

La gestión ambiental en alojamientos turísticos.

Un desafío para la sustentabilidad y competitividad del sector

*Recibido para evaluación: 20 de Junio de 2003
Recibido versión final: 28 de Julio de 2004
Aceptación: 16 de Noviembre de 2004*

Guillermina Fernández.¹
Aldo Guzmán.²

RESUMEN

La industria de los viajes y turismo es una de las actividades económicas con mayor crecimiento en las últimas décadas, y dentro de esta, el sector hotelero y extrahotelero ha tenido un aumento, en sus actividades e infraestructura. Frente a esta expansión es necesario considerar los impactos ambientales y sociales generados, para evitar la pérdida de competitividad de la actividad a partir de la destrucción de los recursos turísticos naturales y culturales. El sector de alojamiento debe apuntar a un modelo de desarrollo sustentable y para alcanzarlo es imprescindible implementar sistemas de gestión ambiental en las empresas del sector.

Por otro lado, además de la protección del ambiente, la incorporación de la gestión ambiental en las empresas de alojamiento implica un cambio en la imagen de las mismas aumentando así las posibilidades de competitividad y de sostenibilidad de la actividad.

PALABRAS CLAVE: Sistemas de Gestión Ambiental, Alojamientos Turístico,. Turismo Sustentable, Competitividad.

ABSTRACT

The industry of the trips and tourism is one of the economic activities with greater growth in the last decades, and within this, the hotel and extrahotel sector, they have had an increase, in its activities and infrastructure. As opposed to this expansion it is necessary to consider environmental and social the impacts produced to avoid the lost one of competitiveness of the activity from the destruction of the natural and cultural tourist resources. The lodging sector must point a model of sustainable development and to reach it, is essential to implement systems of environmental management in the companies of the sector. On the other hand, besides the protection of the atmosphere, the incorporation of the environmental management in the lodging companies implies a change in the image of the same ones increasing therefore the possibilities of competitiveness and sustainability of the activity.

KEY WORDS: Environmental Management Systems , Tourist Lodgings, Sustainable Tourism, Competitiveness.

*1. Master en Evaluación de Impacto Ambiental. (IIE. España)
Master en Gestión Pública del Turismo: Sostenibilidad y competitividad. (UIA. España).
Docente de la UNCPBA.
Investigadora del CINEA (Centro de Investigaciones Ecogeográficas y Ambientales). Tandil, Argentina.
guillermina1@ciudad.com.ar*

*2. Master en Ecoauditorías y Planificación Empresarial del Medio Ambiente. (IIE. España)
Curso de Extensión Universitaria en Consultoría Turística (ULPGC. España. En curso).
Profesor de la Carrera de Técnico en Turismo. Instituto Superior del Sudeste. Tandil, Argentina.
aldo_ramos@hotmail.com*

1. INTRODUCCIÓN

Desde múltiples dimensiones, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del mundo; considerando los ingresos generados, el número de puestos de trabajo creados, el movimiento de personas, etc., pero esto supone un mayor riesgo en el aumento de las externalidades negativas, tanto sociales económicas como ambientales dado que en la mayoría de las propuestas estos no son considerados.

Ante estos escenarios es urgente que todo el sistema turístico se redefina, tomando los lineamientos básicos del desarrollo sustentable, adaptados tanto a la gestión integral de los destinos (nuevos o tradicionales), como de las infraestructuras y servicios que lo conforman. Estos juegan un rol fundamental en la imagen final de un determinado destino y en la redistribución de los impactos positivos y negativos en un espacio, dado que requieren de flujos de intercambio para las entradas y salidas de materia y energía en su funcionamiento.

En el presente artículo se pretende reflexionar sobre la importancia de los Sistemas de Gestión Ambiental en el sector de alojamientos turísticos como instrumento útil en aras de mejorar la competitividad y sustentabilidad del sector y de su impacto en el sistema. Este es elegido por tener un notable crecimiento cuantitativo, una relación muy fuerte con el entorno, por consumir importantes cantidades de recursos y generar residuos y desechos en cantidades importantes.

2. LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA DE VIAJES Y TURISMO EN LA ECONOMÍA MUNDIAL

El surgimiento de la industria de viajes y turismo, de forma organizada y como actividad económica, podemos situarla en 1814, cuando el inglés Thomas Cook transportó en tren a un grupo de personas de Loughborough a Leicester.

Desde ese momento la actividad comenzó a crecer muy lentamente, reducida a los sectores altos de la sociedad. Pero a mediados del siglo XX las nuevas condiciones surgidas en algunos países, producto de las mutaciones económicas vinculadas a la revolución industrial, como el aumento del empleo y de los ingresos reales, las conquistas laborales, vacaciones pagas, etc., generaron un crecimiento del tiempo libre y por ende un cambio en la actitud social respecto a la recreación y al ocio. Esto significaría un impulso en el sector, posibilitando en las últimas tres décadas del siglo XX un crecimiento formidable.

Según la WTTC (World Travels & Tourism Council) los viajes y el turismo son la mayor industria del mundo, considerando cualquier indicador económico, como: ingresos brutos, valor añadido, inversiones en capital, puestos de trabajo y contribución impositiva, etc. En 1999 esta industria generó, directa o indirectamente, en el conjunto de la economía mundial, el 11% del PBI, más de 200 millones de puestos de trabajo (el 8% del empleo total) y 5,5 millones de nuevos puestos de trabajo por año. Las estimaciones a futuro son que para el 2020 habrá 1,561 millones de llegadas de turistas en todo el mundo, esto supondría un gasto de más de 2 billones de dólares, con una tasa media de crecimiento anual de 6.7%. Particularmente América del Sur conseguirá una tasa de crecimiento del 4.8% anual del 2000 al 2020, lo que significará un promedio de 43 millones de turistas para el año 2020, siendo su origen principalmente de Europa, Estados Unidos y Canadá.

Si bien esta información es general y cada país o región debería ser considerada en forma particular para conocer verdaderamente el impacto de la actividad, nos otorga un panorama del crecimiento del mercado turístico.

En relación al sector de alojamientos se debe señalar que a pesar de que algunas grandes cadenas dominen el mercado, convirtiéndose en monopolios u oligopolios, existen subsectores de pequeñas y medianas empresas que captan un mercado regional, nacional o local y que en algunas áreas son las de mayor crecimiento. Si bien su impacto es menos significativo, en general este sector es que genera los mayores empleos y flujos con los servicios indirectos, así como impactos evaluados en términos globales.



3. IMPACTOS NEGATIVOS DE LA INDUSTRIA DE VIAJES Y TURISMO

Todo los datos expuestos sirven para corroborar cuantitativamente la importancia que esta teniendo la actividad turística en el mundo (tanto en países desarrollados como subdesarrollados), en estas últimas décadas. Pero también supone una mirada sobre lo que esto puede significar en el aumento de la intensidad, la magnitud y la distribución de los impactos negativos generados por la continuidad de modelos insostenibles.

Así debemos considerar que si bien la actividad turística puede aportar grandes ventajas económicas, principalmente para algunos países subdesarrollados, puede tener también efectos negativos, tanto desde una perspectiva sociocultural como ambiental. La potencialidad de algunos destinos sudamericanos y caribeños en relación a la explotación de sus recursos patrimoniales tanto naturales como culturales, implica la aparición de servicios básicos, en donde los alojamientos adquieren un rol fundamental, no solo en la generación de inversiones nacionales e internacionales, sino en la conformación de enclaves monopolizados por capitales extranjeros y en la alteración de los sitios donde se instala.



En esta relación entre oferta - demanda, muchos han sido los desequilibrios. A continuación se presentan algunos de los impactos negativos producidos por el turismo en diferentes elementos del ambiente (Mathieson y Geoffrey, 1990).

a) *Vegetación y fauna*: La vegetación, es en ocasiones, uno de los atractivos que posee un determinado sitio turístico, ya sea por su magnitud, su belleza, su rareza, etc. Pero diversas actividades turísticas tienen influencia sobre la misma, en deterioro directo de su entorno o en la pérdida directa de ciertas especies.

- La recolección de plantas, flores y hongos pueden dar paso a cambios en la composición de las especies o pérdida de calidad.
- Un uso inadecuado del fuego en áreas protegidas como en otros espacios forestales pueden dañar seriamente tanto los ecosistemas como directamente las especies vegetales.
- La tala deliberada de arboles, para postes de tiendas de campaña o leña, alteran sobretodo las especies más jóvenes.
- La excesiva acumulación de basura, además de ser un impacto visual negativo, y alterar otros elementos de la naturaleza, cambia la condición de los nutrientes, según el tipo de basura, y en ocasiones bloquea el paso del aire y la luz, generando alteraciones en la vegetación.
- El tráfico peatonal y de vehículos, así como las áreas de descanso o de camping, generan pérdida de vegetación por pisoteo, compactación, etc.
- La caza, la contemplación y la fotografía de especies son actividades turísticas importantes que generan diferentes niveles de impacto. La medición de los efectos causados por las perturbaciones generadas a las mismas, como la extinción de especies no esta documentada en términos generales: se centra básicamente en mamíferos y aves, dejando de lado otras especies.
- No se han reconocido los impactos generados por la emigración, cambios en la alimentación, comportamiento en la reproducción y adaptaciones al cambio de hábitat, salvo especies muy específicas.
- Cambios en el porcentaje de cobertura, en la variedad de especies, en el índice de crecimiento, en la destrucción del hábitat, causadas por el agotamiento de la capacidad de carga de un determinado lugar por el número excesivo de turistas, la frecuencia de sus visitas o el tipo de actividades que realizan.

Si bien este análisis se basa principalmente en los impactos de los turistas es necesario destacar que la construcción de infraestructura básica o de apoyo genera alteraciones irreversibles por el movimiento de suelos, la impermeabilidad del mismo, cambios en la circulación del agua y transformaciones de los paisajes.



En relación a estos impactos los servicios de alojamiento han sido responsables de la introducción de especies exóticas, la pérdida o alteración de los ecosistemas que las afectaron, o directamente en la pérdida continua de la cobertura vegetal, en áreas naturales de alto valor ecológico, y en la alteración de ciclos de vida naturales de la fauna, tanto en la etapa de construcción como de funcionamiento.

b) Calidad del agua: Muchos estudios mencionan la contaminación del agua y su calidad como un problema en los sitios de playa, sobretodo para la jerarquización de las mismas. Los problemas están asociados también al abastecimiento, a la calidad para el consumo y para la realización de actividades recreativas (natación, buceo, etc.).

- Los principales problemas de contaminación son los agentes patógenos de aguas residuales tratadas inadecuadamente que se arrojan en playas, lagos y ríos y en las que el turismo contribuye a través de las descargas de la infraestructura turística.
- El aumento de nutrientes al agua, acelera procesos que determinan el excesivo crecimiento de algas, dando por resultado la disminución del oxígeno y la alteración de otras especies de flora y fauna muy común en lagos y lagunas.
- La presencia de derivados del petróleo, por el uso de los vehículos recreacionales, o derrames de barcos o cruceros en los puertos, ha disminuido el oxígeno y alterado el color de las aguas.
- La cantidad de turistas en determinados momentos ha generado desabastecimiento y falta del recurso agua en los acuíferos de muchas ciudades o sitios turísticos.

En este caso, el impacto generado por los servicios de alojamiento es fundamental, dado el consumo generado por estas unidades, como el uso de los cursos de agua subterráneos y superficiales para efectuar las descargas de aguas residuales. Ambas situaciones se vinculan claramente al funcionamiento general de los mismos y a la ausencia de criterios ambientales tanto del establecimiento como de la gestión pública. Respecto al excesivo consumo de agua, la FAO (Food and Agriculture Organization) estimó que 100 turistas usan en 55 días la misma cantidad de agua que se necesitaría para cultivar arroz para alimentar a 100 personas durante 15 años, esto implica que es necesario realizar una revisión de estos aspectos y un control en el uso de este recurso y del resto de los utilizados por el sector.

c) Calidad del aire: Excepto en ocasiones muy específicas no registran impactos significativos, la mayoría de ellos, se vinculan sobretodo al aumento en el nivel de ruidos de determinadas áreas puntuales, por la mayor circulación de vehículos particulares o por el aumento en el tráfico aéreo en lugares cercanos a los aeropuertos.

Ahora bien, los servicios vinculados al turismo también generan impactos en los sitios que ya están altamente intervenidos y antropizados. Se destacan:

- Contaminación arquitectónica: a menudo se ha fracasado al querer integrar la infraestructura de sitios o de lugares turísticos con las características del medio natural, provocándose así choques entre el ambiente construido y el natural. A su vez, en la misma expansión de las actividades dentro de un centro urbanizado se han generado impactos visualmente observables, en la ruptura de los diseños arquitectónicos típicos, en la construcción en altura, lo que genera una alteración del paisaje urbano. Ejemplo de esto son las alteraciones de algunos poblados rurales frente a la expansión no controlada de nuevas edificaciones turísticas "modernas".
- Pérdida de calidad paisajística por urbanización y postura: la ubicación y el tipo de organización de la urbanización de un centro turístico responde a los diferentes paisajes. Esto varía si se trata de ambientes costeros (lineal), a lo largo de valles y rutas escénicas o en áreas de tierra interior, no obstante esto es muchas veces alterado, o modificado llegando a producir saturación por sobrecarga de infraestructura y desequilibrio, sobre todo en la imagen. Alteraciones en los campos visuales, problemas ambientales por la morfología del área (aumento en la escorrentía superficial, erosión, inundaciones, etc.)
- Sobrecarga en la infraestructura: se manifiesta cuando la intensidad de las visitas

supera la capacidad de la infraestructura prevista. En este sentido el manejo de flujos de visitantes, el aumento acelerado del número de plazas, etc. contribuyen, en ocasiones, a la generación de situaciones de congestión y problemas de abastecimiento a de funcionamiento de ciertos servicios. Es clave el papel que juegan las políticas turísticas y la gestión coordinada. No obstante las propias acciones del sector de alojamientos pueden beneficiar o perjudicar esto, que en definitiva, arruina la imagen final de un destino ante la percepción general del turista.

- Segregación de residentes locales: la separación espacial de las áreas turísticas del resto del centro turístico o en los alrededores del campo produce, en ocasiones, segregación social. En esto han tenido fuertes impactos los complejos hoteleros y resorts de grandes cadenas en países subdesarrollados, que se enclavan en la estructura espacial, física y social generando problemas en la oferta de empleos de baja jerarquización y continuos focos de atracción para que los sectores marginales se acerquen en búsqueda de ayudas económicas, sociales y oportunidades de todo tipo. En muchos casos estas cadenas actúan como verdaderas barreras, funcionando totalmente aislados al sistema social y económico donde se insertan.
- Congestionamiento de tráfico: esto ha surgido como una de las consecuencias más significativas del desarrollo de algunos centros turísticos. El incremento del congestionamiento de tráfico y sobrecarga de tráfico y problemáticas asociadas al acceso y número de los estacionamientos de los servicios-
- Descargas residuales: vinculado directamente al análisis en áreas naturales y a la calidad de ciertos recursos se sostiene que en los centros urbanos, el equipamiento hotelero y los servicios de apoyo, así como las residencias privadas, son las principales fuentes depósito de residuos sólidos. Detrás de esto se identifica la presencia de una sociedad que usando los recursos del entorno como atractivo, les otorga además la categoría de receptor de sus propios desechos. Los residuos pueden afectar el patrimonio histórico-cultural en forma indirecta (por ejemplo: contaminación visual, olores, etc.) y a la calidad final del destino.

La reflexión debe conducirnos a mirar todo el sistema turístico como tal, en la relación establecida entre prestadores de servicios, turistas, residentes, gobierno municipal y redes de apoyo al sector productivo. En este artículo se parte de la premisa de que la actuación de estas empresas y la falta de políticas sustentables ha llevado a desequilibrios, en los que contribuye el sector de alojamientos. Por tal razón es necesario un cambio de modelo que comprometa a todos los subsectores.

4. EL TURISMO DEL SIGLO XXI: HACIA UN NECESARIO MODELO SUSTENTABLE

Desde muchos lugares, organismos internacionales y desde las propias discusiones de las comunidades se sostiene que es necesario plantear un modelo de desarrollo sustentable, que haga compatible el desarrollo económico con la conservación de los recursos naturales y el incremento de la equidad y de la justicia social. En este sentido, el equilibrio entre la racionalidad económica y la ambiental, entre la apropiación de los recursos y la distribución de las externalidades negativas y positivas, no es una posible opción a la actividad turística, sino que es la única vía que puede permitir el desarrollo de la actividad permitiendo que los actuales y futuros turistas disfruten de los paisajes naturales y culturales. La incorporación de la gestión ambiental en los destinos turísticos y en los elementos del sistema, es fundamental.

Pero, lamentablemente, aún no todos los actores del sector turístico (administraciones nacionales, regionales y locales, empresas, asociaciones profesionales, trabajadores del sector, organizaciones no gubernamentales, comunidades receptoras y los propios turistas), reconocen que sean considerables los impactos negativos de la actividad sobre el ambiente sociocultural y natural y, por lo tanto, no todos admiten que estos deberían controlarse.

No obstante, en las últimas dos décadas las tendencias del mercado turístico han venido variando en términos de motivaciones, las que han generado transformaciones en la oferta. Cada



vez más los flujos turísticos exigen mayor calidad, una atención personalizada y nuevos servicios, identificándose en algunos casos comportamientos más responsables. Esta variación tiene que ver innegablemente con el manejo de la información en el ámbito mundial, con cambios sociales más profundos, y el desarrollo de nuevas tecnológicas de la comunicación e información.

Estas transformaciones no significan la formación de ecoturistas o ecohuéspedes, sino de visitantes que asumen en sus actividades una búsqueda de entornos limpios, de comunidades respetadas y de armonía que los induce a ser «educados en el ambiente», sea urbano, rural o natural.

Pero el impulso de un turismo que sea ambientalmente responsable es una tarea que implica la responsabilidad de los gobiernos y de las empresas logrando además que las comunidades locales próximas a las instalaciones y atracciones turísticas se involucren con la actividad. Además debe fundamentarse en la responsabilidad de respetar, invertir y desarrollar las culturas locales y protegerlas de la comercialización y explotación excesiva. También implica responsabilidad de las mismas en relación con su participación activa en la industria turística, la práctica del desarrollo sustentable y la garantía de protección y seguridad de los visitantes.

Supone también, un gobierno que regule y ordene la actividad, lo mismo que una concientización por parte de los turistas en cuanto a observar las normas y prácticas del lugar visitado, en particular con respecto al ambiente y la cultura.

Para lograr que todos participen en un modelo turístico sustentable es necesario considerar a este sector no como una actividad económica aislada y que funciona de forma independiente, sino que por el contrario, depende de numerosos sectores de la economía que lo abastecen de bienes y servicios (alimentación, transporte, seguros, energía, tecnología, construcción, mobiliario, etc.), por lo cual estos también deberán incorporarse al programa de desarrollo sustentable.

Finalmente, podemos decir que si no enfocamos las políticas turísticas hacia códigos éticos muy precisos con respecto a la naturaleza, a la sociedad y al desarrollo económico; nos veremos enfrentados en el corto plazo a problemas muy graves de deterioro, locales y globales, que afectarán a la propia actividad turística. Esto es fundamental en la política de los destinos americanos, que deben protegerse de continuar siendo proveedores de recursos turísticos dejando los grandes beneficios en los empresarios del primer mundo y absorbiendo los impactos negativos del consumo excesivo e incontrolado que pone en peligro su propia identidad.



5. LA GESTIÓN AMBIENTAL EN EL SECTOR DE ALOJAMIENTOS TURISTICOS

Profundizando el análisis es necesario ahondar en algunas particularidades del sector de alojamientos turísticos. Este es un conjunto de empresas mercantiles que se dedican de forma profesional y habitual, mediante el cobro de los servicios que prestan, a proporcionar habitación o residencia a las personas que necesitan o desean utilizar esta prestación, entre ellos los turistas.

Este sector conforma una parte importante del sistema turístico, por el movimiento generado, por el rol dentro de los servicios de la oferta y por la contribución en la imagen final del destino. Por tal razón es imprescindible que incorpore mecanismos para contribuir con el desarrollo turístico sustentable. A su vez, como el sector de alojamientos requiere de cierta infraestructura fija espacialmente, se encuentran comprometidos con el lugar, el deterioro de este implica inexorablemente una pérdida de competitividad no solo del destino sino también para la empresa, si es que esta evalúa sus objetivos a largo plazo.

Ahora bien, la realidad indica que empresas de cualquier tamaño, insertas en una economía de libre mercado, en general y hasta el momento obtienen el máximo beneficio económico, sin recaudos sobre sus externalidades al ambiente y la sociedad.

HOTELEROS	EXTRAHOTELEROS
Hotel	Campings
Hotel-apartamento	Apartamentos turísticos
Motel	Ciudades de vacaciones
Pensión	Albergues de juventud
Hostal	Residencias de tiempo libre
Casa de Huéspedes	Casas de labranza
	Refugios de montaña
	Interhome y multipropiedad
	Chalets y villas

Fuente: Módulo I del Curso de Consultoría Turística. ULPGC. España, 2003

*Tabla 1.
División general de los alojamientos
turísticos.*

Ahora bien, la realidad indica que empresas de cualquier tamaño, insertas en una economía de libre mercado, en general y hasta el momento obtienen el máximo beneficio económico, sin recaudos sobre sus externalidades al ambiente y la sociedad.

Un escenario económico, con mercados cada vez más saturados, consumidores cada vez más exigentes en términos ambientales y la competencia creciente, obliga a las empresas turísticas a mejorar sus sistemas de gestión y la calidad de los servicios que ofrecen, y dentro de este cambio se encuadra la gestión ambiental.

Ampliando el marco de análisis se destaca que los servicios ofrecidos por la actividad de alojamiento varían ampliamente, desde establecimientos que sólo proveen de alojamiento, hasta otros que ofrecen una mezcla de alojamiento, restaurante y servicio de bebidas, así como una serie de servicios como celebración de banquetes, instalaciones de salud y ocio, tiendas, oficina de cambio, salas de conferencias, lavandería, transporte de pasajeros y/o equipaje, garaje, excursiones, actividades de animación, etc. Todas estas actividades implican un proceso que, en un entorno variable, se transforman en las entradas (Input) y salidas (Output) del sistema. Al respecto, es posible decir que "tanto en unas como en otras encontramos una gran cantidad de productos o sustancias que, en función de su cantidad, composición, origen o forma de elaboración, destino o tratamiento ulterior, etc., inciden de forma diferente sobre el ambiente y sociedad en los que la empresa se inserta. Esta incidencia en el ambiente global y/o local puede afectar, a mediano o largo plazo, la viabilidad de la misma actividad turística" (De Andrés y May, 1995).

Se debe aclarar que si bien las empresas del sector no se caracterizan por causar grandes daños ambientales o sociales, sus efectos se componen de toda una serie de pequeñas acciones individuales que pueden producir sinergias negativas sumadas a las de otras empresas (cada una de ellas consumen energía, agua, comida y otros recursos y puede emitir pequeñas cantidades de contaminantes en términos de residuos sólidos, aguas residuales, humo, olores, ruido y algunas sustancias químicas) pueden a su vez impactar en la imagen del paisaje urbano, y el equilibrio general del entorno. De esta forma, si se considera de forma conjunta el impacto de todas estas pequeñas actividades individuales, así como el elevado número de éstas en ciertos espacios turísticos, el sector de alojamiento tiene un efecto significativo sobre el medio ambiente y los recursos naturales y culturales. Así, la actividad en su conjunto (esto es importante que cada empresario del sector lo comprenda) termina siendo un gran generador de residuos sólidos, un consumidor ineficiente de agua y combustibles fósiles, de grandes cantidades de papel y de una gran cantidad de productos poco respetuosos con el medio ambiente, como por ejemplo plásticos desechables, envases y contenedores no reciclables, productos de limpieza, etc.

Frente a este planteo, en numerosos países del planeta se está incorporando la gestión ambiental en el sector de alojamientos, especialmente en las grandes cadenas hoteleras. Los países con mayor desarrollo turístico o mejores políticas sectoriales, como España en Europa, Canadá en América Anglosajona, Costa Rica en América Latina, han avanzado a pasos agigantados en este camino, fundamentalmente porque se incorporó el tema del medio ambiente como factor de competitividad y de diferenciación frente a otros destinos.



Una de las herramientas utilizadas para incorporar la gestión ambiental en el sector de alojamientos turísticos es la Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development, la cual fue adoptada por más de 180 países. Esta identifica los aspectos ambientales y económicos amenazados por el desarrollo turístico, al tiempo que presenta una estrategia de transición hacia prácticas sustentables.

La Agenda 21 establece prioridades en materia ambiental para las empresas hoteleras¹, que sirven como base para los sistemas de gestión ambiental. Algunas de las prioridades establecidas son las siguientes:

- Minimización, reutilización y reciclado de desechos.
- Eficiencia, conservación y manejo del agua y la energía.
- Manejo de los recursos de agua potable.
- Planificación y administración del uso de la tierra.
- Capacitación al personal, clientes y comunidades en la temática ambiental.
- Diseños sostenibles.

La mayoría de ellas se vinculan a la prevención de los impactos ambientales mencionados en párrafos anteriores, y se suman a una larga lista de propuestas para otros elementos dentro del turismo.

Considerando la importancia de la cuestión ambiental para el sector, el WTTC creó, en 1994, el programa internacional Green Globe, orientado a la concienciación y gestión ambiental para compañías de viajes y turismo, cuyo objetivo primordial es el de proveer la forma por la cual los hoteles y las entidades turísticas pueden realizar mejoras a su desempeño ambiental.

En 1997, Green Globe junto con la Société Générale de Surveillance (SGS), la agencia de verificación internacional más grande del mundo, elaboraron un conjunto de normas a las que debe atenerse un hotel para actuar en el marco de la responsabilidad ambiental, denominadas Green Globe 21. Para realizarlas se consideraron elementos de sistemas de gestión de las ISO 14.001 y se combinaron con los aspectos ambientales identificados por la Agenda 21, además de incluirse criterios adicionales de planeamiento y manejo del uso de la tierra, políticas de compras ambientalmente sustentables, programas de desarrollo cultural y social y proyectos para involucrar a la comunidad en temas ambientales.

Los Hoteles internacionales que están trabajando para obtener la acreditación de Green Globe 21 son por ejemplo: *Accor S.A* en Francia, *Al Bustan Palace Hotel* en Omán, *Almond Beach Club* en Barbados, *Marriott Manchester Hotel* y *Country Club* en Reino Unido, *Rondel Village* en Jamaica, *Steigenberger Hotels* en Alemania, *The Pan Pacific Hotel* en Tailandia, *Victoria Falls Safari Lodge* en Zimbabwe, etc. Si bien todos son ejemplos de grandes hoteles, empresas más pequeñas también pueden iniciarse en la gestión ambiental, aunque es cierto que los costos del proceso de certificación no son totalmente accesibles (menos de 30 habitaciones cuesta US\$ 750, entre 30-100 habitaciones US\$ 1500, entre 100-250 habitaciones US\$ 2000, más de 250 habitaciones US\$ 2500 y a partir de este número de plazas el costo es negociable (Zeballos, 2003)) una vez establecido el sistema de gestión ambiental en el establecimiento la certificación puede tramitarse a partir de algún subsidio del gobierno y/o de organismos internacionales.

Por otra parte, los principios propuestos por algunas de las normas de calidad pueden ser incorporados para mejorar la gestión de un establecimiento hotelero y generar acciones ambientales que minimicen impactos negativos, o les permita reducir costos, o mejorar la gestión.

Por lo tanto, la ejecución de programas ambientales en el sector hotelero viene acompañado de un gran número de ventajas, incluso de índole económica. Tal vez una de las principales sea la utilización de la calidad ambiental como un instrumento de marketing (considerando a esta como una filosofía organizativa centrada alrededor de la comprensión y satisfacción de las necesidades de los clientes), que le permita un mayor nivel de competitividad. Desarrollando un sistema de gestión ambiental, la firma expresa su compromiso ambiental ante la opinión pública.

1. Si bien se plantea para los hoteles se debe considerar que puede ser aplicado en cualquier tipo de alojamiento, tanto hotelero como extrahotelero.

Si se consideran algunas encuestas, como por ejemplo la auspiciada por la revista internacional *Conde Nast Traveler* que concluye que el 91 por ciento de los viajeros se preocupa por las condiciones ambientales en sus destinos turísticos, se comprenderá la enorme importancia que esto puede generar en aquellos destinos turísticos que buscan posicionarse en manera más competitiva en el mercado mundial. Fundamentalmente a los países subdesarrollados que buscan captar turistas de la Unión Europea, EEUU, Canadá, Japón, etc.

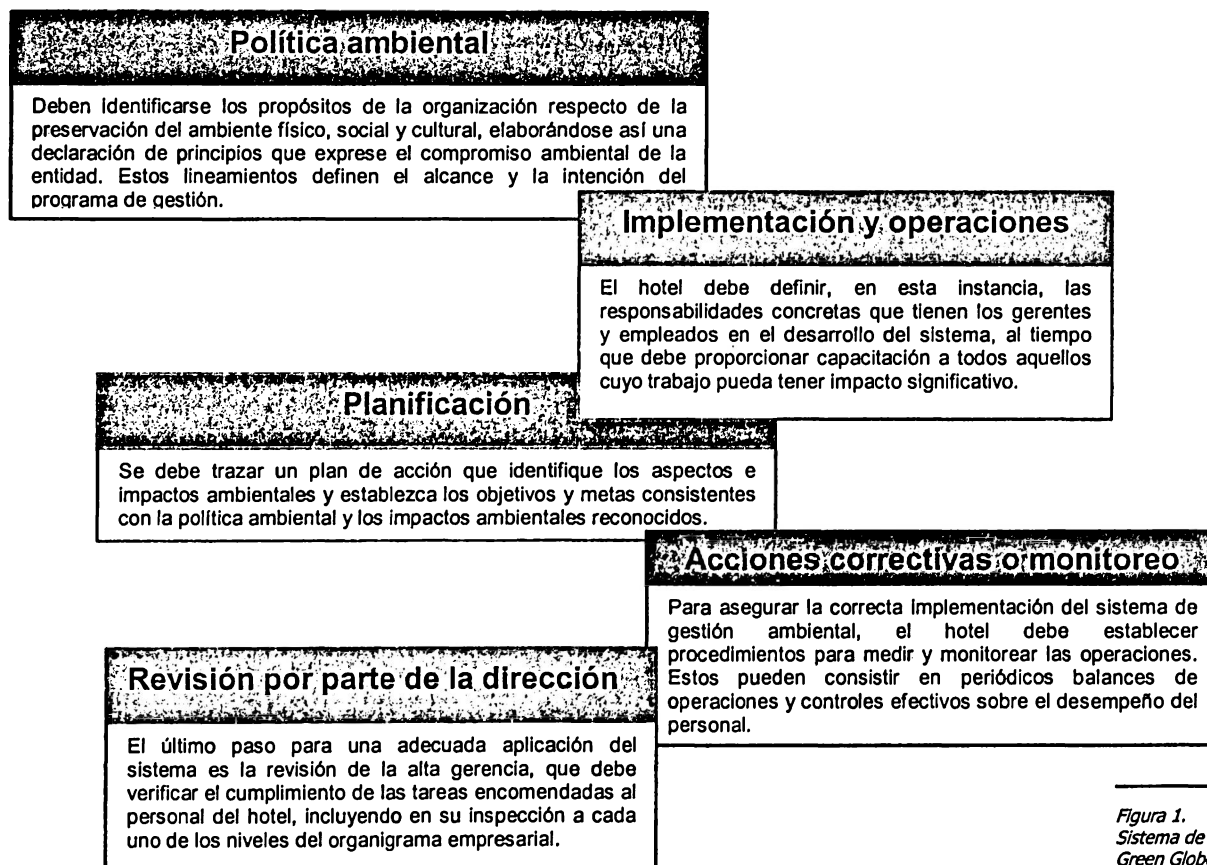


Figura 1.
Sistema de gestión ambiental de
Green Globe 21.

Además del Green Globe algunos países han creado sus propios sistemas de evaluación ambiental y certificación, motivados en las ventajas de las prácticas de turismo sustentable. Por ejemplo, Costa Rica adoptó una certificación administrada por el Instituto de Turismo, y la Asociación de Hoteles de Canadá instauró recientemente el programa Green Leaf, por medio del cual se otorgan certificaciones según diversos criterios de gestión ambiental. En algunos casos son pasos previos para la certificación de normas internacionales.

6. BASES PARA UNA GESTIÓN AMBIENTAL EN EL SECTOR DE ALOJAMIENTOS

A partir de los planteos generales establecidos por la Agenda 21, el Programa Green Globe y otros programas ambientales locales, es necesario establecer las bases para implementar un sistema de gestión ambiental en el sector de alojamientos turísticos. En primer lugar se puede

definir a la gestión ambiental en el sector de alojamientos, como *un conjunto de acciones de diversa naturaleza que se llevan a cabo en los establecimientos durante su funcionamiento y que tienen como finalidad mejorar el balance de la relación de los mismos con el ambiente y contribuir a alcanzar el desarrollo sostenible, sin que ello excluya el cumplir el objetivo económico - funcional que éstos tienen asignado.* (Céspedes y Burgos, 1998). Esto asume que la sustentabilidad de un proyecto supone que este sea económicamente viable, socialmente justo y ecológicamente equilibrado.

6.1. El sistema de gestión ambiental en el sector de alojamientos turísticos

Para iniciarse en este apartado cabe aclarar que estos pasos a seguir para implementar un sistema de gestión ambiental en un hotel pueden ser tanto aplicados a una gran cadena hotelera como a las pequeñas y medianas empresas del sector e incluso a todas o casi todas las empresas del sector extrahotelero. Son muchos los trabajos en donde se aborda la importancia que el sector de las Pymes tiene dentro de la economía y de las actividades asociadas al turismo en particular. Sobre todo en el efecto derrame que generan en el empleo local y en la circulación de capital. A su vez representan una escala adecuada para la atención personalizada y directa al turista, pero también por el riesgo que generan sus impactos ambientales en conjunto.

Por otra parte, la posibilidad de implementar los sistemas de gestión ambiental en esta escala suele verse condicionada, sobre todo en los países de América Latina, dado que son las que actualmente se encuentran con mayores problemas económico-financieros y carecen de apoyo de los Estados, de los bancos, etc.

A continuación se presentan los pasos que debe seguir el empresario del sector para implementar un sistema de gestión ambiental en su empresa.

6.1.1. Elección de un responsable de medio ambiente

En primer lugar es fundamental el compromiso verdadero por parte de la Dirección del establecimiento, sin el cual no se puede lograr una gestión medioambiental con éxito. El Director Gerente debe nombrar a alguien que se responsabilice juntamente con la Dirección y en el que se deleguen responsabilidades de liderazgo y seguimiento de la gestión medioambiental.

Tabla 2.
Perfil del encargado de la
gestión ambiental en el
establecimiento.

Liderazgo dentro de la empresa.
Sensibilidad por la ecología.
Curiosidad hacia el tema ambiental e interés personal.
Conocimientos mínimos en el área ambiental (formales o no).

Las funciones específicas del responsable del área de medio ambiente (compartidas con el Director Gerente) se pueden sintetizar en la tabla 3:

Coordinar la gestión ambiental de la empresa de alojamiento. <i>En relación a un cronograma claramente establecido con objetivos concretos</i>
Asesorar al personal existente sobre las tareas a desarrollar. <i>Sobre todo en la formación ambiental y en su aplicación en las actividades realizadas en el establecimiento</i>
Elaborar un manual de protección ambiental para todo el establecimiento <i>Asociado a las particularidades de cada unidad y cada sector, y puesto en conocimiento en forma clara y sencilla como estrategia de comunicación</i>
Definir objetivos concretos a partir de lo establecido en el Manual.
Elaborar un Plan de Acción y realizar un monitoreo de los resultados. <i>Que debe hacerse permanentemente</i>
Informarse de las nuevas tecnologías de protección ambiental. <i>Que pueden ser aplicadas a casos concretos como la reducción en el consumo de agua, de energía, etc.</i>
Elaborar un informe anual sobre el funcionamiento de todas las iniciativas ambientales.
Definir y aplicar medidas correctivas en todos las áreas del establecimiento.
Controlar las compras tanto de activo circulante (limpieza, papelería, alimentación y bebidas, etc.), como de activo fijo (refrigeración, calefacción, mobiliario, electrodomésticos, instalaciones, etc.), y el consumo de energía en el lugar de trabajo.
Informar y construir índices que midan la eficacia del consumo energético. <i>A fin de poder establecer los controles</i>
Mantener contactos con el gobierno local, organizaciones ecológicas, distribuidores, proveedores, y otros empresarios <i>Para retroalimentación de los canales de información</i>
Promover el interés de toda persona, vinculada a la empresa o no, con relación a la protección del ambiente, efectuando así una campaña de concientización general.

Tabla 3.
Funciones del responsable ambiental

6.1.2. La pre-auditoría o informe ambiental

En segundo lugar se debe llevar a cabo un informe medioambiental, el cual significa comprobar por medio de un equipo medioambiental las actuaciones que se están realizando y aconsejar las nuevas medidas necesarias para la corrección de los defectos de gestión. Para ello puede contratarse personal externo realizarlo con equipos del mismo establecimiento asesorados por profesionales. Esto dependerá si es la primer auditoría o son revisiones periódicas.

Seguimiento de las acciones realizadas.
Controlar el comportamiento ambiental del establecimiento. <i>A partir de los índices elegidos y de los responsables de su análisis</i>
Realizar los informes periódicos para la Dirección y todo el personal. <i>Sobre todo en ambos sentidos, para facilitar la circulación de información y la participación de todos.</i>
Estudiar las nuevas tecnologías o técnicas para minimizar impactos.
Promover campañas de información, para clientes y empleados.

Tabla 4.
Funciones del equipo responsable de la gestión ambiental

*Tabla 5.
Datos para elaborar una pre-
auditoría o revisión inicial*

Localización geográfica del alojamiento.
Categoría.
Número de plazas.
Número de edificios o áreas que componen el establecimiento. Y a los cuales se les debe caracterizar por separada y auditar individualmente y en su relación con el conjunto
Servicios adicionales al cliente: piscinas, canchas de deportes, jardines, etc., sala de juegos, centro de convenciones, salas especiales
Tipos de maquinas existentes.
Energías utilizadas.
Utilización de los recursos naturales y/o culturales y de la provisión de insumos (particularizando sus características y su cadena de producción)
Consumos promedios de energías.
Medidas de ahorro energético que se están aplicando.
Análisis comparativos de su aplicación.
Análisis de los impactos ambientales según matrices de magnitud e intensidad de las acciones del establecimiento y su incidencia en el medio natural y social-
Identificar lo Objetivos establecidos por la Gerencia.
Planificación de las actuaciones con relación a los objetivos propuestos.

Las bases de comparación deberán hacerse en el propio establecimiento; para ello se debe conocer:

- Los niveles y tipos de residuos que se pueden generar.
- Consumos energéticos y consumos de agua.
- Emisiones de elementos contaminantes a la atmósfera, como ruidos y olores y establecer los niveles máximos a los que en principio el establecimiento puede llegar, sin afectar al servicio.

Las indagaciones previas permitirán establecer los nuevos objetivos prioritarios y las líneas de acción prioritarias en relación a la evaluación de plazos y de la propia rentabilidad del producto ofrecido,

6.1.3. Concientización ambiental del personal del establecimiento

En tercer termino, el personal es clave para el éxito de una política ambiental adecuada en los hoteles. Ninguno de los objetivos de protección medioambiental puede ser llevado a cabo si quienes trabajan en el hotel no están plenamente identificados con la labor de conservar y mejorar la calidad del ambiente. Por tal motivo es necesario que todos los sectores reciban educación ambiental (formal o no formal) que les permita comprender y adquirir hábitos sustentables.

La Dirección es quien tiene la misión de lograr la comprensión de todos sus colaboradores (jefes de departamento y resto de empleados), sensibilizándoles hacia la importancia de este tema.

Se reconoce que la concientización del personal es una de las tareas más difíciles y requiere un amplio esfuerzo orientado hacia la realización de seminarios, jornadas, cursillos, reuniones y charlas para lograr su compromiso en este tema.

Todo el personal del establecimiento debe tener conocimiento de todos los objetivos que se establezcan, para que puedan informar debidamente a los clientes cuando estos soliciten información

sobre el tema. Cualquier empleado puede ser el receptor del comentario de un cliente y debe ser capaz de darle una respuesta adecuada.

6.1.4. Información a los clientes – huéspedes

Por último, para obtener la imprescindible colaboración e integración de los clientes, es necesario que todos estén debidamente informados sobre el Programa Ambiental del establecimiento. En el «check-in» se puede entregar al cliente un folleto donde se describan las acciones ambientales que están realizándose en el establecimiento y se invitará al cliente a colaborar en la protección del medio ambiente, con actividades sencillas. Opcionalmente, y aunque sea menos efectivo, se puede considerar el dejar dicho folleto en la habitación junto al directorio de servicios

También se puede colocar cartelería en el hall del hotel u otro lugar por donde circulen normalmente las personas hospedadas, en donde se ubicarán los objetivos que se han fijado, las herramientas para llevarlos a cabo, etc. todo de forma entendible para el público en general y en diferentes idiomas si es necesario.

Es importante resaltar el papel clave del personal de recepción y el de animación y recreación en la consecución del objetivo de concientizar a los visitantes en la importancia de la gestión ambiental, constituyéndose esto en una oportunidad de promocionar el compromiso ambiental del establecimiento. Por otro lado toda la información que se dé a los clientes debe ser perfectamente contrastable por ellos mismos.

Finalmente, es necesario, para lograr un verdadero desarrollo sustentable, que toda la cadena de proveedores y servicios asociados a la empresa, incorporen paulatinamente criterios ambientales, o sistemas de gestión propios, de lo contrario estaríamos realizando esfuerzos aislados que no redundarían en el bien común, social y natural.

7. REFLEXIONES FINALES

El sector de alojamientos turísticos, al igual que el resto de las empresas de la industria de los viajes y el turismo, sólo tienen razón de ser en la medida en que el turista se interese por la naturaleza, los atractivos culturales, etc., es decir de elementos que generen la intención de llegar y permanecer en un lugar. Por lo tanto, sería irrisorio e incluso podríamos decir una actitud suicida de parte de los empresarios del ámbito turístico en general y del sector de alojamiento en particular, no contribuir con la preservación y el equilibrio del ambiente y la sociedad local.

La gestión ambiental intenta ser una forma voluntaria de mejorar la gestión general de un establecimiento, de incorporar elementos que no se tenían en cuenta, de corregir ciertas prácticas innecesarias, o que generan impactos negativos en el entorno, y de ampliar incluso nuevos mercados. La certificación ambiental es un elemento que avala esto, pero no es el único, dado que se puede pensar en mejorar determinados sectores y acciones dentro de los servicios de alojamiento, sin necesidad de adaptarse a una norma o estándar nacional o internacional.

Es necesario rever cuáles de los aspectos de la gestión ambiental llevada a cabo en países desarrollados se pueden adaptar y son prioritarios en países subdesarrollados, y como llevarlos a cabo. Aún siendo dos realidades distintas, pero considerando la importancia del sector turístico nacional e internacional para los años venideros, esto es un desafío. La tarea es ahora ver que modelo de gestión ambiental es posible y cuantos establecimientos están dispuestos a implementarlo, ajustándolo a sus posibilidades físicas y económicas, para que algo que en términos legales es voluntario sea sentido como «particularmente obligatorio».



8. BIBLIOGRAFÍA

- Caballero, R.A., 1995. Sistema de evaluación del impacto ambiental en proyectos turísticos - Hoteles tipo sol y playa-. Tesina presentada para la obtención del Master Internacional de Turismo no publicada. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Céspedes, J. J. y De Burgos J., 1998. Un análisis del contenido de la gestión ambiental de los establecimientos hoteleros. En Encuentro Medioambiental Almeriense: en busca de soluciones.
- De Andrés, A. y May, C., 1995. Manual ECOTRANS para la mejora de la calidad ambiental en los alojamientos turísticos. Econtrans-España, Madrid.
- Deng, S.L., Ryan, C. y Moutinho, L., 1992. Canadians hoteliers and their attitudes towards environmental issues. En International Journal of Hospitality Management, 11 (3), Pp. 225-237.
- García, F., 1982. Efectos ecológicos del equipamiento turístico. En Estudios Territoriales 5. pp. 137-144.
- Mathieson, A. y Geoffrey W., 1990. Turismo: repercusiones sociales, económicas y físicas. México. Trillas.
- Organización de Estados Americanos., 1997. Sostenibilidad del turismo mediante la gestión de sus recursos naturales y culturales. XVII Congreso Interamericano de Turismo. San José. Costa Rica.

