

**ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA
REPÚBLICA DE COSTA RICA**

PROYECTO DE LEY

**LEY PARA INCENTIVAR LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA EN EL TURISMO**

VARIOS SEÑORES DIPUTADOS

EXPEDIENTE N.º 16.389

**DEPARTAMENTO DE SERVICIOS
PARLAMENTARIOS**

PROYECTO DE LEY

LEY PARA INCENTIVAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL TURISMO

Expediente N.º 16.389

ASAMBLEA LEGISLATIVA:

La actividad turística generó poco más de \$1.589.5 millones de dólares, en el 2005 y se recibieron cerca de 1.729.000 turistas, lo que evidencia la importancia que tiene esta actividad para nuestro país, en materia económica y social.

A pesar de cifras tan positivas, no se ha logrado traducir este éxito en acciones concretas que permitan reducir problemas estructurales tales como: inseguridad ciudadana, pobreza, explotación sexual comercial de personas menores de edad. Además, existe poca señalización turística, deficitaria cobertura telefónica, carencia de infraestructura adecuada, entre otros. Es por eso que no podemos pensar en un turismo pleno si las dificultades apuntadas continúan creciendo y estancando el desarrollo del país, limitando las posibilidades de inversión y redistribución de la riqueza.

Si nos preguntáramos: ¿Cuál es el porcentaje de la población que logra participar de ese volumen de dinero en circulación?.

Quizá si tuviéramos un estudio que nos diera la respuesta exacta, nos embargaría una gran tristeza, al saber que la mayor parte de los recursos queda en manos de unos pocos.

La industria turística, demanda crecimiento, pero este debe ser ordenado y sostenible, procurando obtener de ella la mayor gama de beneficios para nuestro pueblo. Sin embargo, no podemos obviar que en la búsqueda de un turismo sostenible, hay circunstancias que deben ser resueltas de forma previa, para lo cual se requiere un apoyo decidido del sector empresarial.

La llave maestra para lograr el desarrollo del turismo positivo es la adopción por parte de las empresas turísticas de la responsabilidad social corporativa, la cual se puede definir como el compromiso que asume una empresa de ser socialmente responsable, contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental, trabajando con los empleados, sus familias, comunidad local y la sociedad en general para mejorar la calidad de vida de las personas. Es una nueva manera de entender la gestión empresarial y su relación con la sociedad, con triple visión (económica, social y medioambiental).

La Responsabilidad Social Empresarial, significa que la empresa, siendo como es un ente cuyo objetivo es maximizar su rentabilidad y utilizar de la manera

más eficiente los recursos disponibles, puede llegar a ello compartiendo con la comunidad esos beneficios a fin de obtener, a la postre, una mayor rentabilidad.

En este sentido, las compañías, además de asumir su responsabilidad como un agente de la comunidad de la que se lucran y benefician, asume su responsabilidad por interactuar con el resto de componentes. La empresa recibe mucho del entorno comunitario con el que se relaciona -turistas, proveedores, empleados, ciudadanos y Gobierno-, por tanto, la empresa posee la responsabilidad de, además de cumplir con la legislación y crear empleo, desarrollarse conforme a un comportamiento ético de buen gobierno.

Es entonces, la Responsabilidad Social Corporativa turística un factor estratégico por excelencia que ayuda a la perdurabilidad del negocio en el tiempo. Se podría afirmar que es un modelo de organización empresarial basado en hacer bien las cosas y que refuerza el valor de la marca del servicio turístico.

En ese sentido, algunos aspectos fundamentales que debe implementar el empresario para aplicar la RSC son según el Pacto Mundial¹:

- a) Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional; y evitar verse involucradas en abusos de los derechos humanos.
- b) Respetar la libertad de asociación, eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio, abolición efectiva del trabajo infantil, eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.
- c) Apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales, adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental, alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

Aunque la responsabilidad principal de las empresas consista en generar beneficios económicos, se puede contribuir al mismo tiempo al logro de objetivos sociales y medioambientales, integrando la responsabilidad social como inversión estratégica en el seno de su táctica empresarial, sus directivos, sus instrumentos de gestión y sus actividades.

Cuando se implementa la Responsabilidad Social Corporativa por parte de una empresa, ocurre una transformación general y entonces las comunidades de vecinos desee albergar esa empresa, los turistas quieren consumir los servicios que esa empresa ofrece, los proveedores procuran servir a la empresa y los empleados quieren trabajar en la compañía no es una utopía, se trata únicamente

¹ <http://www.pactomundial.org/index.asp>.

de Responsabilidad Social Corporativa en el sector turismo. Porque *El que da, recibe.*

Esta visión requiere que el empresario turístico, productor de servicios, sea conciente de que donde quiera que se ubique su negocio, siempre habrá una comunidad con necesidades y será su decisión convertirla en aliada del proceso de servicio al turista, y otorgarle así, la oportunidad a sus integrantes de superarse.

Un aspecto medular de la responsabilidad social corporativa es la vigilancia que deben ejercer los tres actores del proceso (empresario, comunidad y turista) para evitar la práctica de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes, la cual es un contaminante letal que ronda la industria turística. Se debe cortar la oferta y buscar las causas que provocan esta. Es evidente que si no se detiene la demanda, seguirá existiendo la oferta, debido a la difícil situación económica del país. En esta tarea, la sensibilización para dar a conocer a la gran parte de la sociedad la existencia de este tipo de demanda y oferta, primero se debe reconocer que existe el problema y, luego, se debe presionar a la administración, empresas y a la propia opinión pública para que asuma una posición de denuncia.

Ante este tema tan difícil tenemos que apelar a la concientización, responsabilidad ciudadana, responsabilidad social empresarial, legislación rigurosa, y a cualquier mecanismo que nos permita convertir la denuncia oportuna en la principal herramienta para enfrentarla.

En este sentido, la introducción del marketing social, que implique la responsabilidad social de las organizaciones, tendiente a orientar a turistas, sobre lo que pueden o no pueden hacer y las penas existentes. La acción debe iniciar en la promoción turística, indicando en los folletos que determinados comportamientos no van a ser tolerados y en el mismo destino, donde todos los que participan de la actividad turística deben saber que no tiene que facilitar determinados servicios, lo anterior se encuentra contemplado en el Código Ético Mundial para el Turismo.

Otro pilar esencial de la responsabilidad social corporativa en el turismo, es el derecho al turismo que tienen las personas, estatuido en el Código Ético Mundial para el Turismo, el cual señala en su artículo 7 lo siguiente:

“Artículo 7.- Derecho al turismo

1. La posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento de las riquezas de nuestro mundo constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta. La participación cada vez más difundida en el turismo nacional e internacional debe entenderse como una de las mejores expresiones posibles del continuo crecimiento del tiempo libre, y no se le opondrá obstáculo ninguno.

2. *El derecho al turismo para todos debe entenderse como consecuencia del derecho al descanso y al ocio, y en particular a la limitación razonable de la duración del trabajo y a las vacaciones pagadas periódicas, que se garantiza en el artículo 24 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en el artículo 7.d del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales.*

3. *Con el apoyo de las autoridades públicas, se desarrollará el turismo social, en particular el turismo asociativo, que permite el acceso de la mayoría de los ciudadanos al ocio, a los viajes y a las vacaciones.*

4. *Se fomentará y se facilitará el turismo de las familias, de los jóvenes y de los estudiantes, **de las personas mayores y de las que padecen minusvalías**².*

Por ello reconocemos y felicitamos a todos aquellos empresarios turísticos que han adoptado el Código de Ética como instrumento fundamental para el desarrollo de su actividad económica.

Resulta indudable que nuestro país, a pesar de estar muy avanzado en el área turística, no ha diseñado una política social para que los grupos vulnerables tengan acceso real a este. Como se indica en la justificación del Código Ético Mundial para el Turismo *“Profundamente convencidos de que, gracias al contacto directo espontáneo e inmediato que permite entre hombres y mujeres de culturas y formas de vida distintas, el turismo es una fuerza viva al servicio de la paz y un factor de amistad y comprensión entre los pueblos”*.

Sin embargo, resulta necesario diseñar nuevos mecanismos para que los empresarios turísticos adquieran conciencia de que más que un negocio, el turismo es un dinamizador de la paz y un factor de amistad, por lo que en la medida en que se comparta con los que menos tienen, mejorará el sitio en el que se desarrolla el negocio.

Debemos redoblar esfuerzos para mejorar cada día más, el ambiente en el cual se desarrollan todas las actividades relacionadas con el turismo en nuestro territorio.

Hemos avanzado, el país no se ha quedado rezagado en el tema de incentivar a las empresas turísticas para que mejoren el acercamiento con el medioambiente y la sociedad, y así, ofrezcan un producto turístico sostenible. En este sentido, se emitió el Reglamento para el otorgamiento del Certificado de Sostenibilidad Turística, Decreto Ejecutivo N.º 27235-MEIC-MINAE, de 22 de mayo de 1998, publicado en La Gaceta de 26 de agosto de ese mismo año. Sin embargo, la sostenibilidad es un concepto más asociado al tema ambiental y que se demuestra a largo plazo. Se hace necesario procurar legislación que regule el tema de la responsabilidad social corporativa en el turismo, concepto más integral y cuyos resultados son visibles a corto y mediano plazo.

² Léase correctamente “adultos mayores y quienes presentan una discapacidad”.

Por lo anteriormente expresado, pretendemos generar una visión distinta de la actividad turística. En este proyecto, se introduce el concepto de responsabilidad social corporativa en el turismo, para lo cual se acreditará a las empresas que la apliquen, otorgándoseles un certificado turístico de Responsabilidad Social Corporativa, los requisitos para obtenerla; se establecen los objetivos de esta. Las empresas, que obtengan el certificado de RSCT tendrán una serie de beneficios competitivos. Se crea la Oficina de Responsabilidad Social Empresarial en el ICT, la cual será la encargada de llevar un Registro Nacional de Empresas Responsables; y además, la de evaluar a las empresas que deseen la acreditación.

Además, se introduce el concepto de turismo social. También, se reforma la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo, para darle una nueva función, promover la responsabilidad social empresarial.

Finalmente, se adicionan algunos artículo a la Ley de la Industria Turística, para paliar el problema de la explotación sexual comercial de personas menores de edad. También, se propone adicionar un artículo al Código Penal, con el fin de inhabilitar para el ejercicio del comercio de tres a diez años, al empresario turístico que facilite o promueva la explotación sexual comercial de personas menores de edad.

Este proyecto, sin lugar a dudas, motivará a los empresarios turísticos a conducir sus empresas con responsabilidad social y logrará impactar positivamente a las y a los costarricenses.

Por todo lo anterior, se somete al conocimiento y aprobación de la Asamblea Legislativa el presente proyecto de ley denominado “Ley para incentivar la Responsabilidad Social Corporativa Turística”.

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA
DECRETA:

**LEY PARA INCENTIVAR LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA TURÍSTICA**

**Capítulo I
De la Responsabilidad Social Corporativa Turística**

ARTÍCULO 1.- **Ámbito de aplicación.** La presente Ley regula la aplicación de la responsabilidad social corporativa en la industria turística, en adelante se entenderá con las siguientes siglas (RSCT).

ARTÍCULO 2.- **Definición.** La RSCT se define como el cumplimiento de los deberes legales, económicos propios de la empresa, y la adopción del compromiso de ser socialmente responsable con criterios de sostenibilidad, contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental, trabajando con los empleados, sus familias, comunidad local y la sociedad en general para implementar conjuntamente proyectos de desarrollo social.

ARTÍCULO 3.- **Los objetivos de la RSCT son los siguientes:**

- a) Crear un elemento distintivo de competitividad en las empresas que integran el sector turístico tanto en el ámbito nacional como el internacional.
- b) Integrar una base de datos confiables sobre las empresas turísticas que acojan este modelo de gestión.
- c) Reconocer la importancia de la comunidad local huésped y su derecho a ser protagonista del desarrollo turístico sustentable.
- d) Incentivar a las empresas a trabajar para favorecer el intercambio entre la industria del turismo, las comunidades locales y los turistas.
- e) Involucrar a todos los actores del proceso para erradicar la explotación sexual comercial de personas menores de edad.
- f) Desarrollar el turismo responsable como medio de lucha contra la pobreza.
- g) Implementar el turismo social.
- h) Informar a los turistas que por sus actos y actitudes, pueden favorecer a desarrollar las zonas.
- i) Crear un compromiso de todos los agentes en el desarrollo de la zona en un comercio justo, reduciendo las fugas o filtraciones de la economía local, centrándose en la cadena de distribución con el fin de asegurar que el turismo tenga un efecto multiplicador de riqueza suficiente.

- j) Formar y sensibilizar la opinión pública en relación con el turismo responsable.

ARTÍCULO 4.- Certificado. Créase el Certificado Turístico de la Responsabilidad Social Corporativa que pretende la certificación y clasificación de compañías, de acuerdo con el nivel en que su operación responda a un modelo de RSCT. Este certificado será simbolizado por una guaria morada, que se ubicará en las afueras del establecimiento.

ARTÍCULO 5.- Registro Nacional de Empresas Responsables. Créase el Registro Nacional de Empresas Responsables, el cual se llevará en el Instituto Nacional de Turismo, podrán formar parte de este, todas aquellas empresas del sector turismo que deseen adoptar una nueva forma de hacer turismo.

El Instituto Costarricense de Turismo articulará con las instituciones públicas y privadas para el diseño de programas de capacitación sobre RSCT, dirigidos a todos aquellos empresarios inscritos en el Registro Nacional de Empresas Responsables.

ARTÍCULO 6.- Creación de la Oficina de RSCT. Créase la Oficina de Responsabilidad Social Corporativa Turística, en el Instituto Costarricense de Turismo, la cual será la encargada de manejar el programa de RSCT, facultándosele para ejecutar, supervisar y auditar a las empresas que deseen acreditarse como empresa con RSCT.

Además, esta oficina llevará el Registro Nacional de Empresas Responsables.

Le corresponderá recibir las propuestas para la ejecución y operación del turismo social.

ARTÍCULO 7.- Requisitos para la acreditación. Las empresas que deseen optar por el certificado de RSCT, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Reconocer la importancia de la comunidad local y su derecho a ser protagonista del desarrollo turístico sustentable.
- b) Demostrar que durante un año a formado parte del Registro Nacional de Empresas Responsables.
- c) Introducir un programa de responsabilidad Social Empresarial.
- d) Rendir un informe anual transparente sobre los resultado de la aplicación de la RSC.
- e) Desarrollar proyectos comunitarios, que promuevan el compromiso, integración, participación y el crecimiento de los actores involucrados en la zona huésped.
- f) Favorecer el intercambio entre la empresa, comunidad local y los turistas.

- g) Ejecutar acciones para la no tolerancia de la explotación sexual comercial de personas menores de edad, en su establecimiento.
- h) Promover un programa de desarrollo personal entre los empleados.
- i) Implementar el turismo social, mediante el otorgamiento de paquetes gratuitos o precios preferenciales para grupos vulnerables.
- j) Política de medio ambiente, salud y seguridad.
- j) Informar a los turistas que por sus actos y actitudes, pueden favorecer a desarrollar las zonas.

Además, los requisitos que se señalen en el Reglamento de esta Ley.

ARTÍCULO 8.- Beneficios. Las empresas, que obtengan el certificado de RSCT, tendrán los siguientes beneficios:

- a) Promoción preferencial a nivel nacional e internacional, en ferias turísticas y apoyo integral para la participación en estas.
- b) En el caso de establecimiento de hospedaje obtendrán una estrella en la categorización, si ya tuvieren cinco estrellas, la guaria que simboliza la acreditación será dorada. Las demás empresas turísticas tendrán un reconocimiento de calidad.
- c) Prioridad en los programas de capacitación para incorporarse en un proceso de mejora continua.
- d) Preferencia en el apoyo técnico y logístico para la participación de las empresas en ferias turísticas nacionales e internacionales.
- e) Asesoría turística.
- f) Todos aquellos beneficios que el Instituto pueda gestionar ante otros organismos.

ARTÍCULO 9.- Reevaluación. La empresa que obtenga la certificación de RSCT, deberá solicitar una nueva evaluación cada dos años.

ARTÍCULO 10.- Cancelación de la certificación. La certificación de RSCT se cancelará cuando:

- a) Se utilice la certificación para fines distintos para la que fue otorgada.
- b) Incumplan las medidas ambientales, sociales y económicas para preservar la certificación.
- c) Cuando no se solicite la reevaluación.

Para cancelar la certificación de RSCT a una empresa se deberá seguir el procedimiento ordinario regulado en la Ley General de la Administración Pública.

ARTÍCULO 11.- Autorización. Autorízase a la Autoridad Presupuestaria a crear las plazas necesarias para el correcto funcionamiento de la Oficina de Responsabilidad Social Corporativa Turística, de acuerdo con solicitud expresa del Ministro de Turismo.

Capítulo II Turismo Social

ARTÍCULO 12.- Definición. El Turismo social se puede entender como todos aquellos instrumentos y medios, por medio de los cuales se otorgan facilidades para que las personas de recursos limitados y con discapacidad viajen con fines recreativos, deportivos o culturales en condiciones adecuadas de economía, accesibilidad, seguridad y comodidad.

El Instituto Costarricense de Turismo concretará una eficaz coordinación con las entidades públicas, gobiernos locales y Sector Privado, para que se genere una acción social y privada para el desarrollo ordenado del turismo social.

El Ministerio de Educación Pública, coordinará con el Instituto Costarricense de Turismo, campañas de concientización turística dirigidas a las personas menores de edad, tanto en escuelas como colegios públicos y privados del país, en relación con la importancia que tiene el turismo para desarrollo de las personas y del país.

ARTÍCULO 13.- Obligación del Estado. El turismo social y la recreación para la población es un servicio promovido por el Estado, con el propósito de elevar el desarrollo integral y la dignidad de la persona. El Estado promoverá espacios para el desarrollo de la cultura popular.

ARTÍCULO 14.- Promoción del turismo social. El Instituto Costarricense de Turismo, con apoyo y en coordinación con las dependencias y entidades competentes, promoverá la constitución y operación de empresas miembros del sector social, que tengan por objeto la prestación de servicios turísticos accesibles a la población. Asimismo, promoverá la conjunción de esfuerzos para mejorar la atención y desarrollo de aquellos lugares en que pueda ser susceptible elevar su nivel económico de vida, mediante la industria turística.

ARTÍCULO 15.- Suscripción de acuerdos. El Instituto Costarricense de Turismo, será el encargado de promover la suscripción de acuerdos con prestadores de servicios turísticos por medio de los cuales se determinen precios y condiciones adecuados, así como paquetes que hagan posible el cumplimiento de los objetivos del turismo social en beneficio de grupos obreros, campesinos, infantiles, juveniles, magisteriales, de personas con discapacidad y estudiantes.

El Poder Ejecutivo reglamentará los planes de servicios y descuentos especiales en materia de turismo.

ARTÍCULO 16.- Turismo social para el Sector Público. Las instituciones del Sector Público promoverán entre sus trabajadores el turismo social.

Capítulo III Reformas a otras leyes

ARTÍCULO 17.- Adiciónase un inciso nuevo al artículo 5 de la Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo, N.º 1917, de 30 de julio de 1955, el cual se leerá de la siguiente manera:

“Artículo 5.- El Instituto tendrá las siguientes funciones:

[...]

Promover la responsabilidad social empresarial en la industria turística.

[...]”

ARTÍCULO 18.- Adiciónase un nuevo artículo y se corra la numeración a la Ley de la Industria Turística, N.º 2706, de 2 de diciembre de 1960, el cual se leerá de la siguiente manera:

“Artículo 2.- Los empresarios turísticos deberán incluir en toda propaganda con fines promocionales la siguiente leyenda: “La explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes es un delito que se castiga con cárcel”. Además, esta leyenda deberá traducirse al idioma inglés y ser incluida en toda página web que promocióne a Costa Rica como destino turístico.

El que incumpla con lo establecido en este artículo será castigado con una multa de 20 salarios base.

La denominación "salario base", contenida en este artículo, corresponde al monto equivalente al salario base mensual del "Oficinista 1" que aparece en la relación de puestos de la Ley de Presupuesto Ordinario de la República, aprobada en el mes de noviembre anterior a la fecha de consumación de la falta. Dicho salario base regirá durante todo el año siguiente, aun cuando el salario que se toma en consideración, para la fijación, sea modificado durante ese período. En caso de que llegaren a existir, en la misma Ley de Presupuesto, diferentes salarios para ese mismo cargo, se tomará el de mayor monto para los efectos de este artículo.

Las sanciones serán impuestas por el Instituto Costarricense de Turismo, y el dinero que se recaude será destinado a impartir cursos de sensibilización sobre la no tolerancia de la explotación sexual comercial de personas menores de edad. Los cursos se impartirán en las comunidades de mayor auge turístico del país.”

ARTÍCULO 19.- Incorpórase al Libro Segundo, Título Tercero, Sección Quinta del Código Penal de la República de Costa Rica, el artículo 188 ter, el que se leerá de la siguiente manera:

“Artículo 188 ter.- Será sancionado con la inhabilitación para el ejercicio del comercio de tres a diez años, el empresario dedicado a la actividad turística, en áreas tales como, agencias de viajes, hotelería, aerolíneas, tour operadores, transporte terrestre que promoviere o facilitare la explotación sexual comercial de personas menores de 18 años.”

Rige a partir de su publicación.

Ana Helena Chacón Echeverría

Lorena Vásquez Badilla

Jorge Eduardo Sánchez Sibaja

José Luis Vásquez Mora

Bienvenido Venegas Porras

DIPUTADOS

6 de octubre de 2006.

NOTA: Este proyecto pasó a estudio e informe de la Comisión Permanente Especial de Turismo.