la CST y su obtención; la Certificación para la Sostenibilidad Turística “es un proceso por medio del cual empresas y organizaciones

analizan sus operaciones buscando eficiencia, productividad, calidad, impactos ambientales y satisfacción del cliente”. (Turismo Sostenible, párr. 1).

En respuesta a esta variable, ETUR1 (septiembre, 2020), señala que “No, no lo conozco porque en nuestro rubro no existe, entonces nunca hemos tenido acceso a ese proceso”.

Además, ETUR2 (septiembre, 2020), dice que: “Sí, tuve acercamiento con la CST hace muchos años. Pero lo que sí recuerdo era que te daban el listado, te dan un tiempo adecuado, vos te preparas y revisas e inclusive se puso muy de moda contratar consultores”.

Por su parte, ETUR3 (septiembre, 2020), expresa lo siguiente: “no, cuando digo que no lo conozco es que nuestro sector no lo conoce”.

Por último, ETUR4 (septiembre, 2020), indica que “Sí lo conozco, sin embargo, no he tenido el acceso a certificar la empresa en CST por parte del ICT”. Cabe destacar que ETUR4 ha sido partícipe de procesos de consulta sobre la inclusión del turismo de reuniones en la CST.

Ante lo manifestado anteriormente, solo una de las personas entrevistadas conocía el proceso de CST anteriormente, debido a que luchó en gran parte para que esta certificación se realizara o concretara, sin embargo, no fue posible. Otra de las personas entrevistadas conocía parcialmente el proceso, proceso que conoció muchos años atrás por lo que desconoce sobre las últimas actualizaciones.

Por otro lado, solo una persona de las entrevistadas ha tenido espacio de consulta, el cual lo realizó de manera personal en el ICT sin tener resultados.

Es importante mencionar que una de las personas entrevistadas hizo la observación de la necesidad que debe existir en los procesos de la CST en cuanto a la conciencia de sostenibilidad en todos sus extremos, debido a que en muchos casos estas certificaciones

recaen en consultores del área por la sencilla razón de obtenerla, perdiendo por completo la esencia de interiorizar en la empresa el compromiso con la sostenibilidad como pilar para el desarrollo de esta.

De acuerdo con la relación teórica y las respuestas obtenidas, se evidenció que las empresas carecen del análisis de sus operaciones y de la génesis de la CST en todas sus áreas.

### **Importancia de la incorporación del turismo de reuniones en la CST**

La siguiente variable sobre la importancia (baja, media y alta) de la incorporación del turismo de reuniones en la CST, reveló el nivel de trascendencia que cada una de las personas entrevistadas señala con respecto a esta incorporación, lo cual, en términos de esta investigación, permite identificar la necesidad de la inclusión. En concordancia con Ponce (2007), “se ha podido constatar que este colectivo empresarial reconoce la importancia y evolución del turismo de reuniones, pero que todavía está lejos de alcanzar el desarrollo óptimo”. (p. 130).

Por lo anterior, se menciona lo que cada una de las personas participantes expresó: ETUR1 (septiembre, 2020), indica que “es fiel creyente de las certificaciones en el tanto y cuanto tenga dos factores: la diferenciación y que realmente tengan valor tangibilizable económicamente, si cumple con estos dos sería muy alta, si solo es poner un logo más en la firma entonces la priorización sería cero”.

Además, ETUR2 (septiembre, 2020), manifiesta que “considero que es media debido a que no hay una definición clara del ICT, el ICT lo está haciendo porque el mismo sector lo ha pedido, yo pienso que el proceso debió haber surgido de una forma más natural, es decir, porque el turismo de reuniones es parte importante de todo este proceso de desarrollo de destinos sostenibles. La importancia puede ir cambiando, cuando estos parámetros que

mencionaba al inicio sean los adecuados a mis necesidades como OPC y de los beneficios que yo necesito, pero por ahorita la importancia es media”.

Por su parte, ETUR3 (septiembre, 2020), señala el nivel de importancia como “alta, porque mi empresa va a tener más credibilidad, va a ser una empresa que está más identificada”.

Finalmente, ETUR4 (septiembre, 2020), considera el nivel de importancia como “alta, para dar a entender a los clientes y a los participantes que trabajamos de una manera sostenible, que ahora es tan importante y que hay organizaciones y consejos internacionales dedicados exclusivamente a eventos sostenibles, solo trabajan eso y solo se dedican a eso, la importancia es alta”.

Tres de las personas entrevistadas consideraron el nivel de importancia alta, mientras que la restante persona entrevistada mencionó que, siempre y cuando sirva como factor de diferenciación y que sea realmente beneficioso en aspectos económicos, se puede considerar alta. Otro factor es la credibilidad de ser una empresa más identificada y, por último, para exponer y evidenciar a los clientes que las empresas trabajan en una plataforma sostenible.

### **Voluntad y apoyo político para la sostenibilidad turística**

De acuerdo con la variable de la voluntad y el apoyo político para la inclusión del turismo de reuniones en la CST; se definen ambos conceptos como, voluntad es la “facultad de decidir y ordenar la propia conducta” (RAE, 2020, párr. 1) y apoyo político se refiere al establecimiento de políticas que permitan el desarrollo de distintos proyectos o programas, esto de acuerdo con Pellegrin (s. f.), además, Monfort (2000) menciona en relación con esta temática que:

[...] el Gobierno establece los objetivos del turismo, a la vez que aporta el apoyo necesario de orden organizacional y legislativo, lo que permite alcanzar esos objetivos programados. Por otro lado, se encuentra el planteamiento

evolutivo, donde el Gobierno desempeña un papel operativo y especialmente activo. (p. 21).

Identificando la terminología, es importante conocer la percepción de las personas entrevistadas con respecto a esta, por lo cual, se detallan las respuestas de estas personas:

ETUR1 (septiembre, 2020), dice “estamos regidos por el ICT, he de suponer que el ambiente político es positivo en el tanto y cuando ellos vean un beneficio directo para la estandarización y homologación de todas las actividades que van en pro de que el turista, y que las estrategias de ICT tienen que ser conscientes”.

Adicionalmente, ETUR2 (septiembre, 2020), dice “la voluntad siempre existe, el tema es que en los países se ha vuelto muy enredado junto con la política. Sí existe, siempre va a haber gente con voluntad y en las instituciones siempre hay gente buenísima pero siempre hay gente que te quiera fregar, entonces en un país tan legalista, cualquier cosa te la van a entorpecer. La voluntad sí existe, que la voluntad se transforme en algo real es lo que se torna un poco más difícil de lograr”.

Por su parte, ETUR3 (septiembre, 2020), menciona que “no ha existido ninguna voluntad política”.

Por último, ETUR4 (septiembre, 2020), ha tenido malas experiencias con la voluntad y el apoyo político para tratar estos temas. Por lo que hace referencia a que “ha habido poca voluntad política, desde la declaratoria turística para el turismo de reuniones hasta la CST”.

Dos de las personas entrevistadas afirmaron que la voluntad y el apoyo político en la ejecución de iniciativas, planes, proyectos, actividades y posibles acciones referentes a la sostenibilidad turística requiere de la estandarización y homogeneización de las actividades del turismo de reuniones en bienestar del cliente.

Mientras que las dos restantes personas entrevistadas reflejaron que hay poca o ninguna voluntad política para la ejecución de acciones referentes a la sostenibilidad debido a que en diferentes circunstancias se vieron negadas distintas iniciativas de este proceso. Además, de la poca información actualizada, precisa y concerniente al turismo de reuniones.

Por lo tanto, aunque existe una organización macro por medio de una estructura organizacional y objetivos trazados desde de la institucionalidad para la consecución de las distintas actividades y proyectos de desarrollo turístico, la voluntad y apoyo político no es percibido por las personas entrevistadas, aunado a que se están gestando iniciativas como estas, en la búsqueda de respuestas que fortalezcan esta industria.

A continuación, se detalla la discusión, análisis y resultados del segundo objetivo específico:

#### **4.2.2 Análisis de objetivo 2**

**Determinar los elementos que influyen en las organizaciones y que condicionan la obtención de la CST según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau.**

En el presente apartado se determinaron los elementos que influyen en las organizaciones y que condicionan la obtención de la CST según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau. Al momento de leer los hallazgos, los resultados obtenidos se organizaron según el objetivo planteado y los respectivos temas de análisis, a través de la técnica implementada entrelazada con los referentes teóricos. Ver figura 10.

**Figura 10**

*Elementos que influyen en la obtención de la CST*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

**Ámbito de relación entre los aspectos: cultural, social, económico, político y educativo que pueda potencializar el turismo de reuniones**

Ante la variable de los ámbitos que pueden potencializar el turismo de reuniones, los autores Palafox y Varela (2005), definen que el concepto de turismo es:

Caracterizado como un fenómeno social, donde el hombre está implicado como agente primordial y de su desplazamiento surgen una serie de factores de orden sociocultural, político y económico. Esta acción de viajar siempre presupone conocer, ampliar e interiorizar información sobre aspectos tan variados como costumbres, paisajes, forma de vida, arte historia, etc.; donde el turista personaliza estos conocimientos que adquiere viajando. (p. 90).

De acuerdo con el texto mencionado anteriormente, se evidenció la relación entre el turismo y los ámbitos ya citados, por lo que se menciona cada uno de estos ámbitos.

El autor Sánchez (2020), expone que los siguientes factores se pueden convertir en

amenazas u oportunidades; en el factor político implica: “Las diferentes políticas de los gobiernos nacionales, locales [...] Política fiscal de los diferentes países”. (p. 7).

En el factor económico implica: “[...] La política económica del gobierno, La inflación [...] La tasa de desempleo”. (p. 7).

Por su parte en lo social implica: “[...] Cambios geográficos de la población, Una población con mejor preparación más profesional”. (p. 7-8).

Además, el autor Cebrián (2001), expone que “Todo tipo de turismo tiene un componente cultural y que la gente se abstendría de viajar si no existiera algo diferente que ver en su destino [...]”. (p. 131).

Ante lo anterior, las personas entrevistadas expresaron su opinión con respecto a esta relación: ETUR1 (septiembre, 2020), declara que “sin duda alguna tiene que haber una interacción de todos esos elementos para que el turismo de reuniones sea realmente efectivo, hay que informar al turista sobre la cultura, la gastronomía, las políticas, la geografía, etc., porque esa persona se va a volver un embajador de Costa Rica o del destino, ese turista que viene hacer turismo de convenciones además, de aprender, recibir conocimiento, intercambiar o dejar conocimiento, también va llevarse nuevo conocimiento”.

Como menciona ETUR2 (septiembre, 2020), “si hay una relación, la actividad de eventos o el turismo de reuniones por su naturaleza es muy amplia y toca a todos los quehaceres humanos. La naturaleza misma de los eventos nace de la naturaleza humana y la necesidad de reunirse. La industria de reuniones necesita por su naturaleza un aporte de todos los sectores, que quiero decir, que evidentemente un congreso no puede ser entendido sin el aporte cultural de un destino”.

Adicionalmente, ETUR3 (septiembre, 2020), dice que, “si existe una relación, ya que la industria reuniones más que ese beneficio que lo podemos ver desde el punto de vista

turístico da a los países un beneficio social, político y cultural por el intercambio de conocimientos que se dan en la industria de reuniones”.

Por último, ETUR4 (septiembre, 2020), afirma que “la industria de reuniones tiene un engranaje mucho más amplio, va más allá del turismo e incluye todo eso: cultural, social, económico, político y educativo. Son parte de toda esta industria de reuniones”.

Las personas entrevistadas coincidieron en la interacción del turismo de reuniones con todos los sectores productivos del país, incorporando lo cultural, social, económico, político y educativo, como medio de intercambio de conocimiento. Además, el turismo de reuniones tiene una característica de presentar una necesidad humana de encontrarse y compartir, de tal manera que concuerda con lo expresado por Palafox y Varela (2005), donde implica aspectos de expandir, intercambiar e interiorizar los conocimientos a través de las experiencias de viaje o visita. Por otro lado, es un trabajo articulado entre los sectores que genera una serie de aliados estratégicos para el desarrollo del sector, dando como resultado un engranaje de forma natural.

### **Desafíos en la inclusión de la categoría en la CST**

Ante la variable sobre los desafíos en la inclusión del turismo de reuniones en la CST, se destaca que un desafío corresponde a un “reto, empresa difícil a la que hay que enfrentarse”. Además, “el verbo desafiar implica afrontar o enfrentarse a un peligro o dificultad”, lo anterior de acuerdo con Raimundi, Molina, Giménez y Manichiello (2014). Por lo anterior, es que con esta variable se mencionarán los desafíos propuestos por las personas entrevistadas.

ETUR1 (septiembre, 2020) menciona los siguientes desafíos:

- “Las instituciones educativas que estén abocadas al turismo tienen que entender y educar a sus estudiantes bajo el pensamiento no solo el turismo de ocio, sino también

en el turismo de reuniones para que lo vean como herramienta complementaria y que hoy por hoy es muchísimo más lucrativa.

- Mejorar la capacitación y la conciencia turística.
- Las empresas que se dediquen a esto deben tener conocimiento y disposición, personal calificado, remunerado y con una exposición a un turista muchísimo más crítico y delicado.
- Las empresas menores o unipersonales no pueden pretender atender congresos o conferencias de mayor complejidad porque hay algo que se llama credibilidad.
- Tener el conocimiento de cómo se trabaja un congreso internacional y cómo se trae, cómo se piden los congresos y reuniones internacionales.
- Las empresas que se metan de manera seria en esto deben tener una cantidad de recursos completamente diferentes a las compañías que lo hacen para el ocio.
- Tener capacidad económica.
- Tener la consistencia en el tiempo de la compañía, tener músculo económico con todas las variables que hay que dominar en el giro del negocio como son: la administración de personal, el recurso económico, el recurso técnico, el conocimiento, el manejo de los diferentes idiomas y sobre todo el dominio de las relaciones públicas.
- Identificar ¿cuál es el papel que juega la empresa organizadora?, a la que se le va a dar ese reconocimiento como parte de su programa de responsabilidad social y empresarial”.

ETUR2 (septiembre, 2020), agrega:

- “Lo primero que tiene que hacer el ICT antes de desarrollar esta inclusión es saber “Who is who?”.

- Conocer muy bien primero la institución, en este caso el ICT, y segundo los evaluadores, cuáles son las diferencias y la naturaleza lógica de la industria.
- Reconocer que no es lo mismo medir una certificación CST para un hotel que para un OPC, es más a ¿quién se va a evaluar?, es decir, ¿quién se va a certificar con CST, los meetings planners o los OPC'S, ¿o a quiénes? Habría que empezar por definir eso, por reglamentar, normalizar un montón de cosas, por ejemplo: un hotel tiene una serie de condiciones para operar, es lógico que eso se pueda evaluar, pero por ejemplo aquí quién dice qué o quién no puede ser eventos”.

ETUR3 (septiembre, 2020), añade:

- “Tener claro qué es sostenibilidad y tener claro qué es calidad, ya que cualquiera se cree organizador de eventos. Un organizador de eventos es un profesional integral que debe de saber de administración de proyectos, de finanzas, de mercadeo, de relaciones públicas, de cómo opera la industria turística y cómo se negocia las habitaciones en los hoteles y la parte de alimentos y bebidas”.

ETUR4 (septiembre, 2020), finaliza agregando los siguientes desafíos:

- “Prestar seguimiento que se le deba dar a los eventos, que los eventos realmente sean sostenibles, hay muchas características que debe tener un evento sostenible, que va desde la señalización, señalética, la parte del reciclaje, toda la parte de compras de productores nacionales, qué porcentaje de lo que se va a servir en el menú de las comidas fue una compra a productores nacionales, el personal contratado, el porcentaje que se ahorró de electricidad.
- Debería de existir un manual con toda esa lista de requisitos para que el evento sea realmente sostenible, cómo se recicla la basura, cuánto empleo se generó, toda esa

parte, si los empleados todos están asegurados, si los empleados están trabajando con todos los requisitos de ley.

- Contar con manuales y cierta supervisión, ese es uno de los desafíos más grandes, poder tener esa supervisión de cumplimiento por parte de las empresas”.

Los principales desafíos que expusieron las personas entrevistadas fueron: la educación da a entender de manera ampliada el turismo, y que a partir de él se desprenden tipos de turismo que acompañen a la industria de reuniones, además, entender que es necesaria la capacitación constante y el conocimiento de los distintos tipos de turistas que hoy son más críticos y conscientes de las actividades turísticas. Asimismo, contar con amplia experiencia en el sector, lo que conlleva a una alta responsabilidad.

Además, concordaron en determinar quién es quién en el sector del turismo de reuniones, ya que es un sector que hasta el momento no se ha profesionalizado y vive de la informalidad. Esto junto con la necesidad de establecer parámetros o indicadores que respondan a turismo de reuniones de manera diferenciada, debido a que es muy dinámico, por lo que no puede evaluarse de ninguna manera como las otras categorías de la CST. Por otro lado, es importante conocer y entender la sostenibilidad, más si se desea optar con la CST.

Otro desafío expuesto fue el seguimiento que debe estar presente en todos los extremos, de manera que, realmente sean sostenibles cada una de las actividades, cumpliendo a cabalidad con las características básicas que tiene el sector, contando de esta manera con un manual que indique cada uno de los aspectos requeridos.

De acuerdo con lo expuesto por las personas entrevistadas, se hizo referencia a los aspectos que deben afrontar el ICT y las mismas empresas para obtener esta inclusión dentro

de la CST, considerando esta como un reto para las empresas que con un grado de dificultad deben hacerle frente a una posible certificación.

### **Objetivos empresariales de sostenibilidad turística**

Antes de conocer las respuestas de las personas entrevistadas sobre objetivos empresariales de sostenibilidad turística que se implementan en sus empresas de turismo de reuniones, es importante identificar que un objetivo empresarial es “Un objetivo es un fin más concreto, más preciso, cuantificado o para un periodo de tiempo determinado a priori” (De los Ángeles y Giner, 2007, p. 206), relacionándolo con acciones o metas referentes a la sostenibilidad. Por lo que, partiendo del fundamento teórico, las personas entrevistadas mencionaron:

ETUR1 (septiembre, 2020), expone que: “este tipo de objetivos se ejecutan en la mayoría de los eventos, siempre y cuando el cliente esté de acuerdo y lo entienda. Algunos de los objetivos aplicados son: generar eventos bandera azul y carbono neutro, incluyendo la responsabilidad social-ambiental”.

Por su parte ETUR2 (septiembre, 2020), menciona que “la CST siempre ha sido un parámetro para nosotros. La CST siempre nos ha servido en el momento, para contratar proveedores, nosotros cuando hacemos un evento, un parámetro de medición es la contratación de la sede, en saber qué certificación tiene y el nivel de certificación, al igual que contratar una empresa transportista, rent a car, etc. Nosotros lo que hacemos es asegurarnos que todas las empresas que nosotros estamos contratando sean sostenibles o tengan algún compromiso con la sostenibilidad. Nuestro trabajo siempre ha versado sobre la educación del cliente, si es un evento sostenible, pagarle el precio justo al artesano. La CST se va a tener que meter con mucho cuidado y ver qué realmente es sostenible en los eventos y qué no lo es”.

Adicionalmente, ETUR3 (septiembre, 2020), hace referencia a que “somos personas que estamos identificadas con el tema de ambiente, de contaminación, de que todos nos mantengamos enlazados con programas sociales”.

Finalmente, ETUR4 (septiembre, 2020), expresa que: “no cuento con objetivos empresariales de sostenibilidad turística, sin embargo, seguimos ciertas prácticas que yo sé que están dentro de los requisitos del CST, como lo es el trabajo remunerado. No tenemos los lineamientos formales, pero sí cumplimos con varias prácticas sostenibles, como reciclaje y en la parte de sostenibilidad en cuanto a los eventos, lo hacemos caso por caso, dependiendo del evento, de los clientes y los objetivos del cliente”.

De las personas entrevistadas y sus empresas ninguno cuenta con objetivos empresariales concretos o definidos establecidos en determinados plazos, de acuerdo con lo mencionado por De los Ángeles y Giner (2007), para la ejecución de actividades, acciones o ajustes sobre sostenibilidad turística, sin embargo, realizan acciones sostenibles orientadas a la parte social y ambiental como bandera azul, carbono neutro, objetivos de desarrollo sostenible, entre otras. Además, estas empresas se desenvuelven siguiendo algunos parámetros de la CST de otras categorías.

### **Recursos y capacidades para optar por la CST**

Ante la variable de los recursos y capacidades con los que cuentan las empresas de turismo de reuniones para optar por la CST, se destaca que:

La distinción básica entre activos y capacidades reside en el hecho de que los activos consisten en un conjunto de servicios potenciales, mientras que las capacidades no pueden ser así definidas, puesto que la misma palabra implica ya una función, una actividad concreta. (Penrose, 1962, citado por Fernández, Montes y Vázquez, 1997, p. 66).

Además, que, “los activos pueden ser tangibles o intangibles, mientras que las capacidades siempre son de carácter intangible y están basadas con el conocimiento

tecnológico y organizativo de la empresa”. (Hall y Leonard-Barton, 1922, Teece et al, 1994, y Foss y Eriksen, 1995, citados por, Fernández, Montes y Vázquez, 1997, p. 66).

Partiendo de lo anterior, las personas entrevistadas detallaron lo siguiente: ETUR1 (septiembre, 2020), menciona que “desde la gestión de la gerencia general, de la mano con la junta directiva y el gestor de calidad de la empresa, tienen como objetivo poner en su máxima expresión estandarizar los procesos y homologarlos, para que cumplan con las directrices del país donde la empresa tenga acciones”.

ETUR2 (septiembre, 2020), sostiene que “el recurso más valioso termina siendo la experiencia, ya uno tiene el conocimiento que sí y que no funciona, en esto los recursos no los podemos convertir en solamente recursos económicos, algunas veces termina siendo muy excluyente”.

Adicionalmente, ETUR3 (septiembre, 2020), da a conocer que “hay colegas buenísimos como Leonel Bonilla, Yadira Simón y Flor Solano, así te puedo mencionar muchos otros colegas muy buenos que tenemos en la industria y que la empresa es ellos solos y cuando ellos tienen un evento contratan gente y trabajan desde sus casas. Eso quiere decir que nosotros en realidad no tenemos recursos para pagar las certificaciones, pero es necesario que nuestra industria tenga certificaciones”.

Finalmente, ETUR4 (septiembre, 2020), detalla que “en algún momento había obtenido los manuales de las agencias de viajes que optan por la CST y no había nada para los organizadores, sé que hay ciertos lineamientos y ciertas actividades que hay que poner en marcha, ahora, si me pregunta ¿cómo lo haría hoy en medio de esta pandemia? donde la situación es completamente atípica, es diferente, ¿por qué?, en este momento no tengo personal, el personal que tenía eran 2 personas, tengo una empresa pequeña en calidad de micro pyme, porque todos los trabajos los contratamos”.

Desde los activos (recursos) empresariales existe una limitante, el recurso económico, factor por el cual algunas certificaciones se tornan costosas y generan poca rentabilidad y beneficios, sin embargo, se corre con ese factor, a fin de poder diferenciarse y contar con ellas, considerando que los activos mencionados anteriormente, pueden ser tangibles o intangibles. Mientras que las capacidades se delimitan como acciones sin poder contabilizarlas a nivel organizativo en la empresa y que, como resultado de esta variable, la iniciativa expuesta por las personas entrevistadas conlleva a homologar todo lo concerniente para funcionar bajo una estandarización, pero desde la capacidad organizacional la experiencia es imperante y determinante para el turismo de reuniones.

### **Debilidades para optar por la CST**

De acuerdo con Sánchez (2020), las debilidades son “aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de la empresa y que por tanto constituyen un serio problema para la organización que debe ser superado” (p. 12). Ante lo anterior, es importante conocer las debilidades empresariales que obstaculizan la obtención de la CST, según las personas entrevistadas:

ETUR1 (septiembre, 2020), reflexiona que “hoy por hoy con el tema de la pandemia podría ser que la interacción que se tenga con los clientes tendrá una incidencia indirecta en el mantenimiento de estos estándares, no así, las ganas de querer hacer las cosas detrás de la sostenibilidad, además de la limitante del recurso económico”.

Mientras que ETUR2 (septiembre, 2020). dice que “en la parte organizacional: las estructuras de las empresas organizadoras de eventos son muy pequeñas, entonces en mi empresa somos dos personas, esa es la realidad, y esta es la realidad mía y la de la mayoría de las empresas de América Latina. Hay empresas más grandes, hay de 4 y 6, pero resulta que cuando usted ve a esas empresas es porque manejan proyectos de publicidad u otras son

de otros proyectos. Desde la perspectiva de la pandemia del COVID-19, es complicado por los aspectos económicos, y, por ende, la poca interacción que hay en las actividades del turismo de reuniones. La certificación siempre ha sido más que un “check list”, más concreta, más cuantitativa que cualitativa, porque es muy fácil ser cuantitativo para una certificación. La evaluación tiene que ser más cualitativa, donde vamos a estar muy fregados porque vamos a entrar en el conflicto de decir qué sí y qué no y quién sí y quién no. Pero alguien tendrá que hacer el trabajo”.

Por su parte, ETUR3 (septiembre, 2020), menciona que “la parte económica es fundamental, porque creo que el tiempo si quieres certificarte, aprender o mejorar, el tiempo lo saca de donde sea”.

Finalmente, ETUR4 (septiembre, 2020), propone que “hubiese que ver cómo van a elaborar estos manuales para certificarse. Yo creo que una de las limitaciones dentro de la coyuntura que tenemos actualmente sería la contratación de personal, en este momento al no tener eventos ni ingresos, obviamente estamos sin personal, sin oficina. Tengo limitaciones para estar trabajando desde casa. Los recursos económicos que se requieran para cumplir con los requisitos es otra limitante”.

Las principales debilidades que se demostraron fueron: el recurso económico y la capacidad de contratar más personal calificado en el área, con experiencia y certificaciones, lo que hace que la actividad se cohíba en su desarrollo natural; y que debido a la situación actual por la pandemia COVID-19, los ingresos son bajos y repercute en la toma de nuevas decisiones y estrategias. Por tanto, las anteriores debilidades son aspectos que hacen que la empresa cuente con problemas en su organización y operacionalización, tal como lo indica Sánchez (2020).

### **Actores que intervienen en la consolidación de la CST**

Ante la variable de los actores que intervienen en la consolidación de la CST, se destaca lo que Osorio y Espinosa (2007), aluden:

[...] se requiere del establecimiento de principios bien fundamentados y lineamientos claros para un involucramiento integral de todos sus actores (comunidades locales, gobierno-incluyendo a las autoridades de turismo y de áreas naturales protegidas-, ONG) en las fases de planeación, desarrollo, implementación y monitoreo, con el fin de evitar efectos colaterales. Para lograr lo anterior es necesario implementar una estrategia conjunta identificando a los principales actores públicos y sociales fundamentales para el desarrollo del ecoturismo en el Ejido Revolución. (Ceballos-Lascuráin, 2002, Drumm y Moore, 2002, citados por Osorio y Espinosa, 2007, p. 153).

Es por lo anterior que es preciso reconocer cuáles son las partes involucradas en este proceso de inclusión que las personas entrevistadas recomendaron.

Inicialmente, ETUR1 (septiembre, 2020), se refiere a los “stakeholders, que serían todas las personas que interactúan para que las cosas se den cuando un objetivo estratégico o un objetivo organizacional se cumpla. Además, de la gerencia general y la junta directiva, el departamento de gestión de calidad, recursos humanos serían los actores internos”.

Según ETUR2 (septiembre, 2020), “habría que ver a quiénes se van a certificar, pero los principales actores que deberían aspirar a eso serían: los OPC y después los proveedores especializados, el mismo Bureau de Convenciones podría ser un filtro bastante importante para el cumplimiento de una serie de parámetros. Pero, el principal actor es el organizador de eventos, entendido como un OPC puro y después de ello se pueden desprender algunos otros organizadores como DMC en la parte de incentivos, DMC operadores, DMC agencias de viajes, etc., y ahí sucesivamente filtrar si son puros. Y luego de ello, proveedores especializados como los de traducción simultánea, de menaje, entre otros.”

Por su parte, ETUR3 (septiembre, 2020), describe que: “el ICT y el CRCVB son los actores principales del proceso”.

Por último, ETUR4 (septiembre, 2020), sugiere que “el ICT, el Convention Visitors Bureau (organización líder en el turismo de reuniones) y quizá APROCOM”.

Las personas entrevistadas consideraron que los actores externos que intervienen en la consolidación del turismo de reuniones en el estándar CST en el país son: el ICT, el CRCVB y en menor mención APROCOM, y como actores internos destacan la junta directiva y las gerencias de las empresas. Además de estos actores, se mencionó que los OPC son quienes deberían tener la opción de la certificación por la naturaleza de su negocio. Siendo así, la relación con el marco conceptual y los actores que mencionan las personas entrevistadas demuestra que principalmente, las autoridades del sector del turismo y de reuniones son las que inciden en la consolidación de la categoría del turismo de reuniones en la CST.

### **Alternativas para aplicar por la CST**

Para el desarrollo de esta variable, se entiende como alternativa a las opciones o búsqueda de salidas ante las dificultades, esto según Pongutá (2003). En este caso se detallan a continuación, las alternativas que propusieron las personas entrevistadas, para aplicar por la CST.

ETUR1 (septiembre, 2020), considera que “trabajar de manera activa para que las tereas de sostenibilidad sean ejecutadas como prácticas diarias, debido a que se mantienen en el ojo internacional”.

Adicionalmente, ETUR2 (septiembre, 2020), menciona que “han surgido y han fallecido entidades que contraen eventos sostenibles como el Consejo Mundial de Reuniones Verdes, o una red de la que nosotros fuimos miembros durante varios años: la Red Inspira, que era la Red Iberoamericana para la Gestión de Eventos Sostenibles, pero vuelvo a lo mismo hay que pagar. Nosotros salimos de absolutamente todo, excepto el Bureau de

Convenciones de Costa Rica como cabeza representativa del sector del turismo de reuniones de Costa Rica, y a nivel internacional con el ICCA como cabeza internacional”.

Desde el punto de ETUR3 (septiembre, 2020), “se debe buscar toda especie de subsidio, puede ser parcial o bien, buscarle facilidades de pagos para poder obtener esta certificación”.

Mientras que ETUR4 (septiembre, 2020), señala que “a nivel nacional sí hay. A nivel internacional, he visto que el “Events Industry Council” tiene una división de sostenibilidad, ellos tienen una certificación internacional de eventos sostenibles”.

De acuerdo con las opciones ante las dificultades, según lo señalado por Pongutá (2003), y en este caso para optar por una certificación de sostenibilidad, las personas entrevistadas detallaron tres programas de carácter internacional que presentan enfoques de sostenibilidad, como lo son: ICCA, “Events Industry Council” y el Consejo Mundial de Reuniones Verdes.

A continuación, se detalla la discusión, análisis y resultados del tercer objetivo específico:

#### **4.2.3 Análisis de objetivo 3**

**Identificar los indicadores de evaluación específicos para la categoría de turismo de reuniones basado en la CST del ICT.**

En el presente apartado se identificaron los indicadores de evaluación específicos y las recomendaciones para la inclusión de la categoría de turismo de reuniones basado en la CST del ICT. Al momento de leer los hallazgos de este apartado 1, los resultados se

organizaron según el objetivo planteado y los respectivos temas de análisis, a través de la técnica implementada entrelazada con los referentes teóricos Ver figura 11.

### **Figura 11**

*Indicadores de evaluación*



Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

### **Recomendaciones para la inclusión de la categoría del turismo de reuniones en la CST**

De acuerdo con esta variable, se detalla que una recomendación es considerada como “la acción y la consecuencia de recomendar (sugerir algo, brindar un consejo). Una recomendación, por lo tanto, puede tratarse de una sugerencia referida a una cierta cuestión.”. (Pérez y Merino, 2016, párr. 2). Ante lo anterior, se revelan las recomendaciones sobre la inclusión de la categoría del turismo de reuniones en la CST, por parte de las personas entrevistadas:

ETUR1 (septiembre, 2020), propone lo siguiente:

- “Que se haga una invitación general a todas las empresas que se dedican a esto, una invitación directa del ICT. Es fácil mapearlas.
- Prestar mayor rigurosidad y seriedad en el cumplimiento de los requisitos.
- Que en colaboración con el CRCVB y las otras cámaras que existen, se difunda que va a haber dos categorizaciones: uno los que están certificados, dos los que no están certificados, y se hagan saber los beneficios que va a atraer estar certificado.
- Que se aplique, una vez todo el mundo esté informado, un filtro natural de cuáles empresas sí lo están haciendo bien y cuáles son las merecedoras de poder obtener el certificado.
- Las formas de evaluación tienen que ser estrictas y no laxas.
- Saber de cultura, debemos tener también ese componente, no es solo traer gente.
- Tener una visibilización a nivel internacional.
- Que los objetivos, misión y visión de la compañía estén alineados con el pensamiento del ICT y del gobierno”.

ETUR2 (septiembre, 2020), añade como recomendaciones:

- “Que existan espacios de discusión y análisis para la inclusión del turismo de reuniones, y así conocer de manera integral los indicadores y criterios de evaluación para una posible certificación.
- Que el ICT comprenda bien cuáles son las necesidades del sector y probablemente tener capacitadores y evaluadores especializados en el sector MICE”.

Adicionalmente, ETUR3 (septiembre, 2020), señala que “lo que falta es difusión y motivar las empresas para que las empresas tengan la certificación, además, la capacitación es fundamental, la industria desconoce muchas cosas que pasan”.

Finalmente, ETUR4 (septiembre, 2020), plantea que “la profesionalización del sector el turismo de reuniones y la ética del sector del turismo de reuniones deben aumentar”.

Ante el concepto propuesto por Lowe (2016), las personas entrevistadas realizaron observaciones en pro de la mejora de la calidad de la posible conclusión de la categoría del turismo de reuniones en el estándar CST, en este caso las personas entrevistadas concordaron en que debe existir una invitación de participación emanada del ente rector para la consolidación de cualquier aspecto relacionado con esta certificación, a partir de lo anterior, es necesario generar una cultura orientada a la motivación de las empresas por enrumbarse a procesos de compromisos y responsabilidad sostenible y conocer de previo la información necesaria para encaminarse a un proceso de certificación. Además, de analizar integralmente los indicadores y criterios de evaluación aplicables al sector que beneficien su fortalecimiento y desarrollo.

### **Conocimiento y propuesta de indicadores base para la CST en el turismo de reuniones**

Con respecto a esta variable, los autores Lusthaus, Adrien, Anderson y Carden (2001), se refieren a que un indicador es “un elemento de medición que permite esclarecer y medir un concepto”. (p. 41). Por lo cual, las respuestas de las personas entrevistadas, en esta variable permitieron identificar los indicadores que estas personas consideran necesarias para esta categoría del turismo en la CST.

En el caso de ETUR1 (septiembre, 2020), señala los siguientes indicadores:

- “Indicadores económicos.
- Indicadores organizacionales.
- Indicadores de conocimiento y de mercado.
- Indicadores de estrategias comerciales.

- Indicadores de índole de recurso humano con respecto a su capacidad de cubrir todas las áreas donde se desenvuelve.
- Indicadores de la responsabilidad social empresarial que tengan para la comunidad
- Indicadores del impacto económico que vaya a tener para sus stakeholders.
- Indicadores de la imagen que vaya a influir positiva o negativamente para el destino”.

Por otra parte, ETUR2 (septiembre, 2020), agrega que “la experiencia debe ser bien demostrada y evaluada. Es importante que se detallen en la misma los servicios, la responsabilidad de organización, periodo de contratación”.

Desde la posición de ETUR3 (septiembre, 2020), “están bien enmarcados los aspectos fundamentales de toda estructura: la capacitación (procesos), lo financiero, los aspectos legales, la sostenibilidad y la administración”.

En la opinión de ETUR4 (septiembre, 2020), menciona “la ética, se dan muchas situaciones en la industria que no deberían darse, y creo que una empresa que vaya a optar por una certificación de sostenibilidad debe ir de la mano de la transparencia y de la ética. De hecho, en estas certificaciones internacionales que yo le menciono y que tengo una y de las que he investigado tienen siempre un capítulo de ética, porque nada logramos ser sostenibles con reciclar papel, que estemos en ley y no trabajemos de manera ética, sino eso sería muy contradictorio”.

De acuerdo con el concepto expuesto por Lusthaus, Adrien, Anderson y Carden (2001), las personas entrevistadas mencionaron una serie de elementos o aspectos que se pueden tomar en cuenta para la medición de la categoría del turismo de reuniones al estándar de la CST en caso de que se realice la inclusión. Algunos de los indicadores mencionados ya se contemplan como indicadores base en el estándar de la CST, pero, surgieron otros

indicadores que no se encuentran establecidos, tales como: indicadores de ética, de experiencia y de sostenibilidad.

## **Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones**

A continuación, se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada, a partir de los instrumentos de investigación de tipo cuantitativo y cualitativo aplicados al CRCVB; por medio de dos apartados: el primer apartado presentará las conclusiones planteadas a partir de los objetivos específicos y sus alcances, mientras que, el segundo apartado estará conformado por las recomendaciones que surgieron de las conclusiones identificadas que permiten analizar la categoría del turismo de reuniones para la inclusión dentro del estándar de certificación para la sostenibilidad turística.

## **5.1 Conclusiones**

### **Objetivo 1. Examinar las necesidades del sector de turismo de reuniones en relación con la inclusión de la categoría dentro de la CST, según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau.**

Por medio del anterior objetivo, se alcanzó a precisar la necesidad de inclusión de la categoría del turismo de reuniones en el estándar de la Certificación para la Sostenibilidad Turística, además, se logró evidenciar que una posible inclusión en el estándar beneficia al sector y genera procesos productivos para el desarrollo del país.

Como un aspecto importante en el diagnóstico de la investigación, se pretendió conocer el nivel de conocimiento sobre la CST y el turismo de reuniones por parte de las personas entrevistadas, ante ello, existe una serie de conceptos y líneas de pensamiento muy variadas.

Por otro lado, ante las respuestas brindadas por las personas entrevistadas, se evidenció que existe un nivel alto de importancia para la obtención de la CST.

De acuerdo con los alcances mencionados, se plantean las conclusiones generadas a partir del primer objetivo:

- Se demuestra que de forma general las personas entrevistadas cuentan con experiencia de laborar en este segmento del turismo. Por otro lado, las personas entrevistadas han estado inmersas en el turismo y en especial del turismo de reuniones desde varias líneas de acción como instituciones públicas, privadas, ONG's y otras que trabajan de la mano para el fortalecimiento del sector.
- Aunado, todas las personas entrevistadas concuerdan en que es necesaria la inclusión del turismo de reuniones en el estándar CST, al tenor de profesionalizar y estandarizar el sector de reuniones por medio de mecanismos e instrumentos para el buen uso de los procedimientos.
- Además de lo anterior, existe una necesidad de incluir el turismo de reuniones en el estándar de la CST. Es evidente de acuerdo con el crecimiento paulatino de este tipo de turismo y de la necesidad de las empresas de trabajar bajo los estándares de sostenibilidad en esta certificación, y así lograr mantenerse en el mercado con las competencias empresariales necesarias.
- También se evidencia que, todas las personas entrevistadas tienen una línea diferente de pensamiento sobre el concepto del turismo de reuniones, por lo que se vuelve una necesidad clarificar, analizar y divulgar el concepto como un principio básico del turismo de reuniones en el país y mantener una misma línea de definición y trabajo.
- Así bien, se vuelve una necesidad divulgar el objetivo que persigue la CST, además, de la divulgación de los beneficios que brinda a las empresas certificadas, de los beneficios en responsabilidad social y ambiental que genera motivación a las mismas, y ayuda a encaminarse a las certificaciones en estos ámbitos y ser reconocidas por sus prácticas sostenibles.

- Por otro lado, se evidencia que el proceso para la obtención de la CST es desconocido por parte del sector del turismo de reuniones, la principal causa se debe a la no categorización de este turismo dentro del estándar CST.
- La importancia es alta, además, una de las personas entrevistadas mencionó que, si hay un uso adecuado y eficiente de esta certificación para el negocio de las empresas, la importancia puede subir de nivel de importancia. Por otro lado, una de las personas entrevistadas consideró que es de importancia media pero que puede cambiar su parecer hasta que los parámetros de evaluación sean realmente los adecuados y respondan a las necesidades de los OPC.
- Las alternativas en certificaciones propuestas por las personas entrevistadas en este sector son de carácter internacional, por lo que el acceso a este tipo de certificaciones y oportunidades de certificarse a nivel nacional son escasas, es una necesidad del turismo de reuniones, siendo entonces la CST un espacio enriquecedor para alcanzar alternativas sostenibles que ayuden a contar con una diferenciación y competitividad con otras empresas a nivel nacional e internacional.
- Las personas empresarias del sector no sienten apoyo y voluntad del ente rector ni de la agrupación gremial en cuanto a la búsqueda de la categorización del turismo de reuniones dentro del estándar CST.

**Objetivo 2. Determinar los elementos que influyen en las organizaciones y que condicionan la obtención de la CST según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau.**

Por medio de este objetivo, se alcanzó a identificar los elementos internos, externos y otros factores que influyen o perjudican en la posibilidad de optar por la CST, así como

identificar la relación con los sectores culturales, sociales, económicos, políticos y educativos ya que representan un valor significativo de desarrollo para el turismo de reuniones.

Por lo que, a continuación, se detallan las conclusiones del segundo objetivo:

- Existe una estrecha relación entre lo cultural, lo social, lo económico, lo político y lo educativo, que ayuda a potencializar el turismo de reuniones, siendo estos medios generadores de experiencias y conocimientos que completan el turismo de reuniones a un óptimo desarrollo.
- Los desafíos expuestos por las personas entrevistadas son diversos, basados en la diferenciación de quién es quién dentro del sector del turismo de reuniones, por lo que impera este principio de diferenciación. Los desafíos propuestos parten de una visión externa ya que la categoría del turismo de reuniones ni las personas empresarias entrevistadas forman parte del proceso para la obtención de la CST en la actualidad. Por otro lado, es necesario que exista una sensibilización sobre la sostenibilidad y por consiguiente el proceso de certificación de sostenibilidad turística.
- Que exista mayor rigurosidad en los procesos de CST. Además, de contar con personas capacitadas para los procesos de evaluación especializados en el sector del turismo de reuniones.
- Existe un vacío del turismo de reuniones en cuanto a su participación en acciones concretas para su efectiva vinculación con las certificaciones. Por otro lado, por el dinamismo de estas actividades es necesario un análisis que identifique los parámetros y criterios que sean aplicables a esta categoría de certificación. Es importante destacar que no existen estrategias de difusión en esta categoría para

motivar e impulsar una posible certificación en las empresas que ayude a profesionalizar el turismo de reuniones.

- De las personas entrevistadas ninguna empresa cuenta con objetivos empresariales concretos o definidos para la aplicación de actividades, acciones o ajustes sobre sostenibilidad turística, sin embargo, realizan acciones sostenibles, orientadas a la parte social, ambiental, entre otras.
- Al no contar con una certificación propia del sector del turismo de reuniones, las empresas se ven en la necesidad de aplicar prácticas o sistemas que fomenten la sostenibilidad, que no son propias de la CST, pero que ayudan a cumplir con algunos criterios y parámetros del compromiso sostenible. Lo anterior, manifiesta que estas organizaciones empresariales se limitan y presentan un desinterés por contar con objetivos encaminados a la sostenibilidad turística.
- El sector de reuniones cuenta con la apertura de someterse a este tipo de procesos de certificación, sin embargo, al considerarse estas empresas de estructuras pequeñas no cuentan con el recurso económico necesario para afrontar los procesos de la certificación y de todos los procesos que deban de llevar a cabo, en especial con la actualidad mundial de la pandemia del COVID-19, al verse afectadas las actividades del sector turismo y por ende sus ingresos.
- Al existir una informalidad en la categoría del turismo de reuniones, la credibilidad de las empresas formales se puede ver afectada, pues no existen lineamientos claros y definidos que regulen la operacionalización de estas. Además, hay una limitante en contar con personas calificadas, especializadas y certificadas para desarrollarse en el turismo de reuniones, generando que la industria no pueda ofertar servicios de

calidad. Por último, las certificaciones CST, según las personas entrevistadas, presentan en su mayoría componentes cuantitativos por lo que es necesario reestructurar los parámetros y criterios que ayuden a diversificar la herramienta de evaluación y esta sea integral.

- Las personas entrevistadas coinciden en que debe existir un trabajo articulado entre el ente rector de turismo con la organización gremial y otros sectores, con el fin de concretar acciones que favorezcan el desarrollo de sus actividades, que ayude a profesionalizar el mismo por medio de la regulación, mediante un filtrado de las empresas que operan y brindan servicios en el turismo de reuniones.
- Las personas empresarias del sector no sienten apoyo y voluntad del ente rector ni de la agrupación gremial en cuanto a la búsqueda de la categorización del turismo de reuniones dentro del estándar CST.

**Objetivo 3. Identificar los indicadores de evaluación específicos para la categoría de turismo de reuniones basado en la CST del ICT.**

Por medio del presente objetivo, se alcanzó a identificar por parte de las personas entrevistadas, los indicadores que estas personas consideraron necesarios y oportunos para ser incluidos en la posible inclusión de la categoría del turismo de reuniones en la CST.

A continuación, se detallan las conclusiones determinadas a partir del tercer objetivo específico:

- Finalmente, las personas entrevistadas hacen mención de que los indicadores existentes son funcionales y se encuentran bien definidos, sin embargo, se hace énfasis en fortalecer los indicadores: indicadores organizacionales, de ética, de

experiencia, de sostenibilidad, de estrategias comerciales, responsabilidad social empresarial y económica, entre otros.

En síntesis, a continuación, se exponen cada uno de los hallazgos encontrados de la aplicación de los instrumentos de investigación y de acuerdo con los objetivos específicos de esta investigación. Ver cuadro 10.

## Cuadro 10

*Resumen de los principales hallazgos de la investigación de acuerdo con los objetivos planteados*

Objetivo 1	Objetivo 2	Objetivo 3
<p><b>Examinar las necesidades del sector de turismo de reuniones en relación con la inclusión de la categoría dentro de la CST, según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau.</b></p>	<p><b>Determinar los elementos que influyen en las organizaciones y que condicionan la obtención de la CST según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau.</b></p>	<p><b>Identificar los indicadores de evaluación específicos para la categoría de turismo de reuniones basado en la CST del ICT.</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay acceso a certificarse.</li> <li>• No hay un mismo lenguaje sobre los temas de turismo de reuniones.</li> <li>• No hay conocimientos sobre la CST y aspectos de inscripción, autoevaluación, auditoría, certificación, beneficios, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La diferenciación de las empresas que trabajan en la industria de reuniones.</li> <li>• La categorización del turismo de reuniones en la CST.</li> <li>• La sensibilización en temas de sostenibilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicador de ética.</li> <li>• Indicador de experiencia.</li> <li>• Indicadores económicos.</li> <li>• Indicadores organizacionales.</li> <li>• Indicadores de conocimiento.</li> <li>• Indicador de mercado.</li> <li>• Indicadores de estrategias comerciales.</li> </ul>

- 
- No hay apoyo económico.
  - No hay apoyo por parte del ente rector de turismo y del grupo gremial de turismo de reuniones para la consolidación de la CST y el turismo de reuniones.
  - La capacitación y actualización en temas de la CST y el turismo de reuniones.
  - La consolidación de la CST con el turismo de reuniones.
  - La apertura de espacios de discusión sobre temas de certificación.
  - La vinculación y articulación del turismo de reuniones.
  - La motivación.
  - El compromiso y la capacidad organizacional.
  - La orientación a las empresas y personas empresarias del turismo de reuniones.
  - Indicadores de recurso humano.
  - Indicadores de la responsabilidad social empresarial.
  - Indicadores del impacto económico.
  - Indicadores de calidad.
  - Indicadores de estandarización.
  - Indicador de sostenibilidad.
  - Indicadores de capacitación.
  - Indicadores de aspectos legales.
  - Indicadores de logística
  - Indicadores de infraestructura.
  - Indicadores de responsabilidad civil.
  - Indicadores de buenas prácticas en materia de salud y prevención.
-

- 
- La promoción y el mercadeo del turismo de reuniones.
  - La profesionalización de la industria.
  - El recurso económico para afrontar una certificación.
  - El apoyo político.
  - La comunicación asertiva entre la industria.
  - La puesta en marcha de propuestas integrales para certificarse.

---

Fuente: elaboración propia (noviembre, 2020).

## 5.2 Recomendaciones

- Aprovechar el conocimiento, experiencia y trayectoria de las personas empresarias del turismo de reuniones para trabajar de manera conjunta en la consolidación de estrategias, iniciativas y proyectos encaminados a la obtención de certificaciones, por medio de encuentros de socialización para profesionalizar y mejorar los sistemas que actualmente manejan.
- Analizar por parte del ICT en sus distintos departamentos, la posible inclusión de esta categoría del turismo de reuniones, con el fin de identificar el medio y la forma de acción por seguir frente a la necesidad que surge de la certificación CST. Por medio de encuentros estratégicos en los cuales se discutan las propuestas. Además, de articular el sector por medio del CRCVB para trabajar activamente en la consolidación de la certificación, uniendo esfuerzos con las personas empresarias y el ICT.
- Que el ICT y el CRCVB trabajen conjuntamente en espacios de capacitación y enriquecimiento sobre la conceptualización y otros aspectos del turismo de reuniones, por medio de capacitaciones y actualización de los temas relacionados con el turismo de reuniones. Además, fortalecer la publicidad del turismo de reuniones como un sector generador de divisas y de beneficio para el desarrollo del país, estableciendo campañas y estrategias para dar a conocer el turismo de reuniones en los distintos espacios de comunicación.
- Establecer mecanismos de divulgación de información sobre la CTS a las personas empresarias del turismo de reuniones, por medio de información directa con las personas empresarias del turismo de reuniones, con el fin de dar a conocer los

beneficios del estándar y el proceso que se lleva a cabo para su obtención, y trabajar intrínsecamente los criterios y parámetros para la posible inclusión del turismo de reuniones en el estándar.

- Que el ICT y el CRCVB trabajen en dar a conocer el proceso de obtención de la CST, por medio de inducciones sobre el tema para que posteriormente a la posible inclusión dentro del estándar, las empresas ya estén informadas y capacitadas sobre la metodología del proceso, los requisitos y factores relevantes para su obtención.
- Gestionar desde el ICT, los presupuestos correspondientes para llevar a cabo el proceso de certificación del turismo de reuniones, por medio de la presentación de este a las instancias correspondientes y establecer los mecanismos y procesos que conlleven a la consolidación de la certificación para la industria.
- Que el CRCVB establezca como priorización llevar a cabo el proceso de inclusión del turismo de reuniones en el estándar CST, por medio de un encuentro en el cual se realice un análisis PESTEL<sup>6</sup> y posterior a ello un análisis DAFO<sup>7</sup>, con el fin de identificar aspectos que influyen en las empresas de la industria para una posible certificación.

---

<sup>6</sup> PESTEL es la herramienta analítica más importante para el análisis externo de cualquier industria o empresa corporativa u organización empresarial (Yuksel, 2012). Básicamente, el análisis externo depende de varios factores ambientales. [...] PESTEL en realidad denota análisis político, económico, social, tecnológico, entorno y legal. (Dey, 2016), citando a (Yuksel, 2012).

<sup>7</sup> Los DAFO facilita información importante para generar posibles estrategias y propuestas de forma creativa e innovadora, formulando y respondiendo variadas preguntas. (Taylor, Case y Spalding, 2009).

- Establecer mecanismos de articulación y de trabajo en conjunto para construir el músculo empresarial-político necesario para solicitar desde la agrupación gremial al ente rector de turismo la apertura de espacios para exponer las necesidades de la industria, estableciendo puentes de comunicación y así evidenciar la importancia del turismo de reuniones en la generación de divisas y desarrollo del país.
- Que el ICT y el CRCVB tomen en cuenta todos los sectores productivos, con el fin de crear una propuesta integral a fin de representar cada uno de ellos por medio de encuentros donde se aporte y se engrandezca la industria de reuniones.
- Establecer parámetros de diferenciación entre los afiliados del CRCVB con respecto a la esencia de su negocio, con el objetivo de identificar claramente a las empresas involucradas en el turismo de reuniones, dejando claro la categorización de estas empresas, por medio de filtros que ayuden a establecer dicha diferenciación.
- Que el ICT y el CRCVB, aperturen espacios donde se conozcan los retos identificados a partir de las personas entrevistadas en representación de las empresas de turismo de reuniones, además, de reconocer otros retos que puedan surgir por parte sector, por medio de encuentros, con el fin de trabajar en la sensibilización de temas de importancia sobre sostenibilidad y certificación en el sector del turismo de reuniones.
- Que el ICT cuente con personas especializadas en el turismo de reuniones para el proceso de evaluación, mediante la capacitación y certificación de las personas que ya son parte del recurso humano de la institución para fortalecer el proceso evaluativo.
- Que el CRCVB oriente a las empresas afiliadas del sector a convertirse en empresas con principios sostenibles, esto por medio de capacitaciones y encuentros para

incentivar mecanismos de participación y motivar a reestructurar sus empresas con enfoques de responsabilidad y compromiso sostenible.

- Que el ICT tome en cuenta la apertura y disposición que tienen estas empresas del turismo de reuniones en cuanto a su participación en este proceso de la CST. Por medio de encuentros que permitan reconocer las fortalezas que estas presentan y que ayudarán a encaminar el proceso de inclusión y categorización del turismo de reuniones dentro de la CST.
- Conocer, por medio de diagnósticos, las debilidades de las empresas del sector con el fin de establecer objetivos e indicadores que permitan adecuar la participación de las diferentes empresas en el proceso de obtención de la CST.
- Armonizar desde el ente rector y el grupo gremial mesas de trabajo con las personas empresarias e interesados en la industria para construir una propuesta consensuada e integral que ampare aspectos necesarios en la certificación de la CST.
- Considerar, por medio de encuentros donde se realicen actividades de realimentación, las recomendaciones que proponen las personas entrevistadas con respecto a los indicadores que se utilizan para evaluar a las empresas que optan por la CST, con el fin de plantear indicadores que permitan de manera pertinente y efectiva el cumplimiento de los objetivos y acciones de la CST de manera integral.

### **5.3 Limitaciones del trabajo de campo**

- Por causa del COVID-19, no fue posible efectuar el grupo focal presencialmente, y de realizarlo virtual, no hubo disponibilidad de tiempo de los sujetos de información.

- Al aplicarse los cuestionarios a las personas sujetas de investigación de manera digital, se tuvo que realizar muchos recordatorios por distintos medios para la obtención de la información.
- Hubo un tiempo prolongado en el completado de los cuestionarios digitales, debido a que las personas sujetas de investigación contaban con agendas muy ajustadas, lo que generó un atraso en el plazo de la aplicación.
- Hubo resistencia de información sensible necesaria para el soporte de la investigación.

## Referencias

Alayza, C. et al. (2010). *Iniciarse en una investigación académica*. Recuperado de

<https://books.google.co.cr/books?id=oRmNDwAAQBAJ&pg=PT34&dq=Van+m%C3%A1s+all%C3%A1+de+la+descripci%C3%B3n+de+conceptos+o+fen%C3%B3menos+o+del+establecimiento+de+relaciones+entre+conceptos,+es+decir,+est%C3%A1n+dirigidos+a+responder+por+las+causas+de+la+eventos+%5B..%5D+su+inter%C3%A9s+se+centra+en+explicar+por+qu%C3%A9+ocurre+un+fen%C3%B3meno+y+en+qu%C3%A9+condiciones+se+manifiesta,+o+por+qu%C3%A9+se+relaciona+con+dos+o+m%C3%A1s+variables.&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjfppyqzrv0AhWscT8KHXF6AysQ6AEIOjAC#v=onepage&q&f=false>

Asociación de Estados del Caribe. (2017). *Turismo de Reuniones: Conceptualización y*

*Visión Regional*. Recuperado de [http://www.acs-aec.org/sites/default/files/turismo\\_de\\_reuniones\\_june\\_2017.pdf](http://www.acs-aec.org/sites/default/files/turismo_de_reuniones_june_2017.pdf)

Barrantes, R. (2007). *Investigación: un camino al conocimiento, un enfoque cuantitativo y cualitativo*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Barrantes, R. (2013). *Investigación: un camino al conocimiento, un enfoque cuantitativo y cualitativo*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Bosch, R., Pujol, L., Serra, J. y Vallespinós, F. (1998). *Turismo y Medio Ambiente*.

Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=DlmmDAAAQBAJ&pg=PA151&dq=certificaci%C3%B3n+turismo&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwj64sj5nbvtAhUw1VkKHRQLBfUQ6AEwA3oECAIQAg#v=onepage&q=certificaci%C3%B3n%20turismo&f=false>

Caldas, M., Carrión, R., & Heras, A. (s. f.). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Recuperado de

<https://books.google.co.cr/books?id=RugpDwAAQBAJ&pg=PA29&dq=que+es+elemento+interno+de+una+empresa&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjfwdu-nMvsAhVJ0FkKHd7IAZMQ6AEwAXoECAQQA#v=onepage&q=que%20es%20elemento%20interno%20de%20una%20empresa&f=false>

Jiménez, D., & Sánchez, M. (2005). *El marketing del turismo de negocios: Los Convention Bureaux como herramienta promocional*. Recuperado de

[https://www.researchgate.net/publication/261174327\\_El\\_marketing\\_del\\_turismo\\_de\\_negocios\\_Los\\_Convention\\_Bureaux\\_como\\_herramienta\\_promocional](https://www.researchgate.net/publication/261174327_El_marketing_del_turismo_de_negocios_Los_Convention_Bureaux_como_herramienta_promocional)

Cebrián, A. (2001). *Turismo cultural y desarrollo sostenible. Análisis de áreas patrimoniales*. Recuperado de

<https://books.google.co.cr/books?id=GrgdTYpkKfQC&printsec=frontcover&dq=que+es+cultural+en+turismo&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwijnh-TjbPtAhVQjlkKHQF0AtkQ6AEwBHoECAIQAg#v=snippet&q=cultural&f=false>

Centro de Estudios Superiores en Turismo. (2011). *La relevancia económica de las Reuniones en México*. Recuperado de

[http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20compartidos/2011\\_REdeRenM\\_completo.pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20compartidos/2011_REdeRenM_completo.pdf)

Corchero, M. (s. f.). *LA EMPRESA TURÍSTICA: CONCEPTO, CLASES Y ORDENACIÓN; JURÍDICO-ADMINISTRATIVA*. Urbacop. Recuperado de

[http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/2388/0212-7237\\_20\\_73.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/2388/0212-7237_20_73.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Costa Rica Convention Visitors Bureau. (2014-2019). *Análisis Costa Rica ICCA*. Recuperado de [https://issuu.com/crcvb\\_anicc/docs/reporte\\_anual\\_costa\\_rica\\_icca](https://issuu.com/crcvb_anicc/docs/reporte_anual_costa_rica_icca)
- Costa Rica Convention Visitors Bureau. (2013). *Bienvenido a Costa Rica Convention Bureau*. Recuperado de <https://www.costaricacvb.com/>
- Centro de Convenciones de Costa Rica. (2019). *Centro de Convenciones de Costa Rica es premiado como recinto para conferencias y reuniones líder en México y Centroamérica 2019*. Recuperado de <https://costaricacc.com/noticias/centro-de-convenciones-premiado/>
- Centro de Convenciones de Costa Rica. (2019). *Certificación Sostenible Mundial*. Costa Rica. Recuperado <https://costaricacc.com/noticias/certificacion-sostenible-mundial/>
- Centro de Convenciones de Costa Rica. (2017). *Centro de Convenciones de Costa Rica*. Costa Rica. Recuperado de <https://costaricacc.com/centro-de-convenciones-de-costarica>
- Cuadrado, R. (2016). *Modelo de gestión administrativa aplicado al turismo de reuniones en la ciudad de Guayaquil* (Tesis de Maestría, Universidad de Guayaquil) Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16099/1/TESIS%20RICARDO%20CUADRADO%20GONZALEZ.pdf>
- Dalle, P., Boniolo, P., Sautu, R., y Elbert, R. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Editorial CLACSO, Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/clacso/index/assoc/D1532.dir/sautu2.pdf>
- Decreto Ejecutivo N° 41415-MINAE-M CJ-MEIC-TUR (Reglamento del Programa de Sostenibilidad Turística). La Gaceta Diario Oficial de la República de Costa Rica,

San José, 07 de diciembre de 2018. Recuperado de [https://www.turismo-sostenible.co.cr/images/PDF/Decreto%20Ejecutivo%2041415\\_Reglamento%20CS T.pdf](https://www.turismo-sostenible.co.cr/images/PDF/Decreto%20Ejecutivo%2041415_Reglamento%20CS T.pdf)

De los Ángeles., M, & Giner, F. (2007). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Recuperado de

<https://books.google.co.cr/books?id=4O2e7DjTQL4C&pg=PA209&dq=objtivos+empresariales&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiO3Onlu7DtAhUnpFkKHfLaDJwQ6AEwAHOECAAQA#v=onepage&q=objtivos%20empresariales&f=false>

Dey, K. (2016). The fast food industry in the UK. Analysis of McDonalds with PESTEL, VRIN and Porter's Five Forces. [La industria de la comida rápida en el Reino Unido. Análisis de McDonald's con PESTEL, VRIN y Porter's Five Forces.]

El Financiero (2020). *Llegada de turistas a Costa Rica aumentó un 4.1% en 2019*. Recuperado de [https://www.elfinancierocr.com/negocios/llegada-de-turistas-a-costarica-aumento-un-](https://www.elfinancierocr.com/negocios/llegada-de-turistas-a-costarica-aumento-un-4/SGNOWQH2MNFPNFA6Q7CHSGGW5U/story/#:~:text=Con%20los%20nuevos%20indicadores%2C%20Costa,%241.104%2C8%20del%20a%C3%B1o%20anterior.)

[rica-aumento-un-](https://www.elfinancierocr.com/negocios/llegada-de-turistas-a-costarica-aumento-un-4/SGNOWQH2MNFPNFA6Q7CHSGGW5U/story/#:~:text=Con%20los%20nuevos%20indicadores%2C%20Costa,%241.104%2C8%20del%20a%C3%B1o%20anterior.)

[4/SGNOWQH2MNFPNFA6Q7CHSGGW5U/story/#:~:text=Con%20los%20nuevos%20indicadores%2C%20Costa,%241.104%2C8%20del%20a%C3%B1o%20anterior.](https://www.elfinancierocr.com/negocios/llegada-de-turistas-a-costarica-aumento-un-4/SGNOWQH2MNFPNFA6Q7CHSGGW5U/story/#:~:text=Con%20los%20nuevos%20indicadores%2C%20Costa,%241.104%2C8%20del%20a%C3%B1o%20anterior.)

Eventos Latinoamericanos. (2017-2018). *Costa Rica El Secreto Mejor Guardado*. Recuperado de [https://www.visitcostarica.com/pdf/Eventos\\_Latinomaericanos\\_CR.pdf](https://www.visitcostarica.com/pdf/Eventos_Latinomaericanos_CR.pdf)

Fernández, E., Montes, J., & Vázquez, C. (1997). *La competitividad de la empresa. Un enfoque basado en los recursos*. Recuperado de

<https://books.google.co.cr/books?id=kQnzohZdMs4C&pg=PA66&dq=capacidades+de+una+empresa&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiBhLeCw7DtAhUtQjABHeCIA5>

[QQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q=capacidades%20de%20una%20empresa  
&f=false](http://nulan.mdp.edu.ar/2622/1/garcia-2016.pdf)

García, M. (2016). *Turismo de Reuniones en la Ciudad de Mar del Plata: Situación actual desde la percepción del Mar del Plata Convention & Visitors Bureau*. (Monografía de graduación, Universidad Nacional de Mar del Plata). Argentina. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/2622/1/garcia-2016.pdf>

García, R. (2015). *Los fundamentos del viaje de incentivos*. Aprende de turismo.org. Recuperado de <https://www.aprendedeturismo.org/los-fundamentos-de-los-viajes-de-incentivos/>

Giráldez, A., Alsina, P., De las Cuevas, C., Díaz, M., Flores, S., Galán, M., Garamendi, B., González, I., Murillo, A., Nuez, C., Ortega, M., & Pedrera, S. (2010). *Música. Investigación, innovación y buenas prácticas*. Ministerio de Educación, Secretaría General Técnica. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=ZNonOOdfkgC&pg=PA137&dq=enfoque+mixto&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiS88a4-snnAhUJ2FkKHTGqAKAQ6AEIMTAB#v=onepage&q=enfoque%20mixto&f=false>

Grande I., & Abascal, E. (2009). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Recuperado de [https://books.google.co.cr/books?id=weE5d\\_DNAUsC&pg=PA189&dq=que+es+cuestionario&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiZgKaI5bvoAhVwTt8KHVjzCOkQ6AEIJjAA#v=snippet&q=cuestionario&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=weE5d_DNAUsC&pg=PA189&dq=que+es+cuestionario&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiZgKaI5bvoAhVwTt8KHVjzCOkQ6AEIJjAA#v=snippet&q=cuestionario&f=false)

Hernández, A. (2006). La acreditación y certificación en las instituciones de educación superior. Hacia la conformación de circuitos académicos de calidad: ¿Exclusión o

- Integración? *Revista del Centro de Investigación*, volumen 7 (26), pp. 51-6. Universidad La Salle, Distrito Federal, México. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/342/34202604.pdf>
- Hernández, F. (2006). *Propuesta de un modelo integral de competitividad económica para las empresas del municipio de Nuevo Laredo* (Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Tamaulipas). México. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2006/fhc/index.htm>
- Hernández, L. (2016). *Técnicas Logísticas para innovar, planificar y gestionar*. Recuperado de [https://books.google.co.cr/books?id=HvKJDQAAQBAJ&pg=SL2-PA3&dq=que+es+un+cronograma&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjW3\\_bT5rrtAhWuxVkKHYWuDGyQ6AEwAnoECAMQAg#v=onepage&q=cronograma&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=HvKJDQAAQBAJ&pg=SL2-PA3&dq=que+es+un+cronograma&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjW3_bT5rrtAhWuxVkKHYWuDGyQ6AEwAnoECAMQAg#v=onepage&q=cronograma&f=false)
- Hurtado I., y Toro, J. (2007). *Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambios*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=pTHLXXMa90sC&pg=PA90&dq=metodolog%C3%ADa+de+investigaci%C3%B3n+marco+metodol%C3%B3gico&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwis54uXmOzoAhXvYN8KHbzwB4QQ6AEIMDAB#v=onepage&q=metodolog%C3%ADa%20de%20investigaci%C3%B3n%20marco%20metodol%C3%B3gico&f=false>
- ICCA. (2020). *International Congress and Convention Association*. Recuperado de <https://portal.iccaworld.org/member-suppliers/>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2020). *Acerca del ICT*. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/ict/quienes-somos.html#:~:text=Ser%20una%20instituci%C3%B3n%20orientada%20a,turistas%2C%20todo%20con%20miras%20a>

Instituto Costarricense de Turismo. (2017-2021). *Plan Nacional de Desarrollo Turístico*. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/en/documents/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/1071-plan-nacional-de-desarrollo-turistico-2017-2021/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo. (2020). *GUANACASTE Y SAN JOSÉ EN EL TOP 25 DE LAS MEJORES CIUDADES PARA TURISMO DE REUNIONES*. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas/1529-guanacaste-y-san-jos%C3%A9-en-el-top-25-de-las-mejores-ciudades-para-turismo-de-reuniones.html>

Instituto Costarricense de Turismo Dirección de Planeamiento y Desarrollo Turístico Unidad de Administración de la Información Metadatos de los estudios realizados por el ICT. (2019). *Características generales de los turistas que visitan Costa Rica, Aeropuerto Internacional Juan Santamaría Consolidado 2019*. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/encuestas/aeropuertos/no-residentes-extranjeros-2/2019-1/1680-nr-juan-santamaria-2019/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo Dirección de Planeamiento y Desarrollo Turístico Unidad de Administración de la Información Metadatos de los estudios realizados por el ICT. (2018). *Características generales de los turistas que visitan Costa Rica, Aeropuerto Internacional Juan Santamaría 2018*. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/en/documents/estad%C3%ADsticas/encuestas/aeropuertos/no-residentes-extranjeros-2/2018-1/1401-informe-consolidado-juan-santamaria-2018/file.html>

Instituto Costarricense de Turismo Dirección de Planeamiento y Desarrollo Turístico Unidad de Administración de la Información Metadatos de los estudios realizados por el ICT.

- (2017). *Características generales de los turistas que visitan Costa Rica, Aeropuerto Internacional Juan Santamaría Consolidado 2017*. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/estad%C3%ADsticas/encuestas/aeropuertos/no-residentes-extranjeros-2/2017-1/1120-informe-consolidado-juan-santamaria-2017/file.html>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2020). *Objetivos institucionales*. Costa Rica. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/servicios-institucionales/guias-de-turismo/43-ict/60-objetivosinstitucionales.html#:~:text=Promover%20el%20uso%20sostenible%20de,contribuyan%20al%20posicionamiento%20del%20destino.>
- Instituto Costarricense de Turismo. (2020). *Sitio Web oficial: Quiénes Somos*. Recuperado de <https://www.ict.go.cr/es/ict/quienes-somos.html>
- Jiménez, D., y Sánchez, M. (2005). El Marketing del turismo de negocios: Los Convention Bureau como herramienta promocional. *Investigación y Marketing - N° 87*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/261174327\\_El\\_marketing\\_del\\_turismo\\_de\\_negocios\\_Los\\_Convention\\_Bureaux\\_como\\_herramienta\\_promocional](https://www.researchgate.net/publication/261174327_El_marketing_del_turismo_de_negocios_Los_Convention_Bureaux_como_herramienta_promocional)
- Kekutt, E. (2014). *Turismo: Herramienta Social*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=ZkEDAwwAAQBAJ&pg=PA37&dq=inclusi%C3%B3n+turistica&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjX9Yni0bvnAhWFmVkJHTwwD7YQ6AEISzAE#v=onepage&q=inclusi%C3%B3n&f=false>
- Korstanje, M. (2007). *Tratado turístico*. Edición electrónica gratuita. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/321/index.htm>

- Lauman, M. (2014). *Diagnóstico estructural de la cadena de valor del turismo de 199 reuniones en La Plata* (Tesis de Maestría, Universidad Nacional de La Plata). Argentina. Recuperado de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45504/Documento\\_completo.pdf?sequence=5&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45504/Documento_completo.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- La República. (2020). *Costa Rica bien colocado en turismo de reuniones y congresos*. Recuperado de <https://www.larepublica.net/noticia/costa-rica-bien-colocado-en-turismo-de-reuniones-y-congresos>
- La República. (2020). *San José gana premio como mejor sede para turismo de reuniones en Centroamérica*. Recuperado de <https://www.larepublica.net/noticia/san-jose-gana-premio-como-mejor-sede-para-turismo-de-reuniones-en-centroamerica?fbclid=IwAR1cRWGAIKnESQr5DNOBVa12t9m2FX7jvtdTKAwZf7OXzyWZJPudzhfyTg>
- Lusthaus, C., Adrien, M., Anderson, G., y Carden, F. (2001). *Mejorando el desempeño de las organizaciones método de autoevaluación*. Recuperado de [https://books.google.co.cr/books?id=uy90rmtckLIC&pg=PA41&dq=que+es+un+indicador&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjn-YG\\_t5jqAhUFWN8KHc1\\_BgoQuwUwAnoECAyQCQ#v=onepage&q=que%20es%20un%20indicador&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=uy90rmtckLIC&pg=PA41&dq=que+es+un+indicador&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjn-YG_t5jqAhUFWN8KHc1_BgoQuwUwAnoECAyQCQ#v=onepage&q=que%20es%20un%20indicador&f=false)
- Llopis, R. (2004). *Grupos de discusión*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=ZuKMii2TatcC&pg=PA31&dq=espacios+de+discusi%C3%B3n&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjip6eJjbvtAhXLq1kKHYBKcWQQ6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q=discusi%C3%B3n&f=false>

- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. Recuperado de <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>
- Merino, M. (2010). *Introducción a la investigación de mercados*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=FecE1yz7B5EC&pg=PA47&dq=entrevista+a+profundidad+investigacion&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj7sIjA3af0AhUDTd8KH Y8tBEQQ6AEIJjAA#v=onepage&q=entrevista%20a%20profundidad%20investigacion&f=false>
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2004). *Clarificando el concepto de certificación: El caso español*. Universidad de Extremadura. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/28167380\\_Clarificando\\_el\\_concepto\\_de\\_certificacion\\_El\\_caso\\_espanol](https://www.researchgate.net/publication/28167380_Clarificando_el_concepto_de_certificacion_El_caso_espanol)
- Monfort, V. (2000). La política turística: una aproximación. *Cuadernos de Turismo*, (6), 7-27. ISSN: 1139-7861. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22701/21981>
- Naciones Unidas. (s. f.). *Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml#:~:text=Se%20define%20%20C2%ABel%20desarrollo%20sostenible,para%20satisfacer%20sus%20propias%20necesidades%20BB>
- Nieva, C. (2018). *Reuniones de trabajo. Emprende Pyme*. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/reuniones-de-trabajo>
- ODS. (s. f.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <http://www.ods.cr/17-objetivos-de-desarrollo-sostenible>

- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Definiciones de Turismo de la OMT*. Madrid: doi <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Palafox, A., y Varela, Ma. (2005). *Teoría y praxis*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=8Gbb3qJ-FEQC&pg=PA91&dq=que+es+educativo+en+turismo&hl=en&sa=X&ved=2ahUK Ewjrn4eYj7PtAhUhvIkKHcdxDMsQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=educativo&f=false>
- Pedraza, O. (2001). *La matriz de Congruencia: Una Herramienta para Realizar Investigaciones Sociales. Economía y Sociedad*. No.10, 312-316. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5900518.pdf>
- Pellegrini, A. (s. f.). La importancia del apoyo político y el papel de la academia para la integración de los determinantes sociales de la salud en los programas *de salud*. Recuperado de [https://www.anmm.org.mx/lidsspp/pdf/81\\_pdfsam\\_la.pdf](https://www.anmm.org.mx/lidsspp/pdf/81_pdfsam_la.pdf)
- Ponce, M. (2006). Las Administraciones ante el Turismo de Reuniones y Congresos en Murcia. *Revista Papeles de Geografía*, 44; pp. 95-118, ISSN: 0213-1781. Recuperado de <https://revistas.um.es/geografia/article/view/43461/41711>
- Ponce, M. (2007). Turismo de Reuniones en la Ciudad de Murcia. Un Enfoque desde el Tejido Empresarial Involucrado. *Revista Cuadernos de Turismo*, n° 19, pp. 105-131, ISSN: 1139-7861. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/13801/13321>
- Pongutá, J. (2003). *Guía para el manejo de energías alternativas*. Recuperado de [https://books.google.co.cr/books?id=0z9ib1Q4bN4C&pg=PA5&dq=tipos+de+alternativas&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjK\\_reo5LDtAhUpRjABHW1gDfkQ6AEwCHoECAgQAQAg#v=onepage&q=tipos%20de%20alternativas&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=0z9ib1Q4bN4C&pg=PA5&dq=tipos+de+alternativas&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjK_reo5LDtAhUpRjABHW1gDfkQ6AEwCHoECAgQAQAg#v=onepage&q=tipos%20de%20alternativas&f=false)

- Pérez, J., y Merino, M. (2016). *Definición de recomendación*. Recuperado de <https://definicion.de/recomendacion/#:~:text=Recomendaci%C3%B3n%20es%20la%20acci%C3%B3n%20y,le%20cuentas%20esto%20a%20Ram%C3%B3n>.
- Quesada, R. (2007). *Elementos del Turismo*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=z8SgCXUIsGUC&printsec=frontcover&dq=que+es+TURISMO+OMT&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj15eyKvZ3mAhUSm1kKHcxABF8Q6AEILTAB#v=onepage&q&f=false>
- Real Academia Española. (2020). *Voluntad*. Recuperado de <https://dle.rae.es/voluntad>
- Raimundi, M., Molina, M., Giménez, M., y Manichiello, C. (julio-diciembre, 2014). ¿Qué es un desafío? Estudio cualitativo de su significado subjetivo en adolescentes de Buenos Aires. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, volumen. 12 (no. 2). Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianza-cinde-umz/20140915070555/mariajuliaraimundi.pdf>
- Rivas, J. (s. f). *Estructura y Economía del Mercado Turístico*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=R1AKCAAQBAJ&pg=PA245&dq=que+es+un+dmc+en+turismo&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwj2s-36mOPsAhUOwlkKHbl2CasQ6AEwAXoECAkQAg#v=onepage&q=dmc&f=false>
- Rodríguez, F. (2006). El diseño de indicadores e índices para evaluar el aporte de las fincas agropecuarias a la sostenibilidad ambiental. Análisis de caso en la Micro región Platanar-la Vieja, cuenca del río San Carlos, Costa Rica. *Revista Pensamiento Actual, Universidad de Costa Rica, N.º 7, Vol. 6, ISSN 1409-0112*. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/pensamiento-actual/article/view/6664/6353>
- Romero, L. (s. f). *Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=aX5ivjV->

IC4C&pg=PA171&dq=metodologia+de+la+investigaci%C3%B3n+muestra&hl=en  
&sa=X&ved=0ahUKEwj7Ma906foAhVLh-  
AKHdpMCYkQ6AEIMTAB#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investig  
aci%C3%B3n%20muestra&f=false

Rosa de Juan, C., De Prada, M., Gray, A., Marcé, P., & Nieto, E. (2006). *Temas de Turismo, Manual para la preparación del certificado superior de Español del Turismo de la Cámara de Comercio Madrid*. Recuperado de [https://books.google.co.cr/books?id=dn\\_Ln0Gkq-cC&pg=PP148&dq=turismo+de+incentivos&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjTqIO8nKfnAhVlw1kKHQ3vCyUQ6AEIPTAC#v=onepage&q=incentivo&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=dn_Ln0Gkq-cC&pg=PP148&dq=turismo+de+incentivos&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjTqIO8nKfnAhVlw1kKHQ3vCyUQ6AEIPTAC#v=onepage&q=incentivo&f=false)

Sánchez, D. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=6h0JEAAAQBAJ&pg=PT5&dq=FODA&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwj26763zLDtAhX8RTABHVJqAugQ6AEwAXoECAUQA#v=onepage&q=FODA&f=false>

Santamaría, M. (2006). *¿Cómo evaluar aprendizajes en el aula?* Recuperado de [https://books.google.co.cr/books?id=xxmjxheNd\\_IC&pg=PA141&dq=que+es+la+v  
alidacion+de+instrumentos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjMseq\\_obrtAhWum-  
AKHdZ2D4UQuwUwAHoECAAQBg#v=onepage&q=que%20es%20la%20validac  
ion%20de%20instrumentos&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=xxmjxheNd_IC&pg=PA141&dq=que+es+la+v<br/>alidacion+de+instrumentos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjMseq_obrtAhWum-<br/>AKHdZ2D4UQuwUwAHoECAAQBg#v=onepage&q=que%20es%20la%20validac<br/>ion%20de%20instrumentos&f=false)

Shaadi, L. (2017). *La gestión del turismo de reuniones como estrategia de desarrollo de destinos turísticos. El caso de la ciudad de Aguascalientes (México)* (Tesis Doctoral, Universidad de Jaén). México. Recuperado de [http://ruja.ujaen.es/bitstream/10953/876/1/Tesis%20doctoral\\_L%20Shaadi%20Rodriguez.pdf](http://ruja.ujaen.es/bitstream/10953/876/1/Tesis%20doctoral_L%20Shaadi%20Rodriguez.pdf)

Shanley, P. Pierce, A.R. Laird, S.A., & Robinson, D. (2008). *Más allá de la madera, certificación y manejo de productos forestales no maderables*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=ZU8hbzwikv8C&pg=PA21&dq=concepto+de+certificaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiH9dDWyrLqAhXBhOAKHRyyCaUQ6wEwAXoECAMQAQ#v=snippet&q=%20certificaci%C3%B3n%20es&f=false>

Sistema de Naciones Unidas y los ODS en Costa Rica. (s. f.). *Agenda 2030*. Recuperado de <http://ods.cr/el-sistema-de-naciones-unidas-y-los-ods-en-costa-rica>

Taylor, S., Spalding., G y Case., G. (2009). *Mejora Continua del Servicio*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=iE18KIYsas4C&pg=PA114&dq=DAFO&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiLkZvsxfzsAhXjqFkKHTtdCbUQ6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q=DAFO&f=false>

Tomás, O. (2018). *10 ventajas de los viajes de incentivos*. Captio by Emburse. Recuperado de <https://www.captio.net/blog/10-ventajas-de-los-viajes-de-incentivos>

Torres, E., Esteve, R., Fuentes, R., & Del Mar, Ma. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=WSkyO-x2EZAC&pg=PA236&dq=turismo+de+incentivos&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjTqIO8nKfnAhVlw1kKHQ3vCyUQ6AEIJzAA#v=onepage&q=ferias%20y%20exposiciones&f=false>

Turismo Sostenible. (1999-2017). *Certificación para la Sostenibilidad Turística. Ámbito de evaluación, indicador específico*. Costa Rica. Recuperado de <https://cst.turismo-sostenible.co.cr/>

Turismo Sostenible. (1999-2017). *Certificación para la Sostenibilidad Turística*. Costa Rica. Recuperado de <https://cst.turismo-sostenible.co.cr/>

- Turismo Sostenible. (1999-2017). *Valor de la certificación*. Costa Rica. Recuperado de <https://cst.turismo-sostenible.co.cr/>
- Turismo Sostenible. (1999-2019). *Bienvenidos*. Costa Rica. Recuperado de <https://www.turismo-sostenible.co.cr/home/impacto-del-cst-indicadores>
- Turismo Sostenible. (1999-2019). *Certificación de Sostenibilidad Turística ¿En qué consiste la CST?* Costa Rica. Recuperado de <https://cst.turismo-sostenible.co.cr/>
- Turismo Sostenible. (1999-2019). *Certificación para la Sostenibilidad Turística. Impacto del CST, indicadores*. Costa Rica. Recuperado de <https://www.turismo-sostenible.co.cr/home/impacto-del-cst-indicadores>
- Turismo Sostenible. (1999-2019). *Certificación para la Sostenibilidad Turística*. Costa Rica. Recuperado de <https://www.turismo-sostenible.co.cr/>
- Turismo Sostenible. (2017). *Certificación para la Sostenibilidad Turística, pasos a seguir*. Costa Rica. Recuperado de <https://cst.turismo-sostenible.co.cr/>
- Turismo Sostenible. (2019). *Certificación para la Sostenibilidad Turística. Impacto del CST Indicadores*. Recuperado de <https://www.turismo-sostenible.co.cr/home/impacto-del-cst-indicadores>
- Turismo Sostenible. (1999-2019). *Estándar CST, Instructivo de orientaciones para el empresario*. Recuperado de <https://www.turismo-sostenible.co.cr/proceso-de-certificacion>
- Vasconcelos, K. (2011). La Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) como una norma facilitadora para la innovación de la Empresa Turística. *Revista Ciencias Económicas*, 30-No. 1: 2011, 181-200, ISSN: 0252-9521. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/viewFile/6997/6682>

Venues Place (2020). *Un Venue pueden ser miles de espacios*. Recuperado de

<https://www.venuesplace.com/es/idea/58-un-venue-pueden-ser-miles-de-espacios#:~:text=Para%20quienes%20no%20conozcan%20el,sede%20o%20punto%20de%20encuentro>.

Zafra, M. (2018). *Estrategia de marketing verde, una apuesta por la sostenibilidad*.

Recuperado de <https://mercedsgzafra.es/estrategia-de-marketing-verde/>

Zamora, E. (2020). *Matriz de análisis de datos cualitativos*. Heredia, Costa Rica.

## Anexos

### Anexo 1. Matriz de congruencia interna

<b>Título problema</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Preguntas de Investigación</b>
¿Qué factores inciden en la inclusión de la categoría del turismo de reuniones en el estándar de Certificación para la Sostenibilidad Turística?	Analizar la categoría del turismo de reuniones por medio del estudio de los factores, elementos y requisitos que se ven involucrados, para la incorporación en el estándar de la CST del Instituto Costarricense de Turismo durante el año 2020.	1. Examinar las necesidades del sector de turismo de reuniones en relación con la inclusión de la categoría dentro de la CST, según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau.	1. ¿Cuáles son las necesidades del sector de turismo de reuniones con respecto a la inclusión de la categoría dentro de la CST, según miembros del Convention?
		2. Determinar los elementos que influyen en las organizaciones y que condicionan la obtención de la CST según miembros del Costa Rica Convention Visitors Bureau.	2. ¿Cuáles son los elementos que influyen en las organizaciones y que condicionan la obtención de la CST según miembros del Convention Visitors Bureau?
		3. Identificar los indicadores de evaluación específicos para la categoría de turismo de reuniones basado en la CST del ICT.	3. ¿Cuáles son los indicadores de evaluación recomendados para esta categoría de turismo dentro del estándar CST?

Fuente: elaboración propia (2019).

## Anexo 2. Carta aceptación de la persona tutora



07 de mayo de 2020

Señores  
Comisión de Trabajos Finales de Graduación  
Licenciatura  
Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas  
Sede Central

Estimados señores:

Asunto: Aceptación de tutor en Trabajos Finales de Graduación

Yo, Virgilio Espinoza Rodríguez portador de la cédula número cuatro cero uno cero cuatro uno cuatro cinco uno (401041451), comunico a la comisión de Trabajos Finales de Graduación, que participaré en calidad de Tutor, en la investigación que realizarán los(as) siguientes aprendientes, Dania Milena Acosta Rodríguez, portadora de la cédula número cuatro cero dos dos nueve cero tres cero ocho (402290308) y Diego Solano Rodríguez, portador de la cédula número cinco cero tres nueve siete cero seis uno siete (503970617).

Cordialmente,

VIRGILIO ENRIQUE  
ESPINOZA  
RODRIGUEZ  
(FIRMA)  
MSc. Virgilio Espinoza Rodríguez  
Jefe del Departamento de Certificaciones y Responsabilidad Social Turística del ICT

Firmado digitalmente por  
VIRGILIO ENRIQUE  
ESPINOZA RODRIGUEZ  
(FIRMA)  
Fecha: 2020.05.07 07:48:57  
-06'00'

Copia: Directora de carrera Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas

### Anexo 3. Carta aceptación de la persona lectora interna



---

27 de octubre de 2020

Señores  
Comisión de Trabajos Finales de Graduación  
Licenciatura Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas  
Sede Central

Asunto: *Aceptación como lector en Trabajos Finales de Graduación*

Estimados señores:

Yo, Esteban Zamora Vargas, portador de la cédula número cuatro cero uno siete dos cero uno nueve nueve (401720199), comunico a la comisión de Trabajos Finales de Graduación, que participaré en calidad de lector, en la investigación que realizarán las siguientes personas aprendientes, Dania Milena Acosta Rodríguez, portadora de la cédula número cuatro cero dos dos nueve cero tres cero ocho (4 0229 0308) y Diego Solano Rodríguez, portador de la cédula número cinco cero tres nueve siete cero seis uno siete (5 0397 0617).

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'AMORAS', is written over a horizontal line.

M. Sc. Esteban Zamora Vargas  
Académico UTN

Copia: Directora de Carrera Turismo.

#### Anexo 4. Carta aceptación de la persona lectora externa



05 de mayo de 2020

Señores  
Comisión de Trabajos Finales de Graduación  
Licenciatura Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas  
Sede Central

Asunto: *Aceptación como lector en Trabajos Finales de Graduación*

Estimados señores:

Yo, José Rafael Soto Quirós, portador de la cédula número tres cero dos ocho tres cero ocho cuatro ocho (3 0283 0848), comunico a la comisión de Trabajos Finales de Graduación, que participaré en calidad de Lector, en la investigación que realizarán los(as) siguientes aprendientes, Dania Milena Acosta Rodríguez, portadora de la cédula número cuatro cero dos dos nueve cero tres cero ocho (4 0229 0308) y Diego Solano Rodríguez, portador de la cédula número cinco cero tres nueve siete cero seis uno siete (5 0397 0617).

Atentamente,

JOSE RAFAEL SOTO QUIROS  
(FIRMA)

Firmado digitalmente  
por JOSE RAFAEL  
SOTO QUIROS (FIRMA)  
Fecha: 2020.05.05  
10:54:19 -06'00'

Lic. José Rafael Soto Quirós  
Asistente Gerencial ICT

Copia: Directora de carrera Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas

## Anexo 5. Carta inicio de investigación Costa Rica Convention Visitors Bureau



Tel. (506) 2221-3753  
info@costaricacvb.com www.costaricacvb.com

San José, 07 de agosto del 2020

### COMUNICADO

**PARA:** Afiliados Costa Rica Convention Bureau

**DE:** Tatiana Orozco Salazar  
Directora Ejecutiva Costa Rica Convention Bureau

Diego Solano Rodríguez  
Dania Milena Acosta Rodríguez  
Investigadores Universidad Técnica Nacional

**ASUNTO:** Inicio de investigación

Estimados Señores:

Reciban un cordial saludo de nuestra parte, así como los mejores éxitos en cada una de sus gestiones. Por este medio, hago de conocimiento que como parte de las alianzas público-privadas hemos dado inicio una investigación para la inclusión de los proveedores y OPC en la certificación de sostenibilidad turística la cual es otorgada por el Instituto Costarricense de Turismo, la misma es realizada actualmente por los investigadores de la Universidad Técnica Nacional y con apoyo del Costa Rica Convention Bureau con el fin de continuar con el fortalecimiento del turismo de reuniones.

**Considerandos:**

1. Que la cooperación del Costa Rica Convention Bureau y los investigadores de la Universidad Técnica Nacional, en el “Análisis de la categoría del Turismo de Reuniones para la inclusión dentro del estándar de Certificación para la Sostenibilidad Turística, período 2020-2021”.
2. Que el inicio de las labores investigativas que actualmente realiza el Sr. Solano y la Sra. Acosta en el turismo de reuniones y el aval del Costa Rica Convention Bureau.

**Por tanto:**

1. Por este medio, el Costa Rica Convention Bureau hace extensiva la invitación para completar el cuestionario digital que se adjunta. El mismo estará habilitado desde el 04 al 14 de agosto del año en curso.
2. Enlace cuestionario digital: [shorturl.at/rDIPQ](http://shorturl.at/rDIPQ)
3. El día 10 de agosto por este mismo medio, como parte del seguimiento de la investigación se estará realizando un recordatorio de completado del cuestionario digital.
4. Para cualquier consulta concerniente a la investigación puede remitirla a los correos: [dosolanoro@est.utn.ac.cr](mailto:dosolanoro@est.utn.ac.cr) / [daacostaro@est.utn.ac.cr](mailto:daacostaro@est.utn.ac.cr), con copia [info@costaricacvb.com](mailto:info@costaricacvb.com)

Agradeciendo de antemano la atención prestada, y la importante información que nos pueda brindar en esta investigación con el fin de lograr el objetivo de la inclusión de estas categorías en la certificación de sostenibilidad.

Cordialmente,



---

**Tatiana Orozco Salazar**  
Directora Ejecutiva  
Costa Rica Convention Bureau

**ANÁLISIS DE LA CATEGORÍA DE TURISMO DE REUNIONES PARA LA  
INCLUSIÓN EN EL ESTÁNDAR DE CERTIFICACIÓN PARA LA  
SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA**

Como parte de una investigación en el 2020 para la Licenciatura en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas de la Universidad Técnica Nacional (UTN), se está desarrollando la siguiente investigación sobre: Análisis de la categoría de turismo de reuniones para la inclusión en el estándar para la Certificación de Sostenibilidad Turística, periodo 2020-2021.

Por tanto, los investigadores Diego Solano Rodríguez y Dania Milena Acosta Rodríguez, requieren poder definir y concretar un panorama con mayor claridad sobre aspectos centrales de la investigación, en la cual es fundamental el acercamiento, la opinión y experiencias del personal inmerso en el sector del turismo de reuniones. Es partir de lo anterior que es de suma importancia conocer su opinión como informante clave, para poder facilitar el proceso de investigación en la etapa de trabajo de campo.

Se informa que su participación es completamente voluntaria e incluso confidencial si así lo desea, sus planteamientos no se usarán para ningún otro propósito fuera de lo dicho anteriormente y cuando acabe el trabajo de campo, se le hará llegar los resultados de la investigación. Se le solicita si es posible que sus respuestas, opiniones y experiencia sean grabadas.

La presente entrevista o conversación es conducida por el Bachiller en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas, Diego Solano Rodríguez, teléfono celular 86066268, miembro N 88009 del Colegio de Licenciados y Profesores en Letras, Filosofía, Ciencias y

Artes y la Bachiller en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómica, Dania Milena Acosta Rodríguez, teléfono celular 87116652.

Grabación	
Confidencial	

Persona entrevistada

**Nombre completo**

**Cédula**

**Firma**

---

---

---

Responsable de la investigación

**Nombre completo**

**Cédula**

**Firma**

---

---

---

## Anexo 7. Cuestionario (digital)

### **Presentación**

Como parte de una investigación en el 2020 para la Licenciatura en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas de la Universidad Técnica Nacional (UTN), se está desarrollando la siguiente investigación: Análisis de la categoría del turismo de reuniones para la inclusión dentro del estándar de la Certificación para la Sostenibilidad Turística, durante el periodo 2020-2021.

**Objetivo General:** Analizar la categoría del turismo de reuniones por medio del estudio de los factores, elementos y requisitos que se ven involucrados, para la incorporación en el estándar de la CST del Instituto Costarricense de Turismo durante el año 2020.

Se informa que su participación es completamente voluntaria e incluso confidencial, sus planteamientos no se usarán para ningún otro propósito que el académico.

### CONFIDENCIALIDAD

Esta investigación tiene fines exclusivamente académicos, en el análisis de resultados sus respuestas serán anónimas, generales y son sin fines de lucro.

En caso de consultas o más información puede contactarse a los correos: [dosolanoro@est.utn.ac.cr](mailto:dosolanoro@est.utn.ac.cr) y [daacostaro@est.utn.ac.cr](mailto:daacostaro@est.utn.ac.cr)

### **Instrucciones**

- La realización de este cuestionario le tomará aproximadamente 5 minutos.
- Lea cuidadosamente, ya que existen preguntas en las que solamente se puede marcar una opción y otras preguntas donde se pueden marcar varias opciones.

- Es importante aclarar que no hay respuestas correctas o incorrectas, simplemente reflejan su opinión.

### **Datos**

Escriba su correo electrónico:

Nombre de la empresa:

Nombre de la persona que completa el cuestionario:

### **Cuestionario**

1. ¿Cuál es su rango de edad?

Menor de 18 años

De 19 a 39 años

De 40 a 60 años

No responde

2. ¿Cuál es su ocupación actualmente?

Estudiante

Colaborador/a

Empresaria/o

Pensionada/o

No responde

3. ¿Cuál es su grado académico actualmente?

Técnico

Diplomado universitario

Bachillerato universitario

Licenciatura

Maestría

Doctorado

No responde

4. ¿Cuál es el cargo que ejerce en la empresa?

---

5. ¿En cuál segmento del turismo de reuniones se desarrolla actualmente?

Meetings

Incentives

Conventions

Exhibitions

No responde

6. ¿Qué calidad de miembro tiene su empresa o su representación en el Costa Rica  
Convention Visitors Bureau?

OPC

Proveedor

Otra

No responde

7. ¿Conoce de la Certificación de Sostenibilidad Turística, otorgada por el Instituto  
Costarricense de Turismo?

SÍ

NO

No responde

8. ¿Considera oportuno incluir el turismo de reuniones dentro de una categoría para el estándar de la Certificación para la Sostenibilidad Turística?

- SÍ
- NO
- No responde

¿Por qué? Justifique su respuesta

---

9. ¿Qué aspectos cree usted que mejorarían el estar incluido el turismo de reuniones en la Certificación para la Sostenibilidad Turística?

- Mayores divisas
- Crecimiento del tipo de turismo
- Imagen de la empresa
- Imagen país
- Participación de ferias nacionales e internacionales
- Otra
- No responde

10. ¿Considera que, al incluir la categoría de turismo de reuniones para la certificación de sostenibilidad turística, es beneficioso para el empresario o empresas dedicadas al turismo de reuniones?

- SÍ
- NO
- No responde

11. ¿Debe el Instituto Costarricense de Turismo abrir espacios de discusión para la inclusión del turismo de reuniones en el estándar de la Certificación para la Sostenibilidad Turística?

- SÍ
- NO
- No responde

12. En una escala del 1 al 10, donde 1 es el mínimo y 10 es el máximo, ¿cuál el grado de necesidad de incluir el turismo de reuniones en el estándar de la certificación de sostenibilidad turística?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

13. ¿Ayudaría la Certificación para la Sostenibilidad Turística en la estandarización del turismo de reuniones?

- SÍ
- NO
- No responde

14. ¿Qué necesidades presenta actualmente el turismo de reuniones?

- Acceso a certificarse
- Apoyo del ente rector
- Apoyo del gremio del turismo de reuniones
- Capacitación
- Publicidad
- Otra

15. ¿Optaría usted como representante actual de la empresa de turismo de reuniones, aplicar en la obtención de la Certificación para la Sostenibilidad Turística?

- SÍ
- NO
- No responde

16. ¿Cree usted que la Certificación para la Sostenibilidad Turística fortalecería el negocio de la empresa donde labora?

- SÍ
- NO
- No responde

17. ¿Qué elementos internos de la empresa influyen en la obtención de la Certificación para la Sostenibilidad Turística?

- Naturaleza de la empresa
- Objetivos de la empresa
- Presupuesto
- Liderazgo empresarial
- Otra

Justifique su respuesta

---

18. ¿Qué elementos externos de la empresa influyen en la obtención de la Certificación para la Sostenibilidad Turística?

- Visión del ente rector
- Visión del gremio de turismo de reuniones

Competencia

Otra

Justifique su respuesta

---

19. ¿Cuáles indicadores deben estar presentes en la evaluación de la certificación?

Nota: Los autores Lusthaus, Adrien, Anderson y Carden, 2001, se refieren a este concepto como “un elemento de medición que permite esclarecer y medir un concepto”. (p. 41).

Sostenibilidad

Calidad

Estandarización

Capacitación

Aspectos legales

Logística

Infraestructura

Otra

### **Agradecimiento**

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar este cuestionario.

## Anexo 8. Guía de entrevista a profundidad

### Entrevista a profundidad

#### ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Presentación: Como parte de una investigación en el 2020 para la licenciatura en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas, UTN, se está desarrollando la siguiente investigación: Análisis de la categoría de turismo de reuniones para la inclusión en el estándar de Certificación para la Sostenibilidad Turística, periodo 2020-2021.

La presente entrevista se ha elaborado con el objetivo de poder conocer y analizar las opiniones de acuerdo con la experiencia de las personas empresarias del sector del turismo de reuniones sobre el tema de la inclusión de la categoría del turismo de reuniones dentro de estándar de Certificación para la Sostenibilidad Turística.

#### I. Información general

Entrevista a profundidad	
Nombre de la persona entrevistada:	
Institución/Organización:	
Fecha:	Lugar:

## II. Temas

Temas	Preguntas
1. Experiencia	1.1 ¿Cuál ha sido su experiencia como empresario dentro del turismo de reuniones?
2. CST	2.1. ¿Considera usted necesaria la inclusión del turismo de reuniones en el estándar CST? ¿Por qué?
3. Turismo de reuniones	3.1. ¿Cómo conceptualiza el turismo de reuniones?
4. Ámbitos	4.1. ¿Cree usted que hay una relación entre lo cultural, social, económico, político y educativo que pueda potencializar el turismo de reuniones?
5. Identificación de problemática	5.1 Desde su experiencia profesional y personal ¿cuáles serían los principales desafíos sobre la inclusión de la categoría del turismo de reuniones en el estándar CST?
6. Identificación de beneficios	6.1. ¿Conoce los beneficios que brinda el estándar CST? 6.2. ¿Cuál de ellos es más beneficioso para su empresa?
7. Recomendaciones	7.1. ¿Cuáles recomendaciones podría sugerir sobre la inclusión de la categoría del turismo de reuniones en el estándar CST?
8. Identificación	8.1. ¿Conoce usted sobre el proceso de certificación para la sostenibilidad turística?

	<p>Si la respuesta es afirmativa: ¿cómo fue el proceso?</p> <p>8.2. ¿Ha participado en algún proceso de consulta sobre la inclusión del turismo de reuniones en la CST?</p>
9. Importancia	9.1 ¿En qué nivel de importancia (baja, media o alta) ubicaría la incorporación del turismo de reuniones en la Certificación para la Sostenibilidad Turística? ¿Por qué?
10. Objetivos	10.1 ¿Se han establecido en su empresa objetivos empresariales para la aplicación de actividades, acciones o ajustes sobre sostenibilidad turística? ¿Cuáles son esos objetivos?
11. Fortalezas y debilidades	<p>11.1. ¿Con qué recursos y capacidades desde la gestión empresarial y organizacional cuenta usted para optar por la Certificación para la Sostenibilidad Turística?</p> <p>11.2. ¿Cuáles serían las principales debilidades personales y organizacionales, para hacerle frente a una posible certificación?</p>
12. Actores/as	<p>12.1 ¿Cuáles serían los principales actores que intervienen en la consolidación y puesta en marcha de las iniciativas en la certificación para la sostenibilidad turística en el turismo de reuniones?</p> <p>12.2 ¿Ha realizado algún tipo de acercamiento referente a la CST con el turismo de reuniones?</p> <p>12.3 ¿Qué tipo de acercamiento y con quién?</p>

13. Alternativas	13.1. ¿Qué alternativas serían necesarias para aplicar por la Certificación para la Sostenibilidad Turística?
14. Apoyo político	14.1. ¿Cómo visualiza la voluntad y apoyo político en la ejecución de iniciativas, planes, proyectos, actividades y posibles acciones referentes a la sostenibilidad turística?
15. Indicadores	15.1. ¿Conoce los indicadores base para la CST? 15.2. ¿Cuáles indicadores considera usted necesarios para incluir el turismo de reuniones en el estándar de la CST?

**Firma de la persona entrevistada:** \_\_\_\_\_

Muchas gracias

Anexo 9. Formato de matriz general de análisis de datos

MATRIZ GENERAL DE ANALISIS DE DATOS CUALITATIVOS				
OBJETIVOS ESPECIFICOS	INDICADOR	CATEGORIA O VARIABLE DE ANALISIS	DESCRIPCION DE LA CATEGORIA	INSTRUMENTOS
Acciones concretas para alcanzar el objetivo general		Parten de los objetivos específicos	Fundamentos teóricos de la categoría de análisis. Lo desarrollaron de manera extensa en el marco teórico. En este espacio describen brevemente el concepto central que define la categoría.	Definir en este espacio cómo recolectan la información necesaria para dar respuesta al objetivo específico.
objetivo 1				
objetivo 2				
objetivo 3				

Fuente: recuperado de Zamora (2020).

Anexo 10. Formato de matriz específica de análisis de datos

MATRIZ ESPECÍFICA DE ANALISIS DE DATOS CUALITATIVOS							
OBJETIVOS ESPECIFICOS	Indicador	Categoría o variable de análisis	Análisis de datos	Interpretación	Conclusiones	Recomendaciones	Alcance
Acciones concretas para alcanzar el objetivo general	Elemento que se va a evaluar	Parten de los objetivos específicos	Datos arrojados y su significado. Se compara los datos obtenidos de los diferentes instrumentos para cada categoría. Se compara los datos obtenidos con la teoría	Definir en este espacio cómo recolectan la información necesaria para dar respuesta al objetivo específico.	¿Qué podemos concluir de cada objetivo?	¿Qué se recomienda?	¿Qué se pretendía alcanzar al proponer esos objetivos?
			¿Qué recolecté de esta variable o categoría? De la observación esto..... De la entrevista esto.... De la teoría esto...	Interpretación: ¿qué significa eso?	Respuesta a la variable o categoría de análisis	¿Qué se debe mejorar, fortalecer o mantener?	¿Qué alcanzamos con el desarrollo de esta variable o categoría?
objetivo 1							
objetivo 2							
objetivo 3							

Fuente: recuperado de Zamora (2020).

## Anexo 11. Carta validación de instrumentos

6 de julio de 2020

Señores  
Comisión de Trabajos Finales de Graduación  
Licenciatura Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas  
Sede Central

**Asunto:** *Validación de instrumentos*

Estimados señores:

Por este medio, hago constar que yo, Virgilio Espinoza Rodríguez, cédula No. 40104145; Máster en Turismo, Licenciado en Administración de Empresas Turísticas y Jefe del Departamento de Certificaciones y Responsabilidad Social Turística del ICT, he servido como validador para la recolección de información del proyecto final de graduación titulado: *Análisis de la categoría del Turismo de Reuniones para la inclusión dentro del estándar de Certificación para la Sostenibilidad Turística, durante el período 2020-2021*, perteneciente a los estudiantes Diego Solano Rodríguez, identificación 503970617 y Dania Milena Acosta Rodríguez, identificación 402290308.

Así doy fe de que: el cuestionario y la entrevista a profundidad (instrumentos) responden a los objetivos y categorías de análisis planteadas en la investigación y que, además, los estudiantes incorporaron fielmente todas las observaciones y sugerencias hechas durante el proceso de validación.

Cordialmente,

VIRGILIO ENRIQUE  
ESPINOZA  
RODRIGUEZ (FIRMA)  
**MSc. Virgilio Espinoza Rodríguez**  
Jefe del Departamento de Certificaciones y  
Responsabilidad Social Turística del ICT

Firmado digitalmente por  
VIRGILIO ENRIQUE ESPINOZA  
RODRIGUEZ (FIRMA)  
Fecha: 2020.07.23 14:44:45  
+06'00'

Copia: Directora de carrera Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas

## Anexo 12. Carta validación de instrumentos

6 de julio de 2020

Señores  
Comisión de Trabajos Finales de Graduación  
Licenciatura Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas  
Sede Central

**Asunto:** *Validación de instrumentos*

Estimados señores:

Por este medio, hago constar que yo, Tatiana María Orozco Salazar, cédula No. 111630523; Ingeniera en Diseño Industrial y Directora Ejecutiva del Costa Rica Convention Visitors Bureau, he servido como persona validadora de los instrumentos para la recolección de información del proyecto final de graduación titulado: **Análisis de la categoría del Turismo de Reuniones para la inclusión dentro del estándar de Certificación para la Sostenibilidad Turística, durante el período 2020-2021**, perteneciente a los estudiantes Diego Solano Rodríguez, identificación 503970617 y Dania Milena Acosta Rodríguez, identificación 402290308.

Así doy fe de que: el cuestionario y la entrevista a profundidad (instrumentos) responden a los objetivos y categorías de análisis planteadas en la investigación y que, además, los estudiantes incorporaron fielmente todas las observaciones y sugerencias hechas durante el proceso de validación.

Cordialmente,



**Ing. Tatiana María Orozco Salazar**  
Directora Ejecutiva  
Costa Rica Convention Visitors Bureau  
Copia: directora de carrera Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas

Anexo 13. Cronograma

Cronograma de Actividades																																		
Actividad	Meses y Semanas del Año 2020-2021																																	
	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero	
	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	
Revisión de documento final por los sustentantes	x	x																																
Revisión de documento final por el tutor			x	x																														
Revisión de consentimientos informados					x																													
Aplicación de instrumentos						x	x	x	x																									
Análisis de los datos arrojados										x	x	x	x	x																				
Redacción del documento final															x	x	x	x	x	x	x	x												
Revisión del documento final por los sustentantes y tutor																							x	x	x	x	x	x						
Revisión filológica																																x		
Entrega de documento final a la comisión																																x		
Aprobación de documento																																x		
Presentación y defensa de TFG																																x		
Entrega de físicos																																x		

Fuente: elaboración propia (septiembre 2020).

## Anexo 14. Carta de la persona filóloga

### Carta de filóloga

Heredia, 18 de enero de 2021.

Señores (as)  
Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas  
Ciencias Administrativas  
Sede Central  
Universidad Técnica Nacional

Estimados señores (as)

La suscrita Edith Raissa Pizarro Alfaro con cédula de identidad N° 401780133, profesional en Filología, hace constar que revisó el documento que lleva por tema “ **ANÁLISIS DE LA CATEGORÍA DEL TURISMO DE REUNIONES PARA LA INCLUSIÓN DENTRO DEL ESTÁNDAR DE CERTIFICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA, DURANTE EL PERÍODO 2020-2021**”, de los estudiantes **Dania Milena Acosta Rodríguez** y **Diego Solano Rodríguez**, al cual se le aplicaron las revisiones y observaciones relacionadas con aspectos de construcción gramatical, ortografía, redacción, entre otros.

Dado lo anterior, certifico que el documento contiene las observaciones y correcciones solicitadas, quedando de conformidad con lo pactado.

Atentamente,

Firmado por EDITH RAISSA PIZARRO ALFARO (FIRMA)  
PERSONA FÍSICA, CPF-04-0178-0133. Fecha declarada: 18/01/2021 09:45 PM  
Esta representación visual no es una fuente de confianza, valide siempre la firma.

---

Licda. Edith Raissa Pizarro Alfaro

Código 35554

## Anexo 15. Declaración jurada

### Declaración Jurada

Nosotros, Dania Milena Acosta Rodríguez, portadora de la cedula de identidad 402290308 y Diego Solano Rodríguez, portador de la cedula de identidad 503970617, conocedores de las sanciones legales con la Ley Penal de la Republica de Costa Rica, castiga el falso testimonio y el Reglamento Disciplinario Estudiantil de la Universidad Técnica Nacional (UTN).

Declaramos bajo la fe de juramento lo siguiente: Que somos estudiantes de la carrera de Gestión de Empresas Hospedaje y Gastronómicas, en el nivel de Licenciatura de la Universidad Técnica Nacional (UTN), y, como requisito de graduación, debemos realizar el Trabajo Final de Graduación, el cual tiene como tema de investigación: **“Análisis de la categoría del turismo de reuniones en la inclusión dentro del estándar de Certificación para la Sostenibilidad Turística, durante el período 2020-2021”**. Por lo tanto, manifestamos que la misma ha sido elaborada siguiendo las disposiciones exigidas por la Universidad Técnica Nacional (UTN).

Firmamos en la ciudad de Alajuela, a las 16 horas, del día 05 del mes de marzo del año 2021.

DANIA MILENA ACOSTA RODRIGUEZ  
Firmado digitalmente por DANIA MILENA ACOSTA RODRIGUEZ  
Fecha: 2021.03.05 19:02:46 -06'00'  
Dania Milena Acosta Rodríguez

402290308

DIEGO SOLANO RODRIGUEZ (FIRMA)  
Firmado digitalmente por DIEGO SOLANO RODRIGUEZ (FIRMA)  
Fecha: 2021.03.05 21:25:34 -06'00'  
Diego Solano Rodríguez

503970617

Anexo 16. Carta de autorización para uso y manejo de los trabajos finales de graduación

**CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA USO Y MANEJO DE LOS TRABAJOS**

**FINALES DE GRADUACIÓN**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA NACIONAL**

(Trabajo colectivo)

Alajuela, 5 de marzo de 2021

**Señores**

Vicerrectoría de Investigación y Transferencia

Sistema Integrado de Bibliotecas y Recursos Digitales

Estimados señores:

<b>Nombres de personas sustentantes</b>	<b>Cédula</b>
Diego Solano Rodríguez	503970617
Dania Milena Acosta Rodríguez	402290308

Nosotros en calidad de autores del trabajo de graduación titulado:

**“Análisis de la categoría del turismo de reuniones en la inclusión dentro del estándar de certificación para la sostenibilidad turística, durante el período 2020-2021”.**

El cual se presenta bajo la modalidad de:

\_\_\_\_\_ Seminario de Graduación

\_\_\_\_\_ Proyecto de Graduación

  X   Tesis de Graduación

Presentado en la fecha 15/02/2021, autorizamos a la Universidad Técnica Nacional, Sede Central, para que nuestro trabajo pueda ser manejado de la siguiente manera:

<b>Autorizamos</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Conservación de ejemplares para préstamo y consulta física en biblioteca	X	
Inclusión en el catálogo digital del SIBIREDI (Cita catalográfica)	X	
Comunicación y divulgación a través del Repositorio Institucional	X	
Resumen (Describe en forma breve el contenido del documento)	X	
Consulta electrónica con texto protegido	X	
Descarga electrónica del documento en texto completo protegido	X	
Inclusión en bases de datos y sitios web que se encuentren en convenio con la Universidad Técnica Nacional contando con las mismas condiciones y limitaciones aquí establecidas.	X	

Por otra parte, declaramos que el trabajo que aquí presentamos es de plena autoría, es un esfuerzo realizado de forma conjunta, académica e intelectual con plenos elementos de originalidad y creatividad. Garantizamos que no contiene citas, ni transcripciones de forma indebida que puedan devenir en plagio, pues se ha utilizado la normativa vigente de la American Psychological Association (APA). Las citas y transcripciones utilizadas se realizan en el marco de respeto a las obras de terceros. La responsabilidad directa en el diseño y presentación son de competencia exclusiva, por tanto, eximo de toda responsabilidad a la Universidad Técnica Nacional. Conscientes de que las autorizaciones no reprimen nuestros derechos patrimoniales como autores del trabajo. Confiamos en que la Universidad Técnica Nacional respete y haga respetar nuestros derechos de propiedad intelectual.

<b>Nombre de persona estudiante</b>	<b>Cédula</b>	<b>Firma</b>
Diego Solano Rodríguez	503970617	DIEGO SOLANO RODRÍGUEZ (FIRMA) Firmado digitalmente por DIEGO SOLANO RODRÍGUEZ (FIRMA) Fecha: 2021.03.05 21:28:05 -06'00'
Dania Milena Acosta Rodríguez	402290308	DANIA MILENA ACOSTA RODRIGUEZ (FIRMA) Firmado digitalmente por DANIA MILENA ACOSTA RODRIGUEZ (FIRMA) Fecha: 2021.03.05 19:05:41 -06'00'

## Anexo 17. Acta de aprobación de Trabajo Final de Graduación



Universidad Técnica Nacional  
Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas  
Sede Central

---

### ACTA DE APROBACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

GEHG-06-2021

En la ciudad de Alajuela, a los quince días del mes de febrero, al ser las diecisiete horas con treinta minutos, mediante sesión virtual los funcionarios de la Universidad Técnica Nacional, Emilce Rivera Molina, Virgilio Espinoza Rodríguez y el señor, Esteban Zamora Vargas, además el señor Rafael Soto Quirós en su condición de lector externo, como miembros del Tribunal Evaluador, para evaluar el Trabajo Final de Graduación para optar por el grado de Licenciatura en Gestión de Empresas de Hospedaje y Gastronómicas, de los estudiantes Dania Acosta Rodríguez, identificación cuatro cero dos dos nueve cero tres cero ocho (402290308) y Diego Solano Rodríguez, identificación cinco cero tres nueve siete cero seis uno siete (503970617).

Reunido el Tribunal Evaluador y los aspirantes, éstos procedieron a defender su Trabajo Final de Graduación denominado: “Análisis de la categoría del turismo de reuniones en la inclusión dentro del estándar de Certificación para la Sostenibilidad Turística, durante el periodo 2020-2021”.

Acta de Aprobación de Trabajo Final de Graduación  
GEGH 05-2021  
Página 2

Concluida la defensa del Trabajo Final de Graduación, el Tribunal Evaluador consideró que, de conformidad con el Reglamento de Trabajos Finales de Graduación de la Universidad Técnica Nacional, los estudiantes obtuvieron una calificación de **9.62**, sujeto a la incorporación de las correcciones que hace el Tribunal Evaluador y que deben realizarse en un plazo máximo de 15 días hábiles, para conferir el grado de licenciatura.

Aprobado Si ( X ) No ( )

Mención honorífica No ( ) Si ( X )

#### Integrantes del Tribunal Evaluador

EMILCE RIVERA  
MOLINA (FIRMA)

Firmado digitalmente por  
EMILCE RIVERA MOLINA (FIRMA)  
Fecha: 2021.02.15 19:21:20 -06'00'

MSc. Emilce Rivera Molina  
Directora de Carrera  
Miembro Tribunal Evaluador

VIRGILIO ENRIQUE  
ESPINOZA  
RODRIGUEZ (FIRMA)

Firmado digitalmente por  
VIRGILIO ENRIQUE ESPINOZA  
RODRIGUEZ (FIRMA)  
Fecha: 2021.02.15 19:27:54  
-06'00'

MSc. Virgilio Espinoza Rodríguez  
Tutor  
Miembro Tribunal Evaluador

ESTEBAN ALONSO  
ZAMORA VARGAS  
(FIRMA)

Firmado digitalmente por  
ESTEBAN ALONSO ZAMORA  
VARGAS (FIRMA)  
Fecha: 2021.02.15 19:31:06  
-06'00'

MSc. Esteban Zamora Vargas  
Lector  
Miembro Tribunal Evaluador

JOSE RAFAEL  
SOTO QUIROS  
(FIRMA)

Firmado digitalmente  
por JOSE RAFAEL  
SOTO QUIROS (FIRMA)  
Fecha: 2021.02.15  
19:25:33 -06'00'

Licdo. José Rafael Soto Quirós  
Lector  
Miembro Tribunal Evaluador

DANIA MILENA  
ACOSTA  
RODRIGUEZ

Firmado digitalmente  
por DANIA MILENA  
ACOSTA RODRIGUEZ  
Fecha: 2021.02.24  
12:42:02 -06'00'

Dania Acosta Rodríguez  
Identificación 402290308

DIEGO SOLANO  
RODRÍGUEZ  
(FIRMA)

Firmado digitalmente  
por DIEGO SOLANO  
RODRÍGUEZ (FIRMA)  
Fecha: 2021.02.15  
20:02:22 -06'00'

Diego Solano Rodríguez  
Identificación 503970617

**Observaciones:**

**Nota especial:** Para la emisión de actas, en este tiempo de emergencia Covid-19, serán formalizadas y remitidas únicamente con la firma digital del director de carrera y el tutor. Los demás miembros del tribunal y los estudiantes que no cuenten con firma digital, remitan, desde sus correos electrónicos, constancia de la aceptación del contenido y los términos del acta. El acta se debe firmar físicamente en una semana (5 días hábiles) una vez pase la emergencia nacional por el Covid-19

Además, para la entrega de los ejemplares físicos del documento, las bibliotecas se encuentran cerradas, por lo que puede hacerse en una semana (5 días hábiles) una vez que pase la emergencia nacional por el Covid-19 y se regrese a las actividades en la universidad. Igualmente, se sugiere se envíen, según los plazos establecidos, los ejemplares digitales (15 días hábiles), incluyendo los datos de los estudiantes y un consentimiento informado de estos remitida vía digital.