

Turismo: normas voluntarias y competitividad

Adriana Norma Martínez*, Adriana Rosenfeld**

Resumen

Actualmente el turismo se desarrolla en un complejo escenario en el que los factores tradicionales de diferenciación basados en ventajas comparativas derivadas del patrimonio natural y/o cultural ya no resultan suficientes por sí solos para competir. El sector afronta el reto de un cambio de modelo: del turismo masivo al turismo responsable y sustentable. Esa transformación requiere nuevas estrategias que atiendan criterios de calidad y sustentabilidad. Las normas voluntarias resultan una inmejorable herramienta para el logro del objetivo propuesto.

Palabras Claves: Sustentabilidad, Competencia, Transformación, Turismo, Destinos.

• Universidad Nacional de Luján - anmart@arnet.com.ar
•• Universidad Nacional de Luján - arosenfeld@proiap.org

I. Introducción

En el marco de la actual globalización, los conceptos de calidad y sustentabilidad están indisolublemente ligados al desarrollo de un turismo competitivo. La calidad es una condición que alcanza todos los ámbitos de la vida en sociedad. En esta cuestión confluyen los intereses de todas las partes, sus beneficios alcanzan a todos por igual y todos estamos comprometidos en la cultura de la calidad. Los consumidores, cada vez más conscientes que el ejercicio de sus derechos en las relaciones de consumo afianza su condición de ciudadanos plenos, requieren productos y servicios eficientes, confiables y seguros cuya producción y uso contemplan la protección ambiental y la existencia de reglas claras y previsibles para la contratación de los mismos. Los empresarios advierten que la calidad otorga reconocimiento y confiabilidad a sus productos y servicios en el mercado interno y constituye un requisito insoslayable contar con tecnología, insumos y servicios que respondan a requisitos internacionales debidamente acreditados para el acceso y permanencia en los mercados regionales y globales. La sociedad adquiere conciencia del valor de la eficacia de los controles basados en reglas claras y posibles de ser respetadas por todos. “El proceso de tránsito desde una economía básica y de crecimiento espontáneo, ha dado paso a un proceso en el que la integración empresarial amerita una adecuada definición estratégica que fomente la cultura de la calidad y del desarrollo sustentable. Una cultura de calidad se construye y beneficia a todos los actores sociales.”(Martínez y Rosenfeld, 2011, párr. 6)

“Esta cultura se consolida con consumidores exigentes que demandan calidad y apoyan a las empresas que ofrecen productos y servicios confiables. Se construye con empresarios responsables que producen con calidad en base a requisitos que les permiten ingresar sin restricciones a los mercados con certificaciones respaldadas. Se construye con una sociedad madura que tiene un conjunto de normas claras que respeta y hace respetar. Las acciones responsables de consumidores, empresarios, estado y sociedad civil fortalecen la cultura de la calidad y generan una espiral virtuosa donde se produce cada vez más calidad.” (Ridolfi, 2006, p. 12). Es por lo expuesto que las organizaciones deben acreditar tanto las condiciones de su gestión como que sus productos y servicios cumplen con los requisitos exigidos y/o esperados por todas las partes interesadas. Las normas aportan las pautas que permiten a las organizaciones tornarse competitivas a partir de la incorporación de los atributos de la calidad. El mundo actual demanda que la calidad sea considerada una política de estado, la que requiere una institucionalidad que represente una garantía de transparencia, idoneidad y credibilidad, en el campo de aplicación de esas normas en el intercambio de bienes y servicios. “Si bien las normas obligatorias que regulan el ejercicio de la actividad turística imprimen requisitos y obligaciones a los prestadores dirigidos a garantizar seguridad jurídica a quienes con ellos contratan, conservando el Estado potestades de fiscalización y control, la calidad de la gestión turística surge del campo de las normas voluntarias, las que, a pesar de este carácter, actualmente se erigen como un plexo normalizador de carácter internacional que permite un adecuado posicionamiento de empresas e instituciones en el mundo actual.” (Güidi, 2011, p.13)

Cualquier emprendimiento turístico debe ser visto desde una perspectiva de calidad en la oferta de productos y servicios, en la atención de la demanda, y en la conservación de los valores atractivos. (Pesci, 2009). Las normas voluntarias son producto de la normalización. Pueden ser emitidas por entes nacionales, regionales o internacionales. De hecho, existen organismos internacionales encargados de desarrollar normas internacionales de cumplimiento voluntario y existe un organismo nacional encargado de desarrollar normas nacionales de cumplimiento voluntario.

Las normas están presentes en todos los aspectos de la vida cotidiana, por lo que la actividad turística no puede ni es una excepción. Los operadores turísticos han reconocido los beneficios derivados de su aplicación y han incorporado a su quehacer tanto las normas voluntarias específicas como también algunas genéricas. El turismo es considerado como una de las prácticas centrales, tanto sociales como gubernamentales, para la búsqueda de la sustentabilidad. Ha demostrado su capacidad para contribuir tanto a la sustentabilidad de los destinos como a la mejora de la calidad de vida de las comunidades receptoras, cuando sus patrones de consumo se adecuan a las condiciones propias del entorno natural, social y cultural y satisfacen las expectativas del turista/ consumidor.

En suma, se requiere la aplicación de los principios del desarrollo sustentable y del consumo responsable a la actividad turística, tanto por parte de los agentes implicados en la oferta, como de los turistas. Así lo ha entendido la Organización Mundial del Turismo al definir al turismo sostenible como: “aquel que atiende las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales, estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.”

Pero en la actualidad el avance es aún mayor. Así, desde la perspectiva del turismo justo postula el desarrollo de una actividad turística con activa y directa participación de la población local en una relación de intercambio que garantice, a la vez, tanto los niveles de calidad exigibles a los servicios ofrecidos, como la distribución equitativa de sus márgenes de beneficio. Desde la óptica, las empresas del sector ya no pueden limitar sus responsabilidades al ámbito de sus productos o servicios garantizando simplemente el cumplimiento de estándares de calidad adaptados a cada uno de los segmentos del mercado nacional o internacional. Se les requiere un involucramiento con el desarrollo social de aquellos lugares turísticos en los que operan lo cual exige que la actividad se cumpla, además, atendiendo los intereses de las comunidades locales. En el contexto descrito, aunque aún minoritaria, se identifica una creciente demanda internacional, exigente y sensibilizada por estas cuestiones, potenciada por el creciente acceso a la información. “Un turista que, más que por vivir determinadas y económicas emociones estandarizadas y replicadas homogéneamente por la geografía mundial, se mueve por sentimientos. Más que fijarse en el precio, factor hoy determinante para la elección de un destino para buena parte de la demanda, se siente más cómodo con el valor añadido que le aportan las iniciativas desarrolladas con responsabilidad social.” (Tudurí, Media, 2007)

Debe tenerse en cuenta, además, que al presente aparece un elemento diferenciador que cada vez adquiere mayor dimensión e influencia, integrándose a los conceptos de calidad y competitividad, en la medida en que este nuevo consumidor, con fácil acceso a la información y creciente conciencia de la interrelación de los problemas, comprende que sus elecciones de compra y consumo tienen una capacidad de influencia decisiva. El mercado turístico internacional registra, en los últimos años, tendencias que incentivan la valorización de la incorporación de mecanismos y elementos vinculados con la mejora de la sostenibilidad social y el incremento de la equidad distributiva en la producción turística tradicional. Por tanto, puede conceptualizarse al turismo responsable como aquel que entiende que las organizaciones del sector deben asumir las responsabilidades asociadas a los impactos derivados de sus decisiones y actividades, a través de un comportamiento transparente y ético. En suma, deben actuar en el marco de la responsabilidad social.

De lo hasta aquí expuesto surgen las siguientes relaciones entre los conceptos abordados:

- la sustentabilidad es un atributo de todos los tipos de turismo: cualquier desarrollo turístico debe manejarse con criterios de sustentabilidad, en sus tres aspectos: económico, cultural y ambiental;
- el turismo es una actividad económica dependiente del patrimonio del destino, que constituye la base de su sustentabilidad
- la calidad turística es un proceso que interviene sobre todos los eslabones de la cadena de valor turística: para consolidar destinos turísticos de calidad, todas las actividades deben ajustarse a criterios de calidad.
- las normas proveen pautas que tornan a las organizaciones competitivas en materia de cumplimiento de los atributos de calidad.
- la calidad como política de estado requiere una institucionalidad que represente una garantía de transparencia, idoneidad y credibilidad, en el campo de aplicación de esas normas en el intercambio de bienes y servicios.
- la calidad y la sustentabilidad resultan aspectos básicos a considerar para enfrentar el desafío del logro de un turismo responsable a nivel de destino.

Al logro del turismo sustentable y responsable contribuyen una serie de normas voluntarias, provenientes algunas del sector público y otras de los sectores de la sociedad civil y del sector privado.

II. Normativa Voluntaria como herramienta para un desarrollo turístico competitivo, sustentable y responsable

En la actualidad las normas de nivel nacional e internacional que integran el campo obligatorio, al regular las actividades de las empresas turísticas y de los servicios y productos turísticos no contemplan plenamente los aspectos que hacen al turismo sustentable y al turismo responsable. Por tanto, adquieren fundamental relevancia las normas que integran el campo voluntario y que atienden a los distintos aspectos que integran esos conceptos, atento que la sustentabilidad es elemento diferenciador del

producto turístico, que aporta un elemento de autenticidad al propio producto. Las normas se constituyen en un elemento de gestión, que contribuyen al buen ordenamiento de las organizaciones y a la cultura de la calidad. Su implementación es una decisión estratégica y su aplicación debe ser concebida como una inversión y no como un gasto. Dentro del campo voluntario, todos los operadores turísticos accederán más fácilmente a los beneficios derivados de la implementación de ese tipo de normas si trabajan con aquellos criterios que se encuentran globalmente reconocidos. Se ha hecho referencia a las normas voluntarias, que confluyen al desarrollo de una actividad turística competitiva.

Puede agregarse que algunas de ellas son genéricas, aplicables al sector, mientras que otras se han desarrollado específicamente para su aplicación en este ámbito. Corresponde, pues, hacer una breve reseña de las principales surgidas en el ámbito de la normalización. Entre las genéricas, se destacan las normas de sistemas de gestión – ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001 – que son aplicables al sector del turismo. Ellas y las series de normas que las complementan, ayudan a las empresas turísticas a gestionar con calidad, proteger al ambiente y a los trabajadores. Sin lugar a dudas la implementación de esas normas por parte de las empresas del sector conduce a una gestión eficiente y eficaz y resulta una contribución al logro del desarrollo sustentable. Relevante rol está destinada a cumplir la ISO 26000:2010, cuyo objeto es ayudar a las organizaciones a contribuir al logro del desarrollo sustentable, animándolas a ir más allá del cumplimiento legal a partir del reconocimiento de que el cumplimiento con el marco regulatorio vigente es un deber fundamental de cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social¹. Dado que la ISO 26000:2010 provee un entendimiento común en materia de responsabilidad social, complementa (no reemplaza) otros instrumentos e iniciativas de responsabilidad social existentes e insta a que las organizaciones no solamente integren la responsabilidad social a su propia operatoria sino también a que la lleven a la práctica dentro de su esfera de influencia, fácil es concluir su importante contribución al turismo responsable.

Pasando a las iniciativas relacionadas al sector, la creciente importancia del turismo y el interés de las partes implicadas, determinó que en el año 2005 ISO creara el TC 228 / Turismo y servicios relacionados cuyo alcance es la normalización de la terminología y las especificaciones de los servicios ofrecidos por los proveedores de servicios turísticos, incluyendo las actividades relacionadas, los destinos turísticos y los requerimientos de las instalaciones y equipamiento por ellos utilizados, para proveer a los compradores de turismo, a los proveedores y a los consumidores de criterios para adoptar decisiones informadas.

A escala regional, la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT) creó el CT 149 / Servicios Turísticos, cuyo alcance es la elaboración de Normas Panamericanas COPANT para los servicios turísticos que se brindan en la región, así como de los temas relacionados con estos. Por su parte, la Asociación MERCOSUR de Normalización generó el CSM 23 / Turismo, cuyo alcance de este Comité es la elaboración de Normas en el campo del turismo, incluyendo normas de ocupaciones y personal competente, productos y servicios específicos del sector turismo. A nivel nacional, en el contexto del Sistema Argentino de Calidad Turística, del actual Ministerio de Turismo, la normalización es

considerada una de las estrategias de aproximación a la calidad. Muestra de ello es el convenio suscrito, en 2008, con el Instituto Argentino de Normalización (IRAM), cuyo producto son las normas sectoriales IRAM-SECTUR. El alcance de cada una de estas normas es establecer requisitos para un sistema de gestión integrada de calidad, seguridad y ambiente, algunas de las cuales también incluyen un anexo que enumera acciones de responsabilidad social.

Asimismo, el IRAM generó la Norma IRAM 30400:2004 – Guía para la interpretación de la norma ISO 9001:2000 en servicios turísticos. Que constituye una guía para la interpretación de los requisitos de la IRAM/ISO 9001 en organizaciones que brindan servicios turísticos. También ha de destacarse la Norma IRAM 42100:2005 - Gestión de la calidad, la seguridad y ambiental en balnearios, que surge como iniciativa de instituciones privadas y públicas a fin de dar respuesta a las necesidades de contar con normas de gestión que integren la gestión de la calidad, ambiental y de la seguridad, en la prestación de servicios en balnearios: marinos, fluviales y lacustres. Su importancia radica en que el documento especifica los requisitos para un sistema de gestión integrado cuando la dirección de la organización necesita demostrar su capacidad para proporcionar servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios; aspira aumentar la satisfacción del cliente y de los otros grupos de interés; desea implementar prácticas adecuadas que promuevan el uso sustentable de los recursos naturales y culturales en las actividades desarrolladas en balnearios y requiere un marco de referencia para la optimización de la prestación de servicios.

III. Contribuciones de la Normalización

Atendiendo a los conceptos de calidad, responsabilidad social y sustentabilidad - inherentes a todas las organizaciones- y su íntima relación con la competitividad, se concluye respecto a las principales contribuciones de la normalización al logro del turismo responsable y sustentable: afianza la participación, puesto que para su proceso de desarrollo se convoca a numerosos actores de todos los ámbitos relacionados con el turismo a participar activamente en el estudio de sus contenidos.

- refuerza la transferencia de saberes y experiencias: los procesos de normalización facilitan el intercambio de conocimientos teóricos y prácticos entre todos los actores involucrados, destacándose los beneficios derivados del trabajo conjunto del personal técnico de empresas turísticas con los funcionarios del sector público en los comités de trabajo, así como la participación activa de las universidades y otras instituciones científicas que aporta la información necesaria para reducir el riesgo de establecer normativas poco realistas.
- contribuye al fortalecimiento de los organismos nacionales de turismo: el trabajo coordinado de los organismos gubernamentales de turismo con los organismos de normalización, permiten desarrollar sistemas de calidad turística que recogen la experiencia de otros sectores productivos.

- facilita acuerdos: los procesos logran importantes niveles de consenso entre los organismos gubernamentales de turismo, los organismos de normalización, las instituciones académicas y el sector privado, lo que en algunos casos estimula la formulación de acuerdos de trabajo interinstitucionales.
- propicia la articulación público/privada: la naturaleza del proceso facilita la asociatividad interinstitucional entre organismos públicos y el sector privado, permitiendo la consolidación de alianzas estratégicas para la ejecución de proyectos de desarrollo local en zonas turísticas, que integren los aspectos de calidad, responsabilidad y sustentabilidad del turismo.
- aporta a la protección del patrimonio natural y cultural: las iniciativas de normalización en turismo han generado nuevos instrumentos para la protección ambiental y de seguridad para el turista.

IV. Beneficios de la aplicación de las normas voluntarias

La aplicación de las normas voluntarias aporta al logro del turismo responsable y sustentable y a la competitividad de los destinos turísticos.

Entre los beneficios se destaca su contribución al:

- mejoramiento de la imagen turística: la aplicación de normas voluntarias de desempeño a los emprendimientos y actividades turísticas, considerando todos los eslabones de la cadena de valor, contribuye a posicionar la imagen de los productos y de los destinos.
- cumplimiento de la normativa obligatoria: la aplicación de normas voluntarias contribuye a la identificación y cumplimiento de la normativa obligatoria que regula las distintas actividades del sector turístico.
- mejoramiento de las condiciones de organización, equipamiento y seguridad, lo que comprende tanto el incremento del ingreso y del empleo, como a la mejora de la competitividad.

V. Colofón

Actualmente el turismo se desarrolla en un complejo escenario en el que los factores tradicionales de diferenciación basados en ventajas comparativas derivadas del patrimonio natural y/o cultural ya no resultan suficientes por sí solos para competir. La capacidad de los responsables públicos y privados de adoptar decisiones que atiendan a la sustentabilidad y a la calidad en las cadenas productivas del turismo es una condición clave para posicionarse en el mercado. La calidad y sustentabilidad constituyen factores determinantes para la decisión de un viaje, por tanto, es indudable que la aplicación de normas y la introducción de procesos de mejora continua en toda la cadena productiva del turismo influirá favorablemente en la capacidad de las empresas para ofrecer mejores servicios, satisfacer las expectativas de los turistas/consumidores y aportar a la calidad

de vida de la comunidad receptora. Al inicio de este nuevo siglo, se asiste al reto de un cambio de paradigma: del turismo masivo al turismo responsable y sustentable. El nuevo modelo requiere estrategias que atiendan criterios de calidad y sustentabilidad. Se afirma sin hesitación: la adopción de normas voluntarias resulta una inmejorable herramienta para el logro de ese cambio.

Referencias

Carles, T & Alhena Media, Coordinación editorial (2007) Turismo responsable. Preimpresión: Leicrom. Primera edición, España.

Conferencias & Ponencias 1er. Congreso Iberoamericano del Derecho del Turismo/ Compilado por Graciela Güidi (2009), 1ª. Ed., Buenos Aires, Ladevi Ediciones.

Güidi, G (2011), *“Presentación”*. Normas de calidad, responsabilidad social y turismo, Hacia un Turismo Sustentable, Ladevi Editores, Buenos Aires, Argentina.

Martínez, A N & Rosenfeld, A (2011), *“Los aportes de la normalización para un turismo responsable y sustentable”*. Actas oficiales del 5º Congreso Internacional Virtual Turismo y Desarrollo. Eumed, Universidad de Málaga, España.

Martínez, A. Norma & Rosenfeld, A. (2011). Normas de Calidad, Responsabilidad Social y Turismo. Hacia un Turismo Sustentable, Ladevi Editores, Buenos Aires, Argentina

Martínez, A. N. & Rosenfeld, A. (2010), *“Derecho, Normalización y Gestión ambiental sostenible”*. 2º Congreso Internacional de Desarrollo local y 1ª Jornadas Nacionales en Ciencias Sociales y Desarrollo Rural, Maria Elena Arandas [et.al.], CDROM/Ediciones Universidad Nacional de la Matanza.

Organización Mundial del Turismo (2010). Normas y sistemas de calidad en el turismo y su relación con la sostenibilidad y las leyes de turismo - La experiencia de Las Américas, OMT, Madrid.

Pesci, R (2009), *“Turismo, planificación y sustentabilidad”*. Conferencias & Ponencias del Primer Congreso Iberoamericano de Derecho del Turismo, Colección Derecho del Turismo, Ladevi Ediciones, Argentina.

Ridolfi, H. (febrero 2006), *“Hacia una cultura de la calidad”*. La calidad es la llave de los Mercados Globales, OAA 01, año 1.