

ANEXO I

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN PARA USO CORPORATIVO

I. ASPECTOS INTRODUCTORIOS

El artículo 15 del Reglamento de licencia de uso de Marca País establece que todo interesado en obtener la licencia de uso de Marca País Costa Rica deberá aplicar y completar el protocolo de evaluación de la Marca País, con el objetivo de verificar que la entidad, sus productos o servicios se ajustan a los valores de la Marca País, tales como excelencia, sostenibilidad, origen, innovación y progreso social.

En virtud de lo anterior, los cinco criterios de evaluación que integran el presente protocolo están determinados por los componentes de cada uno de los valores de la marca país, los cuales están divididos a su vez en requisitos y éstos se subdividen en indicadores que van a definir el cumplimiento de la organización con los valores que la marca país representa.

En el caso de los **indicadores**, estos tienen por objetivo obtener la mayor objetividad en la evaluación de la organización y garantizar la fiabilidad de la marca país, por lo tanto, cada componente se evaluará con indicadores que consisten en preguntas binarias (de sí o no). El protocolo contiene dos tipos de indicador:

- i. **Descalificatorios:** cada pregunta descalificatoria se refiere a un requisito indispensable para obtener la marca país, si la organización no cumple con el requisito indicado en esta pregunta, la organización será inmediatamente descalificada como candidata a utilizar la marca país. En caso de cumplir con el requisito, la pregunta otorgará la totalidad del puntaje asignado a tal indicador.

En el protocolo de evaluación serán descalificatorios los indicadores visibles en el apartado C) de la sección VI del presente anexo y que se detallan a continuación:

Valor	Indicadores
Excelencia	E11
Sostenibilidad	S9
Progreso social	P6 P11 P17 P18

- ii. **Calificativos:** evalúan las cualidades que la organización debe tener para ser portador de la marca país. A través de estas preguntas se acumula un puntaje que define la entrega de la licencia de uso de la marca.

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

A) **PRIMER CRITERIO DE EVALUACIÓN:** Excelencia

Excelencia: Se define como la calidad superior o valor agregado que hace a un producto, servicio u organización digno de singular aprecio y estimación. Para la marca país, con el valor excelencia se busca que las organizaciones ofrezcan productos con valor agregado, selectos y refinados, que evidencien el talento, el ingenio y la especialización del recurso humano costarricense, y que demuestren excelencia en sus productos, servicios, procesos e infraestructura.

A su vez, el valor excelencia tiene tres componentes:

1. Liderazgo y planificación
2. Cadena de Valor
3. Mejora continua

1. Liderazgo y planificación

Quienes ejercen la conducción de la organización, tanto en el nivel directivo como ejecutivo, desempeñan un rol impulsor fundamental, ya que definen la visión, la misión, los valores y los objetivos de la organización; además, son quienes, a través de su gestión y su ejemplo, guían a la organización con convicción y energía hacia el logro de la excelencia.

El equipo de dirección debe crear un clima de confianza y respeto al individuo en la organización que promueve el desarrollo, el crecimiento y la participación de todo su personal. Los directivos delegan a los restantes niveles la autoridad necesaria para cumplir adecuadamente sus responsabilidades (facultamiento o “*empowerment*”) y les otorgan recursos acordes.

- Requisitos:

- a) **Planificación estratégica:** toda organización tiene que darle importancia al proceso que define a dónde se quiere llegar a través del tiempo. La planificación estratégica es el proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de la organización, que define los objetivos a largo plazo, identifica objetivos cuantitativos, desarrolla estrategias y asigna recursos para alcanzar dichos objetivos.
- b) **Competencia del personal:** la excelencia la construye las personas. Un producto o servicio es el resultado de las acciones, directas o indirectas, de todos y cada uno de los individuos que integran la organización. Cada uno debe procurar la satisfacción de las necesidades del destinatario (cliente externo o interno) del producto o servicio que brinda.

La organización debe asegurar la competencia de sus colaboradores y de todas aquellas personas que afecten el desempeño de sus actividades.

2. Cadena de valor

La organización debe analizar la cadena de valor con el fin de identificar actividades que pudieran potencialmente aportarle una ventaja competitiva. El aprovechamiento de esas oportunidades depende de la capacidad de la organización para desarrollar a lo largo de la cadena de valor, aquellas actividades competitivas cruciales, de una mejor manera que sus competidores.

- **Requisitos:**

- a) **Enfoque al cliente y al mercado:** la organización asegura su supervivencia y desarrollo cuando conoce a profundidad los mercados en los que actúa y procurando permanentemente la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, obteniendo su lealtad en términos de recompra y/o recomendación.

El conocimiento del mercado permite anticiparse a nuevos requerimientos, necesidades y/o tendencias. El cliente se constituye así en el árbitro final de la calidad de los productos y servicios brindados por la organización. Las organizaciones deben efectuar mediciones periódicas y representativas de la satisfacción de los clientes propios y de la satisfacción de los clientes de los principales competidores, analizar sus resultados e implementar acciones que aseguren la lealtad del cliente

- b) **Enfoque a procesos:** toda actividad desarrollada por la organización puede y debe definirse en términos de procesos, es decir, la combinación de recursos humanos y materiales en una serie de actividades repetitivas y sistemáticas para obtener un producto o servicio que satisfaga los requisitos del cliente. El enfoque basado en procesos posibilita la realización, en cualquier actividad productiva, sea de servicios o comercial, lo cual da un análisis para el perfeccionamiento de estas actividades y el mejoramiento de la competitividad.

La gestión basada en procesos, además, posibilita el mejoramiento del desempeño integral del trabajo, la productividad, la calidad, la reducción de los costos y otros elementos o indicadores importantes de la organización.

- c) **Conformidad del producto y/o servicio:** la excelencia se prevé y se diseña. La organización debe realizar actividades sistemáticas para mejorar continuamente la calidad de los productos y/o servicios. Analiza los componentes clave de los productos y/o servicios, incluyendo la investigación y el desarrollo, el diseño (incluyendo empaque de productos), la producción y la evaluación del producto o servicio resultante.

- d) **Relaciones con los proveedores:** la organización debe procurar el desarrollo de las relaciones sustentables y justas a largo plazo que garanticen una cadena de valor eficiente, (creando relaciones ganar - ganar) basadas en la mutua confianza y en una integración adecuada, generando con ello mejoras y valor agregado a sus clientes y proveedores.

3. Mejora continua

La excelencia se alcanza mediante un proceso de mejora continua, por lo que debe ser un objetivo permanente en la organización. Se debe promover la mejora en todos los campos, las capacidades del personal, la eficiencia de los procesos, las relaciones con los clientes, entre los miembros de la organización y con la sociedad. Todo aquello que pueda mejorarse en una organización y redunde en una mejora de la calidad del producto o servicio, tiende a mejorar la satisfacción del cliente.

- **Indicadores:**

- a) **No conformidad y acciones correctivas:** una no conformidad es la no satisfacción de un requisito. Las no conformidades pueden entenderse como desviaciones o incumplimientos a los requisitos o expectativas del cliente.

Una acción correctiva es una acción llevada a cabo para eliminar la causa de una no conformidad detectada u otra situación no deseable. El objetivo de las acciones correctivas está dirigido a eliminar la(s) causa(s) que generaron una no conformidad y evitar la posible repetición del problema, con independencia de la solución inmediata (corrección de la no conformidad) que se haya adoptado.

La organización debe monitorear sistemáticamente no conformidades con el servicio o producto ofrecido al cliente y del análisis de esto realizar acciones correctivas para eliminar las causas raíz de la situación

- b) **Toma de decisiones basada en los resultados:** las decisiones efectivas se basan en el análisis de información y datos. La toma de decisiones de los miembros de una organización se debe realizar mediante la utilización de información relevante, confiable y válida, obtenida durante un proceso evaluativo que esté alineado con los resultados deseados a largo plazo. Los líderes efectivos son capaces de tomar decisiones basados en información sólida.

B) SEGUNDO CRITERIO DE EVALUACIÓN: Sostenibilidad

Sostenibilidad: es la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de satisfacción propias de las generaciones futuras. En este caso, la sostenibilidad para la marca país es una meta viva, el camino hacia el futuro y la unión entre la gestión ambiental, la gestión social y la gestión financiera.

Por su parte, el valor sostenibilidad tiene tres componentes:

1. Componente ambiental
2. Componente social
3. Componente financiero

1. Componente ambiental

Este componente mide la compatibilidad entre la actividad de la organización y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas. Sus impactos deben cuidar que no se generen recursos difícil o lentamente renovables, así como residuos y emisiones.

• **Requisitos:**

- a) **Cultura ambiental:** la educación ambiental es un proceso dinámico y participativo, que busca despertar en los miembros de la organización una conciencia sobre la problemática ambiental global y específica (el impacto de la organización) y además busca guiar a los miembros para que realicen acciones que mitiguen el impacto de sus operaciones.

- b) **Gestión de la energía:** un adecuado sistema de gestión de la energía debe estar formado por una serie de medidas encaminadas a un ahorro neto de energía, la eficiencia en su obtención, distribución y uso; la independencia o al menos diversificación en su obtención; así como a conseguir un ahorro económico en los gastos derivados de su uso y una disminución de sus impactos ambientales negativos.
- c) **Gestión de las emisiones:** la gestión de las emisiones de gases de efecto invernadero consiste en establecer objetivos, fijar metas de reducción, mitigación y compensación y asegurarse de que existan personas a cargo de ejecutar los planes. Para un enfoque más sistemático y operacional, la gestión de emisiones de gases de efecto invernadero debe estar incluida dentro de la planificación estratégica y operacional de la organización.
- d) **Gestión de los residuos:** es la forma de la organización de responsabilizarse por la generación, manipulación y el destino de los residuos que genera la organización o sus empleados. Trata de la reducción de residuos, del acopio apropiado o reutilización de los desechos generados y su posterior procesamiento (reciclaje u otros).
- e) **Gestión del agua:** es responsabilidad de la organización el tratamiento y uso adecuado del agua y la moderación en su consumo. En este contexto, la gestión del agua debe abordar no tan sólo soluciones de depuración de final de línea, sino también la utilización racional del agua desde dos puntos de vista preventivos: por un lado, la moderación del consumo y, por otro, la reducción de la contaminación.

2. Componente social

El componente social trata de la actividad de la organización y su relación con las comunidades locales.

- Requisitos:

Relación con la comunidad: la organización debe mantener una participación activa, -ya sea de manera individual, o a través de asociaciones que busquen aumentar el bien público-, de forma que ayude a fortalecer la sociedad civil. Las organizaciones que se involucran de manera respetuosa con la comunidad y sus instituciones, reflejan valores democráticos y cívicos, y los fortalecen.

3. Componente económico

Es la capacidad de la organización para desarrollarse económicamente. Evalúa el control, conservación y utilización eficaz y eficiente de los recursos (financieros, humanos, operativos y otros) para el cumplimiento de la misión en apoyo a la política de eficiencia, así como los resultados económicos obtenidos en la gestión de la organización.

- Requisitos:

- a) **Gestión comercial:** la gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing. Administra las ventas para promover los ingresos sostenidos en el tiempo asegurando la salud financiera de la organización.
- b) **Gestión financiera:** la gestión financiera está relacionada con la toma de decisiones relativas al tamaño y composición de los activos, al nivel y estructura de la financiación y a la política de los dividendos de la organización.

C) **TERCER CRITERIO DE EVALUACIÓN:** Progreso Social

Progreso social: Se define como la capacidad de las organizaciones de catapultar la satisfacción de las necesidades básicas de sus colaboradores, así como brindar adecuadas plataformas de bienestar y desarrollo para que su talento humano logre mejorar su calidad de vida y llegar a su máximo potencial profesional y personal.

El valor progreso social tiene tres componentes:

1. Necesidades humanas básicas
2. Movilidad social
3. Oportunidades

1. Necesidades humanas básicas

Es la forma en la que la organización conoce y contribuye a que sus colaboradores y sus familiares inmediatos satisfagan sus necesidades básicas en cuanto a alimentación, salud, vivienda y seguridad personal.

- **Requisitos:**

- a) **Salud y seguridad ocupacional:** toda organización debe procurar que sus miembros gocen de buena salud. Para esto, debe asegurarse un ambiente laboral sano y promover una forma de vida saludable fuera de la organización.

La salud y seguridad ocupacional es el método que debe emplear la gerencia para compartir y asignar la responsabilidad que permita prevenir enfermedades, lesiones y daños materiales; reducir los riesgos y mejorar la calidad y productividad.

La participación activa de la gerencia y los trabajadores, la formación adecuada y un sentido de responsabilidad compartido es vital. Una combinación de estos elementos hace que la labor preventiva sea una rutina.

Un programa de seguridad no es algo que se impone a la organización de la organización. Debe estar incorporado en cada proceso, en cada diseño de producto y en cada tarea y debe considerarse como parte integral de las operaciones.

- b) **Condición socioeconómica:** toda organización debe procurar que sus miembros gocen de bienestar socioeconómico. Para esto, debe asegurarse un pago adecuado por los servicios del trabajador y procurar la mitigación de los impactos de la pobreza en sus colaboradores.

2. Movilidad social

Es la posibilidad que tienen las personas para subir o bajar de posición en la escala de bienestar socioeconómico. Tener oportunidades de movilidad social en un país es importante para construir una sociedad más eficiente, integrada y justa.

- Requisitos:
 - a) **Acceso a educación básica:** son aquellos mecanismos, políticas o programas que estén destinados a contribuir y promover la conclusión de estudios primarios y secundarios entre los colaboradores.
 - b) **Bienestar y movilidad laboral:** los programas permanentes orientados a crear, mantener y mejorar las condiciones que favorezcan el desarrollo integral del empleado, el mejoramiento de su nivel de vida y el de su familia.
 - c) **Acceso a la información y comunicaciones:** toda organización debe poner a disposición de sus empleados recursos que permitan el acceso del colaborador a la información para mejorar su desempeño integral.

3) Oportunidad

Son aquellos medios que brinda la organización para que todos sus miembros alcancen su pleno potencial.

- Requisitos:
 - a) **Equidad de género e igualdad:** La organización debe respetar la dignidad inherente al ser humano, ser equitativa y justa con relación al trato de hombres y mujeres y brindar oportunidades en condiciones de igualdad a todos sus colaboradores.
 - i. **Equidad de género:** principio ético de justicia, que consiste en eliminar las desigualdades existentes en el acceso y control de los recursos y beneficios entre mujeres y hombres, derivadas de las diferencias sexuales. La equidad de género es un mecanismo para lograr la igualdad entre hombres y mujeres.
 - ii. **Igualdad:** es el principio que reconoce en todas las personas el derecho para desarrollar sus habilidades personales y hacer elecciones sin estar limitadas por estereotipos o prejuicios, de manera que sus derechos, responsabilidades y oportunidades no dependan de su origen étnico, racial o nacional, sexo, género, edad, discapacidad, condición social o económica, condiciones de salud, embarazo, lengua, religión, opiniones, orientación sexual, estado civil o cualquier otra análoga; es decir, implica la eliminación de toda forma de discriminación.

- b) **Formación y actualización profesional:** se refiere a todos aquellos estudios y aprendizajes encaminados a la inserción, reinserción y actualización laboral, cuyo objetivo principal es aumentar y adecuar el conocimiento y habilidades de los actuales y futuros trabajadores.

D) CUARTO CRITERIO DE EVALUACIÓN: Innovación

Innovación: Gestión sistematizada de generación de valor para la organización y sus clientes, a través de la transformación creativa de una o más dimensiones del negocio. La creación de soluciones nuevas no es una condición necesaria ni tampoco suficiente para que exista innovación, sino la creación de nuevo valor para los actores involucrados.

Los dos componentes de este valor son:

1. Estrategia para la innovación
2. Cultura para la innovación

1. Estrategia para la innovación

Las organizaciones innovan sus procesos, productos y servicios para ser los líderes del mercado o para mantenerse al día y seguir siendo relevantes en el ámbito empresarial.

Ser creativo puede dar lugar a un sinnúmero de ideas, pero traducirlas en algo de valor requiere de un proceso de innovación efectivo. Esto puede definirse como la transformación de las ideas creativas en productos innovadores, en servicios, en procesos y en modelos de negocio que proporcionan un valor superior a los clientes. Así, la innovación efectiva requiere de la creatividad y de la gestión de procesos empresariales.

• Requisitos:

- 1) **Posicionamiento de la innovación:** al igual que cualquier otra estrategia, la estrategia de innovación debe comenzar con una meta objetiva y clara. La posición específica de la organización debe ser definida y acordada, teniendo en cuenta sus recursos y capacidades. Esta meta de posicionamiento puede cambiar a medida que la organización crece y se desarrolla.
- 2) **Proceso sistémico de innovación:** un proceso de innovación permite hacer frente a las necesidades de innovación que cubren las necesidades de la organización a corto y largo plazo. Los esfuerzos de la innovación pueden ser dirigidos hacia áreas tales como productos, procesos, servicios y modelos de negocio. El proceso de innovación establece metas con objetivos a largo plazo dirigidos más a la innovación, mientras que los objetivos de corto plazo se centrarán más en las modificaciones, mejoras y adaptaciones destinadas a la entrega de un valor superior a los clientes frente a alternativas de la competencia.

La organización debe establecer metas de innovación de una perspectiva multidimensional; las áreas típicas donde se establecen estos objetivos incluyen: producción, los ingresos de las ventas

de nuevos productos, mejoras en la productividad a través de procesos de innovación, número de ideas de innovación generadas, porcentaje de nuevos productos terminados, entre otros.

2. Cultura para la innovación

La cultura de innovación corresponde a una forma de pensar y de actuar que genera, desarrolla y establece valores, convicciones y actitudes propensos a suscitar, asumir e impulsar ideas y cambios, los que van dirigidos y suponen mejoras en el funcionamiento y eficiencia de la organización, aun cuando ello implique una ruptura con lo convencional o tradicional.

- **Requisitos:**

- 1) **Gestión de talento:** la organización debe procurar la capacitación y desarrollo de sus colaboradores en innovación, de forma que alcancen su máximo potencial en el tema y contribuyan a promocionar y exponer la estrategia de innovación de la organización.
- 2) **Apoyo pleno de la alta dirección a la innovación:** trata del compromiso y participación directa de la alta dirección de la organización como líderes principales en el empeño por desarrollar y poner en práctica una cultura de innovación.

Se construye una buena sinergia con la función de tecnología, para implantar tecnologías sociales y de colaboración al servicio de la estrategia de innovación.

E) QUINTO CRITERIO DE EVALUACIÓN: Origen

Origen: En el caso de la marca país, se define que tiene origen aquella organización, producto o servicio desarrollado, patentado, mejorado, o auténtico de Costa Rica. Define el vínculo que existe entre las organizaciones (y sus servicios y productos) y el país.

El valor origen tiene 3 componentes

1. Recursos costarricenses.
 2. Servicios brindados desde Costa Rica.
 3. Productos de origen costarricense.
1. Recursos costarricenses

Se refiere al recurso humano costarricense, al porcentaje de acciones de la organización en manos de costarricenses, a la propiedad intelectual que posea registrada una organización en Costa Rica.

- **Requisitos:**

- a) **Recurso humano costarricense:** es el porcentaje de trabajadores costarricenses que trabajan para la organización de forma directa y en planilla, desde los altos jerarcas hasta el personal de servicio.

b) Capital costarricense: se refiere al porcentaje de acciones de una organización cuyos titulares sean costarricenses.

c) Propiedad intelectual costarricense: tiene que ver con las creaciones de la mente: las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes y los dibujos y modelos utilizados en el comercio. Se divide en dos categorías: la propiedad industrial, que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de procedencia; y el derecho de autor, que abarca las obras literarias y artísticas, tales como las novelas, los poemas y las obras de teatro, las películas, las obras musicales, las obras de arte, tales como los dibujos, pinturas, fotografías y esculturas y los diseños arquitectónicos.

2. Servicios brindados desde Costa Rica

Se consideran servicios nacionales aquellos que brinde la organización que tenga operaciones en Costa Rica, indiferentemente de si ofrece servicios a nivel nacional o si son solo para exportación; de la nacionalidad de su recurso humano, capital societario y propiedad intelectual.

- Requisitos:

Operaciones en Costa Rica: se refiere a todas las operaciones que realice una organización de servicios en Costa Rica y que impliquen pago de impuestos y cargas sociales en el país.

3. Producto de origen costarricense

Se le confiere origen a todas aquellas mercancías totalmente obtenidas o suficientemente transformadas en Costa Rica; se excluyen todas aquellas que solamente hayan pasado por un proceso sobre el producto final y no den valor agregado.

- Requisitos:

a) Mercancías totalmente obtenidas: mercancías producidas en territorio costarricense.

b) Mercancías suficientemente transformadas: son aquellas en las que el producto final a exportar, se clasifique (como mínimo) en una subpartida distinta a las materias o insumos importados de terceros países; exista una certificación de origen emitida por la Unidad de Origen de PROCOMER para cualquiera de los tratados comerciales; o se firme una declaración jurada por parte de la organización y del evaluador en la que indiquen que la mercancía cumple con al menos un 30% de valor de contenido nacional.

III. APROBACIÓN DEL PROTOCOLO DE EVALUACIÓN

El protocolo de evaluación de marca país debe ser aprobado por la organización en los cinco valores de la marca expuestos. Cada uno de estos valores tiene una calificación mínima para ser aprobado. A continuación el desglose:

Valor	Calificación mínima
Excelencia	85%
Sostenibilidad	75%
Progreso Social	80%
Innovación	70%
Origen	Para este valor debe cumplir con al menos uno de los indicadores

No existirá una puntuación ponderada de los valores para efectos de aprobación del protocolo de evaluación. De no alcanzar el mínimo en uno o varios de los valores el solicitante será descalificado como candidato para utilizar la marca país.

IV. CUADRO RESUMEN POR CRITERIO DE EVALUACIÓN

VALOR	COMPONENTE	REQUISITO
Excelencia	Liderazgo y planificación	Planificación estratégica
		Competencia del personal
	Cadena de valor	Enfoque al cliente y al mercado
		Enfoque a procesos
		Conformidad del producto
	Mejora continua	Relación con los proveedores
No conformidad y acciones correctivas		
Sostenibilidad	Componente ambiental	Toma de decisiones basadas en resultados
		Cultura ambiental
		Gestión de la energía
		Gestión de las emisiones
	Componente social	Gestión de los residuos
		Gestión del agua
	Componente económico	Relación con la comunidad
Gestión comercial		
Progreso social	Necesidades humanas básicas	Gestión financiera
		Salud y seguridad ocupacional
	Movilidad social	Condición socioeconómica
		Acceso a educación básica
		Bienestar y movilidad laboral
	Oportunidad	Acceso a información y comunicaciones
Equidad de género e igualdad		
Innovación	Estrategia para la innovación	Formación y actualización profesional
		Posicionamiento de la innovación
	Cultura para la innovación	Proceso sistémico de innovación
		Gestión de talento
		Apoyo pleno de la alta dirección

Origen	Recursos costarricenses	Recurso humano costarricense
		Capital costarricense
		Propiedad intelectual costarricense
	Servicios brindados desde Costa Rica	Operaciones en Costa Rica
	Productos costarricenses	Mercancías totalmente obtenidas
		Mercancías suficientemente transformadas

V. INFORME DE EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE MARCA PAÍS

A) FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA DE USO CORPORATIVO

El solicitante de una licencia de uso corporativo deberá completar el formulario que se describe a continuación:

Nombre de la organización o razón social	
Número de cédula física o jurídica	
Correo electrónico para notificaciones	
Detalle de la actividad a la cual se dedica la empresa. Máx. 450 palabras.	
Dirección exacta de las instalaciones	
Teléfono	
Fax	
Nombre completo del representante legal	
Documento y número de identificación en caso de persona jurídica	
Página web	
Se deben adjuntar los siguientes documentos:	<ul style="list-style-type: none"> Informe técnico de cumplimiento del protocolo de evaluación. Dicho informe deberá tener una vigencia máxima de un mes al momento de ser presentada a la solicitud ante PROCOMER. Declaración jurada de no conflicto de intereses rendida por el evaluador en el formato diseñado al efecto por PROCOMER. Declaración jurada suscrita por el solicitante o su representante legal, en la cual se indique que: i) la información suministrada y las evidencias aportadas durante la evaluación de la marca país son verídicas y representan realmente la realidad de la persona evaluada. ii) Declaración jurada indicando que se encuentra al día en el pago de los tributos nacionales y municipales y demás obligaciones tributarias. <p>Certificación de personería con no más de tres meses de emitida, en caso de personas jurídicas. Copia de la cédula de identidad del representante legal si es persona jurídica. En caso de personas físicas copia de la cédula de identidad.</p>
Solicitud de licencia de uso en productos	

<p>¿Cuáles de sus familias desea que lleven la marca <i>esencial</i> COSTA RICA?</p> <p>El solicitante deberá indicar las familias de productos y los distintos productos de estas familias.</p> <p>Para cada una de las familias de productos debe llenar el formulario creado para tal efecto.</p>	
---	--

B) INFORME DE EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE MARCA PAÍS

El informe de evaluación del protocolo de marca país deberá estructurarse de la forma que se indica a continuación y contener la información que se detalla:

B.1. DATOS GENERALES

Datos de la organización

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN:		
DIRECCIÓN:		
PROVINCIA:		
CODIGO POSTAL:		
EMPLAZAMIENTOS EVALUADOS:		
NO APLICA <input type="checkbox"/> SÍ APLICA <input type="checkbox"/>		
REPRESENTANTE DE LA ORGANIZACIÓN		NOMBRE: CARGO: CORREO ELECTRÓNICO: TELÉFONO:
REPRESENTANTE DE LA ORGANIZACIÓN		NOMBRE: CARGO: CORREO ELECTRÓNICO: TELÉFONO:
REPRESENTANTE DE LA ORGANIZACIÓN		NOMBRE: CARGO: CORREO ELECTRÓNICO: TELÉFONO:

Equipo evaluador

Nombre	N° de cédula	N° de carné	Correo electrónico	Teléfono

B.2 RESUMEN DE LA EVALUACIÓN

Se ha realizado la evaluación a la organización _____ con el objeto de determinar el cumplimiento de la organización con los requisitos del protocolo marca país.

Conclusiones sobre el desempeño de la organización en los valores de la marca país

Puntos fuertes de la organización:

Oportunidades de mejora de la organización:

Se adjunta al presente informe los siguientes documentos:

Lista de emplazamientos

Lista de participantes

Hoja de datos

Listado de certificaciones vigentes

Otros: _____

B.3. DESCRIPCIÓN DEL CUMPLIMIENTO DEL PROTOCOLO DE EVALUACIÓN

Se debe incluir una descripción del cumplimiento del protocolo de evaluación para cada uno de los emplazamientos evaluados:

PRIMER CRITERIO: Excelencia

Componente	Requisito	Indicador	Cumplimiento	
			Sí	No
Cadena de valor Liderazgo y planificación	Planificación estratégica	E1 ¿Se tienen establecidos mecanismos para la promoción, difusión y revisión de cumplimiento de la misión, visión y valores a los niveles de la organización definidos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		E2 ¿Para la determinación de las estrategias, la organización considera sistemáticamente las oportunidades y amenazas que la condicionan y analiza sus fortalezas y debilidades?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		E3 ¿La organización cuenta con un plan operativo asociado con indicadores clave, alertas oportunas y recursos necesarios para alcanzar las estrategias y planes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Competencia del personal	E4 ¿La organización se asegura de que las personas que trabajan para ella o en su nombre y que afectan el desempeño de sus actividades son competentes, basándose en requisitos de educación, formación y experiencia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		E5 ¿Las competencias y requisitos están documentadas al menos en perfiles de puesto de trabajo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		E6 ¿Cuándo existen brechas entre los perfiles de puestos de trabajo y las competencias reales de la personas, la organización toma acciones tales como: inducción, formación, capacitación, tutorías, pasantías, rotación de puestos y contratación para adquirir las competencias necesarias?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		E7 ¿Se evalúa la eficacia de las acciones tomadas para demostrar que las brechas se han cerrado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		E8 ¿La organización cuenta con mecanismos para el seguimiento sistemático de la medición del desempeño del personal y de los factores que afectan la satisfacción y motivación de las personas con relación al cumplimiento de los objetivos de la organización?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		E9 ¿La organización dispone de un mecanismo o práctica para identificar los requisitos de los clientes (actuales, potenciales y de la competencia) con relación a sus productos y/o servicios?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mejora continua	Enfoque a procesos	E10	¿La organización ha establecido los canales de contacto con los clientes (presenciales y/o basados en tecnologías de comunicación y redes) y los respectivos estándares de calidad para las operaciones correspondientes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		E11	¿Se dispone de mecanismos de contacto tales como sitio web y tarjetas de presentación en idioma inglés (o en su defecto un idioma oficial de sus mercados meta, potenciales y actuales) con el fin de facilitar una comunicación fluida y eficaz con los clientes (idioma, código de país)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		E12	¿Se tienen claramente definidos los procesos que componen la organización en su cadena de valor?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
		E13	¿La organización mantiene un sistema de indicadores y métricas que permiten evaluar la eficacia de los procesos que integran la cadena de valor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	E14	¿La organización considera los requisitos de los clientes y de los mercados (actuales, potenciales o futuros) en el diseño de sus procesos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Conformidad del producto	E15	¿La organización ha identificado los requisitos legales y/o reglamentarios, normas técnicas o cualquier otro documento que establezca los requisitos aplicables a sus productos y/o servicios?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		E16	¿La organización establece requisitos y los criterios de aceptación y rechazo de la calidad de sus productos y/o servicios en las etapas de recepción, proceso y despacho?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		E17	¿Los dispositivos de seguimiento y medición utilizados para evaluar la conformidad del producto son los adecuados para las características a evaluar y se encuentran calibrados y/o verificados?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
		E18	¿Cuenta su organización con un sistema de identificación y/o trazabilidad de su producto terminado a través de los distribuidores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Relación con los proveedores	E19	¿La organización tiene procesos sistemáticos para la selección y evaluación de proveedores en términos de calidad, soporte técnico, costo, tiempo de entrega, entre otros?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		E20	¿La información de compras describe el producto a comprar, así como otros requisitos aplicables?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Mejora continua	conformidad y acciones correctivas	E21	¿La organización trata los productos no conformes mediante una o más de las siguientes maneras: tomando acciones para eliminar la no conformidad detectada, por medio de corrección, el reproceso, la reclasificación, la reparación, el desecho, la concesión, permiso para desviación o la liberación?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Toma de decisiones basadas en resultados	E22	¿Cuándo ocurra una no conformidad la organización toma acciones correctivas para controlarla y corregirla?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		E23	¿Se verifica la eficacia de las acciones correctivas tomadas de tal forma que se asegure la no recurrencia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		E24	¿Se analiza de forma periódica los datos e información de temas como: costos de calidad, quejas, clientes perdidos y ganados, rechazos, re procesos, desperdicio, tiempos de ciclo, rendimientos, entre otros que aseguren una toma de decisiones basados en esta información?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SEGUNDO CRITERIO: Sostenibilidad

Componente Requisito		Indicador	Cumplimiento		
			Sí	No	
Componente Ambiental	Cultura ambiental	S1	¿La organización comunica de forma eficaz la política de control y reducción del impacto ambiental de sus operaciones, productos y servicios a todos los miembros de la organización?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		S2	¿La organización capacita y educa periódicamente al personal en temas de conservación y mejora del medio ambiente relacionado con sus actividades?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		S3	¿La organización promueve la participación de todo su personal en actividades dirigidas a mitigar el impacto de las actividades de la organización sobre el ambiente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gestión de la energía	S4	¿La organización cuenta con indicadores y metas para alcanzar la eficiencia en el uso de energía?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		S5	¿La organización complementa la fuente de energía tradicional con otras fuentes de energía renovable?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gestión de las emisiones	S6	¿La organización ha identificado las fuentes y procesos en los cuales se da un aporte de emisiones de gas efecto invernadero?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		S7	¿La organización ha desarrollado proyectos que demuestren una reducción o mitigación de emisión de gases de efecto invernadero?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		S8	¿Lleva a cabo la organización compensaciones, actividades dirigidas, remociones, asociadas con sus emisiones de gases de efecto invernadero?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gestión de los residuos	S9	¿Tiene la organización un programa de aplicación de las 3 R's (Reducir, Reutilizar y Reciclar) implementado ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		S10	¿Tiene la organización un sistema adecuado para la gestión de residuos especiales y peligrosos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gestión del agua	S11	¿Tiene la organización programas o políticas para moderar el uso del agua?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		S12	¿Cuenta la organización con tecnologías que promuevan el uso de otras fuentes de agua distintas al abastecimiento de agua potable como captación de aguas pluviales, mejoramiento de fuentes naturales de agua o utilización de aguas tratadas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		S13	¿Tiene la organización algún mecanismo de tratamiento adecuado de aguas residuales previo a su vertido?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Componente Social	Relación con la comunidad	S14	¿Cuenta la organización con programas de apoyo a la comunidad en temas de educación, deporte, actividades culturales y recreativas, asistencia médica y	<input type="checkbox"/>

Componente Económico	Gestión comercial	S15	social, entre otros?		
	S16	¿Tiene canales establecidos de comunicación con la comunidad en la que se traten a través del diálogo temas de interés común?			
Componente Económico	Gestión comercial	S17	¿La organización da preferencia en igualdad de condiciones a personal de la comunidad en la que opera?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	S18	¿Tiene la organización documentado un pronóstico y/o proyección de ventas anual?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	S19	¿La organización planifica, documenta, implementa y mantiene actualizado un proceso para el tratamiento de quejas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	S20	¿Tiene la organización un plan o estrategia de comunicación o mercadeo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	S21	¿Tiene la organización una metodología clara para la medición de la satisfacción del cliente en cuanto al diseño y funcionalidad del producto?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Gestión financiera	S22	¿La organización asegura los recursos financieros para cumplir con las necesidades operacionales en el largo plazo (incluyendo las inversiones)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	S23	¿Tiene la organización una estructura de costos establecida que se utiliza como insumo para tomar decisiones gerenciales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	S23	¿Las decisiones de establecimiento de márgenes, reinversión, repartición de utilidades y otras disposiciones del capital contemplan la sostenibilidad financiera de la organización en el largo plazo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

TERCERO CRITERIO: Progreso Social

Componente Requisito		Indicador	Cumplimiento		
			Sí	No	
Necesidades humanas básicas	Salud y seguridad ocupacional	P1	¿La organización asegura que sus colaboradores tengan atención sanitaria oportuna, aceptable, asequible y de calidad satisfactoria?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P2	¿Procura la organización que sus instalaciones sean accesibles a personas con diferentes tipos de discapacidad?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P3	¿Cuenta con un botiquín de emergencia en cada centro de trabajo y accesible a todos los colaboradores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P4	¿La organización hace conciencia a sus colaboradores en materia de salud y seguridad ocupacional?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P5	¿Asegura las organizaciones acceso a agua potable y condiciones salubres de todos sus colaboradores, tanto permanentes como temporales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P6	¿Se encuentran todos los colaboradores de la organización asegurados con la CCSS?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P7	¿La jornada laboral cumple con las regulaciones y leyes nacionales vigentes?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P8	¿La organización realiza regularmente labores de identificación de peligros, y cuenta con programas de evaluación y control de los riesgos relacionados con el trabajo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Condición socioeconómica	P9	¿Cuenta la organización con mecanismos que le permita identificar si hay colaboradores que viven en condiciones de pobreza?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P10	¿Cuenta la organización con mecanismos que le permitan prevenir o mitigar los impactos de la pobreza en sus colaboradores a través de apoyo en temas como acceso a vivienda digna, correcta alimentación, manejo de finanzas, entre otros?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P11	¿Los salarios brutos pagados cumplen con la normativa legal vigente y las reglas mínimas establecidas por los estándares o convenios del sector?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P12	¿El tiempo extra es pagado de acuerdo a la legislación, es voluntario, no excede de las 12 horas semanales y no es habitual?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Movilidad social	Acceso a educación básica	P13	¿Tiene la organización mecanismos que permiten identificar el nivel de escolaridad y alfabetización de sus colaboradores?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P14	¿Ofrece la organización programas para sus colaboradores que faciliten el acceso a la educación básica y diversificada a través de flexibilidad de horarios, becas, estímulos, premios, entre otros?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Oportunidad	Bienestar y movilidad laboral	P15	¿Cuenta la organización con asociación solidarista o cooperativa, que facilite al asociado tener acceso a préstamos, descuentos, ahorros, entre otros?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P16	¿La organización cuenta con políticas que permiten al personal asociarse y negociar colectivamente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P17	¿La organización cumple con las regulaciones y leyes nacionales, así como convenios internacionales vigentes en materia de trabajo infantil, trabajo de jóvenes y trabajo forzado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P18	¿La organización cuenta con oportunidades laborales para jóvenes adultos o personas sin experiencia a través de contratación, pasantías, prácticas profesionales, apoyo con trabajos de graduación, etc.?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P19	¿Ofrece la organización a sus colaboradores flexibilidades que le permitan alcanzar un adecuado balance entre las responsabilidades laborales y sus necesidades personales y familiares tales como guarderías, flexibilidad de horario, entre otros?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P20	¿La organización fomenta el desarrollo del talento humano a través de programas, capacitaciones, entre otros, que le permita al colaborador conocer y desarrollar habilidades para acceder a puestos de mayor competencia dentro de la organización?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Acceso a información y comunicaciones	P21	¿Cuentan los colaboradores con fuentes de información y comunicaciones en la organización tales como acceso a una red de internet inalámbrica, computadora con acceso a internet, entre otros, para ser utilizados como fuente de conocimiento?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Equidad de género e igualdad	P22	¿Cuenta la organización con una política de no discriminación por etnia, religión, orientación sexual, ideología política, edad, sexo, estado civil, discapacidad, entre otras?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P23	¿Cuenta la organización con políticas de no tolerancia a comportamientos amenazantes, de explotación, o coercitivos en lo mental, físico o sexual en el lugar de trabajo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P24	¿La organización asegura que su proceso de reclutamiento y selección de personal es accesible independiente de la etnia, religión, orientación sexual, ideología política, edad, sexo, estado civil, discapacidad, entre otras?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		P25	¿Cuenta la organización con una política de bandas salariales que no discriminen por etnia, religión, orientación sexual, ideología política, edad, sexo, estado civil, discapacidad, entre otras?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formación y actualización profesional		P26	¿Cuenta la organización con programas que apoyen o fomenten a los colaboradores que deseen continuar sus estudios superiores o técnicos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CUARTO CRITERIO: Innovación

Componente Requisito		Indicador	Cumplimiento		
			Sí	No	
Estrategia para la innovación	Posicionamiento de la innovación	I1	¿La innovación está incorporada en los lineamientos estratégicos de la organización y posee objetivos específicos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		I2	¿Los focos para desarrollar y enfocar la innovación en la organización están definidos y son conocidos por el personal relacionado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		I3	¿Se realizan actividades para conocer las capacidades de la red de valor (clientes, proveedores, universidades, institutos de investigación) y explorar oportunidades de co-creación y alianzas estratégicas?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		I4	¿La organización tiene una meta de innovación en términos de ingresos que debe generar por nuevos productos, servicios o negocios?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Proceso sistémico de innovación	I5	¿Existen criterios explícitos y consensuados para priorizar y seleccionar las ideas de innovación de mayor potencial?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		I6	¿Se aplican métodos y herramientas estructuradas para generar ideas de innovación en productos, procesos y servicios, modelos de negocio entre otros?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		I7	¿La organización tiene un portafolio de nuevos productos, servicios o negocios en desarrollo orientados a alcanzar sus metas de crecimiento?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		I8	¿Tiene la organización algún mecanismo de protección a la innovación como registro de propiedad industrial, patentes, diseños, secretos industriales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cultura para la innovación	Gestión de Talento	I9	¿El personal de la organización recibe formación en prácticas de innovación, creatividad y gestión de proyectos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		I10	¿Durante los procesos de experimentación o innovación se analizan, miden y evalúan los riesgos asociados, así como las causas de éxito o fracaso de los proyecto de innovación ya sea en proceso de desarrollo o implementados en el mercado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Apoyo pleno de la alta dirección	I11	¿En la organización existen recursos explícitos para proyectos de innovación (humanos, financieros y físicos) y se asignan según prioridades para el desarrollo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		I12	¿La organización cuenta con personas responsables para liderar los esfuerzos de innovación?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		I13	¿Los equipos de proyectos de innovación reciben el apoyo y metodología en gestión de innovación?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		I14	¿Cuenta el personal con tiempo, recursos y aprobaciones para desarrollar una idea innovadora?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

QUINTO CRITERIO: Origen

Para aprobar el valor de origen para la licencia de uso corporativo, solamente es necesario cumplir con uno de los siguientes indicadores que se muestran a continuación.

Los indicadores del componente “Servicios brindados desde Costa Rica” solamente aplican para empresas de servicios.

Componente	Requisito	Indicador	Cumplimiento	
			Sí	No
Recursos costarricenses	Recurso humano costarricense	01 ¿Mantiene la organización una planilla en Costa Rica, de al menos un 75% de costarricenses como parte de su personal total?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Capital costarricense	02 ¿Al menos un 51% de las acciones de la organización pertenecen a costarricenses?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Propiedad intelectual costarricense	03 ¿Tiene la organización propiedad industrial (invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de procedencia) inscrita por primera vez en Costa Rica o por un costarricense en el exterior?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		04 ¿Tiene la organización derechos de autor registrados por primera vez en Costa Rica?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Servicios brindados desde Costa Rica	Operaciones en Costa Rica	05 ¿Tiene la organización operaciones en Costa Rica que impliquen pago de impuestos tributarios, patentes municipales o cargas sociales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		06 ¿Realiza la organización transacciones comerciales desde Costa Rica mediante una personería jurídica registrada nacionalmente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Producto de origen costarricense	Mercancías totalmente obtenidas	La mercancías producidas por la organización provienen de:		
		Minerales y otros recursos naturales extraídos o tomados en territorio de Costa Rica;	<input type="checkbox"/>	
		Plantas y productos vegetales cultivados o recolectados en territorio de Costa Rica;	<input type="checkbox"/>	
		Animales vivos, nacidos y criados en territorio de Costa Rica;	<input type="checkbox"/>	
			<input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/>		
		<input type="checkbox"/>		

	Mercancías suficientemente transformadas

08

Productos obtenidos de animales vivos, en territorio de Costa Rica;	
Productos procedentes de animales sacrificados, en territorio de Costa Rica	
Productos obtenidos de la caza o pesca, practicadas en territorio de Costa Rica;	
Peces, crustáceos y otras especies marinas obtenidos del mar, del fondo o del subsuelo marino, fuera de sus aguas territoriales y de las zonas marítimas donde Costa Rica ejerce jurisdicción, ya sea por naves registradas o matriculadas en Costa Rica y que lleven la bandera nacional o por naves arrendadas por empresas establecidas en territorio costarricense;	
Mercancías obtenidas del fondo o del subsuelo marino fuera de las aguas territoriales, por una persona (natural o jurídica) de Costa Rica, siempre que el país tenga derechos para explotar ese fondo o subsuelo marino;	<input type="checkbox"/>
Desechos y desperdicios derivados de:	
Mercancías producidas en territorio de Costa Rica, exclusivamente a partir de las mercancías mencionadas en los ítems anteriores o de sus derivados, en cualquier etapa de producción.	<input type="checkbox"/>
La producción en territorio de Costa Rica; o	
Mercancías usadas, recolectadas en territorio de Costa Rica, siempre que esas mercancías sirvan sólo para la recuperación de materias primas; o	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
Ninguna de las anteriores	<input type="checkbox"/>
No aplica	<input type="checkbox"/>
Alguna de las mercancías finales producidas por la organización:	
Se clasifica (como mínimo) en una subpartida distinta a los materias o insumos importados de terceros países	<input type="checkbox"/>
Posee una certificación de origen emitida por la Unidad de Origen de PROCOMER para cualquiera de los tratados comerciales.	<input type="checkbox"/>
Cumple con al menos un 30% de valor de contenido nacional.	<input type="checkbox"/>
Ninguna de las anteriores	<input type="checkbox"/>
No aplica	

OBSERVACIONES

Justificar los cumplimientos según indicador

--

B.4 LISTADO DE CERTIFICACIONES VIGENTES DE LA ORGANIZACIÓN

CERTIFICACIÓN	FECHA DE VENCIMIENTO	ORGANISMO CERTIFICADOR

B.5.DISPOSICIONES FINALES

1. La organización se quedará con copia de este informe.
2. Los no cumplimientos han sido aclarados y entendidos.

REPRESENTANTE DE LA ORGANIZACIÓN
(Nombre, firma y número de cédula)

EVALUADOR
(Nombre, firma y número de carné)

_____ de _____ del 201_____

C) FÓRMULA DE DATOS COMPLEMENTARIOS

1. Nombre de la Empresa (Razón Social):
2. Cédula jurídica:
3. Ubicación del Centro(s) de Trabajo (Domicilio Social) y número total de personas por cada uno:
4. Correo electrónico para notificaciones:
5. Responsable de firmar el informe de evaluación:
6. Cédula de identidad:
7. Puesto que ocupa:
8. Presidente de la organización:
9. Gerente General:

D) FÓRMULA DE DATOS COMPLEMENTARIOS

EMPLAZAMIENTOS EVALUADOS

CENTRO DE TRABAJO:

PROVINCIA:

DIRECCIÓN:

POBLACIÓN:

EVALUADOR:

