

PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL



POLÍTICAS IL VIAGGIO TRAVEL



Plan de Responsabilidad Social y Ambiental
Agencia de Viajes Receptiva Il Viaggio Travel

1. Introducción

La agencia de viajes se encuentra inmersa en una red de interrelaciones humanas socio- económicas que se llama sociedad. Desde la perspectiva de la Responsabilidad Social y Ambiental Il Viaggio Travel debe ser consciente de la importancia vital y la fragilidad de las conexiones que se establecen y de la necesidad de que los intercambios sean fluidos y sin problemas. Il Viaggio a lo largo del tiempo y el desarrollo económico ha adquirido un gran poder e influencia social, así como la capacidad para tomar decisiones de largo alcance e impacto social gracias al tiempo de funcionamiento y las diferentes labores que realizan en la zona.

De igual manera, IL VIAGGIO es promotora de la imagen de nuestro país hacia el extranjero al difundir a través de anuncios en diarios, revistas, radio, y, ahora en internet, nuestra cultura y naturaleza a los ciudadanos del mundo, reflejando en sus mensajes el valor que damos a nuestros recursos y atractivos.

2. Il Viaggio Travel

Il Viaggio Travel es una agencia de viajes receptiva con 5 años de experiencia. Desde 2006, trabajan en las oficinas que se encuentran ubicadas en Escazú, ofreciendo amplia experiencia y buena reputación de en la industria del turismo, teniendo esa experiencia como el respaldo para ofrecer la alta calidad y personalización en los servicios que se ofrecen. La agencia no cuenta con paquetes preestablecidos, por lo que, por el momento se marcan paquetes hechos a la medida.

Los empleados se esfuerzan por lograr la satisfacción total de los clientes creando una atmósfera de orgullo y así como servicio de clase mundial. El servicio al cliente es esencial para brindar a los clientes un servicio de primera calidad y lo más importante, personalizado y hecho a la medida.

Las tres funciones básicas que realiza la agencia de viajes Il Viaggio Travel:

Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

- **Asesoramiento:** A diferencia de otros no hay que pagar cantidad alguna para recibirlo. Mediante el asesoramiento se informa al cliente de toda la oferta de la que dispone la agencia de viajes. Hay que ser lo más imparcial posible con el cliente cuando se da esta información, por lo que no hay que vender lo que el empleado quiere sino lo que el cliente ha venido a buscar. Un buen asesoramiento puede fidelizar a un cliente que es el objetivo de la empresa.

- **Intermediar:** La agencia funciona como intermediaria cuando organiza o gestiona un servicio turístico en nombre de uno de sus proveedores. Esta función es la que define de por sí una agencia de viajes. Entre los servicios en los que las agencias intermedian destacan:

- Alquiler de alojamiento (ofertas no hoteleras).
- Reservar habitaciones y otros alojamientos.
- Alquiler de coches (con o sin choferes).
- Reservar o vender paquetes turísticos o programas turísticos.
- Reservar entradas para museos, teatros y otros espectáculos.
- Contratar servicios de guías.
- Organizar actividades deportivas.

- **Organizar:**

Se entiende por organizar al hecho de montar los programas turísticos. Se puede decir que una agencia está organizando un viaje cuando este consta de diferentes visitas, diferentes ciudades o pueblos a visitar y se le pone un precio a todo el conjunto. Así que organizar también implica conocer la oferta turística y las actividades a poder realizar en la zona.

Misión

Brindar servicios turísticos de calidad, mediante una alianza sostenible integral, con nuestras comunidades, nuestros colaboradores, nuestro medio ambiente y nuestros socios.

Visión

Convertirnos en una de las mejores compañías operadoras turísticas a nivel nacional de forma sostenible y en concordancia con el medio.



Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

Al ser intermediaria, mantiene una relación con muchas de las actividades turísticas que componen el sector turismo, por lo que se convierte en un agente importante e impactante de la responsabilidad social y ambiental en los proveedores.

3. Auto diagnóstico

3.1 Análisis del punto de partida

La apuesta por la adopción de un nuevo modelo de gestión empresarial basado en criterios de Responsabilidad Social Empresarial de Il Viaggio Travel es firme. Según las respuestas obtenidas, la agencia refleja una estrategia eficaz en Responsabilidad Social y Ambiental, se recomienda una evaluación constante de los diferentes programas de buenas prácticas y Responsabilidad Social y Ambiental para detectar las áreas o aspectos que no están presentando un alto grado de eficacia, o incluso, ámbitos en los que todavía no se ha implantado ninguna medida, y que forman parte también de la Responsabilidad Social y Ambiental, y que convertirían a la agencia en un referente de esta temática dentro de la actividad turística.

Un modelo integral de RSA es un proceso largo y gradual, y que afecta al ámbito interno y externo de la empresa. La agencia ha logrado llegar a este punto gracias a las diferentes certificaciones que ha aplicado: Certificación de Sostenibilidad Turística (CST) y Rainforest Alliance (RA). La agencia comenzó con la estrategia introduciendo medidas en el ámbito interno, que son las medidas que afectan principalmente a los recursos humanos de la agencia en temas de Responsabilidad Social por ejemplo, con la aplicación de medidas de conciliación de la vida personal, familiar y laboral y las políticas de Igualdad de Oportunidades entre hombres y mujeres en el empleo, como iniciativas fundamentales.

En las medidas de responsabilidad que afectan al ámbito externo de la agencia, también hay cierta experiencia, estas son las iniciativas que afectan a la relación con los socios comerciales y proveedores, con el entorno local, con las actividades en el marco internacional, con la defensa de los ecosistemas, la defensa de la niñez, programas de reciclaje y la relación con la comunidad. Aplicar estas medidas hace que la agencia mejore la percepción que de ella tenga sus consumidores/as actuales y potenciales, a la vez que, por otro lado, es un elemento diferenciador que sirve para posicionar a la agencia en un lugar destacado y en un modelo a seguir dentro de la Responsabilidad Social y Ambiental Empresarial.

Este bagaje tan importante se puede aprovechar para difundir sus experiencias en otras empresas turísticas de la cadena de abastecimiento para que aspiren a seguir un camino de Responsabilidad Social en su actividad productiva, es decir, están en situación de servir de ejemplo para otra iniciativas.

3.2 Conocer la necesidades de los grupos de interés

Por medio de reuniones y de encuestas se logra determinar las necesidades y expectativas de los grupos de interés reflejados en la tabla 1.

Tabla 1: Necesidades y expectativas de los grupos de interés

Grupos de interés	Necesidades y expectativas de los grupos de interés
Accionistas/ Inversionistas	<i>Obtener una eficiencia y rentabilidad de su inversión. Sobretudo solicitan gestión ética y transparencia.</i>
Recursos Humanos	<i>Buen clima laboral, ambiente de trabajo saludable, seguridad en el trabajo, beneficios y servicios que mejoren la calidad de vida.</i>
Clientes/Turistas	<i>Variedad de servicios, trato amable, conocimiento de las rutas y destinos, así como del país, manejo de diferentes idiomas, respeta hacia el medio ambiente y la cultura, socialmente responsable y a buen precio.</i>
Proveedores	<i>Venta de sus servicios, relaciones duraderas en el tiempo, cooperación entre empresas.</i>
Entorno local	<i>Contribución al bienestar social, creación de empleo, apoyo a actividades de la comunidad.</i>
Autoridades turísticas	<i>Participación en las ferias internacionales, cumplimiento de los requisitos de responsabilidad social, colaboración para otras empresas turísticas en la implementación de medidas de responsabilidad social y ambiental, colaboración con el área de influencia.</i>

Fuente: Elaboración de la autora

3.3 Definir responsabilidades asumibles

- a) **Responsabilidades primarias:** minimización de residuos provocados por los tours, procurar el crecimiento y la continuidad de la empresa, crear productos turísticos de acuerdo a los altos estándares de la agencia.
- b) **Responsabilidades secundarias:** las medidas que persiguen el logro de un equilibrio entre la vida personal, laboral y familiar del recurso humano, la formación del mismo, atender a sus posibles necesidades, contribuir a mejorar el medio ambiente, facilitar ayuda a los proveedores para una mejor calidad de su servicio y una mayor profesionalización.
- c) **Responsabilidad terciaria:** colaboraciones con entidades en pro del medioambiente, actividades extra curriculares, contribuir a la mejora del entorno sociocultural.

4. Plan de Acción

4.1 Objetivos

Los objetivos de este plan de acción son:

- 🌱 Contribuir al Desarrollo Sostenible Local y Global observando los principios de transparencia, cumplimiento del marco legal (nacional e internacional), diálogo, igualdad, solidaridad y justicia en materia medioambiental, social, laboral y de derechos humanos.
- 🌱 Satisfacer a las partes interesadas o agentes vitales con los que se interrelaciona la empresa.
- 🌱 Orientarse a la creación de valor a largo plazo.
- 🌱 Integrar en las decisiones de gestión empresarial los aspectos de RSC
- 🌱 Dar a la RSC un carácter estratégico en los procesos de la agencia así como de sus proveedores.

4.2 Ámbitos de actuación

- a) Económico: Relación con los clientes y proveedores, adaptación al cambio y maximización de utilidades.
- b) Social: relación más cercana con el entorno local, capacitación al personal y al entorno local, igualdad de oportunidades.

Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

- c) Medio ambiente: contribución a la protección de medio ambiente, educación en prevención de daños al medio ambiente.

4.3 Medidas a realizar

Tabla 2: Áreas de actuación

Ámbito de actuación	Principales grupos de interés	Aéreas de Actuación	Plazo
Económico	Accionistas	Maximización de las utilidades. Adecuación al cambio	1 año
	Clientes	Producto turístico bien conocido y de calidad	1 año
	Proveedores	Relación transparente y cooperación entre empresas	1 año
Social	Entorno local	Participación en actividades y reuniones del entorno local,	1 año
	Recursos humanos	Igualdad de oportunidades	6 meses
Medio Ambiente	Autoridades turísticas	Capacitación sobre sostenibilidad y responsabilidad ambiental	6 meses
	Entorno local	Prevención de daños ambientales	6 meses
	Clientes	Contribución a la conservación del medio ambiente	1 año

Fuente: Elaboración de la autora

5. Aplicación de medidas

1. AMBITO ECONOMICO			
1.1 Maximización de las utilidades			
PROPUESTA	COSTO	BENEFICIO	GRUPO DE INTERES

Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

Incorporación de TIC's (Tecnologías de la información y la Comunicación) necesarias para la gestión y transformación de la información	Gasto destinado a la compra de TIC's y su mantenimiento Coste en formación del personal empleado en la utilización de TIC's	Mayor grado de modernización de la empresa. Aumento de la eficacia en la producción y en la obtención de la información	Accionistas
Inversión I+D+I. Destinar parte de los beneficios a la investigación para obtener inteligencia turística. Identificar las necesidades de los clientes internos y externos a través de alianzas estratégicas y una comunicación más fluida.	Compra de software para la obtención de la información. Personal destinado a la implementación del sistema. Tiempo de investigación y aprendizaje. Gasto destinado a la organización de reuniones, llamadas telefónicas. Gastos derivados de las estrategias. Gastos de estudio de perfiles laborales	Disponer de información más clara y en cantidad para tomar mejores decisiones en cuanto a competitividad Reducción de conflictos. Gastos compartidos en las alianzas. Mejora del producto turístico. Mayor nivel de ventas.	Recursos Humanos, Accionistas
Ofrecer a personal de hoteles y aeropuerto, información clara, veraz y transparente acerca de la agencia	Gasto en material publicitario. Gasto en comisiones	Impacto positivo en la imagen de la agencia. Crecimiento en ventas. Fidelización y confianza de los agentes.	Recursos Humanos, Proveedores, Clientes, Entorno Local
1. AMBITO ECONOMICO			
1.2 Adecuación del cambio			
PROPUESTA	COSTO	BENEFICIO	GRUPO DE INTERES

Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

Innovación de los productos turísticos	Gasto por el desarrollo del producto turístico y su publicidad. Coste del personal de investigación y desarrollo	Ampliación del catálogo de productos turísticos. Mayor ingreso	Recursos Humanos, Accionistas
Acceder a mercados ascendentes y nuevos	Costo por investigación del mercado. Costo para viajes a los mercados potenciales, para alianzas y promoción	Mayor ingreso. Ampliación del mercado meta.	Recursos Humanos, Accionistas, Proveedores, Clientes
Pertenecer a los grupos de toma de decisiones del país y ejercer influencia positiva.	Costo por organización de reuniones y de actividades.	Pertenecer a grupos de influencia. Beneficios mayores.	Autoridades Turísticas. Accionistas

2. AMBITO SOCIAL

2.1 Participación del entorno local

PROPUESTA	COSTO	BENEFICIO	GRUPO DE INTERES
Conocer la opinión, inquietudes y expectativas de las personas que conforman el entorno local.	Costo de realización de este tipo de estudios por parte de la agencia. Tiempo dedicado a analizar las propuestas. Costo derivado de las mejoras propuestas.	Mejora del clima local. Reducción de conflictos. Mayor compromiso desde y hacia la comunidad. Sentido de pertenencia	Accionistas, Entorno local

Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

Desarrollar prácticas en centros educativos que favorezcan la integración de jóvenes y se preparen acerca del medio ambiente.	Costo del período de aprendizaje	Impacta positivamente en la imagen pública de la agencia. Mejora la posibilidad de empleo y la responsabilidad hacia el medio ambiente	Entorno local
Animar al personal en la participación de actividades locales y eventos sociales de la zona.	Horas en las que el personal empleado no está produciendo	Impacta positivamente en la imagen pública de la compañía. Incrementa la provisión de voluntarios. Consigue una mayor conciencia de los empleados.	Entorno local
Brindar apoyo económico a proyectos y actividades de la comunidad como obras benéficas, patrocinios, entre otros.	Cifra concreta que se decida destinar a esta actividad	Impacta positivamente en la imagen pública. Atrae nuevos clientes y refuerza la fidelidad hacia la marca de la agencia. Mayor cohesión entre diferentes empresas con los proyectos conjuntos que pueden derivar en colaboraciones o de otro tipo en el futuro. Aumenta el atractivo de la empresa	Entorno local

2. ÁMBITO SOCIAL

Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

2.2 Igualdad de oportunidades

PROPUESTA	COSTO	BENEFICIO	GRUPO DE INTERES
Aplicar criterios claros y objetivos en el proceso de selección (nivel de estudios, experiencia, evitar preguntas personales no relacionadas con el puesto que se quiere llenar)	Tiempo dedicado a la elaboración de un plan enfocado a eliminar la discriminación en los procesos de selección.	Impacta positivamente en la imagen pública de la agencia. Garantiza un proceso de selección justo. Contribuye a fortalecer la igualdad de oportunidades. Previene la discriminación por razones de sexo, orientación sexual, religión, entre otros.	Recursos Humanos

3. ÁMBITO MEDIO AMBIENTAL

3.1 Capacitación sobre sostenibilidad y responsabilidad ambiental

PROPUESTA	COSTO	BENEFICIO	GRUPO DE INTERES
Formar al personal de los diferentes grupos de interés sobre la minimización y correcta gestión de los residuos y la contaminación.	Costo de organización o participación. Horas en las que el personal no está produciendo. Costo del capacitador experto en el tema.	Imagen pública. Contribución a la protección del medio ambiente	Recursos Humanos. Autoridades Turísticas.

Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

Realización de campañas de concientización que proteja el medio ambiente.	Horas en la que el personal no está produciendo. Costo de la contratación de un experto en el tema.	Mejores procedimientos de protección al ambiente. Minimiza los costos de operación. Impacto de la imagen de la empresa.	Recursos Humanos. Accionistas. Autoridades Turísticas
Actualización constante sobre el tema de medio ambiente y desarrollo sostenible.	Costo de la participación y del viaje si fuese en el extranjero	Imagen pública. Contribución a la protección del medio ambiente	Recursos Humanos. Autoridades Turísticas. Accionistas

3. ÁMBITO MEDIO AMBIENTAL

3.2 Prevención de daños ambientales

PROPUESTA	COSTO	BENEFICIO	GRUPO DE INTERES
Formar al personal sobre la minimización y correcta gestión de los residuos y contaminación	Horas en las que el personal no está produciendo. Costo servicio de formación prestado por una persona experta en temas medioambientales.	Reducción de costos a corto plazo. Contribución a la protección del medio ambiente.	Entorno local. Recursos Humanos
Realizar una buena gestión de rutas evitando las zonas congestionadas	Compra de GPS para los vehículos turísticos de la agencia. Tiempo dedicado al cálculo de la ruta más adecuada.	Minimiza las emisiones de gases debido a la combustión. Reducción de gasto en combustible. Contribución a la protección del medio ambiente.	Entorno local. Recursos Humanos

3. ÁMBITO MEDIO AMBIENTAL

3.3 Contribución a la conservación del medio ambiente

PROPUESTA	COSTO	BENEFICIO	GRUPO DE
-----------	-------	-----------	----------



INTERES			
Contribución monetaria y de tiempo a organizaciones dedicadas a la conservación del medio ambiente	Cantidad designada a las contribuciones. Horas empleadas en estas labores.	Impacto en la imagen pública. Contribución al medio ambiente.	Entorno local

6. Evaluación del Plan de Actuación

Il Viaggio Travel ha iniciado el proceso de Responsabilidad Social y Ambiental desde el año pasado basa en las certificaciones de CST y RA anteriormente mencionadas, por lo que las actividades se mejoran con este plan de responsabilidad social y ambiental.

6.1 Memoria Il Viaggio Travel 2011- 2012 (Sylvia Sáurez, Il Viaggio Travel, 2011)

1. Medidas Ambientales

En IL VIAGGIO TRAVEL sabe lo importante que es mantener un desarrollo en armonía con el medio ambiente, por lo tanto se toman las medidas necesarias para que la actividad económica produzca el menor impacto ambiental posible. Además tratamos de que nuestros clientes y colaboradores divulguen tal compromiso.

1.1 Manejo de desechos: tanto en nuestra oficina como en nuestros tours tratamos de utilizar productos biodegradables, retornables, reciclados, o reciclables para minimizar la cantidad de desechos.

1.2 Aprovechamiento de energía: en nuestra oficina utilizamos bombillos de tipo fluorescentes que permiten un menor consumo de electricidad. Encendemos las luces a partir de las 5 de la tarde para evitar el gasto innecesario. En nuestros tours tratamos de utilizar el aire acondicionado solamente cuando es muy necesario.

1.3 Menor consumo de agua: tratamos de evitar el desperdicio de agua, tanto en la oficina como en el campo. Mantenemos una botella de medio litro de agua dentro de cada tanque de inodoro e informamos a nuestros clientes y guías para



Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

que denuncien cualquier filtración de agua en llaves de paso y servicios sanitarios. Denunciamos las fuentes de contaminación en los lugares donde se opera.

1.4 Transporte: en la medida de lo posible procuramos contratar transportistas independientes y compañías de transporte que utilicen unidades modernas y en perfecto estado que consuman solamente el combustible necesario, mantengan controlada la emisión de gases y que no sean muy ruidosas. Que además tengan la Revisión Técnica Vehicular y los Seguros Correspondientes al día.

1.5 Protección de áreas naturales: tratamos de reducir el impacto que nuestros clientes puedan causar a las áreas de vida silvestre y parques nacionales visitados, respetando la fragilidad de ecosistemas como el de Manuel Antonio o Carara donde la capacidad de las instalaciones es muy limitada. Prohibimos, evitamos y denunciamos la extracción, cautiverio y comercialización ilegal de animales y plantas silvestres.

1.6 Promoción de valores y culturas locales: apoyamos las iniciativas de conservación y desarrollo que promuevan el desarrollo humano de las comunidades que se visitan durante cada tour o gira.

1.7 Ahorro dentro de la Oficina: ahorro en el papel al utilizar sistemas informáticos y reutilizando el papel.

2. Medidas Sociales

En IL VIAGGIO TRAVEL está claro que la actividad económica que se desarrolla puede generar impactos positivos o negativos en las comunidades y lugares donde se desenvuelven los productos turísticos que se ofrecen dependiendo del tipo de información que maneje el staff, los guías y los clientes. Por eso se procura prevenir en lo máximo estas situaciones que luego podrían convertirse en un problema no solo para el medio ambiente sino también para las personas del entorno y las comunidades que se visitan.

Capacitamos a nuestro personal y tratamos de monitorear los cambios. En el momento en que observamos algún cambio sociocultural en las comunidades que visitamos le informaremos inmediatamente al ICT.

2.1 Seguridad: Tratamos de evitar situaciones de riesgo tanto en la oficina como en las zonas que se visitan nuestros tours, en los medios de transporte y en otras



Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

instalaciones que se vayan a utilizar como por ejemplo hoteles y parque nacionales. Con el propósito de garantizar una mayor seguridad de nuestros clientes y del personal en general manejamos seguros de responsabilidad civil y riesgo de trabajo al día. Así mismo le solicitamos a nuestros proveedores sus seguros y permisos al día.

2.2 Impacto Social: En todas nuestras giras y tours promovemos actividades y visitas a lugares teniendo presentes que la integridad cultural, creencias y los valores de los mismos serán respetados al máximo. La idea con esto es que los visitantes colaboren con la economía de cada zona visitada pero que su impacto social y medio ambiental sea mínimo, a menos que vayan a marcar una diferencia necesaria positiva. Il Viaggio Travel tratara de monitorear los cambios socioculturales en las comunidades que visita e informara al ICT de haber alguno. Así mismo prohibimos y denunciamos el acoso sexual, la prostitución infantil y el consumo de sustancias ilegales ya que son delitos penados por ley.

2.3 Igualdad de Oportunidades: promovemos la ley #7600 en donde se promueve la igualdad de oportunidades. Ofrecemos atención no discriminatoria para las personas con discapacidad, contamos con la disposición de móviles adecuadas, capacitamos a nuestro personal para la atención de personas con discapacidad y estamos dispuestos a aceptar dentro de nuestro personal a personas con discapacidad que cumplan los requisitos del puesto.

2.4 Denuncias: Cualquier persona que labora para IL VIAGGIO TRAVEL y es testigo de algún acoso sexual, prostitución infantil y/o consumo de sustancias ilegales debe denunciar inmediatamente a las autoridades y realizar un reporte completo a la empresa.

3. Medidas Sociales en Recursos Humanos

Para IL VIAGGIO TRAVEL es muy importante que su equipo de trabajo y el equipo de trabajo estén informados sobre todos los acontecimientos que suceden en la empresa. Por lo tanto promovemos la participación activa no solo en el diseño de producto nuevo sino también en el aporte de ideas innovadoras en todos los niveles. Esto nos permite ser más ágiles y flexibles a la hora de tomar decisiones. De igual forma inculcamos un mayor sentimiento de responsabilidad ambiental y social para que esas decisiones sean tomadas con criterio responsable.



Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

3.1 Integración y Participación: Nuestro equipo de trabajo es nuestro activo principal, por lo tanto promovemos su participación e integración en la toma de decisiones importantes. Se mantiene una estructura organizacional fija, pero prestamos mucha atención a los comentarios y sugerencias de todo el personal.

3.2 Liderazgo ambiental: Cuando acontece algún acto de índole ambiental, promovemos la discusión del mismo en nuestras oficinas o divulgamos la referencia para que cada quien lo investigue por separado. Además una vez al mes enviaremos un boletín a nuestros guías con temas de sostenibilidad, esto con el objetivo de mantenerlos informados.

3.3 Selección del personal: en IL VIAGGIO TRAVEL creemos que las mentes brillantes piensan de forma similar, así que procuramos hacer contrataciones de personas preparadas no solo en puestos técnicos y profesionales relacionados al turismo, sino también en temas medio ambientales. En la actualidad, todo nuestro equipo de trabajo cuenta con experiencia tanto en la oficina como en el campo.

3.4 Entrenamiento del personal: IL VIAGGIO TRAVEL cuenta con un programa de capacitación en donde ofrece charlas cada 3 meses tanto a guías como a su equipo de trabajo en temas como: calidad de servicio, conservación del medio ambiente, identidad cultural, ética y valores, desarrollo sostenible, programa CST, entre otros.

3.5 Sensibilidad Social y Ambiental: Todos los miembros de nuestro equipo de trabajo tanto en la oficina como en el campo visitan hoteles, tours e instituciones que lo ameriten con tal de mantenernos informados y actualizados no solo en materia comercial sino también medio ambiental. La idea con esto que cada uno de ellos pueda reflexionar sobre los esfuerzos que realiza cada proveedor en cuanto al desarrollo sostenible y le permita crear un criterio personal.

4. Medidas a Proveedores

Tratamos de estimular a nuestros proveedores de servicios a integrarse a un sistema de manejo ambiental como los programas del CST, Bandera Azul o ISO 14000 para ampliar nuestro rango de influencia y llegar a ser más consistentes con nuestro compromiso de realizar un turismo sostenible desde todos los ángulos.

Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

4.1 Información y creación de conciencia: Todos nuestros proveedores de servicios turísticos conocen sobre nuestro compromiso con el medio ambiente y las prácticas que hemos venido implementando. Sabemos que no podemos exigirles a cada uno de ellos que hagan lo mismo, pero es muy probable que unos futuros próximos algunos de ellos establezcan sus propias políticas ambientales y prácticas que minimicen el impacto social y ambiental debido a la presión de todos sus clientes.

4.2 Selección de proveedores: Daremos prioridad a empresas que reúnan la excelencia en la calidad del servicio junto con un sistema de Manejo Ambiental; como CST, Normas ISO 14000 Bandera Azul y a compañías que realicen con acciones concretas en el campo social-ambiental cuando sea posible. Además que cuenten con personal con las siguientes características mínimas:

- a) Chófer: ser mayor de edad, licencia para conducir B1-B2, tenga conocimiento del idioma inglés, uniformados, experiencia mínima de 5 años en transporte de turistas, con conocimiento básico de mecánica, buena presentación personal, responsable, puntual, con mentalidad positiva y de servicio al cliente. Conocer las políticas, funciones y código de ética de IL VIAGGIO TRAVEL. Debe respetar y practicar los valores y creencias que fortalecen la idiosincrasia costarricense y respetar la legislación costarricense competente a la actividad turística.
- b) Guía: ser certificado, 100% bilingüe, experiencia mínima 2 años, buena presentación personal, uniformados, responsable, puntual, que se actualice continuamente, conocer las políticas de la empresa, el código de ética, así como el Guion del Guía, tener mentalidad positiva, de servicio al cliente y sostenibilidad. Debe respetar y practicar los valores y creencias que fortalecen la idiosincrasia costarricense y respetar la legislación costarricense competente a la actividad turística.
- c) Transportes: revisión técnica al día, mantenimiento constante, cambio de aceite oportuno y utilización de aceite adecuado al transporte.

7. Mejora Continua

A partir de la realización del informe final de evaluación plasmado en la memoria de las sostenibilidad, el ciclo se reinicia, formulando y reformulando medidas y objetivos en materia de Responsabilidad Social y Ambiental, reforzando una vez más lazos de comunicación con los diferentes grupos de interés, para recoger opiniones y sugerencias al respecto.



Plan de Responsabilidad Social y Ambiental

De nuevo la agencia ha de planificar las medidas de actuación, aplicarlas, evaluar los resultados obtenidos, corregir efectos negativos y proponer metas futuras. Es el camino a la sostenibilidad a través de la mejora continua para alcanzar la excelencia empresarial.