

CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE HOSPEDAJE DE LA ZONA NORTE BASADO EN EL NIVEL DE SOSTENIBILIDAD QUE OSTENTAN DE ACUERDO AL CERTIFICADO DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA (CST)

Máster Francisco Céspedes-Obando

Profesor de la Carrera de Gestión del Turismo Rural Sostenible, Escuela de Idiomas y Ciencias Sociales, Campus Tecnológico Local San Carlos, fcespedes@itcr.ac.cr

M.Sc. Erick Pérez-Murillo

Profesor de la Carrera de Ingeniería en Producción Industrial, Campus Tecnológico Local San Carlos, eperez@itcr.ac.cr

MBA Ligia Guerrero-Vargas

Profesor de la Carrera de Administración de Empresas, Campus Tecnológico Local San Carlos, lguerrero@itcr.ac.cr

Introducción

La propuesta de investigación "Modelo para la evaluación de la competitividad en empresas de hospedaje de la Región Huetar Norte" pretende que, aquellas que cuentan con el Certificado de Sostenibilidad Turística (en adelante CST) conozcan su posición con respecto a estándares internacionales, en este caso ISO 9001:2015, Sistemas de Gestión de la Calidad; e ISO 14001:2015, Sistemas de Gestión Ambiental (en adelante las normas). Para conseguirlo, se plantearon como primeras acciones la selección de empresas

por nivel de sostenibilidad y la definición de elementos para la caracterización. A las empresas seleccionadas, se les aplicará un instrumento de evaluación previamente elaborado a partir de la nueva versión de las normas. Los resultados de la aplicación se utilizarán para determinar el nivel de competitividad de las empresas, y una vez obtenido esto, se elaborará un plan de mejora continua, que les permita alcanzar un nivel competitivo satisfactorio y acorde con los requerimientos de la demanda.

Se considera como un aspecto clave y fundamental la participación activa de estudiantes de las carreras de Ingeniería en Producción Industrial, Administración de Empresas y Gestión del Turismo Rural Sostenible, de los cuales se espera al menos un trabajo final de graduación por especialidad, ligado al proyecto. Para las empresas de hospedaje que participen, esta investigación será una oportunidad muy valiosa que les permitiría conocer su situación inicial para luego contrastarla al término de dos años, y mejorar así lo que desean. El instrumento de evaluación sería replicable en cualquier otra región turística del país, y podría aplicarse en empresas de hospedaje que ostenten otras certificaciones de calidad, sostenibilidad o responsabilidad social, tanto en el país como fuera

de él. Inicialmente, el plan de mejora debe ser común para todas las empresas que participen de la investigación en tanto cada una tomaría como punto de partida el nivel de competitividad alcanzado.

Contexto local

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2002-2012 establece la división del país en 10 Unidades de Planeamiento (en adelante, UP) que representan espacios geográficos con características particulares en las que ocurre o posibilita en forma macro, un desarrollo turístico determinado por factores ambientales, sociales, culturales, económicos y políticos. La división permite una mejor comprensión del espacio turístico nacional y la delimitación de potencialidades y restricciones de áreas particulares del territorio nacional, lo que facilita la definición de políticas y estrategias concretas para el desarrollo futuro de la actividad turística. Esta división permite además concentrar los esfuerzos en las regiones con el mayor potencial de desarrollo y puntualizar las necesidades apremiantes a resolver para impulsar el crecimiento turístico (ICT, 2002).

La UP Llanuras del Norte abarca las laderas atlánticas de la Cordillera Volcánica Central y de la Sierra de Tilarán, parte de las Llanuras de San Carlos y la región de Los Chiles y Caño Negro. Esta unidad

Llanuras del Norte



Figura 1. Distribución geográfica de la UP Llanuras del Norte.
Fuente: Tomado del sitio <http://agroturistico.blogspot.com/>

cuenta además con dos sub-unidades: Volcanes de Guanacaste y Sarapiquí. Sus centros turísticos principales son La Fortuna, Sarapiquí, Ciudad Quesada y Tilarán, en orden de importancia.

Figura 1. Distribución geográfica de la UP Llanuras del Norte. De acuerdo con la información publicada por el Departamento de Planeamiento y Desarrollo Turístico (ICT, 2016b), correspondiente al indicador de Pisos de Demanda Internacional, en la UP Llanuras del Norte pernoctaron un 42,7% de los turistas que vacacionaron en el país, superado únicamente por la UP Guanacaste (52,9%) y Valle Central (51,4%). Para determinar este dato, se toma el total de llegadas internacionales vía aérea y se excluyen los nicaragüenses que ingresan por vía terrestre. Por lo anterior, se logra estimar que en el año 2016 ingresaron aproximadamente 1.690.000 visitantes bajo alguna de las modalidades de turismo (recreación, negocios, ocio, etc.). Retomando el porcentaje que se citó al inicio, un 42,7% vendría a representar un aproximado de 722.000 pernoctaciones en la UP Llanuras del Norte durante ese

año, para un promedio cercano a las 2.000 personas por noche.

Datos más recientes arrojan que en el 2017 se reportaron un total de 2.959.869 llegadas internacionales a Costa Rica, por todas las vías (aérea, terrestre y fluvial). Sin embargo, el dato de Pisos de Demanda Internacional más actualizado sigue siendo el de 2016.

Se estima que la UP Llanuras del Norte cuenta con cerca de 332 establecimientos de hospedaje, de los cuales 170 tienen categoría 0, y 59 no están categorizados por no contar con la Declaratoria Turística, para un total de 229 propiedades que, por una u otra razón, son incapaces de mostrar a sus clientes una categoría por estrellas que certifique la calidad de sus servicios (ICT, 2016a). En una zona turística de tanto renombre internacional y con una afluencia tan positiva de turismo nacional, el que cerca del 70% de las empresas de hospedaje ostente esa condición abre claramente una gran oportunidad para la mejora y la definición de estándares de calidad de sus productos y servicios.

En este momento, el país no cuenta con una estandarización de criterios que le permita medir la competitividad de las empresas de hospedaje turístico y, por ende, el sector como un todo tampoco está en la capacidad de tomar decisiones y encaminar acciones tendientes a la implementación de procesos de mejora continua que incidan directamente en la gestión de las mismas empresas, la satisfacción del cliente y, en general, al crecimiento económico de la zona.

Conceptos

La Declaratoria Turística (DT) es un reconocimiento que otorga el ICT a todas aquellas empresas del sector que voluntariamente lo soliciten. Si bien no tiene costo alguno, se debe cumplir con los requisitos técnicos, económicos y legales que señala el Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas. Dentro de sus beneficios se puede mencionar la participación en ferias turísticas internacionales y campañas nacionales, la distribución de material promocional en aeropuertos, museos, embajadas y consulados, capacitación por parte del ICT y facilidad para la obtención de patentes municipales (ICT, 2013). El más evidente quizás es la categorización por estrellas (en el caso de los establecimientos de hospedaje) que, aún sin ser de estándar internacional, es una forma de diferenciar a las empresas de alojamiento reconocida mundialmente y fácil de identificar por el turista.

El país también cuenta con el CST, un programa que evalúa las empresas de hospedaje desde cuatro ámbitos claramente establecidos: entorno físico biológico, planta de servicio, cliente y entorno socioeconómico. Este certificado ha gozado de una gran aceptación dentro de las empresas turísticas, en general, puesto que les permite atraer a un segmento de mercado constante y en continuo crecimiento, compuesto por los viajeros responsables, sensibles a los temas ambientales y culturales de los destinos

que visitan, con capacidad de gasto y estadía promedio superior a la media del país.

La diferencia fundamental entre la DT y el CST se manifiesta en la forma de evaluar al establecimiento: mientras que la primera se enfoca en garantizar la legalidad de la actividad turística y lograr la más alta calidad del producto, la segunda le suma además el entorno físico biológico y el socioeconómico. Se parte de la premisa de que un establecimiento de hospedaje que opta por el CST se somete a un proceso de evaluación más completo e integral, y a la vez está en mayor capacidad de emprender acciones correctivas en caso de ser necesario.

Ni la Declaratoria ni el CST resuelven, por sí solos o en conjunto, la interrogante de cómo determinar la competitividad de las empresas de hospedaje en un mercado cada vez más exigente, demandante de mejores servicios, instalaciones, actividades, facilidades y atención.

La Organización Internacional de Normalización (ISO) es una federación mundial de organismos nacionales de normalización. El trabajo de preparación de las normas internacionales se realiza a través de los Comités Técnicos de ISO, en donde cada organismo miembro interesado en una materia para la cual se haya establecido un comité tiene derecho a estar representado en este (ISO, 2015).

La versión 2015 de las normas anula y sustituye las ediciones previas (Norma ISO 9001:2008 e ISO 14001:2004), que han sido revisadas técnicamente mediante la adopción de una secuencia de capítulos y la adaptación de los principios de gestión de la calidad y ambiente con nuevos conceptos (ISO, 2015).

Las estructuras actuales de ambas normas cumplen con lo que se denomina estructura de alto nivel, tal y como se muestra a continuación:

Para el proyecto es de gran relevancia el apartado de objeto y campo de aplicación de las normas (ISO, 2015), pues ellas especifican los requisitos para un sistema de gestión de la calidad y ambiente cuando una organización:

- a) necesita demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables,
- b) aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables y
- c) busca la mejora continua de su desempeño ambiental.

De acuerdo a los criterios citados, las empresas de hospedaje calzan perfectamente con el tipo de organización para la que se sugieren las normas y claramente apoyan los objetivos de la investigación.

En turismo, la discusión relacionada con la competitividad del sector se ha orientado hacia su medición en países o regiones, como destinos turísticos. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) define la competitividad de un destino turístico como la capacidad que este tenga para mejorar sus atractivos a los ojos del turista nacional y extranjero, de modo que los servicios ofrecidos sean de calidad, innovadores e interesantes. La competitividad también se relaciona con la cuota de mercado, doméstico e internacional, que se pueda capturar y que no atente contra la utilización eficiente y sostenible de los recursos (OCDE, 2013).

Por su parte, autores como Michael Porter han dedicado buena parte de su producción académica a temas relacionados con estrategia

ISO 14001:2004	ISO 14001:2015
Objeto y campo de aplicación	Objeto y campo de aplicación
Normas para consulta	Referencias normativas
Términos y definiciones	Términos y definiciones
Requisitos del Sistema de Gestión Ambiental (SGA)	Contexto de la organización
	Liderazgo
	Planificación
	Soporte
	Operación
	Evaluación del desempeño
	Mejora continua
ISO 9001:2008	ISO 9001:2015
Objeto y campo de aplicación	Objeto y campo de aplicación
Normas para su consulta	Referencias normativas
Términos y definiciones	Términos y definiciones
Sistema de Gestión de la Calidad	Contexto de la organización
Responsabilidad de la dirección	Liderazgo
Gestión de los recursos	Planificación
Realización del producto	Soporte
Medición, análisis y mejora	Operación
	Evaluación del desempeño
	Mejora continua

Figura 2. Diferencias en Estructura de las normas
Fuente: Elaboración propia con base en el sitio <http://www.iso.org/>

y ventaja competitiva. Sobre esta última, Porter (2009) dice que en el mercado se dan dos tipos de ventajas competitivas: por costos y por diferenciación del producto. Hay tres estrategias para lograr lo anterior, que son precisamente:

- el liderazgo de costos (capacidad para ofrecer un producto a un precio inferior al de la oferta de las empresas oponentes),
- la diferenciación (empresas que prefieren nichos de mercado cuyos clientes presentan características en el producto distintas a las del de la competencia) y
- el enfoque (el mejor producto posible para el segmento de mercado escogido).

El modelo de negocio de las empresas de alojamiento tiene características muy similares, por no decir iguales. En un destino turístico es usual encontrar opciones diversas para hospedarse, adecuadas a las características de los visitantes. La competitividad de las empresas turísticas se determina por varios elementos, y no existe a nivel nacional ni internacional una homogenización de criterios.

Picón y Baltodano (2005) establecieron siete criterios para medir la competitividad de una microempresa de hospedaje:

1) organización empresarial
2) mercadeo y ventas
3) recursos humanos, capacitación y asistencia técnica.
4) forma de financiamiento
5) infraestructura y acondicionamiento turístico
6) equipamiento tecnológico e informática
7) asociatividad, organización y vinculación al Proyecto Turístico Golfo de Papagayo.

Figura 3. Criterios para medir la competitividad de una microempresa de hospedaje

Fuente: Picón y Baltodano (2005)

Por su parte, Estrada, Morgan y Cuamea (2015) determinan la competitividad de las empresas de hospedaje de Baja California apoyándose en 11 criterios:

1. Nivel de calificación para los puestos de trabajo,
2. Entrenamiento y capacitación del personal,
3. Control de problemas en el servicio,
4. Certificaciones,
5. Evaluación del desempeño,
6. Condiciones de las instalaciones,
7. Condiciones del equipamiento,
8. Condiciones de la tecnología,
9. Política de reducción de costos,
10. Acciones de mejora continua y
11. Utilización de las tic en las áreas del hotel.

Figura 4. Competitividad de las empresas de hospedaje de Baja California

Fuente: Estrada, Morgan y Cuamea (2015)

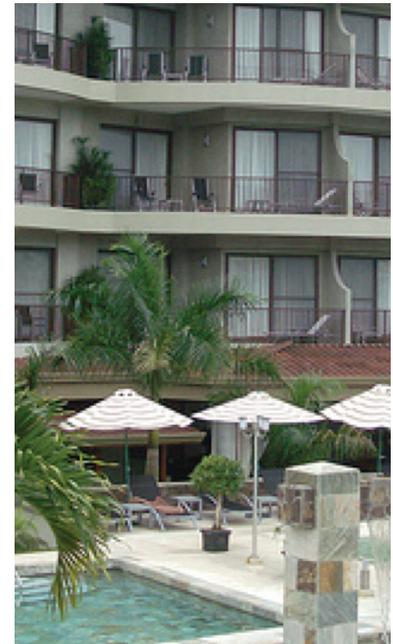
Si bien esta incluye algunos de los aspectos que estaban ausentes en el planteamiento de Picón y Baltodano, otros siguen quedando por fuera.

Ambas propuestas son interesantes, sin embargo dejan de lado aspectos importantes como las certificaciones, manejo de quejas y reclamos, fidelidad del cliente, ocupación y tarifa promedio, por citar unas cuantas que también calificarían como criterios de competitividad.

La incorporación de elementos de la norma ISO 9001: 2015 e ISO 14001:2015, para evaluar la competitividad en empresas de hospedaje que cuentan con el CST, es una propuesta innovadora y osada, cuyo modelo de evaluación podría ser aplicado en otras regiones turísticas o incorporando otras certificaciones

de calidad, sostenibilidad o responsabilidad social, ya sean locales o internacionales.

De lo señalado anteriormente, y cumpliendo con el primer objetivo específico del proyecto “Caracterizar las empresas de hospedaje de la zona norte, basándose en el nivel de sostenibilidad que ostentan de acuerdo al Certificado de Sostenibilidad Turística (CST)”, se cuenta con una matriz, en donde se consideran relevantes los siguientes datos:



- Nombre del Establecimiento
- Ubicación.
- N° de Habitaciones y tipo de Habitación (Villas, suites, etc.).
- Tarifas (Por tipo de habitación y por temporada, de ser necesario).
- Servicios (restaurante, spa, aguas termales, salas para reuniones y eventos, tours, alquiler de equipo).
- Facilidades (parqueo, piscina, expés, ck in/out, senderos propios)
- Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TripAdvisor).
- Declaratoria Turística (clasificación por estrellas del ICT).
- Certificación de Sostenibilidad Turística

Figura 5. Aspectos relevantes para la caracterización de las empresas
Fuente: Elaboración propia

- **Ubicación:** Los principales centros turísticos de la UP son, en orden de importancia: Tilarán-Fortuna-Ciudad Quesada, Sarapiquí, Boca Tapada-Boca Río San Carlos, y Los Chiles-Upala-Guatuso. Es importante obtener una muestra representativa de cada centro turístico, de acuerdo con la cantidad de establecimientos de hospedaje que contenga.
- **Número y tipo de habitaciones:** Este criterio representa una variable fundamental para la investigación. Es importante determinar si hay relación entre el tamaño y la capacidad del establecimiento, el nivel de sostenibilidad y su competitividad.
- **Tarifas:** Las tarifas deben estar en función de la calidad del servicio, el estado de las instalaciones y la demanda del mercado. La variable del precio permitiría determinar si el nivel de sostenibilidad es utilizado como elemento diferenciador de la competencia, y si los clientes así lo reconocen.
- **Servicios:** La variedad de servicios debe estar alineada con las necesidades y requerimientos de los distintos clientes. Además, es uno de los principales componentes del precio o tarifa. La investigación permitirá establecer la relación entre la diversidad de servicios, el nivel de sostenibilidad y la competitividad de la empresa.
- **Facilidades:** A diferencia de los servicios, las facilidades son elementos adicionales que contribuyen a mejorar la experiencia del cliente. Están directamente ligadas al tipo de establecimiento, su categorización, y a las expectativas del mercado, por lo que es común encontrar servicios en cierto tipo de hoteles, que en otros son facilidades.
- **Redes sociales:** Actualmente, la presencia de las empresas

turísticas en redes sociales como Facebook e Instagram representa una gran oportunidad para llegar a los clientes actuales, y alcanzar los potenciales, con herramientas de fácil manejo y con una inversión mínima de recursos. Pero hay una en especial que tiene preponderancia sobre las otras cuando se trata de turismo: Trip Advisor. El sitio especializado en reseñas de viaje e intercambio de experiencias de sus usuarios, impone un reto para las empresas, que continuamente deben monitorear su reputación, e interactuar con los clientes cuando así se requiera.

- **Declaratoria turística:** La disposición de una empresa turística para someterse a una evaluación de sus servicios y de su infraestructura que eventualmente deriva en una categorización nacional por estrellas.
- **Certificado de Sostenibilidad Turística:** Diseñado para categorizar y diferenciar empresas turísticas de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad, en cuanto al manejo de los recursos naturales, culturales y sociales. Dicho galardón es otorgado por la Comisión Nacional de Acreditación con sede en Costa Rica.

Selección de la muestra

Para esta investigación, la selección de las empresas participantes se hizo bajo la técnica del muestreo no probabilístico. Las muestras no probabilísticas suponen un procedimiento de selección informal y un poco arbitraria; sin embargo, se usan en muchas investigaciones. En las muestras de este tipo, la elección de los sujetos no depende de que todos tienen la misma probabilidad de ser elegidos, sino de la decisión de los investigadores.

(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 1997).

El grupo investigador consideró los siguientes criterios para justificar la decisión de optar por una muestra no probabilística:

1. **Zona geográfica:** La UP Llanuras del Norte es muy extensa, por lo que se debía hacer una cuidadosa selección que tomara en cuenta, entre otras cosas: a) proximidad con la Sede Regional b) densidad hotelera c) representación de la mayor cantidad de cantones posibles y d) asignación de horas y recursos operativos.
2. **La incorporación de la norma ISO 14001:** La propuesta inicial contemplaba únicamente la norma ISO 9001, pero al incorporar la norma ISO 14001, el instrumento de evaluación se hace más extenso, lo que requiere mayor tiempo para su aplicación y, por ende, se reduce la cantidad de empresas a muestrear.



LOS PEAJES URBANOS SON UN FACTOR DETERMINANTE EN LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD EN EL TRANSPORTE URBANO: UN ESTUDIO REALIZADO POR LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS Y APLICADO EN LA CIUDAD DE MADRID CONCLUYE: QUE ESTA MEDIDA PROPORCIONARÍA UNA IMPORTANTE REDUCCIÓN DEL USO DEL AUTOMÓVIL, UN AUMENTO CONSIDERABLE DEL USO DEL TRANSPORTE PÚBLICO Y OTROS MODOS MÁS SOSTENIBLES (CAMINAR O BICICLETA), Y UNA SIGNIFICATIVA DISMINUCIÓN DE LA CONGESTIÓN URBANA EN EL CENTRO DE LA CIUDAD Y SU ENTORNO, LO QUE CONTRIBUIRÍA A ALCANZAR UN MAYOR GRADO DE SOSTENIBILIDAD EN EL TRANSPORTE, PARA LA REGIÓN EN SU CONJUNTO.

- 3. Representación de los principales centros turísticos de la zona:** Es importante contar con empresas de hospedaje presentes en los principales centros turísticos de la UP: Los Chiles-Upala-Guatuso, Tilarán-Fortuna-Ciudad Quesada, Boca Tapada-Boca Río San Carlos, y Sarapiquí.
- 4. Representación de todos los niveles de sostenibilidad:** Dado que todos los niveles estaban representados, y que había combinaciones interesantes entre estos y la declaratoria turística, se decidió contar con al menos una empresa por nivel de sostenibilidad, para que el plan de mejora resultante al final del trabajo, contenga acciones con posibilidad de ejecución sin distingo de nivel, tipo de establecimiento o clasificación por estrellas.

En la figura 6, se presenta el proceso para la selección de la muestra:



Figura 6. Proceso para la selección de muestras

Fuente: Elaboración propia

Como resultado del proceso de selección, se presenta en la Figura 7 la matriz de caracterización de aquellas empresas que cumplen con los criterios previamente establecidos.

En total, son 42 establecimientos distribuidos en toda la región, con diferentes niveles de sostenibilidad turística, y con una importante diversidad de categorías por estrellas, tamaño, precio y servicios.

La información aquí recopilada será la base para dar inicio a la investigación y se espera que, de esta matriz, surjan una serie de cruces de variables, que expliquen diferentes fenómenos que se presentan en el sector turístico, posible base para artículos en el futuro.

Bibliografía

- Dupeyras, A. &. (2013). *Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document*. OECD Publishing. Obtenido de OCDE Publications: <http://www.oecd.org/cfe/tourism/Indicators%20for%20Measuring%20Competitiveness%20in%20Tourism.pdf>
- Estrada, A., Morgan, J., & Cuamea, O. (2015). Factores de competitividad en las empresas hoteleras de Tijuana, Baja California. *Revista Teoría y Praxis*, 32-59.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1997). *Metodología de la investigación*. Edo de México: McGraw-Hill Interamericana de México, S.A de C.V.
- ICT. (2002). Plan General de Uso de la Tierra y Desarrollo Turístico para la Unidad de Planeamiento Turístico de Llanuras del Norte de Costa Rica. *Plan Zona Norte*. San José, San José, Costa Rica: Dirección de Planeamiento y Desarrollo del Instituto Costarricense de Turismo.
- ICT. (2013). Gestión y Asesoría Turística. *Requisitos para obtener una Declaratoria Turística*. San José, San José, Costa Rica: Departamento de Gestión y Asesoría Turística.
- ICT. (2016a). Cuadro 2. Oferta Total de Hospedaje por Categoría en Estrellas según Unidad de Planeamiento 2015. *Anuario Estadístico de Turismo 2015*. San José, San José, Costa Rica: Departamento de Planeamiento y Desarrollo Turístico.
- ICT. (2016b). Metadatos de los Indicadores calculados por el ICT. *Pisos de Demanda Internacional*. San José, San José, Costa Rica: Departamento de Planeamiento y Desarrollo Turístico.
- ISO. (2015). *International Organization for Standardization*. Obtenido de Online Browsing Platform (OBP): <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>
- Picón, J. C., & Baltodano, V. J. (2005). Capacidad competitiva de las microempresas de hospedaje. El caso de las comunidades cercanas al Proyecto Turístico Papagayo, Guanacaste, Costa Rica. *Revista InterSedes*.
- Porter, M. E. (2009). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Ediciones Pirámide.

Instituto Tecnológico de Costa Rica Proyecto: Modelo para la evaluación de la competitividad en empresas de hospedaje de la Región Huetar Norte que cuentan con el Certificado de Sostenibilidad Turística (CST), basado en las normas ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 <i>Matriz de Hoteles</i>							
Nombre del Establecimiento	Ubicación	Declaratoria Turística (clasificación por estrellas del ICT)	Certificación de Sostenibilidad Turística (nivel por hojas)	Nombre del Establecimiento	Ubicación	Declaratoria Turística (clasificación por estrellas del ICT)	Certificación de Sostenibilidad Turística (nivel por hojas)
El Silencio Lodge & Spa	Bajos del Toro, Valverde Vega	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Hotel La Fortuna	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Arenal Kioro Suites & Spa	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Hotel Monte Real	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Arenal Springs Resort & Spa	La Fortuna de San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Villas Eco Arenal	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Hotel Las Coíñas	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	La Laguna del Lagarto Lodge	Boca Tapada, Pital de San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Los Lagos Hotel Spa & Resort	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Catarata Eco Lodge	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Rancho Margot	San Ramón, Alajuela	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Complejo Turístico Tilajari	Florencia, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Tabacón Resort	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Heliconia Lodge	Bijagua, Upala	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Maquenque EcoLodge	Boca Tapada, Pital de San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Arenal Rabifer	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Arenal Nayara Hotel & Gardens	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Blue River Resort & Hot Springs	Dos Rios, Upala	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Finca Luna Nueva Lodge	San Isidro de Peñas Blancas, San Ramón	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Hotel Garza del Platano	Florencia, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Greenlagoon Falls Park & Lodge	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Hotel Montaña de Fuego	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Arenal Manoa	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Catarata Rio Celeste Hotel	San Rafael, Guatuso	★ ★ ★ ★ ☆ *(sin resultados)	🍃 🍃 🍃 🍃
Arenal Paraiso	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Hotel Bosque de Chachagua	San Rafael de Chachagua, San Ramón	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Arenal Volcano Inn	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Hacienda Pozo Azul Tent Suites	La Virgen, Sarapiquí	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Hotel Campo Verde	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	La Quinta Sarapiquí Country Inn	La Virgen, Sarapiquí	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Royal Corin Wellness & Spa Resort	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Reserva Biológica Tiimbina	La Virgen, Sarapiquí	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Arenal Country Inn	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Hacienda La Isla Lodge	Horquetas Sarapiquí	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Arenal Observatory Lodge	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Hotel Aia Ambigua	Puerto Viejo, Sarapiquí	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Bosque de Paz y Reserva Biológica	Bajos del Toro, Valverde Vega	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Aberque de Montaña El Gavilán	Puerto Viejo, Sarapiquí	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Carlo Negro Natural Lodge	Carlo Negro, Los Chiles	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Albergue Rara Avis	Horquetas Sarapiquí	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃
Casa Luna Lodge	La Fortuna, San Carlos	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃	Sarapiquí Centro Neotrópico	La Virgen, Sarapiquí	★ ★ ★ ★ ☆	🍃 🍃 🍃 🍃

Figura 7. Muestra final de empresas participantes
Fuente: Elaboración propia