

FORO INTERNACIONAL



Normalización y certificación en turismo sostenible

**“Indicadores de sostenibilidad para
productos turísticos”**

Damaris Chaves

División Turismo Sostenible
Rainforest Alliance

Medellín, Colombia 14 de setiembre 2004

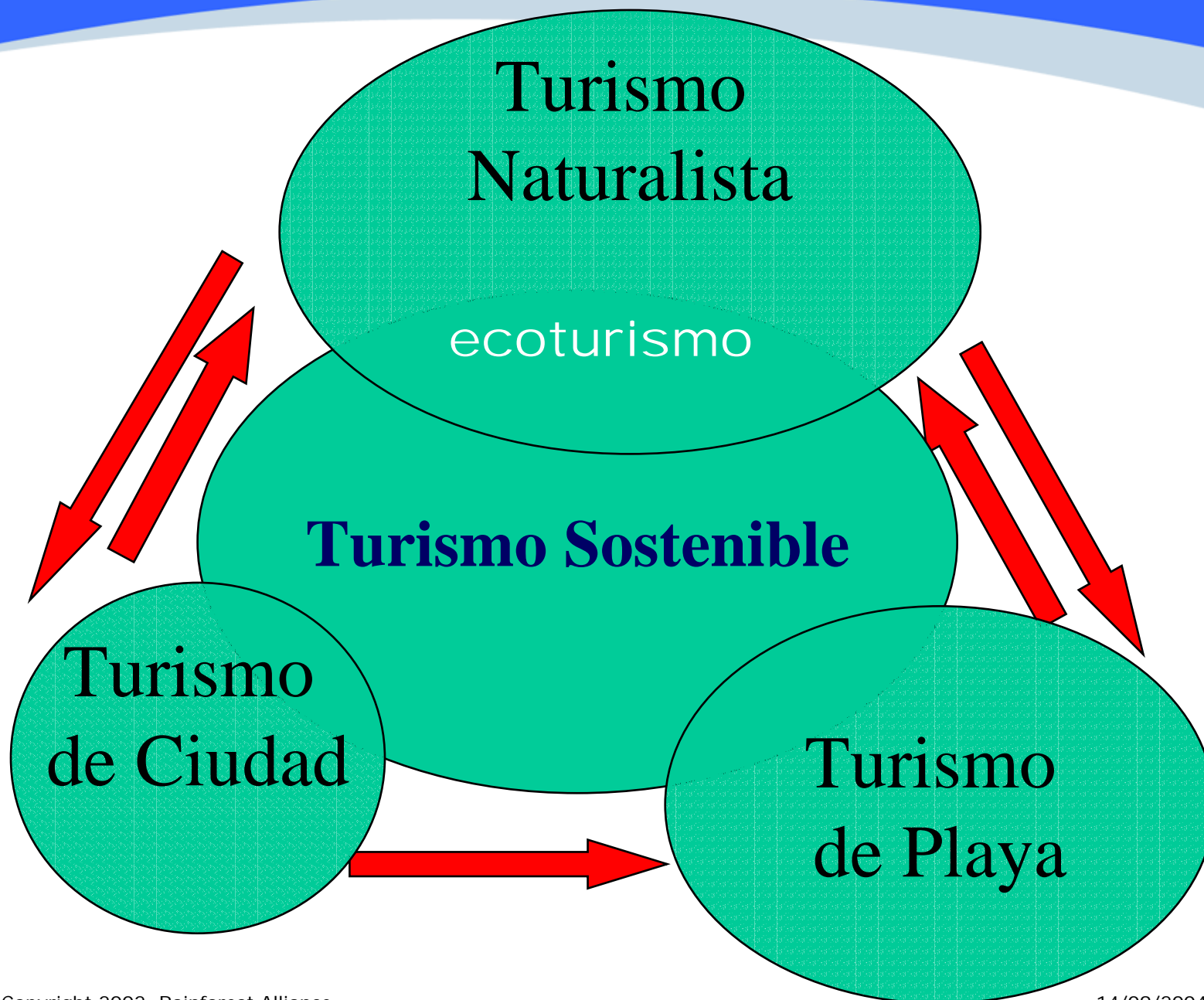
Contenido

- Información general de Rainforest Alliance
- ¿Qué motiva el desarrollo de programas de certificación?
- Estatus de la certificación turística en el mundo
- Red de Turismo Sostenible de las Américas
- Conclusiones y lecciones aprendidas

¿Que es un indicador de sostenibilidad?



- Son parámetros que una empresa debe cumplir para elaborar un producto o servicio.
- Existen indicadores social, ambiental, cultural, económico y de calidad.
- Ayudan a construir un producto diferenciado y una mejor imagen empresarial.



¿Qué criterios de sostenibilidad se están utilizando en la Red de Certificación de Turismo Sostenible?

Alianza para Bosques hizo el estándar base para los miembros de la Red

El estándar base son los indicadores comunes que tienen todos los programas que forman la red.

OBJETIVOS DE LA LÍNEA BASE



1. Facilitar la comunicación entre programas.



2. Establecer la base para un sistema de monitoreo y evaluación que permita en un futuro, medir los impactos generales de los programas miembros.

OBJETIVOS DE LA LÍNEA BASE

3. Identificar puntos de coincidencia y consenso entre los programas miembros que permitan desarrollar una estrategia de mercadeo conjunta para las empresas certificadas sobre la base de lo que todos cumplen.



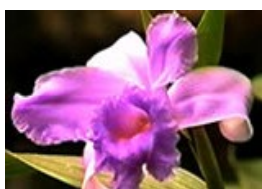
4. Servir de base a países que apenas empiezan con sus programas de certificación y a otras iniciativas similares.

PROGRAMAS

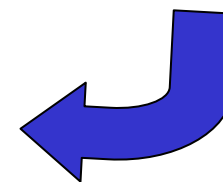
- 1. Green Globe 21 Standard, Internacional**
- 2. Green Globe 21 Estándar Internacional de Ecoturismo, Internacional**
- 3. Norma Técnica de Ecoturismo, Ecuador**
- 4. Programa de Certificación Ambiental de Embarcaciones Turísticas en las Islas Galápagos (Smart Voyager), Ecuador**
- 5. Programa de Certificación Ambiental para Operaciones en Turísticas de Tierra (Smart Voyager), Ecuador**
- 6. Certificación de Sostenibilidad Turística, Costa Rica**
- 7. Programa de Certificación en Turismo Sustentable, Brasil**
- 8. Programa Green Deal, Guatemala**
- 9. Sustainable Tourism Eco-certification Program, Estados Unidos**

“LENGUAJE COMÚN”

- **Nivel 1:** Ejes / Ámbitos
 - **Nivel 2:** Directrices / Descriptores / Principios
 - **Nivel 3:** Estándares / Preguntas

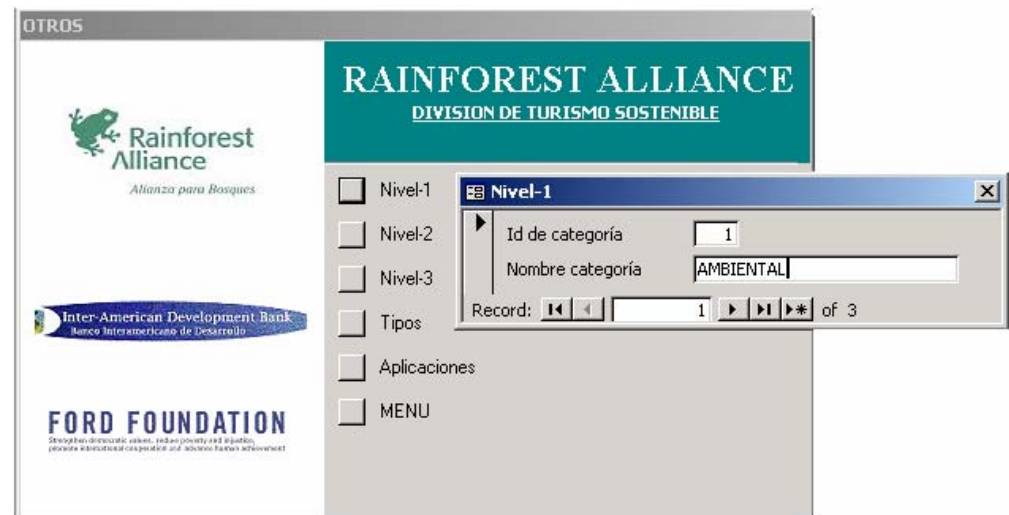


Línea base inicial



- Nivel 1

- ✓ Ambiental
- ✓ Socio - Cultural
- ✓ Económico



NIVEL 2

AMBIENTAL

- 1.1 AGUA (7)
- 1.2 ENERGÍA (14)
- 1.3 FLORA Y FAUNA (6)
- 1.4 ÁREAS NATURALES Y CONSERVACIÓN (3)
- 1.5 ÁREAS VERDES Y JARDINES (2)
- 1.6 DESECHOS SÓLIDOS (8)
- 1.7 CONTAMINACIÓN (9)
- 1.8 EDUCACIÓN AMBIENTAL (9)

NIVEL 2

SOCIOCULTURAL

- 2.1 ACTIVIDADES SOCIO-CULTURALES (2)
- 2.2 CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO LOCAL
(6)
- 2.3 RESCATE Y PROTEC.- PATRIMONIO
HISTÓRICO CULTURAL (2)
- 2.4 RESPETO A CULTURAS Y POBLACIONES
LOCALES (6)

NIVEL 2

ECONÓMICO

- 3.1 POLÍTICAS Y PLANIFICACIÓN (6)
- 3.2 ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN (5)
- 3.3 LEYES Y REGULACIONES (3)
- 3.4 CALIDAD (4)
- 3.5 COMUNICACIÓN Y MERCADEO (3)
- 3.6 CAPACITACIÓN AL PERSONAL (4)
- 3.7 DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN (6)
- 3.8 SALUBRIDAD Y SEGURIDAD (13)
- 3.9 SUMINISTROS Y PROVEEDORES (3)
- 3:10 MONITOREO Y ACCIONES
CORRECTIVAS (2)

Ejemplos de indicadores

■ Nivel 2: Ambiental

✓ Agua

- ❖ La empresa adopta medidas para el ahorro del agua potable

✓ Energía

- ❖ En la medida de lo posible, se utilizan equipos y dispositivos para el uso eficiente de la energía

✓ Flora y Fauna

- ❖ No se consumen, venden, trafican o exhiben productos o especies en peligro de extinción o provenientes de prácticas no sostenibles

Ejemplos de indicadores

■ Nivel 2: AMBIENTAL

✓ Áreas Naturales y Conservación

- ❖ La empresa participa de o apoya la conservación y manejo de algún área natural, sea estatal o privada

✓ Áreas Verdes y Jardines

- ❖ Se utilizan plantas autóctonas para la decoración de áreas verdes, jardines, etc.

✓ Desechos Sólidos

- ❖ La empresa tiene un programa para minimizar la compra de insumos que producen desechos (compra de productos a granel, botellas retornables)

Ejemplos de indicadores

■ Nivel 2: Ambiental

✓ Contaminación

- ❖ Se manejan las aguas residuales, tanto fecales como jabonosas de tal forma que no afectan la salud pública, ni contaminan

✓ Educación Ambiental

- ❖ Se brinda información a los visitantes sobre las áreas protegidas cercanas y se fomenta su visita

Ejemplos de indicadores

■ Nivel 2: SOCIOCULTURAL

✓ Actividades Socio-Culturales

- ❖ Se apoyan y divulgan actividades culturales, deportivas y recreativas de las comunidades vecinas

✓ Contribución al Desarrollo Local

- ❖ Se favorece la capacitación y contratación de personal local

✓ Rescate y Protección del Patrimonio Histórico-Cultural

- ❖ No se participa en la venta, tráfico o exhibición de artefactos arqueológicos (sólo con permisos)

Ejemplos de indicadores

- **Nivel 2: Sociocultural**
 - ✓ **Respeto a culturas y poblaciones locales**
 - ❖ La operación no atenta contra la prestación de los servicios básicos a las comunidades vecinas
 - ✓ **Contribución al Desarrollo Local**
 - ❖ Se favorece la capacitación y contratación de personal local

Ejemplos de indicadores

- **Nivel 2: Sociocultural**
 - ✓ **Rescate y Protección del Patrimonio Histórico-Cultural**
 - ❖ No se participa en la venta, tráfico o exhibición de artefactos arqueológicos (sólo con permisos)
 - ✓ **Respeto a culturas y poblaciones locales**
 - ❖ La operación no atenta contra la prestación de los servicios básicos a las comunidades vecinas

Ejemplos de indicadores

■ Nivel 2: ECONÓMICO

✓ Políticas y Planificación

- ❖ La empresa cuenta con una política de sostenibilidad que abarca aspectos ambientales, socioculturales y de calidad de servicios

✓ Administración y Dirección

- ❖ Existen programas y mecanismos que favorecen procesos participativos en el manejo y operación de la empresa

✓ Leyes y Regulaciones

- ❖ La empresa cumple con la legislación laboral (nacional e internacional) y las garantías sociales

Ejemplos de indicadores

■ Nivel 2: Económico

✓ Calidad

- ❖ La empresa adopta las medidas necesarias para garantizar la calidad de sus productos y servicios

✓ Comunicación y Mecadeo

- ❖ Se brinda información clara, completa y veraz sobre las condiciones de los productos y servicios que la empresa ofrece

✓ Capacitación al Personal

- ❖ Existen políticas y se implementan acciones concretas para la capacitación del personal sobre los aspectos ambientales de la empresa

LINEA BASE

Archivo:

M – Indicadores 1

Indicadores TUI 1

Indicadores TUI 2

Extractos de la investigación

Perspectivas de los mayoristas europeos respecto a una certificación turística.

Realizada por
Birgit Rettig,
ACEPESA

¿Cuáles son los criterios de sostenibilidad turística que consideran estos mayoristas?

grupos pequeños de max. 12 personas

contratar solamente a hoteles de propiedad nacional, no trabajar con cadenas internacionales

incluir lista de chequeo sobre medidas ambientales y sociales en todos los contratos con hoteles

trabajar solamente con guías nacionales y locales

capacitación de guías sobre aspectos ambientales y socioculturales

brindar información a los clientes en el lugar sobre comportamiento sensible

Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

¿Cuáles son los criterios de sostenibilidad turística que consideran estos mayoristas?

visitar proyectos de cooperación internacional o turismo comunitario

no usar vuelos internos en los destinos

incluir automáticamente en el precio del paquete el boleto para transporte público al aeropuerto en Alemania (en tren)

aplicar un programa para que clientes retornen su basura que han traído desde Alemania

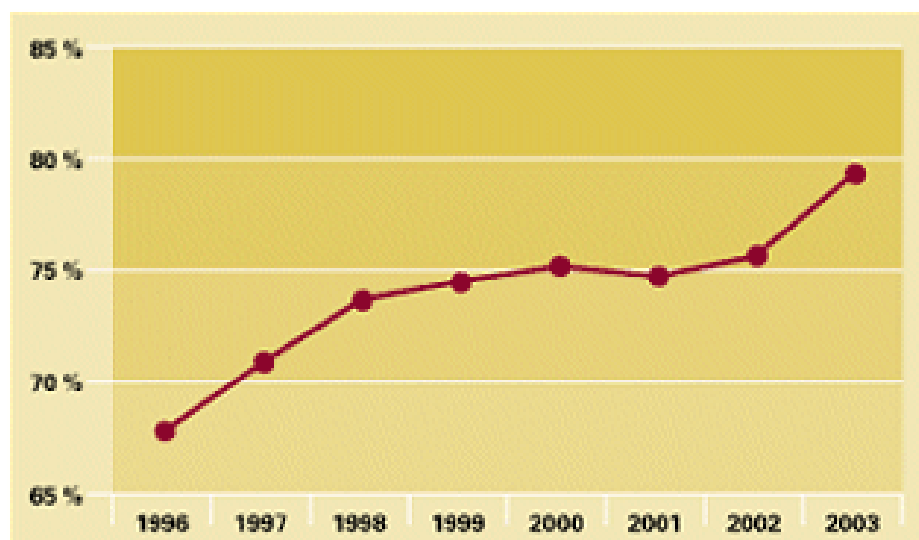
en el caso de que exista una oferta, elegir hoteles con sello ambiental

Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

Evaluación realizada por los clientes

Cuestionario de Studiosus Reisen para los clientes sobre la satisfacción con "medidas ambientales en los hoteles"

Valores "cumple las expectativas" y "excede las expectativas" de 1996 a 2003 en la base de 55.000 cuestionarios anuales

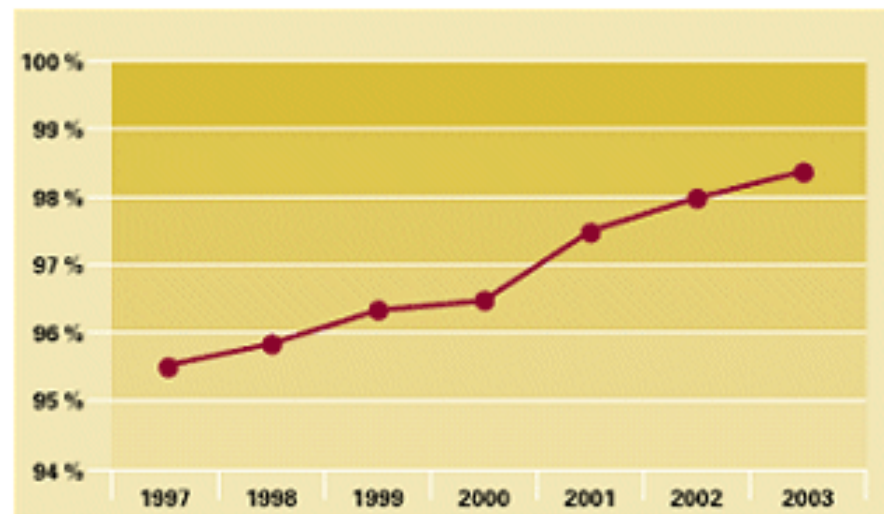


Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

Evaluación realizado por los clientes

Cuestionario de Studiosus Reisen para los clientes sobre la satisfacción con "sensibilidad del guía para el país y la población"

Valores "cumple las expectativas" y "excede las expectativas" de 1997 a 2003 en la base de 55.000 cuestionarios anuales



Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

En sus oficinas

información en los catálogos sobre la situación ambiental en los destinos

uso de papel reciclado para la producción de los catálogos

catálogos con aviso al cliente para que sean retornados a la agencia de viaje con el fin de reusarlos

manejo cuidadoso de quejas ambientales de los clientes

En sus oficinas

uso de materiales amigables al ambiente

aplicación de medidas de ahorro de papel, energía,
agua y detergentes

capacitación del personal sobre aplicación de medidas
ambientales en las oficinas

incentivo financiero a los empleados para el uso de
transporte público en el trayecto a la oficina

Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

Importancia de la sostenibilidad en los conceptos empresariales y de mercadeo de los mayoristas

Mayorista cuyo producto en sí es naturaleza, medio ambiente, autenticidad del destino y contacto con la población

→ mejores prácticas son una parte fundamental del mercadeo, ya que la sostenibilidad es un elemento esencial del producto

Mayorista con sistema de gestión ambiental establecido

→ enfoque en un producto de cierto interés (estudios, sol y playa), la sostenibilidad es un complemento de la estrategia de mercadeo

Importancia de la sostenibilidad en los conceptos empresariales y de mercadeo de los mayoristas

Mayorista que ejecuta acciones ambientales o sociales puntuales

→ acciones como complemento puntual de la estrategia de mercadeo

Mayorista que no tiene ningún desempeño de sostenibilidad

→ sostenibilidad no tiene ninguna relevancia explícita, no obstante, una naturaleza intacta, playas vírgenes o personajes exóticos en los destinos son insumos imprescindibles para la promoción del producto

Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

TUI: Aviso ambiental en los catálogos con símbolo para hoteles amigables al ambiente.

Requisitos:

- depuración de aguas residuales y servidas
- medición de consumo de agua y energía
- mínimo 2 medidas de ahorro de agua y de energía
- mínimo 2 medidas para evitar basura
- detergentes biológicos
- información para clientes
- política ambiental de compras
- control por cuestionarios de clientes

Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004



Dominikanische Republik – Traumhafte Palmenstrände und karibisches Flair

Natur und Umwelt

Die Dominikanische Republik zeichnet sich durch ihre ausgesprochene Arten- und Landschaftsvielfalt aus. Zahlreiche Nationalparks und Reservate wurden ausgewiesen, um diese einzigartige Flora und Fauna zu schützen. Insgesamt stehen über 20% des Landes unter Naturschutz. Leider kam es schon zu Fällen, in denen bestehende Naturschutzflächen verkleinert wurden, um weitere Bebauungen zu ermöglichen.

Ein besonderer Schritt für die Umweltbemühungen in der Dominikanischen Republik war die Verabschiedung der ersten Umweltschutzgesetzgebung im Juni 2001. Dieses Gesetz gibt u. a. Vorgaben zur Abwasserbehandlung, die noch nicht in allen Regionen ausreichend gewährleistet ist, zu Emissionsgrenzen für Fahrzeuge sowie zur Abfallentsorgung. Allerdings bleibt die flächendeckende Abfallentsorgung noch ein Schwachpunkt der Umweltbemühungen in der Dominikanischen Republik.

Ein positives Signal setzte die erste internationale Umweltkonferenz in der Dominikanischen Republik. Unter dem Dach der

All Inclusive

Weil All Inclusive nicht gleich All Inclusive ist, legen wir bei der Auswahl der strengen TUI Standard für All Inclusive an. Auf einen Blick sehen Sie, was vor Ort alles erwartet und was Sie sich dazu gut tun oder lassen können. Detaillierte Infos finden Sie in der eigenen Hotelbeschreibung. Alle TUI All Inclusive Angebote finden in dem eigens für den deutschen Markt produzierten Spezialkatalog.

Spezialprogramme

Riu Kombinationen S. 54
SPA Wellness-Pakete S. 55
Taufpakete S. 56
Golfpakete im Preisstell S. 57
Hochzeitpakete S. 58
Informationen zu den Taufpaketen
Sosua finden Sie im Preisstell S.44/4

Heiraten in der Dominikanischen Republik

Stellen Sie sich vor: der schönste Tag Ihres Lebens auf einer der schönsten Inseln der Karibik. Erleben Sie sich in Traum und geben Sie sich Ihr Ja bei einer außergewöhnlichen und unvergesslichen Atmosphäre. Wichtige Informationen finden Sie im Preisstell auf S.44/45

Unsere besondere Empfehlung

Wir empfehlen Ihnen für einen gepflegten Urlaub in der Dominikanischen Republik die Riu-Hotels. Der Service mit Herz, der hohe Qualitätsstandard, der exzellente Komfort, die ausgezeichnete Lage nah am Strand - alles spricht für sich und für Riu!

Riu Bachata S. 55
Riu Bambu S. 56
Riu Melao S. 60
Riu Merengue S. 68
Riu Nalao S. 62
Riu Palace Macao S. 50
Riu Taino S. 58

Eine allgemeine Übersicht und Informationen über die Riu Hotels finden Sie auf den Seiten S. 44/45

Die folgenden Hotels in der Dominikanischen Republik werden nach TUI Kriterien umweltschonend geführt (siehe "Urlaub und Umweltverträglichkeit" im Preisstell):

El Portillo Beach Resort S. 80
Natura Park Resort & Spa S. 54
Villa Taina S. 74

“D’autres Voyages”
promoción de viajes
con fotos de
“interacción con
población local”

Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

ce tourisme. C'est ainsi que des sessions de formation sont organisées pour professionnaliser le travail des comités de gestion ou des associations locales. Quant à la durée d'engagement de l'association avec un partenaire local, elle n'excède pas 5 ans, au-delà desquels elle doit se retirer du projet. Les voyageurs sont également encouragés à conserver un lien de correspondance avec les personnes rencontrées et certains s'impliquent personnellement et de façon suivie dans un projet ou un autre.

Les voyageurs sont informés en amont de leur voyage, éventuellement sous la forme d'une réunion préparatoire (contexte culturel, règles comportementales, sensibilisation à l'action de l'association). Une fois sur place, ils sont invités à partager le quotidien de leurs hôtes, en participant à la préparation des repas, à plusieurs ateliers d'artisanat et aux cérémonies dès lors qu'elles sont publiques.



Destinations

Panama, Maroc (bientôt Laos).



Participants : Maximum de 10 participants.



Hébergement :

Lieux d'hébergement choisis en fonction des critères socioculturels des hôtes et / ou de l'itinéraire : chez l'habitant, dans un bâtiment communautaire ou une structure de type traditionnel créée pour l'occasion, en hôtel et en bivouac.



Contact :

La route des sens
BP 35
34150 Aniane
Tel. et Fax. 04 67 57 37 59
contact@rtdsens.org
www.rtdsens.org

“Travel to Nature”
 promoción con fotos
 de “acción de sembrar
 arboles”, “encuentro
 población local” y
 “visita de proyectos”

9. Tag: Caño Negro Tour

Fahrt nach **Los Chiles**, einem verschlafenen Dorf an der nicaraguanischen Grenze. Unterwegs besuchen wir den „**Leguan-Baum**“, einen Baum mit über hundert Leguanen, die sich dort sonnen. Dann Fahrt auf dem Rio Frio zum **Caño Negro Wildlife Refuge**.

10. Tag: Der Wasserfall von La Fortuna und Bäume pflanzen

Wir wandern zum Wasserfall von La Fortuna und nehmen ein **erfrischendes Bad**. Am Nachmittag besuchen wir ein **spannendes Regenwaldprojekt** und **jeder Teilnehmer pflanzt seinen Baum**.

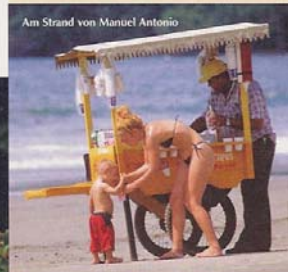
11. - 13. Tag: Badeurlaub mit 3 Übernachtungen am Strand von Manuel Antonio oder Playa Hermosa

Der kleine Ort Manuel Antonio ist bekannt für seine **schönen Strände** im Nationalpark. Auch Playa Hermosa glänzt durch seine wunderschöne Lage, die tollen Strände und die wunderschöne Umgebung.

14. Tag: Transfer nach San José mit privatem Bus.

15. Tag: Abflug nach Deutschland

16. Tag: Ankunft in Deutschland



Buchungsnummer: COS 02

Preis: Erwachsene ab € 1.799,-
 Kinder unter 12 ab € 1.022,-

Teilnehmerzahl: 8 bis 22 Personen

Veranstalter: Waschbär-Reisen GmbH (travel-to-nature)

Leistungen:

- Flug in der Economy Class ab/bis Frankfurt/M. (andere Flughäfen auf Anfrage)
- Alle Übernachtungen auf der Rundreise laut Detailprogramm
- Die letzten 3 Übernachtungen in schönen Cabinas (ohne Frühstück) in Manuel Antonio, oder alternativ im Hotel (ohne Frühstück) in Hermosa Beach
- Alle Transfers im Privatbus wie beschrieben ab/bis San José
- Deutschsprachige Reiseleitung bis Tag 12
- Alle Eintritte außer Nationalpark Manuel Antonio
- Programm wie beschrieben
- Caño Negro Ausflug mit Mittagessen
- Hotel in San José mit Frühstück
- Reisepreissicherungsschein

Nicht enthalten:

- Verpflegung: Rechnen Sie pro Tag mit ca. 10,- US\$ für Kinder und ca. 15-20,- US\$ für

Erwachsene, wenn sie in normalen, einheimischen Restaurants frühstücken und abends essen gehen. Sie können auch hier günstigster leben, wenn Sie sich teilweise selbst versorgen. Vor Ort geben wir Ihnen Insider-Tipps!

- Z. Zt. 15,- US\$ Verpflegungspauschale Children's Rain Forest
- Ca. 23,- US\$ Ausreisesteuer p.P. (am Flughafen passend bei Abflug bereit halten)
- Optionale Ausflüge und Besichtigungen vor Ort (z.B. Canopy Tour, Reiten u.s.w.)
- Transfer vom Hotel zum Flughafen am letzten Tag (ca. 14,- US\$ pro Fahrt, Sie können Fahrgemeinschaften bilden)
- Reiserücktrittskostenversicherung bzw. Reisekrankenversicherung
- Anschlussflüge: ab € 70,- p.P. und nur auf Anfrage möglich, Teilweise Abreise dann bereits am Vortag!
- Sonstige Reisedaten: Wenn Sie andere Ankuft- oder Abflugzeiten (z.B. bei Verlängerungen) wünschen, berechnen wir € 50,- da wir in diesem Fall keine Gruppenermäßigung erhalten.


Verlängerungsmöglichkeiten im Internet oder auf Anfrage!

Termine und Preise siehe Preistiel
 Detailbeschreibung der Reise siehe unter
www.costa-rica-reisen.de

Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

„Studiosus Reisen“
 una de las páginas
 „responsabilidad
 para sostenibilidad“
 en los catálogos.

Balanzas de consumo de
 energía de transporte en
 megajoule calculadas para
 comparar diferentes trayectos
 en avión, auto, tren y bus.



Auf der grünen Schiene

Die Bahnreise zum Abflugsort ist bei Studiosus inklusive, weil sie in jedem Fall erheblich umweltfreundlicher ist als ein Zubringerflug. Energie- und Schadstoffbilanzen zeigen die ökologischen Vorteile von Bahn und Bus, gerade auf Kurzstrecken. Dies verdeutlicht ein Vergleich des **Primärenergieverbrauchs** (in MegaJoule pro Person) der verschiedenen Transportmittel auf der Strecke München – Frankfurt:

Primärenergieverbrauch auf der Strecke München – Frankfurt

Transportmittel	Primärenergieverbrauch in MJ/Person
Flug	~850
Pkw	~450
Bahn	~400
Bus	~150

Kohlendioxid in kg/Person

Transportmittel	Kohlendioxid in kg/Person
Flug	~38
Pkw	~31
Bahn	~24
Bus	~10

Stickoxide in g/Person

Transportmittel	Stickoxide in g/Person
Flug	~179
Bus	~116
Pkw	~116
Bahn	~103

Im Folgenden die Verbrauchswerte beispielhaft für einige Fernreisen:

Flugstrecke	Primärenergieverbrauch in MJ/Person
Frankfurt – Johannesburg	15344
Frankfurt – Bangkok	15830
Frankfurt – Mexico City	16830
Frankfurt – Auckland	34364

Im Folgenden die Emissionswerte für einige Strecken:

Flugstrecke	Kohlendioxid kg/Person	Stickoxide g/Person
München – Frankfurt	38	179
Frankfurt – Mexico City	1209	5716
Frankfurt – Auckland	2470	11675

Zum Vergleich: Laut den Münchner Stadtwerken hat der durchschnittliche Münchner Haushalt einen Stromverbrauch von 9000 MegaJoule pro Jahr.

Der Energieverbrauch des Flugzeugs ist besonders hoch bei Start und Landung, ein zusätzlicher Start-/Landevorgang bei einer Zwischenlandung verbraucht ca. 350 MegaJoule pro Passagier.

Zum Vergleich: per Pkw mit Katalysator

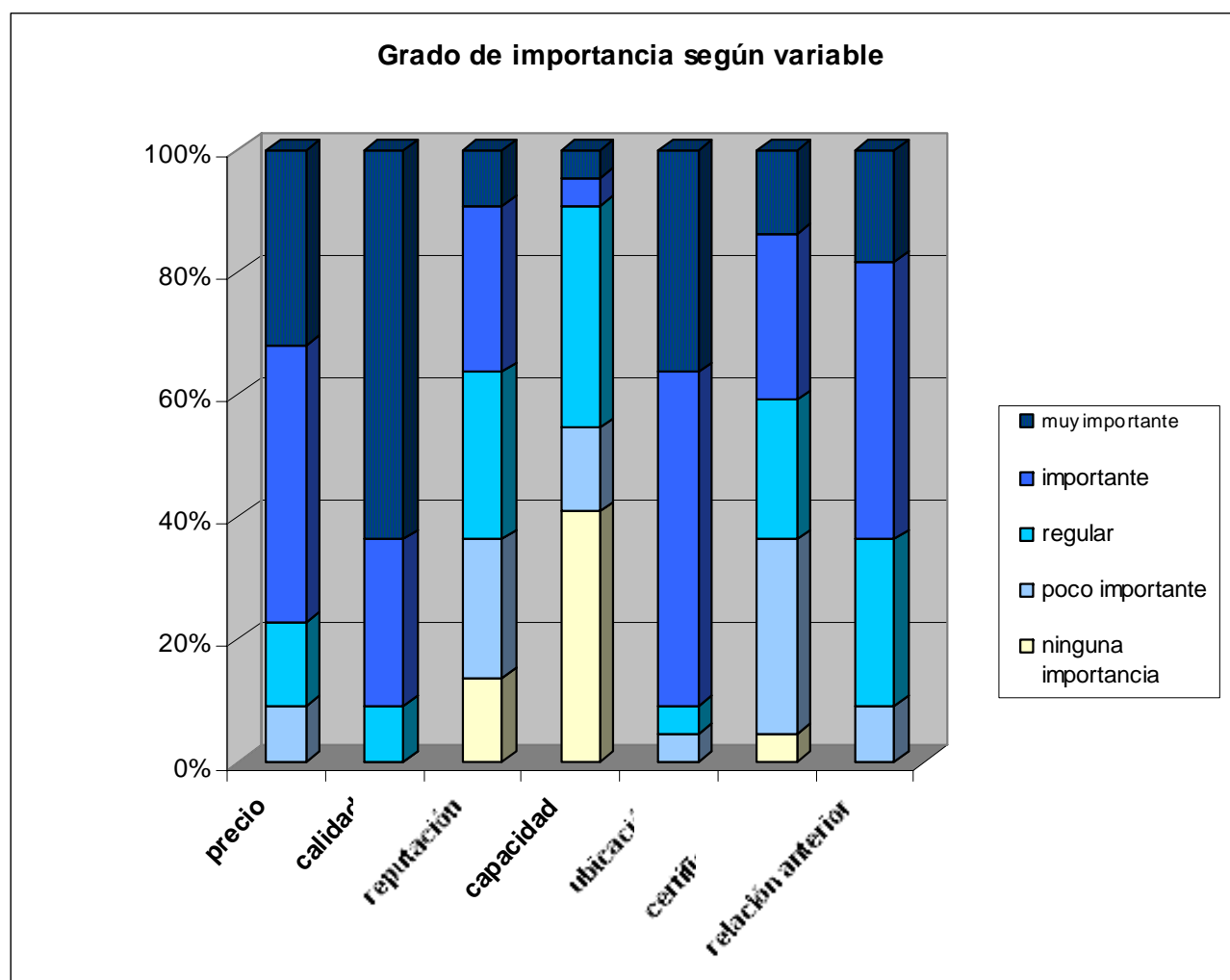
München – Frankfurt	Kohlendioxid kg/Person	Stickoxide g/Person
	31	103

Die Angaben für Primärenergieverbrauch und Schadstoffausstoß basieren auf Studien des IFEU-Instituts in Heidelberg und des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus der Universität Bern sowie dem Emissionsberechnungstool TREMOD (Transport Emission Estimation Model) des Umweltbundesamtes. Die Daten beziehen sich auf eine Auslastung von 61% beim Reisebus, 40% bei der Bahn bzw. 66% beim Flug und drei Personen im Pkw mit geregeltem Katalysator. Natürlich sind alle genannten Werte auch abhängig von Typ und Alter des jeweiligen Transportmittels. So sind moderne Flugzeuge und Autos in der Regel wesentlich verbrauchs- und emissions-

Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

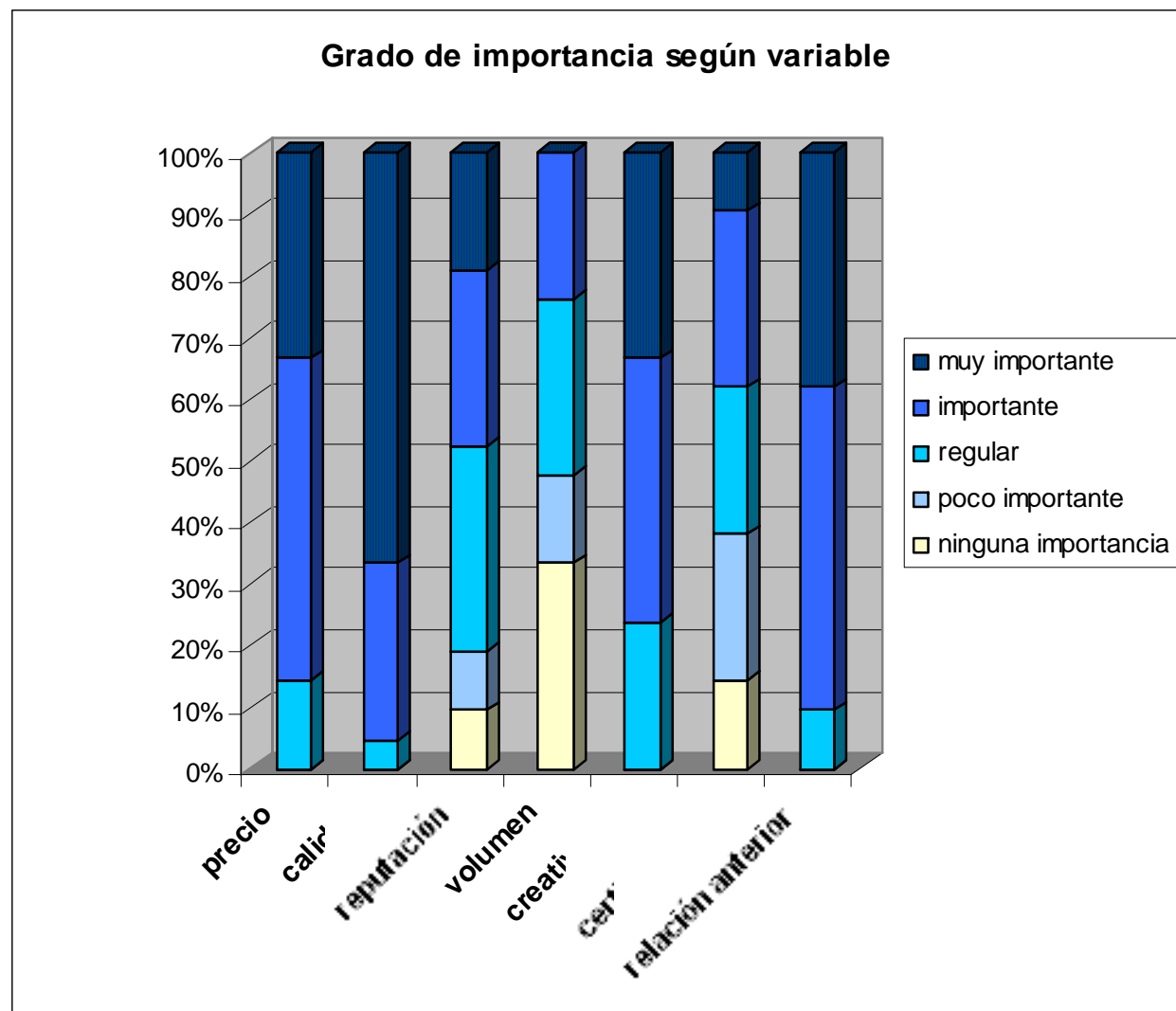
© Copyright 2002. Rainforest Alliance

¿Qué puntaje le asignaría en la selección de hoteles a los siguientes factores?



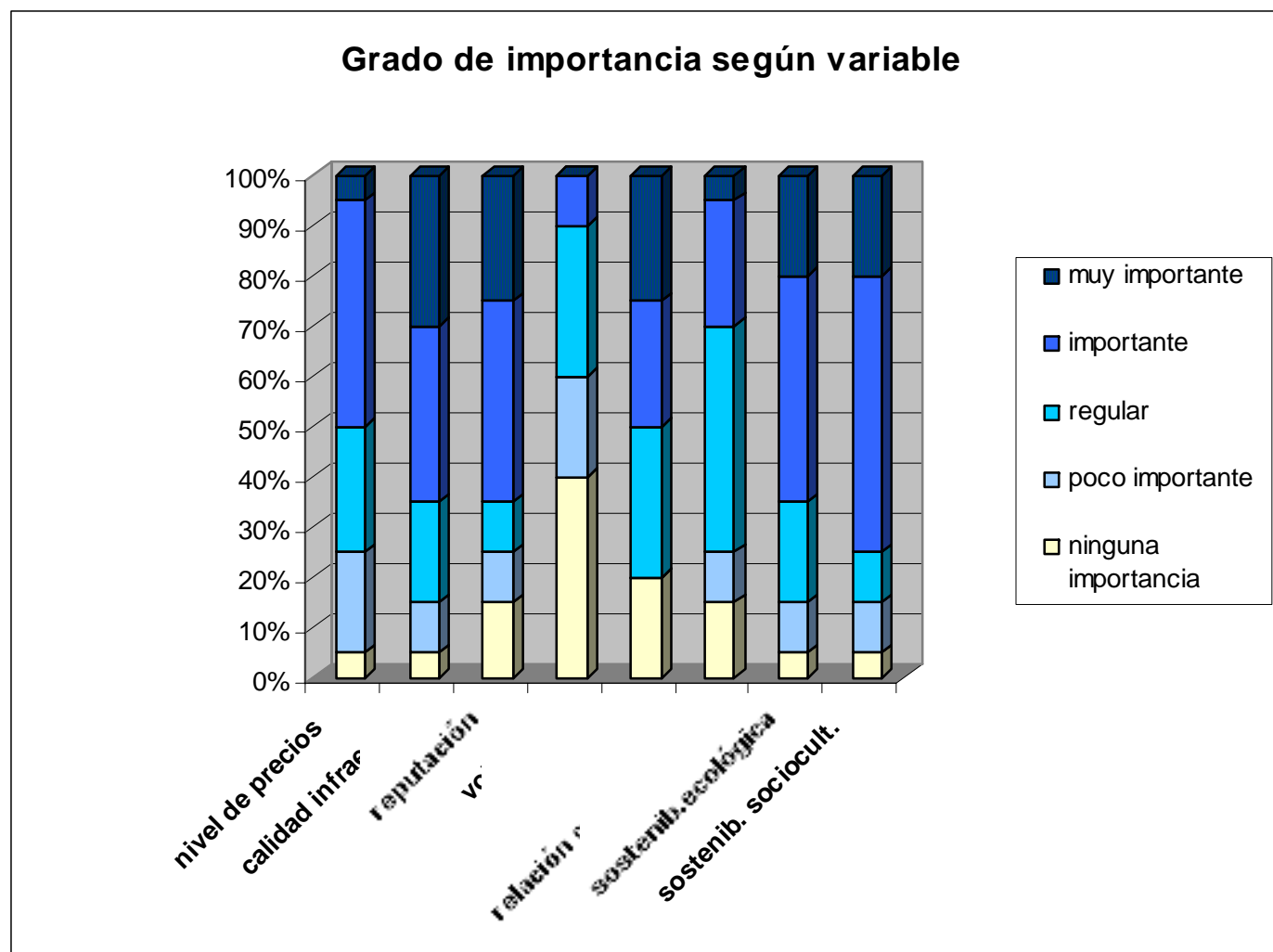
Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

¿Qué puntaje le asignaría en la selección de operadores locales a los siguientes factores?



Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

¿Qué puntaje le asignaría en la selección de destinos a los siguientes factores?



Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

Conclusiones

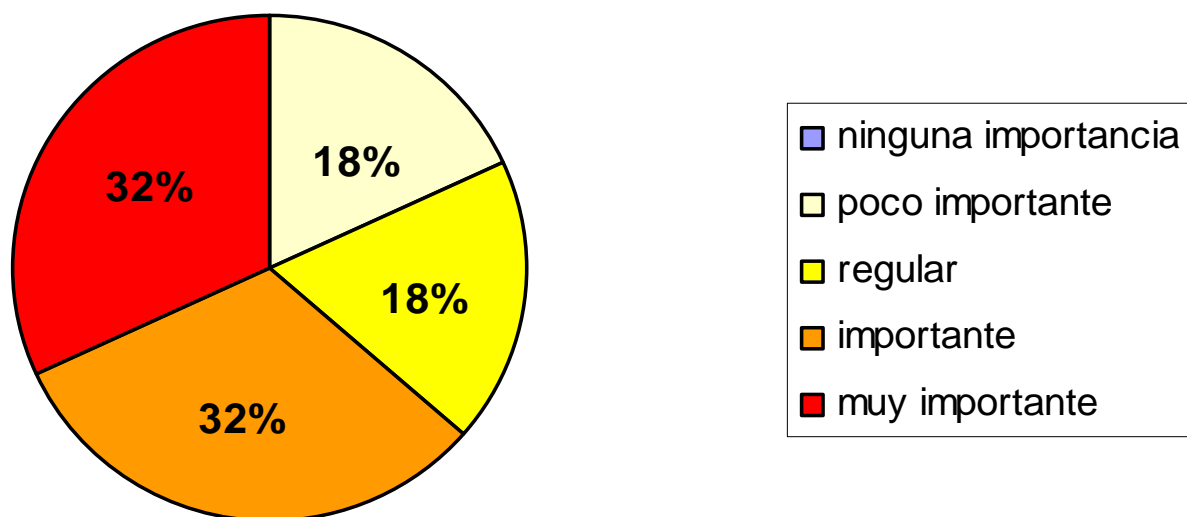
La sostenibilidad (ecológica y sociocultural) de un destino es de alta importancia para los mayoristas alemanes. Es un factor decisivo en la selección de destinos.

En la selección de proveedores los factores más importantes para los mayoristas son **la calidad** (incluyendo la ubicación), **el precio** y **la relación comercial anterior**.

Una certificación de sostenibilidad turística puede tener un efecto decisivo cuando varios proveedores cumplen con los factores prioritarios.

Con los ojos del cliente

Importancia de calidad ambiental en el destino desde la perspectiva de los clientes



Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

Qué significa calidad ambiental para los clientes?

Desde la perspectiva positiva:

agua limpia/ agua potable limpia

originalidad/ naturalidad

sistema de recolección de desechos

naturaleza poco intervenida/ intacta

bosque tropical intacto/ bosque lluvioso primario

transporte amigable al ambiente (buses y botes que no emanan humo, buses que tienen catalizador, que el chofer no deje encendido el motor durante las paradas)

hoteles pequeños – ningún hotel tipo “bunker”

Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

Qué significa calidad ambiental para los clientes?

Desde la perspectiva negativa:

maltrato/ crueldad con animales

contravención a legislación ambiental

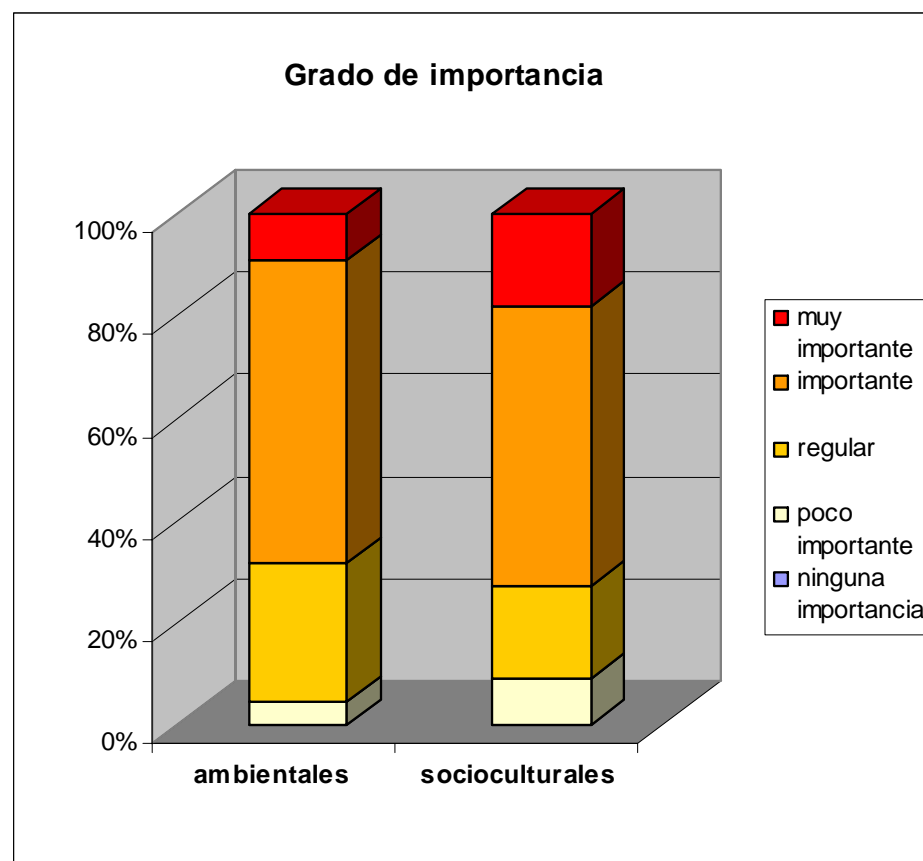
paisaje sucio/ basura visible

contaminación (aire, agua, suelo) de áreas donde se ejecuta
la actividad turística (caminata, guiado, bañarse)

“tomar en serio el ecoturismo, no solo para mercadearse”

Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

¿Qué puntaje le asignaría a la importancia de **visibles medidas ambientales y socioculturales** en un hotel *para sus clientes*?



Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

Oportunidades

El tema de sostenibilidad es un factor importante en la creación de viajes para turistas y mayoristas.

El tema de sostenibilidad encuentra cada vez más espacio en la agenda de gremios de la industria turística como la OMT.

El turista ve el certificado como un valor agregado, como elemento de calidad del destino o hotel

El turista exige credibilidad y visibilidad de sostenibilidad.

El turista exige una permanente ejecución de mejores prácticas, medidas visibles y tangibles.

Instrumentos que sean adecuados para llevar a cabo los conceptos de sostenibilidad,

Un certificado es un instrumento adecuado

Tomado de: presentación de Birgit Rettig, ACOT, 2004

Comentarios de algunos informantes:

“El tema del ambiente es muy importante y lo será aún más en el futuro.”

“Veo muy positivo cualquier esfuerzo con referencia a la sensibilización ambiental y sostenible.”

“Creo que los hoteles certificados siempre son hoteles grandes y con precios altos, hacen falta hoteles pequeños (los que busca mi clientela) que tengan un certificado.”

“¡Si lo de los sellos funcionara, sería una cosa perfecta que se podría vender muy bien!”

Mercado:

Interés del consumidor

- **Alemania:** La calidad ambiental se ubica “muy alto en la lista de *holiday essentials*.” (TUI)
- **Italia:** 94% de los turistas apoya la implementación de medidas de protección ambiental; 90% de acuerdo con una sola ecoetiqueta.
- **Gran Bretaña:** “La mayoría de turistas desean una industria más ética” y “están dispuestos a pagar más por ella.” (Tearfund)
- **EEUU:** Más del 75% sienten que sus visitas no deben dañar el medio ambiente; 38% está dispuesto a pagar más. (TIA)
- **EEUU:** 80% de los turistas opinan que es importante preservar el medio ambiente, pero solo el 14% preguntan si el hotel tiene políticas ambientales. (Small Luxury Hotels).

Muchas gracias!!

Preguntas & Respuestas

Para comentarios y más información contactar a:
División de Turismo Sostenible
Rainforest Alliance - Costa Rica (Alianza para Bosques)
www.rainforest-alliance.org
E-mail: **sustainabletourism@ra.org**
Tel/Fax: (506) 234-8916