



Revista de Ciencias Ambientales (Trop J Environ Sci). EISSN: 2215-3896.

Diciembre, 1999. Vol 17(2): 41-45.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15359/rca.17-1.8>

URL: [www.revistas.una.ac.cr/ambientales](http://www.revistas.una.ac.cr/ambientales)

EMAIL: [revista.ambientales@una.cr](mailto:revista.ambientales@una.cr)

Rodolfo Lizano

# Revista de CIENCIAS AMBIENTALES Tropical Journal of Environmental Sciences



## Certificación para la sostenibilidad turística

Certification for tourism sustainability

*Rodolfo Lizano*



Los artículos publicados se distribuyen bajo una Creative Commons Reconocimiento al autor-No comercial-Compartir igual 4.0 Internacional (CC BY NC SA 4.0 Internacional) basada en una obra en <http://www.revistas.una.ac.cr/ambientales>, lo que implica la posibilidad de que los lectores puedan de forma gratuita descargar, almacenar, copiar y distribuir la versión final aprobada y publicada (*post print*) del artículo, siempre y cuando se realice sin fines comerciales y se mencione la fuente y autoría de la obra.

# CERTIFICACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

Por **Rodolfo Lizano**

Se analiza y revela la relación entre sostenibilidad y turismo desde un punto de vista práctico, planteando la sostenibilidad como factor de diferenciación y competitividad en la industria del turismo, y considerando los problemas que supone su implementación en el plano empresarial. En respuesta a estas dificultades, se propone y describe el programa de Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST) que se está desarrollando en Costa Rica como mecanismo de avanzada en la utilización de incentivos de mercado para promover una política de sostenibilidad en toda la industria turística.

*This article highlights the relationship between sustainability and tourism from a practical point of view. It concentrates on sustainability as a differential and competitive factor for the tourism industry, and considers possible problems involved in the implementation within the sector. In response, the Certification for Sustainable Tourism (CST), currently being developed in Costa Rica, is proposed and described as an advanced mechanism utilizing market incentives to promote a sustainability policy throughout the entire tourism industry.*

Rodolfo Lizano, administrador especialista en sostenibilidad y conservación de recursos, es director de Planificación del Instituto Costarricense de Turismo y preside la Comisión Nacional de Acreditación del programa Certificación para la Sostenibilidad Turística.

## Turismo y sostenibilidad

Para la actividad turística la sostenibilidad representa una forma de desarrollo que permite contribuir a solucionar las situaciones actuales de riesgo de la industria y evita las dinámicas de crecimiento que están generando desequilibrios económicos, sociales, culturales y ecológicos.

En su forma simple, la sostenibilidad en el turismo está basada en la interacción balanceada de tres factores básicos: (1) uso apropiado de los recursos naturales y culturales, (2) mejoramiento de la calidad de vida en comunidades locales y (3) éxito económico y rentabilidad para contribuir con otros programas de desarrollo nacional.

Desafortunadamente, salvo algunas excepciones, en la última década se ha puesto casi toda la atención en los aspectos económicos del turismo y muy poca en el impacto negati-

vo que esta actividad puede tener sobre el medio ambiente, la calidad de vida y las condiciones sociales de las comunidades directamente afectadas por esta industria. De manera continua, el modelo de competencia en la actividad turística ha estado centrado en la búsqueda de rentabilidad basada en mayores cuotas de mercado, incluso en segmentos poco diferenciados, obviando o ignorando los efectos negativos, sociales o ambientales que se pudiera estar provocando. Los países de la región, en procura de lograr mejores condiciones de vida, han estado apostando a la concentración de las inversiones turísticas en un modelo marcadamente estacional e indiferenciado, que considera las economías de escala y el precio como los únicos factores de competitividad y que funciona sin mayor preocupación por los desplazamientos sociales o impactos ambientales irreversibles causados en el mismo espacio turístico donde se desarrolla.

Merced a cambios globales, sobre todo relacionados con una nueva percepción del problema ambiental y social, esta situación tiende a variar. Los análisis de oferta y demanda turística en el plano mundial sugieren cambios hacia un patrón de desarrollo crecientemente sostenible: cada día son más evidentes las exigencias de los turistas, inversionistas y desarrolladores hacia un turismo más activo y participativo respecto de aspectos ambientales y socioculturales, con servicios de alta calidad que coadyuven a la conservación y protección del medio natural y al aprendizaje y preservación de culturas locales, complementando con ello el disfrute de las vacaciones. Cada día con mayor fuerza se comprende que el desarrollo turístico debe ser un proceso que genere y distribuya riqueza para contribuir efectiva y constructivamente al bienestar de toda la sociedad, teniendo como principios fundamentales la conservación, el uso eficiente de los recursos (naturales y culturales) y la participación activa de las comunidades en ese desarrollo.

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

### **Sostenibilidad: de una propuesta a una realidad**

Convertir la idea de sostenibilidad en algo tangible no es una labor sencilla, porque requiere un profundo cambio de actitud en instituciones

del estado y sectores empresariales, sociales y ambientalistas, quienes no solamente tienen agendas distintas -generalmente con visiones, necesidades y expectativas muy diferentes respecto del turismo- sino que son grupos entre los que normalmente ha existido muy poca interacción.

El desarrollo de alianzas estratégicas en las partes más visibles de la industria -tales como las que se dan en hotelería, agencias de viaje, gastronomía y otras-, contrasta fuertemente con relaciones casi antagónicas que se desarrollaron en el pasado entre esos sectores empresariales y aquéllos con intereses en medio ambiente, sociedad, cultura y comunidades locales -entre otros-.

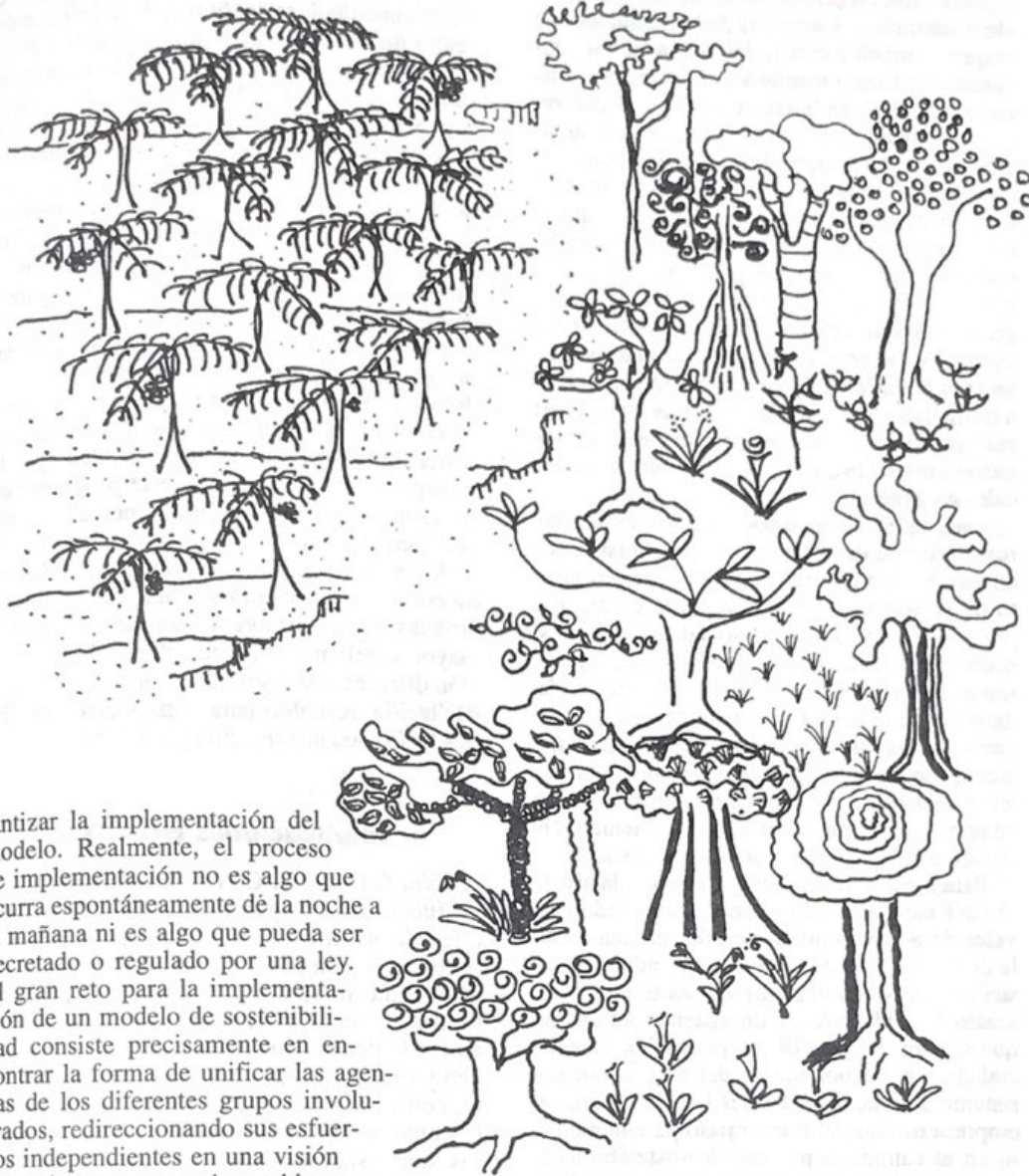
La discusión desde posiciones cerradas, tan comunes en el pasado, que resultó siempre en un enfrentamiento estéril, hizo aparecer al turismo como una actividad fuertemente depredadora con externalidades negativas sobre el mismo espacio donde se desarrollaba, pero también dejó claro que esta lucha entre "bandos" tuvo un impacto menos que significativo para el desarrollo turístico del país.

Afortunadamente, se ha empezado a comprender que la industria turística es en realidad un conglomerado de industrias de muy diversa naturaleza cuya organización, éxito y desempeño se suman para establecer la posición competitiva en el plano internacional. La historia nos ha enseñado que un destino de calidad mundial se forja mejorando la condición de los factores más visibles de la industria, tales como hotelería, gastronomía y promoción, pero también mejorando otros, tal vez menos visibles pero no por ello menos importantes, como infraestructura, seguridad, atractivos, medio ambiente, comunidades locales, servicios de apoyo y capacitación -entre otros.

De esta manera, hemos empezado a comprender que el camino no es el enfrentamiento sino, por el contrario, el fortalecimiento integral de las diferentes partes de la industria con el objetivo de promover un turismo sano y equilibrado en lo económico, social y ambiental. La conservación de atractivos, la participación local, la identidad cultural y la distribución de beneficios son factores vitales para la actividad turística y, desde esta óptica, tienen que ser incorporados como parte integral de cualquier estrategia de competitividad.

La sostenibilidad en este contexto aparece como modelo alternativo para el desarrollo, pero su implementación no resulta fácil, en principio porque requiere de procesos estructurados capaces de permear todas y cada una de las partes de la industria.

Es claro que la capacidad de descripción y comprensión de los elementos básicos que hay en la idea de sostenibilidad turística no es de ninguna manera condición suficiente para ga-



garantizar la implementación del modelo. Realmente, el proceso de implementación no es algo que ocurra espontáneamente de la noche a la mañana ni es algo que pueda ser decretado o regulado por una ley. El gran reto para la implementación de un modelo de sostenibilidad consiste precisamente en encontrar la forma de unificar las agendas de los diferentes grupos involucrados, redireccionando sus esfuerzos independientes en una visión de conjunto que permita moldear una actividad turística más sana, responsable y equilibrada con miras a lograr diferenciación y una mejor posición competitiva de la industria. Ciertamente no existe un único camino para tratar de hacer esto, pero nuestra experiencia nos indica que una de las vías más efectivas consiste en tratar de aglutinar las expectativas y agendas de los diferentes sectores en torno a alguna idea o programa de cuyos resultados cada quien pueda reconocer beneficios tangibles y respuestas a sus inquietudes referentes a su desarrollo.

Precisamente en esta línea y con la intención de contribuir en la consecución de una solución integral y global en torno a la implementación de un modelo de sostenibilidad, el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) ha diseñado el programa Certificación para la Sostenibilidad Turística (CST), por medio del

cual se pretende convertir el concepto de sostenibilidad en algo real, práctico y necesario en el contexto de la competitividad, para que incluso llegue a constituirse en un elemento de diferenciación para la industria turística.

### El programa CST

El programa Certificación para la Sostenibilidad Turística es un programa que pretende la categorización y certificación de empresas turísticas de acuerdo con el grado en que su operación se aproxime a un modelo de sostenibilidad. El programa pretende diferenciar y reconocer los esfuerzos -mediante un sello distintivo- de aquellas empresas que estén implementando programas positivos en la línea de la sostenibilidad.

Para esto, en primer lugar, se adaptaron los elementos de la sostenibilidad al concepto de empresa turística con la intención de facilitar el análisis. Como resultado, se propuso un sistema de cuatro ámbitos en el que cada uno representa un elemento importante de la sostenibilidad en el turismo. Tales ámbitos son: (1) entorno físico-biológico: para evaluar la interacción entre la empresa y el medio natural circundante; (2) planta de servicio (gestión del servicio): para evaluar las políticas gerenciales y los sistemas de operación internos de la empresa en lo que a planta física y servicios se refiere; (3) cliente externo: para evaluar la interacción entre la empresa y el cliente en lo que a participación activa de éste se refiere, y (4) entorno socioeconómico: para evaluar la interacción entre la empresa y las comunidades locales en general.

Para cada uno de estos aspectos se diseñaron, en forma de cuestionario, preguntas específicas que sirven para evaluar el cumplimiento de la empresa con una serie de estándares prefijados en el campo social, ambiental y económico. Cada una de las preguntas representa un elemento de la sostenibilidad que la empresa debe cumplir para ser ubicada en alguna de las diferentes categorías, que para efectos del programa se han denominado niveles. La clasificación final de la empresa será equivalente al rango más bajo obtenido en cualquiera de las cuatro áreas evaluadas.

Para medir y ubicar empresas en cada nivel, el CST establece un sistema denominado Niveles de Sostenibilidad, medidos en una escala de 0 a 5 en la que cada número indica la posición relativa de una empresa en términos de sostenibilidad. Éste es un sistema similar al que se emplea para la categorización comercial de hoteles por medio del muy conocido sistema de estrellas. El nivel 1 significa que la empresa ha dado el primer paso para integrarse en el camino o proceso de sostenibilidad. Los siguientes niveles corresponden a estadios cada vez más avanzados en el proceso específico evaluado, culminando con la obtención del nivel 5, situación en la que se encontraría una empresa considerada ejemplar en términos de sostenibilidad. La categorización se realiza de acuerdo con la siguiente tabla:

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

En función de la idea de sostenibilidad, el cumplimiento debe ser homogéneo en los diferentes ámbitos. Por ejemplo, para lograr nivel 3 es necesario obtener un 60% de respuestas positivas en el grupo de preguntas de cada ámbito. El nivel en que una empresa logre ubicarse corresponde al menor nivel alcanzado en cualquiera de los ámbitos. Con esto se pretende que las empresas avancen hacia un modelo de sostenibilidad considerando por igual la importancia de los cuatro ámbitos que entran en juego y no concentrándose en el que les parezca más importante.

Los resultados de la categorización se representan mediante un logo que la empresa podrá utilizar para fines de comunicación, promoción o posicionamiento en el mercado turístico, situación que estará respaldada por la incorporación destacada de este programa en las campañas de promoción y mercadeo a nivel internacional.

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

### Implicaciones del CST

A nivel del país, el CST representa una nueva fuente de competitividad, una forma de diferenciación de la industria turística -respecto de la competencia internacional- en la cual se incentiva el desarrollo de un producto turístico con la connotación de sostenible, abriendo nuevas posibilidades para el mercadeo y promoción internacional. Por otra parte, con este programa se ataca directamente la práctica inconsecuente de algunas empresas que están abusando de los conceptos "eco" y "sostenible" comercializando una experiencia turística no ajustada a la realidad. Dicho sea de paso, este mal proceder genera gran desconfianza en el consumidor sobre el producto ofertado y tiene repercusiones muy serias para toda la industria. En este sentido el CST brindará información confiable sobre cuáles empresas realmente se esfuerzan por ofrecer un producto en verdad sostenible y cuáles no. Sin lugar a dudas, esto reforzará la imagen del país como destino auténticamente naturalista, aumentando considerablemente la competitividad del producto nacional.

Para el empresario turístico, el programa representa la posibilidad de contar con un nuevo elemento de diferenciación y competitividad de su producto particular, aspecto que sería

plenamente reforzado en las campañas de promoción turística, nacionales e internacionales. Aparte de esto, el programa incentiva el mejoramiento en el uso de recursos en la empresa, promoviendo el ahorro y la utilización eficiente. No cabe duda que esto tendrá un impacto positivo no sólo sobre la calidad del producto sino también sobre la relación costo-beneficio en la propia empresa. Por ejemplo, la utilización de tecnologías para el ahorro energético promueve la calidad del producto en términos de sostenibilidad y, a la vez, busca una reducción significativa de la facturación por este servicio.

A nivel de otros sectores productivos, el CST es un programa denominado punta de lanza que abre oportunidades para el desarrollo de empresas suplidoras de bienes y servicios con una orientación sostenible. La necesidad creada por el propio programa de utilizar productos reciclables, reutilizables y naturales, dispositivos para ahorro de energía y agua, manejo de desechos, información y otros, es el detonante que abre las puertas para un nuevo mercado de productos ambiental y socialmente amigables. Sin duda, esto favorecerá el fortalecimiento de un sector industrial que opere bajo normas de sostenibilidad y que a mediano plazo esté en capacidad de satisfacer incluso las necesidades de otros sectores productivos, generando una sinergia y un balance positivo global en términos de sostenibilidad.

Aunque el programa CST está conceptualizado para toda la industria turística, la primera etapa de implementación abarcará solamente a las empresas de hospedaje. El programa es enteramente voluntario, de manera que será el propio empresario quien deba decidir su participación. Las empresas que decidan no participar se ubicarán en la banda para efectos de comunicación e información a nivel turístico.

### Administración del programa

La responsabilidad oficial del programa la tiene el ICT, que coordina su ejecución e implementación. El Decreto Ejecutivo 27235 MEIC-MINAE establece el marco legal para su funcionamiento. La organización nacional del programa incluye tres estructuras básicas: (1) la Comisión Nacional de Acreditación (CNA), que emite y otorga el certificado y, teniendo una estructura multisectorial en que están presentes el sector gubernamental, el académico y el de oenegés, está integrada por el ICT -que preside-, el INCAE y la Universidad de Costa Rica, el Ministerio del Ambiente, el INBio, la Cámara Nacional de Turismo, el Consejo de la Tierra y la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza; (2) la

Secretaría Técnica, cuya función es el manejo administrativo del programa y que brinda apoyo a la CNA, y (3) el Comité Técnico, encargado de ejecutar, supervisar y auditar evaluaciones, y que está integrado por profesionales en distintas áreas que son los encargados de realizar las correspondientes evaluaciones de campo.

### Avances

El programa, que está diseñado para todo el sector turístico, hasta el momento ha trabajado en tres aspectos: (1) norma general para el programa (norma CST-G01), que abarca las normas y consideraciones esenciales de la certificación; (2) norma para hoteles y empresas de hospedaje (CST-H02 y CST-H03), que incluye el manual de evaluación y la guía de aplicación, y (3) norma para agencias de viaje y touroperadoras (CST-V02), que incluye el manual de evaluación a nivel de borrador inicial para discusión.

Aparte de esto, se diseñó un sistema de información automatizado para el manejo de los datos y el control de las evaluaciones, el cual está funcionando íntegramente y ha sido la base para el diseño y puesta en marcha de una página Web [[www.turismo-sostenible.co.cr](http://www.turismo-sostenible.co.cr); [www.sustainable-tourism.co.cr](http://www.sustainable-tourism.co.cr)]. Por otra parte, se ha avanzado bastante en el plan de mercadeo específico para este programa el cual se ha incluido, destacadamente, dentro del plan de mercadeo de la institución para el periodo 1999-2002.

El programa es enteramente voluntario y en él pueden participar todos los hoteles, albergues y cabinas que lo deseen, sin importar el sitio en que se encuentren (ciudad, playa, montaña, etcétera) ni su tamaño. La inscripción en el programa y la primera categorización no han tenido costo alguno para el empresario; lo único que se solicita es enviar a nuestras oficinas el formulario de inscripción debidamente cumplimentado.

Hasta agosto de 1999 había inscritos en el programa 150 hoteles correspondientes a toda la gama existente (montaña, playa, ciudad; pequeños y grandes). De éstos, el Comité Técnico ha evaluado 50, y, de los restantes, 28 han finalizado la primera etapa del proceso de asesoría previa. Este año se completará la evaluación del 100% de los hoteles inscritos hasta enero de 1999. Desde luego, la inscripción permanece abierta en un proceso continuo.