

“CERTIFICACIÓN, UN FACTOR DIFERENCIADOR EN EL NEGOCIO DEL TURISMO RURAL”

Álvaro Castro

MBA. Director Ejecutivo GG21 para Sudamérica

acv@gtcert.tie.cl

Tel.: 56-2-6996160

“El trabajo de hombres y mujeres se ha hecho más difícil en las últimas décadas, por tres fuerzas que interactúan en el mundo actual: la apertura de los mercados, el impacto de las tecnologías y la globalización... modificando el entorno en los empresarios que toman decisiones, ya que hay más competencia, más información y las interacciones son con personas de culturas y valores diferentes... podemos decir que ha cambiado la forma de efectuar el trabajo.” (Fuente: David Fischman, 5ta Edición, 2002)

INTRODUCCIÓN:

El turismo es una actividad económica que depende del stock y de los servicios del medio ambiente, en la producción de bienes y servicios finales. Por un lado, el turismo utiliza recursos naturales de baja transformación, dentro de los atributos del producto turístico incorporados en el consumo de los servicios finales.

De otra parte, la actividad turística contribuye, como cualquier otra actividad económica, al agotamiento de los recursos naturales incorporados en bienes de capital socialmente producidos, así como la alteración de los ecosistemas y la degradación de su capacidad de asimilación de residuos.

Esta complejidad de las interacciones, que tienen lugar desde la demanda y desde la oferta entre turismo y medio ambiente, sugiere la necesidad de utilizar una metodología específica para el estudio empírico de estas relaciones. La importancia de la evaluación práctica de las relaciones turismo-medioambiente, está en que supone un paso preliminar hacia el establecimiento de políticas conducentes al objetivo de la sostenibilidad de la actividad turística.

El desarrollo sostenible, aplicado al turismo, consiste en una senda de evolución de la producción de servicios turísticos compatible con la preservación de los activos naturales. Esta evolución de la producción conllevaría el mantenimiento, o bien el aumento, del nivel de satisfacción de los turistas (CLIENTES), así como de la renta turística en un horizonte de tiempo.

1.- Desarrollo Sostenible y Turismo:

El desarrollo sostenible es el propósito que se ha impuesto la sociedad moderna, para conciliar los intereses de crecimiento económico con mejores condiciones de vida.

La industria de turismo a nivel internacional recibió, en 1995, un mensaje inequívoco para sumarse a la tarea de fomentar un crecimiento basado en la sostenibilidad, en el largo plazo, de los recursos que utiliza. Fue en aquel año, cuando se lanzó en Londres la Agenda 21 para la industria del turismo (CHILE es uno de los 182 países que lo suscribieron). En este desarrollo participaron tres organizaciones de nivel internacional, como son el Consejo Mundial de Turismo

“CERTIFICACIÓN, UN FACTOR DIFERENCIADOR EN EL NEGOCIO DEL TURISMO RURAL”

Álvaro Castro

MBA. Director Ejecutivo GG21 para Sudamérica

acv@gtcert.tie.cl

Tel.: 56-2-6996160

“El trabajo de hombres y mujeres se ha hecho más difícil en las últimas décadas, por tres fuerzas que interactúan en el mundo actual: la apertura de los mercados, el impacto de las tecnologías y la globalización... modificando el entorno en los empresarios que toman decisiones, ya que hay más competencia, más información y las interacciones son con personas de culturas y valores diferentes... podemos decir que ha cambiado la forma de efectuar el trabajo.” (Fuente: David Fischman, 5ta Edición, 2002)

INTRODUCCIÓN:

El turismo es una actividad económica que depende del stock y de los servicios del medio ambiente, en la producción de bienes y servicios finales. Por un lado, el turismo utiliza recursos naturales de baja transformación, dentro de los atributos del producto turístico incorporados en el consumo de los servicios finales.

De otra parte, la actividad turística contribuye, como cualquier otra actividad económica, al agotamiento de los recursos naturales incorporados en bienes de capital socialmente producidos, así como la alteración de los ecosistemas y la degradación de su capacidad de asimilación de residuos.

Esta complejidad de las interacciones, que tienen lugar desde la demanda y desde la oferta entre turismo y medio ambiente, sugiere la necesidad de utilizar una metodología específica para el estudio empírico de estas relaciones. La importancia de la evaluación práctica de las relaciones turismo-medioambiente, está en que supone un paso preliminar hacia el establecimiento de políticas conducentes al objetivo de la sostenibilidad de la actividad turística.

El desarrollo sostenible, aplicado al turismo, consiste en una senda de evolución de la producción de servicios turísticos compatible con la preservación de los activos naturales. Esta evolución de la producción conllevaría el mantenimiento, o bien el aumento, del nivel de satisfacción de los turistas (CLIENTES), así como de la renta turística en un horizonte de tiempo.

1.- Desarrollo Sostenible y Turismo:

El desarrollo sostenible es el propósito que se ha impuesto la sociedad moderna, para conciliar los intereses de crecimiento económico con mejores condiciones de vida.

La industria de turismo a nivel internacional recibió, en 1995, un mensaje inequívoco para sumarse a la tarea de fomentar un crecimiento basado en la sostenibilidad, en el largo plazo, de los recursos que utiliza. Fue en aquel año, cuando se lanzó en Londres la Agenda 21 para la industria del turismo (CHILE es uno de los 182 países que lo suscribieron). En este desarrollo participaron tres organizaciones de nivel internacional, como son el Consejo Mundial de Turismo

(WTTC por sus siglas en inglés), la Organización Mundial de turismo (WTO) y el Consejo de la Tierra, esta última una organización no gubernamental de carácter global, diseñada para actuar como un catalizador, para facilitar y apoyar la aplicación y seguimiento de los resultados de la Cumbre de Río.

En el mensaje de la Agenda 21, se reflejan los principios establecidos, con el objeto de alcanzar el desarrollo sostenible en la Industria de viajes y Turismo:

- La industria de viajes y turismo debe apoyar a los individuos, en el objetivo de vivir saludable y productivamente, en armonía con la naturaleza.
- La industria de viajes y turismo debe basarse en patrones sostenibles de producción y consumo.
- Las naciones deben cooperar para promover sistemas económicos abiertos, donde el comercio de los servicios turísticos tome lugar sobre bases sostenibles.
- Los viajes y el turismo, la paz, el desarrollo y protección ambiental son interdependientes.
- El proteccionismo en el comercio de los servicios turísticos debe ser detenido.
- La protección ambiental debe constituir una parte integral en el proceso del desarrollo turístico.
- Los aspectos de desarrollo turísticos deben ser manejados con la participación de los ciudadanos interesados, donde el nivel local adopte decisiones planificadas.
- La industria de viajes y turismo debe usar su capacidad para generar empleo para las mujeres y población indígena, al máximo.
- El desarrollo turístico debe reconocer y respetar la identidad, cultura y los intereses de la población indígena.
- La industria de viajes y turismo debe respetar las leyes internacionales que protegen el medio ambiente.

FUENTE: WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL- EARTH COUNCIL- OMT. AGENDA 21 PARA LA INDUSTRIA DE VIAJES Y TURISMO, LONDRES 1995.

La Industria de Viajes y Turismo es la de mayor crecimiento en el mundo y además es la que mayor empleo genera. Dentro de ésta se encuentra el turismo de intereses especiales, el cual presenta una tasa de crecimiento entre el 25 % y el 30%, a contar del año 2000.

Esta condición se suma a la característica de tener contacto directo con sus consumidores. Coincidiendo en espacio y tiempo, la producción del servicio y el consumo del mismo, la convierten en una industria clave para difundir masivamente una cultura a favor de la protección del medio ambiente, y por supuesto la coloca en "el ojo del huracán" para los efectos del enjuiciamiento en su desarrollo.

Es así como la sostenibilidad del turismo requiere contribuir a la del sistema global y garantizar la propia sostenibilidad, como actividad productiva de la región en la que se inserta. El problema del deterioro de los atributos naturales del turismo, o sea la no sostenibilidad, se traduce en una disminución de la productividad y de los ingresos futuros. A su vez, los usuarios se ven perjudicados por un proceso continuado de deterioro del capital natural. Por lo tanto, desde un punto de vista operativo, una definición de partida del desarrollo turístico sostenible puede enunciarse de la siguiente forma:

"El conjunto de condiciones físicas, biológicas, sociales y económicas que garantizan el mantenimiento de la productividad y la renta de la industria turística para las futuras generaciones."

manteniendo a su vez el nivel de satisfacción de los visitantes actuales y futuros y de la población local."

Por otra parte, un paso esencial en el desarrollo turístico sostenible es la medición de la producción turística sostenible. Por producción o renta sostenible puede entenderse el nivel de actividad económica realizado en un período, sin que el stock de capital natural se deteriore irreversiblemente. Aunque la estimación de la renta turística sostenible no soluciona el problema de la no sostenibilidad de los procesos actuales de desarrollo, los orienta en cuanto a generación de elementos y sistemas que permitan su ejecución y posterior consecución del objetivo económico.

El turismo engloba la producción de un paquete amplio y diverso de servicios ligados generalmente al ocio, la recreación, la cultura y el descanso, lo cuales se presentan imbricados en varios sectores económicos, destinados al consumo de no residentes.

El problema, por tanto, es la dificultad de separar los efectos medioambientales provocados por el consumo de servicios turísticos realizados por residentes y no residentes. La actividad producida por los establecimientos turísticos no se destina exclusivamente al consumo de no residentes o turistas, sino que engloba también a residentes habituales.

En el cuadro siguiente se muestra una encuesta de percepción al consumidor en relación a este tema, la encuesta está llevada a cabo en el año 2000, de manera de correlacionar con la tendencia de la industria frente al tema de la sustentabilidad del producto turístico:

Encuesta al Consumidor de la Universidad de George Washington – USA

El resultado obtenido de una investigación realizada por la Universidad de GW en USA, presentó los siguientes datos ante el estudio asociado a la sensibilidad del turista en referencia con el medio ambiente y su conservación

1. Prestigio y Medioambiente 51% SI

Asocia la variable respeto por el medio ambiente a un producto de prestigio

2. ¿Es la actuación del medioambiente esencial en la entrega del servicio? 52% SI

Asocia la variable prácticas no consuntivas en relación al medioambiente versus el servicio recibido

3.Importancia de las prácticas medioambientales

Es la percepción de la gente frente a la importancia actual y futura, respecto al desarrollo turístico que cumpla con prácticas medioambientales

Ahora 65% SI

en 5 años 85% SI

4. ¿Son los estándares y las Marcas importantes? 60% SI

Es la percepción respecto a la asociación de una marca (producto, servicio, destino), frente a la incorporación de estándares en ellos.

FUENTE: Survey Travel & Tourism Indutry, George Washington University and GG21.

Por otro lado, la dificultad añadida está en que el paquete turístico integra servicios como la publicidad, la organización y el transporte, cuya producción suele realizarse principalmente en origen. A su vez, la estimación de la renta turística sostenible requiere, como primer paso, la identificación de los efectos medioambientales de la producción y consumo de servicios turísticos.

En esta identificación habría que considerar también los impactos ambientales de la producción de bienes y servicios intermedios y de capital, con destino a la producción de los servicios turísticos.

Esta tarea requiere del análisis de las relaciones intersectoriales, de los efectos hacia atrás de la producción de servicios turísticos, para determinar el vector de participación del turismo en la producción intermedia y asignar la cuota de parte de responsabilidad en los efectos ambientales generados por ésta.

Teniendo en cuenta lo anterior y las respectivas consideraciones, es factible definir entonces que la renta turística sostenible es el valor añadido neto de los bienes y servicios finales producidos en un período, una vez deducida la depreciación del stock de capital natural y los gastos defensivos en el sector.

Formalmente esto es, $VATS = VAT - KN - D$, donde VATS es el valor añadido neto sostenible de los servicios turísticos en un periodo, VAT es el valor añadido neto convencional de los servicios turísticos, Kn es el valor de la depreciación del stock de capital natural utilizado en el turismo, y D es la cantidad de gastos defensivos. Por lo tanto, aunque no sea posible definir VAT debido a las limitaciones de las estadísticas disponibles en la actividad turística, sin embargo, en caso concreto la disponibilidad de datos y las características del activo valorado condicionarán la elección del sistema de registro contable del stock y de los flujos de servicios ambientales. Entonces, de un lado, la interacción definida por los intercambios físicos: la producción de infraestructuras y servicios turísticos, emplea recursos naturales y vierte residuos al medio físico, contribuyendo a la degradación de las funciones de los ecosistemas. De otro lado, el medio y los recursos naturales constituyen un factor valorizador del producto turístico. El paquete de servicios que constituye el consumo de los turistas es inseparable de la calidad ambiental de los ecosistemas, en que los servicios son prestados. De este modo, mientras que para una industria convencional es inapreciable el efecto de la degradación ambiental, que provoca sobre las cualidades del bien que produce, para el turismo, el deterioro medioambiental es un factor de desvalorización de los servicios producidos. Así la calidad del paisaje urbano y natural influye en el precio del alojamiento, o la limpieza del litoral en la valorización de las actividades recreativas que en él se desarrollen.

Es así, como el rol que entra a jugar la certificación turística sustentable, se traduce en un elemento de medición de su desempeño ambiental de las empresas que operan en la industria, transformándose en una herramienta de mejora de gestión productiva para los empresarios, y para los clientes, en un elemento diferenciador que permite obtener un servicio turístico enmarcado en la operación práctica que le entrega un valor agregado.

Podemos observar en el cuadro, la interacción de los diferentes actores en esta industria de viajes y turismo.

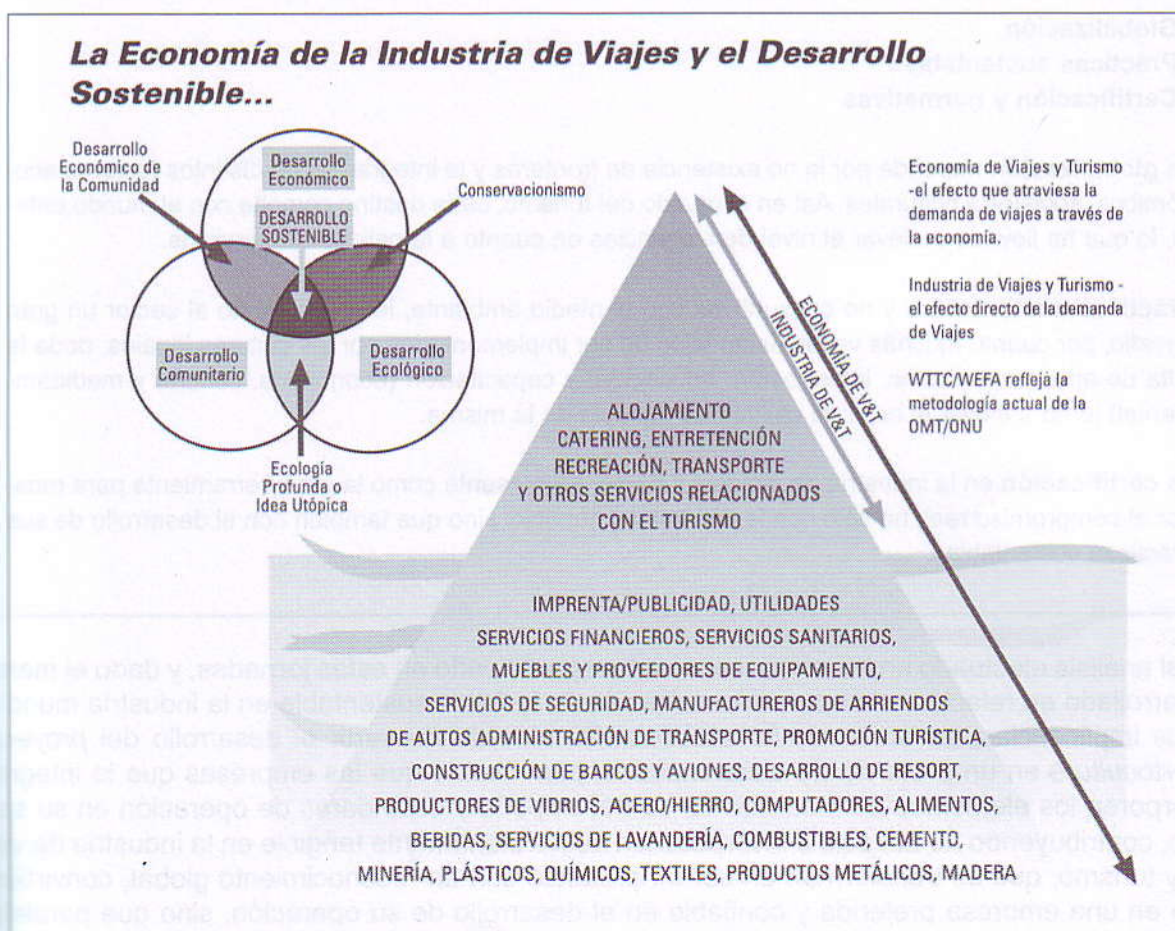
2.- Contrastación del análisis de la percepción de la Calidad, obtenido en las empresas analizadas versus la tendencia Mundial y sus efectos

Analizando las tendencias que la Industria de Viajes y Turismo ha puesto en acción para el desarrollo en sí de la actividad económica, se han establecido tres líneas de acción, a saber las cuales han descrito que conforman el *"medio facilitador que le agrega valor al producto turístico"*:

La **GLOBALIZACIÓN**, está marcada por la no existencia de fronteras y la integración de distintos factores económicos, sociales y culturales. Así en el mundo del turismo, cada destino compete con el mundo entero, lo cual ha llevado a elevar el nivel de exigencias en cuanto a calidad de servicios.

Las **PRÁCTICAS SUSTENTABLES**, en la operación de sus servicios, le han impuesto a la industria un gran desafío, por cuanto por barreras culturales locales, dado el factor económico, disponibilidad a la información, educación y capacitación (económica, cultural y medioambiental), se presenta como una barrera de entrada en la operación de un producto turístico de clase mundial.

La **CERTIFICACIÓN**, en la industria de viajes y turismo, nace como el elemento diferenciador para todos los miembros que interactúan en ella, permitiendo presentar una oferta en la cual muestran su calidad por el servicio y compromiso en su desarrollo, mostrando un producto con valor agregado a la industria.



Estos procesos se han venido desarrollando a nivel internacional y se centran en la gestión de sus procesos productivos y de servicios, incorporándoles estándares de operación y niveles de servicio para su ejecución.

Es en este sentido, donde la opción de incorporar estándares a través de un proceso de certificación internacional, les permitirá a las empresas de la región y, particularmente, a las empresas que han participado en las *"Jornadas de Calidad - Talleres de sensibilización de los empresarios respecto de la importancia de la certificación de calidad de los servicios turísticos"*, incorporar los elementos que le permitan desarrollar una operación sustentable y, en definitiva, entregar un producto turístico "World Class". De esta forma, el apoyo que se brinda al desarrollo de un sector de la económica en la región en particular, el sector turístico, bajo el Programa de Gestión Patrimonial de Valparaíso desarrollado por CORFO, V Región, denominado *"Puertocultura"*, se presentará como una oferta turística con estándares internacionales, reconocidos por la industria de viajes y turismo, y al mismo tiempo permitirá el efecto multiplicador que concurre en el desarrollo del marketing turístico, a través del efecto *"boca-oreja"*, permitiendo incrementar su demanda.

Por otra parte, el dinamismo que presenta la industria a nivel global y las actuales preferencias de nuevos destinos, hacen que nuestro país vea reflejado el aumento progresivo del flujo de turistas internacionales, bajo diferentes modalidades de turismo, por lo tanto, resulta muy atractivo para la presentación de la oferta turística, que el producto incorpore este elemento diferenciador, que muestra su compromiso con la entrega del servicio.

- **Globalización**
- **Prácticas sustentables**
- **Certificación y normativas**

La **globalización** marcada por la no existencia de fronteras y la integración de distintos factores económicos, sociales y culturales. Así en el mundo del turismo, cada destino compite con el mundo entero, lo que ha llevado a elevar el nivel de exigencias en cuanto a la calidad de servicios.

Prácticas sustentables y no consuntivas con el medio ambiente, le ha impuesto al sector un gran desafío, por cuanto muchas veces están lejos de ser implementadas por las culturas locales, dada la falta de apoyo económico, información, educación, y capacitación (económica, cultural y medioambiental) junto a elevar el nivel de calidad de servicio de la misma.

La **certificación** en la industria de viajes y turismo, se presenta como la gran herramienta para mostrar el compromiso real, no sólo con la calidad del servicio, sino que también con el desarrollo de sus prácticas sustentables.

En el análisis efectuado en las empresas que han participado en estas jornadas, y dado el marco desarrollado en relación a la operación del producto turístico sustentable en la industria mundial y sus implicancias, se evidencia la factibilidad técnica de convertir el desarrollo del *proyecto Puertocultura* en un producto de clase mundial, permitiendo que las empresas que lo integran incorporen los elementos de medición de su desempeño y estándares de operación en su servicio, contribuyendo no tan sólo a incorporar un activo plenamente tangible en la industria de viajes y turismo, que se transforman en ser un producto con un reconocimiento global, convirtiéndola en una empresa preferida y confiable en el desarrollo de su operación, sino que paralela-

mente, afecta positivamente la motivación de sus empleados, el incremento de los clientes, la sustentación del patrimonio, entre otros factores que se desencadenan.

¿Qué efectos son los esperados? Bajo el marco analizado, este tipo de iniciativa planteada por CORFO, V Región, y bajo la óptica del desarrollo de la industria mundial de viajes y turismo, se convertirá en un vector de desarrollo productivo en el sector, logrando un factor replicador en los empresarios locales. Se fundamenta lo anterior, dado el análisis hecho producto de la sensibilización llevada a cabo en los talleres, pudiendo captar su interés en la necesidad de incorporar estándares reconocidos y prácticas que operen en el contexto internacional.

5 INTRODUCCIÓN

Durante la última década, se ha visto en Chile cómo el campo del turismo se ha acercado al mundo rural y viceversa. Cada día se habla más de turismo rural y cada día crecen más parámetros de los pequeños agricultores, pescadores, artesanos, cazadores, recolectores y recolectores y recolectores de la zona rural en la propiedad y el desarrollo turístico de Chile.

Esto no es un fenómeno nuevo a nivel mundial, pero en Chile es un fenómeno reciente. El sector del turismo ha crecido que cuando se habla de turismo rural se habla de turismo rural. En Chile, este tipo de turismo ha crecido mucho, pero en Chile es un fenómeno reciente. Este tipo de turismo ha crecido mucho, pero en Chile es un fenómeno reciente. Este tipo de turismo ha crecido mucho, pero en Chile es un fenómeno reciente.

Desde mi llegada a Chile en 1981, he dedicado mi tiempo a desarrollar proyectos y programas turísticos en diferentes y diferentes zonas rurales, a través de diferentes empresas y programas. En 1981, 1982 y 1983, he dedicado mi tiempo a desarrollar proyectos y programas turísticos en diferentes y diferentes zonas rurales, a través de diferentes empresas y programas. En 1981, 1982 y 1983, he dedicado mi tiempo a desarrollar proyectos y programas turísticos en diferentes y diferentes zonas rurales, a través de diferentes empresas y programas.

Esta experiencia es la que quiero compartir con ustedes.

6 HISTORIAL

6.1 EL ENCUENTRO CON CHILE EN 1981

A raíz de la nominación de mi padre como Director de Educación Regional en la Región de Valparaíso de Santiago, desentendí Chile por primera vez en 1981. Los días siguientes me fui a de origen (Francia) con un pequeño grupo de personas que me acompañaron al aeropuerto. Los días siguientes me fui a de origen (Francia) con un pequeño grupo de personas que me acompañaron al aeropuerto. Los días siguientes me fui a de origen (Francia) con un pequeño grupo de personas que me acompañaron al aeropuerto. Los días siguientes me fui a de origen (Francia) con un pequeño grupo de personas que me acompañaron al aeropuerto.

En mi vida nunca había visto nada semejante a lo que vi en Chile. Nunca había visto nada semejante a lo que vi en Chile. Nunca había visto nada semejante a lo que vi en Chile. Nunca había visto nada semejante a lo que vi en Chile. Nunca había visto nada semejante a lo que vi en Chile.