DOI: 10.22403/UQROOMX/RMC04/09

CERTIFICATION FOR TOURISM SUSTAINABILITY

RODOLFO LIZANO RODRÍGUEZ
Instituto Costarricense de Turismo

RÉSUMÉ

Cet article analyse le thème de la durabilité en matière de tourisme comme une proposition qui requiert, nécessairement, de mécanismes pratiques pour sa mise en œuvre. L'article est centré par l'analyse du Programme de Certification pour un Tourisme Durable, en cours de développement à l'Institut Touristique du Costa Rica. Le programme est décrit, ses objectifs et sa méthodologie ainsi que les implications qu'il peut avoir dans l'industrie touristique et dans les autres services productifs. On présente une forme de ce programme qui lui permettrait de changer le concept de durabilité en une realité concrète practique et nécessaire dans l'ample contexte de la concurrence touristique.

SAMENVATTING

In dit artikel worden de praktische mechanismen geanalyseerd om het model van duurzame toeristische ontwikkeling in praktijk te brengen. De auteur analyseert het "Programma voor het certificeren van het ecotoerisme", dat door het Toeristisch Instituut van Costa Rica wordt ontwikkeld. Eerst wordt het programma beschreven, zowel de doelstellingen en de methodologie als de consequenties voor de toeristische industrie en het dienstverlenende sector. De auteur concludeert dat dankzij dit programma het concept van duurzame ontwikkeling werkelijkheid kan worden in een context van toenemende toeristische projecten.

DOI: 10.22403/UQROOMX/RMC04/09

CERTIFICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

RODOLFO LIZANO RODRÍGUEZ
Instituto Costarricense de Turismo

RESUMEN

En este artículo se analiza el tema de la sostenibilidad turística como propuesta que requiere, necesariamente, mecanismos prácticos para su ejecución. El artículo se centra en el análisis del Programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística, que está desarrollando actualmente el Instituto Costarricense de Turismo. Se hace una descripción del programa, ahondando en sus objetivos y metodología, y las implicaciones que puede tener en la industria turística y en otros servicios productivos. Se plantea la forma en que este programa puede llegar a convertir el concepto de sostenibilidad en algo real, práctico y necesario en el contexto de la competitividad turística.

ABSTRACT

This article posits tourism sustainability as a proposal which requires practical mechanisms for its execution. The article centers on an analysis of the Certification Program for Sustainable Tourism currently being developed in the Costa Rican Tourist Institute. It describes the program, its objectives and methods, and indicates the implications for tourism in general, as well as other service industries. The author suggests how the program could change the concept of sustainability into something real, practical and necessary in the context of tourism competition.

LA VISIÓN DE SOSTENIBILIDAD

Desde una perspectiva eminentemente teórica, el desarrollo sostenible ha sido definido como el modelo que permite a una sociedad satisfacer sus necesidades actuales sin comprometer los recursos ni las posibilidades para que las futuras generaciones puedan satisfacer las suyas propias.

En este concepto se reconocen tres elementos fundamentales:

a) Desarrollo. Como sinónimo de satisfacer necesidades de las personas y, por ende, del mejoramiento de la calidad de vida de las sociedades. El desarrollo ya no es solamente un problema de producción y eficiencia, sino que, en una dimensión cada vez más amplia, es un problema íntimamente ligado a la equidad y distribución de costos y beneficios en el plano social.

b) Intertemporalidad. Supone una visión unificada de corto, mediano y largo plazo en los problemas de desarrollo de las sociedades. La solución de los problemas simples y cotidianos resulta ser un derecho de las personas, pertenezcan éstas a las actuales o a las futuras generaciones.

c) Recursos. En última instancia, el desarrollo está en función de la explotación de recursos naturales y de la generación de riqueza y bienestar a partir de éstos. En términos de intertemporalidad, la definición reconoce que la base de recursos es agotable y, como tal, requiere un manejo adecuado que permita "administrar" estos recursos de manera eficiente. Sin lugar a dudas, el agotamiento de recursos daría al traste con el proceso económico (transformación y generación de riqueza) y detendría toda posibilidad de satisfacción de necesidades en el ámbito social.

La definición y los elementos descritos, sitúan el desarrollo en tres dimensiones que engloban la idea de sostenibilidad:

1) Sostenibilidad político-social. Se refiere a la construcción de sociedades con amplia participación política pluralista, al tiempo que una distribución equitativa de costos y beneficios, de acuerdo con las necesidades particulares de cada pueblo.

2) Sostenibilidad económica. Se refiere a la existencia de variables macroeconómicas estables y adecuadas a la capacidad de producción del país y al desarrollo de procesos productivos, eficientes y competitivos en el largo plazo.

3) Sostenibilidad ambiental. Se refiere a la utilización y administración de los recursos y servicios ambientales, de manera tal que el uso actual no comprometa el acceso futuro a ellos.

La sostenibilidad "advierte" que los problemas de nuestras sociedades no se resuelven en función de producción y crecimiento económico, como muchos se han empeñado en hacernos creer. Por el contrario, nos hace ver la necesidad de adoptar una visión y una forma de pensamiento unificada, en la cual las tres dimensiones arriba señaladas formen, concomitantemente, un sistema indisoluble y único que no admite visiones o soluciones parciales.

Contrariamente a lo que muchos piensan, el concepto de sostenibilidad no representa ninguna fórmula mágica para lograr un crecimiento económico sostenido, ni es la salida de corto plazo de un estado de subdesarrollo que a todas luces impide una mejora efectiva en la calidad de vida de nuestros pueblos, sobre todo en lo que respecta a la salud, educación, alimentación, empleo, vivienda, espacio político y ambiente sano.

Ciertamente, la sostenibilidad no promueve un cambio en la priorización de los problemas nacionales, ni un cambio en la agenda de discusión sobre los mismos; por el contrario, la idea de sostenibilidad procura generar una nueva forma de ver y dar solución a estos mismos problemas desde una óptica de simultaneidad que abarque aspectos políticos, económicos y ambientales.

En el ámbito latinoamericano, la sostenibilidad, más que un mero asunto teórico, debe ser considerada una necesidad y una guía práctica para el desarrollo, que abre una oportunidad para transformar sistemas políticos, ambientales y sociales en la toma de decisiones, con el objeto de diseñar soluciones verdaderas para el presente y el futuro.

Turismo y sostenibilidad

Por cualquier lado que se analice, el turismo es una actividad económica y social en la que la sostenibilidad está llamada a desempeñar un papel fundamental, si se quiere mantener a esta actividad como uno de los elementos dinamizadores de las economías regionales.

La sostenibilidad en el turismo está relacionada con la interacción balanceada de tres factores básicos: uso apropiado de los recursos naturales, participación de comunidades locales en el desarrollo, y éxito económico y rentabilidad.

Igual que lo comentado anteriormente, estos tres factores deben formar un sistema indisoluble. La condición esencial en procura de un turismo que genere beneficios reales, y que tenga efectos positivos en la solución de los problemas de nuestros pueblos, es que estas tres condiciones se den simultáneamente.

Desafortunadamente, salvo algunas excepciones, en la última década se ha puesto casi toda la atención en los aspectos económicos del turismo, pero muy poca sobre las implicaciones o repercusiones que esta actividad puede tener en el medio ambiente, la calidad de vida y las condiciones sociales de las comunidades directamente afectadas por esta industria.

Históricamente, el modelo de competencia en la actividad turística ha estado centrado en la búsqueda de rentabilidad basada en mayores cuotas de mercado y en la maximización directa de ingresos. Casi todos los países de la región han estado apostando a la concentración de inversiones de un modelo turístico marcadamente estacional, indiferenciado, con economías de escala y precios como únicos factores de competitividad, y en el cual la ejecutoria de éxito se mide sólo en función de los estados financieros de las empresas y de la cantidad de divisas generadas para el país.

Una y otra vez, las políticas públicas y privadas, en una visión de corto plazo, se han concentrado en este modelo, poniendo especial interés en el desarrollo de la planta hotelera, el aumento del número de turistas y la masificación de destinos, dejando prácticamente de lado los graves desequilibrios sociales y los importantes efectos negativos en el ambiente que el mismo modelo pudiera generar.

El agravamiento de las crisis ecológicas y sociales en el mundo, que se hacen evidentes en la década de los años ochenta, y los subsecuentes cambios en la demanda hacia un turismo de enfoque naturalista, puso de manifiesto esta situación y decididamente marcó una pauta sobre la necesidad de analizar el turismo desde una perspectiva más integral, en la cual se incorporaran la dimensión social y ambiental como elementos de competitividad para la industria turística.

Para Costa Rica, y no dudo que para otros países del Caribe también, los análisis de la demanda indican que cada día son más evidentes las exigencias de los turistas hacia un turismo más activo, más participativo respecto a los intereses ambientales y socioculturales, con servicios de alta calidad, donde se procure la conservación y protección del medio natural, el aprendizaje y la preservación de culturas locales, complementando con ello el disfrute de sus vacaciones.

Al contrario de lo que se pensaba, esta nueva dimensión de la demanda indica que los productos turísticos, principal insumo de la industria, no pueden ser considerados simples empaquetamientos de atractivos naturales, sino que, en realidad, deben ser vistos como una fina mezcla de elementos naturales, sociales, culturales e incluso políticos. En el caso de Costa Rica esto ha resultado claro para los segmentos de mercado de ecoturismo, historia natural, aventura y otros, donde la puesta en valor de un atractivo depende no sólo de sus características físicas, sino que también está íntimamente relacionada con las características y condiciones sociales, culturales y ambientales del lugar donde ese atractivo está ubicado.

Considerando que el turismo es una actividad basada fundamentalmente en las condiciones de la demanda (nuevas expectativas, requerimientos, visiones, etc.), debe resultar suficientemente claro que la sola atención de factores económicos en el desarrollo turístico no garantiza *per se* el éxito futuro de la actividad. Por el contrario, la alteración o destrucción de los recursos (naturales, culturales o sociales) que forman los atractivos y productos turísticos, así como la reducida participación en los beneficios por parte de comunidades locales, son factores que atentan contra la estabilidad del espacio turístico y contra la calidad del destino. La desatención de esta realidad y su problemática relacionada, conduce inevitablemente a la destrucción del turismo como actividad económica.

Evitar la destrucción o pérdida de valor de los atractivos (recursos) depende de los beneficios que los actores relacionados con la actividad puedan percibir a partir de ellos. No se trata aquí de que los empresarios turísticos sean los únicos que obtengan beneficios directos, sino que, por el contrario, los beneficios se distribuyan entre otros prestadores de servicios, comunidades locales, sectores participantes en la conservación del medio ambiente y otros más.

Por esta razón, el desarrollo turístico debe ser visto y entendido como un proceso que genera y distribuye riqueza para contribuir efectiva y constructivamente al bienestar de toda la sociedad, teniendo como principios fundamentales la conservación, el uso eficiente de los recursos (naturales y culturales), y la participación activa de las comunidades en este desarrollo. La única manera de conservar y de mantener la estabilidad y calidad del espacio turístico con miras al futuro, es que todos los participantes, —empresarios, prestadores de servicios, comunidades locales, sectores conservacionistas, áreas protegidas, etc.— perciban un beneficio real a partir del desarrollo de la actividad.

Más que una definición, el párrafo anterior marca una necesidad para la industria turística que coincide plenamente con los elementos fundamentales de la sostenibilidad. En este nivel, sostenibilidad funciona como sinónimo de competitividad de la industria turística, de manera que se puede afirmar que el turismo en el próximo siglo, en especial el enfocado hacia la naturaleza o atractivos naturales, será sostenible o simplemente no será.

Programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística

Aun cuando seamos capaces de describir y comprender los elementos básicos detrás de la idea de sostenibilidad turística, debemos estar claros en que esto, si bien representa un paso muy importante, de ninguna manera es condición suficiente para garantizar la implementación del modelo. Realmente este proceso no es algo que ocurre espontáneamente de la noche a la mañana, ni es algo que pueda ser decretado o regulado por una ley.

Básicamente, convertir la idea de sostenibilidad en algo tangible no es una labor sencilla, pues requiere un profundo cambio de actitud en sectores empresariales, sociales y ambientales, quienes no sólo tienen agendas distintas, por lo general con visiones, necesidades y expectativas muy diferentes respecto del turismo, sino que son grupos entre los que normalmente existe muy poca interacción.

El gran reto de una estrategia de implementación consiste precisamente en encontrar la forma de unificar las agendas de los diferentes grupos relacionados, procurando establecer una visión unificada respecto a las necesidades que demanda el desarrollo turístico ante el futuro. Cierto, no existe un único camino para impulsar esta idea; quizá todos hemos sido testigos de los esfuerzos que en esta línea se han desarrollado en algunos países, a través de variadas modalidades de planes de desarrollo, con la instalación de procesos para la evaluación y control del impacto ambiental o con el desarrollo de programas específicos de gestión social.

Esto, sin lugar a dudas, ha representado un esfuerzo en el plano gubernamental y, en la mayoría de los casos, una función directa de los ministerios o entidades que regulan la actividad turística en cada país.

Aparte de este tipo de acciones, que de por sí deben ser consideradas de la mayor importancia, una nueva visión tendiente a estructurar una solución más enfocada en la fuerza de mercado, con una connotación más empresarial y fácilmente reconocible en sus beneficios por parte de los participantes, parece ser la vía más eficaz en una estrategia para instrumentar la sostenibilidad. La idea de una solución de este tipo supone aglutinar las expectativas de los diferentes sectores en torno a un proyecto que resulte atractivo para todos los actores, de manera que cada quien pueda reconocer beneficios reales y tangibles, con lo cual estos mismos actores se interesarían en la buena marcha del programa. Una solución de este tipo abstrae al Estado como ente ejecutor y lo sitúa como

coordinador, colocando a los sectores involucrados —empresarios, ONG, comunidades y otros— como responsables directos del programa.

Precisamente en esta línea y con la intención de contribuir en la consecución de una solución integral y global en torno a la implementación de un modelo de sostenibilidad, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) ha estado trabajando desde hace tres años en el diseño y aplicación del Programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística, conocido por las siglas CST.

El objetivo principal de este programa consiste en convertir el concepto de sostenibilidad, de un asunto teórico, en algo real, práctico y necesario en el contexto de la competitividad y diferenciación de la industria turística, para que así sea reconocido por todos los actores que de una u otra manera participan de esta industria.

¿En qué consiste?

Es un programa que pretende la categorización y certificación de empresas turísticas de acuerdo con el grado en que su operación se aproxime a un modelo de sostenibilidad. El programa pretende diferenciar y reconocer los esfuerzos, mediante un sello distintivo, a aquellas empresas que estén poniendo en práctica programas positivos en la línea de la sostenibilidad.

Para esto, en primer lugar, se adaptaron los elementos de la sostenibilidad al concepto de empresa turística con la intención de facilitar el análisis. Como resultado, se propuso un sistema de cuatro ámbitos, cada uno de los cuales representa un elemento básico de sostenibilidad en el turismo. Los cuatro ámbitos son los siguientes:

1) Entorno físico-biológico. Para evaluar la interacción entre la empresa y el medio natural circundante.

2) Planta de servicio. Para evaluar las políticas gerenciales y los sistemas de operación internos de la empresa en lo que a planta física y servicios se refiere.

3) Cliente externo. Para evaluar la interacción entre la empresa y el cliente en lo que a participación activa de éste se refiere.

4) Entorno socioeconómico. Para evaluar la interacción de la empresa, las poblaciones y las comunidades en general.

Para facilitar la evaluación, cada uno de estos ámbitos fue descrito en términos de descriptores, los cuales se establecen para identificar las fuentes de impacto, positivo o negativo, dentro de cada ámbito.

Para evaluar cada uno de los descriptores se diseñaron preguntas específicas que funcionan como indicadores, por medio de las cuales se

CUADRO 1

Ámbito	*Descriptores*	*Núm. de preguntas*
Entorno físico-biológico	1. Políticas y programas 2. Emisiones y desechos 3. Áreas verdes 4. Áreas naturales 5. Protección flora y fauna	30
Planta de servicio	1. Formulación de políticas 2. Consumo de agua 3. Consumo de energía 4. Consumo de productos Alimentos Limpieza y cosméticos 5. Manejo de desechos 6. Capacitación	69
Cliente externo	1. Comunicación 2. Participación 3. Habitaciones 4. Manejo de grupos 5. Medición de respuesta	19
Entorno socioeconómico	1. Beneficios económicos Directos Indirectos 2. Desarrollo cultural 3. Contribución en salud 4. Desarrollo infraestructura 5. Prevención de desastres	28

evalúa ya directamente en el campo la ejecutoria del hotel en términos de sostenibilidad.

Por ejemplo, dentro del entorno físico-biológico, uno de los descriptores seleccionado fue Emisiones y desechos, en el cual se describen todos aquellos impactos relacionados con emisiones líquidas o gaseosas que puedan provocar impactos negativos en el medio y que, por supuesto, se desea evitar.

Para evaluar entonces la situación de las emisiones en una empresa determinada se diseñaron preguntas tales como:

a) ¿Mantiene la empresa control sobre la composición de las aguas residuales?

b) ¿Cuenta la empresa con un certificado de calidad de aguas servidas emitido por el ente responsable?

c) ¿Tiene la empresa un sistema de tratamiento de aguas residuales?

Para la evaluación de cada pregunta existen sólo tres posibilidades de respuesta: Sí, No y No aplica. La evaluación de estas preguntas está a cargo de un equipo profesional de al menos cuatro miembros (cada uno con especialidad en un ámbito en particular) que visitan la empresa y hacen una evaluación exhaustiva antes de marcar en cada pregunta el resultado obtenido.

Dentro de un ámbito, cada descriptor y cada grupo de preguntas con él asociadas representan elementos de sostenibilidad que la empresa debería estar observando o cumpliendo; o, visto de otra manera, prácticas sostenibles que interesa incentivar en las empresas turísticas.

El cuadro 1 muestra la situación general de todo el sistema.

¿Cómo evalúa y categoriza el CST?

Para categorizar, el programa CST establece un sistema denominado Bandas de Sostenibilidad, medidas en una escala de 0 a 5, en la que cada número indica la posición relativa de una empresa en términos de sostenibilidad. Éste es un sistema similar al que se emplea para la categorización comercial de hoteles por medio del muy conocido sistema de estrellas.

La categorización o diferenciación respecto a las bandas está en función del porcentaje de respuestas positivas a las preguntas de cada ámbito en particular. A continuación se muestran los porcentajes necesarios para obtener cada una de las bandas.

Banda	*% cumplimiento por ámbito*
0	< 20
1	20-39
2	40-59
3	60-79
4	80-94
5	>95

En función de la idea de sostenibilidad, el cumplimiento debe ser concomitante para los diferentes ámbitos. Por ejemplo, para lograr la

banda 3 es necesario obtener 60% de respuestas positivas en el grupo de preguntas de cada ámbito. La banda en la que una empresa logre ubicarse corresponde al menor nivel alcanzado en cualquiera de los ámbitos. Por ejemplo, si una empresa logra 60% de respuestas positivas en los tres primeros ámbitos pero sólo logra 20% en lo que a entorno socioeconómico se refiere, entonces esa empresa estará ubicada en la banda 2. Con esto se pretende que las empresas avancen hacia un modelo de sostenibilidad considerando por igual la importancia de los cuatro ámbitos que entran en juego y no concentrándose en el que les parezca más importante.

Para efectos de reconocimiento se ha diseñado un logotipo particular para el programa CST, en el cual se especifica el nivel (1 a 5) que la empresa ha alcanzado en términos de sostenibilidad. Obtener el logotipo con banda 1 significa que la empresa ha dado el primer paso para integrarse al proceso de sostenibilidad. Los siguientes niveles corresponden con estadios cada vez más avanzados que culminan con la obtención de la banda 5; en dicha situación se encontraría una empresa considerada ejemplar en términos de sostenibilidad.

Las empresas podrán utilizar el logotipo para fines de comunicación, promoción o posicionamiento en el mercado turístico, situación que estará respaldada con la incorporación de este programa como un elemento importante dentro de las campañas de promoción y mercadeo del país que en el ámbito internacional realiza el Instituto Costarricense de Turismo.

Además de esto, el sistema de bandas se asocia con una estructura gradual de incentivos directos que las empresas podrán disfrutar: a mayor nivel de banda, mayores beneficios en promoción diferenciada (particular para el CST), capacitación, respaldo para participación en ferias turísticas, información y otros más.

Tanto el sistema de bandas como el de incentivos asociados pretenden promover un proceso de mejora continua en el sector empresarial que llegue a consolidarse como un elemento de diferenciación y competitividad entre las mismas empresas. Consideremos la situación de dos empresas turísticas ubicadas en la misma zona y que venden productos muy similares; una de ellas logra obtener banda 3 y la otra banda 1. Es prácticamente seguro que la empresa en banda 1 se esforzará por igualar o superar a su competidor respecto a esta característica y, por supuesto, la empresa de banda 3 se esforzará por aumentar la "ventaja" respecto a su competidor. Éste es un juego de competencia denominado "ganar-

ganar", por cuanto los factores de diferenciación tienen siempre repercusiones positivas en las mismas empresas, el entorno social, el medio ambiente, la imagen turística y otras más.

IMPLICACIONES DEL CST

En el país, el CST representa una nueva fuente de competitividad; una forma de diferenciación de la industria turística respecto a la competencia internacional, en la cual se incentiva el desarrollo de un producto turístico con una connotación de sostenibilidad, abriendo nuevas posibilidades para el mercadeo y la promoción internacional.

Por otra parte, con este programa se ataca directamente la práctica inconsecuente de algunas empresas que están abusando del concepto "eco" o "sostenible", comercializando una experiencia turística no ajustada a la realidad. Dicho sea de paso, este mal proceder genera gran desconfianza en el consumidor sobre el producto ofertado y tiene repercusiones muy serias para toda la industria. En este sentido, el CST brindará información confiable sobre cuáles empresas realmente se esfuerzan por ofrecer un producto realmente sostenible y cuáles no. Sin lugar a dudas, esto reforzará la imagen del país como destino auténticamente naturalista, con lo que aumentará considerablemente la competitividad del producto nacional.

Para el empresario turístico, el programa representa la posibilidad de contar con un nuevo elemento de diferenciación y competitividad de su producto particular, aspecto que sería plenamente reforzado en las campañas de promoción turística, nacionales e internacionales.

Aparte de esto, el programa incentiva el mejoramiento en el uso de recursos en la empresa, promoviendo el ahorro y la utilización eficiente. No cabe duda de que esto repercutirá positivamente no sólo en la calidad del producto sino también en la relación costo-beneficio en la propia empresa.

Por ejemplo, la utilización de tecnologías para el ahorro energético promueve la calidad del producto en términos de sostenibilidad y, a la vez, busca una reducción significativa en la facturación por este servicio.

En el ámbito de otros sectores productivos, el CST es un programa denominado "punta de lanza" que abre oportunidades para el desarrollo de empresas suplidoras de bienes y servicios con una orientación sostenible. La necesidad creada por el propio programa de utilizar productos

reciclables, reutilizables, naturales, dispositivos para ahorro de energía y agua, manejo de desechos, información y otros, es el detonante que abre las puertas para un nuevo mercado de productos ambiental y socialmente "amigables". Sin duda, esto favorecerá el fortalecimiento de un sector industrial que opere bajo normas sostenibles y que a mediano plazo estará en capacidad de suplir incluso las necesidades de otros sectores productivos, generando una sinergia y un balance positivo global en términos de sostenibilidad.

Aunque el programa CST está conceptualizado para toda la industria turística, la primera etapa de implementación abarcará sólo a las empresas de hospedaje. El programa es enteramente voluntario, de manera que será el propio empresario quien deba resolver si participa o no; las empresas que decidan no participar, se ubicarán en la banda 0 para efectos de comunicación e información en el campo turístico.

No existe restricción en cuanto a las características de las empresas que quieran participar, de manera que se pueden inscribir hoteles grandes, pequeños, apartoteles, condominios, entre otros. Tampoco existe restricción respecto al sitio donde se encuentren ubicados, sea ciudad, playa, montaña, y mucho menos respecto al segmento de turismo con el que trabajan, sea éste de sol y playa, ecoturismo, aventura, convenciones, etcétera.

La puesta en marcha de este programa ha estado a cargo del Instituto Costarricense de Turismo, pero la participación del sector empresarial turístico, ONG y sectores académicos ha sido muy importante y productiva. A lo largo del diseño del mismo, desde la visión general del programa hasta el diseño de las preguntas, se ha establecido un proceso muy abierto y de amplia participación que ha permitido la concertación de ideas de todos los sectores que de una u otra manera tienen relación con el turismo.

Para la implementación del programa se está instalando un Comité Técnico Nacional, con la participación del ICT y de otras entidades como ONG en el campo social y ambiental y organizaciones turísticas, todas ellas de renombre internacional, el cual tendrá bajo su reponsabilidad administrar el programa y velar por su correcta ejecución. Con esto se pretende asegurar un manejo imparcial y correcto del programa y garantizar, tanto en el ámbito nacional como en el internacional, la confianza y el reconocimiento sobre los resultados del CST. Este mismo comité será el encargado de revisar periódicamente las referencias usadas en el programa para que no se convierta en una categorización estática, sino