

Promoción sistemática de turismo sostenible

DAMARIS CHAVES

En la década de los setenta se empezó a gestar un cambio en la conciencia humana, motivado por los movimientos sociales de entonces, que despertó un mayor interés por la salud del ambiente y que se ha fortalecido con el paso del tiempo, dando paso luego a actividades como la Primera Cumbre Mundial sobre Desarrollo y Medio Ambiente, en 1972, la Primera Cumbre de la Tierra, en 1992, y la elaboración de *Nuestro Futuro Común: desarrollo sostenible*, en 1987.

En paralelo a estos esfuerzos se ha ido dibujando una nueva forma de vida que ha cambiado la visión personal de relación con el ambiente. Esta nueva vinculación, mucho más sana y amigable, se ha venido viendo reflejada, poco a poco, en las preferencias de los consumidores, quienes demandan servicios y productos que cumplan con sus nuevas expectativas de vida. Así, se ha dado un cambio sustancial en los hábitos de compra de los clientes, siendo los

primeros favorecidos con esta tendencia los productos orgánicos, que al final de la década de los setenta aparecieron en supermercados de todo el mundo y sedujeron a los consumidores con su lema *proteja el ambiente, no utilizamos químicos*. En la década siguiente entró en la vida de los compradores el comercio justo (*fair trade*), enarbolando la bandera de *mejores condiciones de vida para los productores*.

Según evolucionaban la preocupación por el ambiente, el interés de los consumidores por disfrutar de una vida más sana y solidaria y la necesidad de con-

tar con productos de calidad, se fueron mezclando diferentes conceptos: formas de producción amigables con el ambiente, apoyo al desarrollo local, fortalecimiento de la cultura, calidad de vida de los consumidores y los productores y calidad de los productos y otros aspectos. Y a lo largo de los últimos 20 años han surgido una serie de normas, criterios, estándares, etcétera, para asegurar a los mercados que los productos y servicios cumplen una serie de requisitos establecidos previamente.



Puerto Viejo, Costa Rica

Manuel Reyes

Como era de esperar, el turismo no escapó a esta corriente y a partir de los noventa entraron en los mercados diferentes mecanismos para asegurar una práctica responsable y comprometida de la industria de la hospitalidad con el entorno, iniciándose la promoción del turismo sostenible y entrando en escena diferentes programas de certificación, sellos ambientales, reconocimientos y otras denominaciones de garantía. En Costa Rica, el Instituto Costarricense de

Turismo (ICT) inició, a mediados de la década anterior la estructuración del Programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística.

Un nuevo reto se presentó al buscar los mecanismos mediante los cuales se podían cumplir los criterios establecidos en los sellos, certificaciones y reconocimientos, acuñándose entonces, y popularizándose, el término *buenas prácticas*, que "son aquellas medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de gestión y operación de las empresas turísticas. Estas acciones tienen como meta garantizar que se está produciendo el menor impacto posible, que se mejora la calidad del producto turístico,

Damaris Chaves es directora de Proyectos de la División de Turismo Sostenible de Rainforest Alliance.

así como su imagen frente al cliente, y que se hace más eficiente el desarrollo empresarial y, por ende, su desempeño socioeconómico" (Rainforest Alliance 2005).

En Costa Rica y otros países de América Latina, Rainforest Alliance (Alianza para Bosques), lidera el Programa de Implementación de Buenas Prácticas y Apoyo a la Certificación para Pequeña y Mediana Empresa de Turismo Sostenible, que brinda capacitación y asistencia técnica a hoteles pequeños y medianos que deseen mejorar su desempeño ambiental, social, cultural, económico y de calidad. Una herramienta importante de ese Programa es la *Guía de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible*, producto de una recopilación y armonización de buenas prácticas internacionalmente reconocidas para turismo. Ésta, que es la base de la capacitación que brindan Rainforest Alliance y sus socios locales, es un instrumento que facilita a las empresas comunitarias y a los pequeños y medianos empresarios adoptar acciones concretas que les permitan orientar su gestión hacia la ejecución de un turismo sostenible. Este manual está estructurado en tres apartados: ambiental, sociocultural y económico, conteniendo cada uno de ellos información sobre temas relacionados, incluyendo miles de consejos útiles y sencillos y mejoras específicas que propietarios y administradores de empresas de turismo pueden realizar en importantes áreas como: diseño y construcción de facilidades, reciclaje y manejo de desechos sólidos, relación con áreas protegidas públicas y privadas, tratamiento de aguas residuales, jardines y áreas verdes, comunicación con clientes y beneficio de comunidades locales y culturas.

Por medio de seminarios y talleres, Rainforest Alliance y otras organizaciones locales capacitan a empresarios en el desarrollo y ejecución de planes de buenas prácticas para turismo sostenible a fin de que puedan prepararse para acceder a un programa de certificación, que en el caso de Costa Rica es el certificado de sostenibilidad turística que otorga el ICT. Los seminarios, de un día de duración, permiten sensibilizar a los participantes respecto del alcance e importancia de que cada empresa cuente con un plan de buenas prácticas; mientras que, durante los dos días que cubren



Playa Ventanas, Costa Rica

Gino Biamonte

los talleres de capacitación, los asistentes pueden ahondar en lo referente a la elaboración e implementación de un plan de buenas prácticas. A la fecha, en Costa Rica, han participado 655 personas en los eventos de capacitación.

Uno de los aspectos más sobresalientes del Programa de implementación de buenas prácticas y apoyo a la certificación para *pymes* que coordina Rainforest Alliance, es la firma de acuerdos de colaboración con los principales touroperadores. A la fecha, se han firmado más de 25 convenios con touroperadores en diferentes países, de ellos cinco han sido con las compañías costarricenses Horizontes Nature Tours, Vesatours, Actuar, Simbiosis Tour, Swiss Travel y Camino Travel. Con este tipo de convenio lo que se pretende es que las operadoras turísticas incentiven a los hoteles, y a otros de sus proveedores, a sumarse a los esfuerzos por conservar la biodiversidad y reducir el impacto negativo de la actividad. Incluso, se establece el compromiso de que las compañías firmantes darán prioridad a los negocios que aplican buenas prácticas a la hora de diseñar los

paquetes turísticos que ofrecen a sus mayoristas en el exterior.

Al integrar a estos procesos a las empresas encargadas de la comercialización se cumple con el propósito de conducir hacia la sostenibilidad turística a toda la cadena de comercialización, pues se puede dar respuesta al número creciente de turistas interesados en que sus vacaciones sean objeto de desarrollo positivo para las zonas que visitan y no dejar una huella negativa en su biodiversidad o comunidades.

Después de todo, los atractivos naturales y culturales de nuestros países son el origen de una mayor visita y el mejor camino para alcanzar la competitividad, de manera que el esfuerzo por lograr su conservación es una tarea en la que están involucrados, en igualdad de condiciones, todos los participantes de la industria turística.

Referencias bibliográficas

Rainforest Alliance. 2005. *Buenas Prácticas para Turismo Sostenible, una Guía para el Pequeño y Mediano Empresario*. San José. [www.rainforest-alliance.org/programs/tourism/certification/best-management-practices.html]