



MEMORIAS – SEMANA NACIONAL DE LA CALIDAD TURÍSTICA - 2018

9 – 13 DE JULIO DE 2018

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

SEMANA NACIONAL DE LA CALIDAD TURÍSTICA - 2018

Como parte de las estrategias y acciones adelantadas en materia de fortalecimiento de la Calidad Turística en nuestro sector, desde el año 2016, hemos venido realizando la "Semana Nacional de la Calidad Turística", que consiste en un evento itinerante, dentro del cual se visitan diferentes ciudades y municipios del país en un espacio de capacitación y presentación de herramientas disponibles para el fortalecimiento de la calidad a nivel de prestadores y destinos.

Para el año 2018, con el ánimo de articularnos con las diferentes instituciones académicas que ofrecen programas relacionados con turismo se extendió la invitación a participar en este evento por medio de la postulación para realizar una intervención en el marco de la Semana de la Calidad, con el apoyo de gobernaciones, alcaldías y las instituciones académicas seleccionadas, se llevó este espacio durante la semana del 9 al 13 de Julio de 2018 a las ciudades de Montería, Barranquilla, Filandia, Neiva y Villavicencio.

En el marco de este evento, adicionalmente, fueron anunciados los ganadores del Premio Nacional a la Calidad Turística, reconocimiento entregado a prestadores y destinos certificados, destacados por sus acciones orientadas hacia la generación de una cultura de calidad y sostenibilidad el desarrollo de la actividad turística del país.

Se presentan a continuación las memorias de la ejecución de la Semana Nacional de la Calidad Turística en su versión 2018.

CONTENIDO

PONENCIA: TURISMO SOSTENIBLE ¿UTOPIA O REALIDAD?.....	7
PONENCIA: "CALIDAD PARA SATISFACER EXPECTATIVAS"	12
PONENCIA: SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA Y LA AGENDA 2030.....	18
GANADORES PREMIO NACIONAL A LA CALIDAD TURÍSTICA - Edición 2018.....	34
EXPERIENCIAS EXITOSAS EN CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA.....	38



CONCEPTOS DE TURISMO SOSTENIBLE Y PRINCIPIOS:

Según la OMT, el turismo sostenible puede ser definido como:

“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Este tipo de turismo cuenta con una serie de principios que son: 1. Uso óptimo recursos medioambientales, 2. Respeto autenticidad sociocultural de las comunidades y 3. Asegurar actividades económicas viables a largo plazo.

1. PRINCIPIOS DE SOSTENIBILIDAD EN LA NATURLEZA

La naturaleza funciona de manera económica, tiene mecanismos o principios que aplica en forma continua para evitar que sus materias primas y energía se agoten rápidamente. Tales principios son:

Reciclaje, Uso de energía inagotable y limpia, Control del crecimiento poblacional, Aprovechamiento de diversas oportunidades, biodiverso, Auto-reconstrucción.

2. PRINCIPIOS DE SOSTENIBILIDAD EN LOS ECOSISTEMAS

El ecosistema recicla sus materiales, Aprovecha los residuos que dejan todos los animales, plantas y microbios, para volver a producir las materias primas que necesitan las diferentes especies, el suelo, y el aire. En el ecosistema los desechos son al mismo tiempo productos y no se acumulan en forma de basura, ni forman depósitos de contaminación para sus propias especies.

El ecosistema tiene una diversidad de especies para aprovechar múltiples oportunidades.

El ecosistema produce y sostiene muchas especies: biodiversidad. Cada especie cumple funciones específicas; la variedad permite obtener diversos beneficios para el ecosistema. Cada especie tiene necesidades de espacio y de alimento diferentes. En cada ecosistema existen condiciones para crear muchos hábitats. La biodiversidad facilita aprovechar muchas opciones u oportunidades disponibles para vivir.

3. ¿QUÉ IMPLICA EL DESARROLLO SOSTENIBLE?

- Tener en cuenta los principios de la sostenibilidad de la naturaleza.
- Investigar y desarrollar tecnologías para usar cada vez más las energías limpias, renovables o inagotables.
- Reducir el despilfarro de energía, agua y otros recursos naturales.
- Disminuir la producción de residuos e incrementar su aprovechamiento mediante procesos de reciclaje.
- Tener gerentes conscientes de la responsabilidad ambiental empresarial.

4. POLÍTICAS GLOBALES DE TURISMO SOSTENIBLE RELEVANTES

- El modelo del Turismo Sostenible se ha venido conformando desde la década de los años 1970. Como consecuencia de los impactos ambientales generados por el turismo masivo que se inició en la postguerra, a partir del 1945, cuya primera respuesta fue la Cumbre Mundial de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, 1972. Esto es el inicio del surgimiento de políticas globales para el turismo sostenible. En el año 1978 la OMT crea el Comité Ambiental, cuya finalidad fue lograr un manejo adecuado del medio ambiente en el sector turismo. La primera reunión de este comité se llevó a efecto en Madrid, España, en el año 1981. El año 1994, en la ciudad danesa de Aalborg se firmó la "Carta de las Ciudades Europeas Hacia la

Sostenibilidad". En el año 1995, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) creó la "Guía para un Turismo Ambientalmente Responsable". En el año 1995, la OMT organiza la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, donde se emite la "Carta Mundial de Turismo Sostenible", en Lanzarote, islas Canarias, España, abril del 1995. En el año 1995, la OMT, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo y el Consejo de la Tierra elaboran conjuntamente el Programa 21 para la Industria de los Viajes y del Turismo, como seguimiento de la Conferencia de Río.

- En 1999 se realizó la séptima sesión de la Comisión de Desarrollo Sostenible (CDS), de Naciones Unidas (ONU), dedicada al Turismo, en la ciudad de New York, EE.UU. En el año 1999, la Organización Mundial del Turismo (OMT), a través de su Asamblea General llevada a efecto en Santiago de Chile, aprobó y emitió el "Código Ético Mundial para el Turismo", conteniendo en su numeral #3 el planteamiento del Turismo Sostenible. La OMT proclama el año 2002 como Año Internacional del Ecoturismo. En ese mismo año 2002, en la ciudad de Quebec, Canadá se llevó a cabo la "Cumbre Mundial de Ecoturismo, surgiendo de la misma la "Declaración de Quebec sobre Ecoturismo".
- Participación de la OMT en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (CMDS), en Johannesburgo (Sudáfrica), durante la cual se presenta el Programa "Turismo Sostenible-Eliminación de la Pobreza" (ST-EP). La Cumbre adopta su Informe Final en el cual se hace referencia directa al desarrollo sostenible del turismo. Rainforest Alliance elaboró en el 2002 la "GUÍA SOBRE MEJORES PRÁCTICAS DE MANEJO PARA TURISMO SOSTENIBLE", San José, Costa Rica, 2002. Posteriormente fue ampliada y adecuada a los ecosistemas costero marinos para alojamientos.
- Decide proclamar 2017 Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo.

- Invita a la Organización Mundial del Turismo, teniendo presentes las disposiciones que figuran en el anexo de la resolución 1980/67 del Consejo Económico y Social, a que facilite la organización y la observancia del Año Internacional, en colaboración con los gobiernos, las organizaciones competentes del sistema de las Naciones Unidas, otras organizaciones internacionales y regionales y otros interesados pertinentes.

5. GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL DE EMPRESA TURÍSTICA

Existen 4 POSICIONES en las que se puede ubicar una empresa de turismo según sus acciones frente a la sostenibilidad, son:

1. Atrasada, 2. Penalizada, 3. Conformista, 4. Líder.

6. PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Una gestión socialmente responsable de las organizaciones deberá estar enmarcada dentro de los siguientes 8 principios éticos y gerenciales:

- El respeto a la dignidad de la persona humana;
- La responsabilidad legal: las actuaciones de las organizaciones, no sólo estarán enmarcadas dentro de la Constitución y las leyes que les apliquen, sino que se guiarán por la búsqueda proactiva de las normas aplicables, con el fin de asegurar el espíritu de las mismas.
- La autorregulación ética.
- La participación: los líderes han de promover que todo el personal se involucre en la gestión socialmente responsable, para que cada persona sea tomada en cuenta y que sus capacidades se pongan en función de los fines comunes de la organización y de la sociedad.
- El enfoque de procesos: los resultados deseados se alcanzan más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.
- La solidaridad: entendida como la determinación firme y perseverante de trabajar por el beneficio mutuo.

- El desarrollo humano integral: como compromiso por preservar el patrimonio ambiental, cultural y social para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las inequidades sociales.
- La mejora continua: implica que las organizaciones guiarán con sentido ético el constante mejoramiento de sus procesos económicos, sociales y ambientales.



PONENCIA: "CALIDAD PARA SATISFACER EXPECTATIVAS"

Juan Fernando Sansón Rosas juan.sanson@unicafam.edu.co

Catalina Orjuela Martínez catalina.orjuela@unicafam.edu.co

Fundación Universitaria CAFAM

Con el objetivo de generar conciencia sobre la importancia de la calidad en los procedimientos y actividades diarias de quienes trabajamos en el sector turístico, presentamos el taller "Calidad para satisfacer expectativas" que nos permitirá identificar la esencia de la calidad en cada uno de los elementos de nuestro servicio, enfocado a la satisfacción del cliente y el entorno.

¿Con qué trabajamos en turismo?

Es importante entender y apropiarse las características que tiene el sector turístico, ya que, como turistas y prestadores de servicios turísticos, buscamos vivir y crear experiencias que satisfagan expectativas, motivaciones, necesidades y emociones, como un elemento fundamental en el desarrollo de los viajes, la recreación y el tiempo libre.

"Un producto turístico puede definirse como un conjunto de componentes **tangibles e intangibles**, basado en una actividad **en un destino**, percibido por los visitantes como una **experiencia** disponible **a cambio de un precio**"

(Middleton, 1994).

PRODUCTO - SERVICIO

Las características de un Producto-Servicio son:

- Está compuesto por elementos tangibles e intangibles
- No se puede almacenar
- Pueden agregarse o sustituirse elementos del producto que agregan valor
- Se producen y consumen simultáneamente

¿Cuál es su Producto-Servicio?

EXPECTATIVAS DEL PRODUCTO – SERVICIO

No olvide que...



Las expectativas del cliente se basan en las experiencias de compras pasadas, las opiniones de amigos y la información y promesas de los profesionales del marketing y de los competidores. Si se alcanzan sus expectativas, estarán satisfechos. Los empresarios deben tener cuidado al establecer el nivel adecuado de expectativas. Si fijan expectativas demasiado bajas, podrán satisfacer a los que compran, pero no conseguirán atraer a nuevos clientes. Si establecen las expectativas a un nivel demasiado elevado, los compradores se verán decepcionados.

(Kotler, 2011)

¿Qué información le doy al cliente?

¿Qué imaginario tiene el cliente de su producto?

COLOMBIA

IDENTIFICACIÓN DE PROCESOS

Un proceso es un *“conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados”*. (ISO 9000, 2009).

Esto quiere decir que, todas las actividades que realiza su empresa, están conectadas con otras actividades y dependen entre sí para lograr el objetivo de satisfacer la necesidad de los clientes.

Se debe establecer la manera ordenada cómo se deben realizar estas actividades, los insumos necesarios para su transformación y el producto que se espera obtener de este proceso.

Identifique cuáles son los elementos de su proceso:



Las entradas son todos aquellos insumos que se requieren para que su producto – servicio pueda darse. (Por ejemplo: materia prima, recurso humano y la necesidad de los clientes, entre otros).

El proceso son todas las actividades (procedimientos) que se desarrollan por parte de la empresa de manera ordenada, para culminar la prestación del servicio.

Las salidas son los elementos que se obtienen como resultado de las actividades planteadas en el proceso.

El resultado esperado por el cliente.

CALIDAD

Grado en el que un conjunto de características inherentes, o rasgo diferenciador, (Ilustración 1) cumplen con los requisitos (necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria).

NOTA 1 El término "calidad" puede utilizarse acompañado de adjetivos tales como pobre, buena o excelente.

NOTA 2 "Inherente" significa que existe en algo, especialmente como una característica permanente.

Fuente: Norma ISO. 9000:2005

ESTÁNDARES DE CALIDAD

Los estándares de calidad son el conjunto de requisitos mínimos necesarios, establecidos por los diferentes grupos de interés de los sectores, que acuerdan las condiciones requeridas para satisfacer las necesidades de los clientes y a su vez facilitar el desarrollo de los procesos de las organizaciones.

La ISO es la Organización Internacional de Estandarización, encargada de definir estándares a nivel mundial, para el desarrollo de actividades bajo los criterios de calidad. A su vez, la ISO identifica organizaciones de carácter local para dar respuesta a las necesidades de cada contexto en los diferentes países.

En Colombia, se apoya del ICONTEC y las Unidades Sectoriales de Normalización para la aplicación de los estándares requeridos para el país y para cada sector.



Ilustración 1 Características de la calidad Fuente: elaboración propia a partir de ISO 9000:2005

En el sector turístico se han establecido seis Unidades Sectoriales de Normalización que han construido las siguientes Normas Técnicas Sectoriales:

NORMAS TÉCNICAS SECTORIALES DEL SECTOR TURÍSTICO

	CALIDAD	SOSTENIBILIDAD
DESTINOS	*	NTS – TS 001 - 1 NTS – TS 001 - 2
HOTELES	NTSH 001 - 013	NTS – TS 002
RESTAURANTES	USNA 001 - 011	NTS – TS 004
AGENCIAS DE VIAJE	NTS – AV 001 – 015 NTS – OPC 001	NTS – TS 003 NTS – TS 006 - 1
TIEMPO COMPARTIDO	NTS – TC 001 NTS – TC 002	NTS – TS 007
GUÍA DE TURISMO	NTS – GT 001 - 013	
SEDE PARA EVENTOS, CONGRESOS, FERIAS	*	NTS – 006 - 2
TRANSPORTE TERRESTRE DE PASAJEROS	*	NTS TS 005



TALLER

Identifique las características de calidad de su producto – servicio

¿Cuáles son las Características de Calidad de mi Producto – Servicio?	¿En qué grado se cumplen las características identificadas?	¿Cómo puedo medir el cumplimiento de estas características?
¿Qué elementos de mi producto – servicio satisfacen las necesidades y expectativas de mi cliente?	¿Qué elementos de mi producto – servicio pueden mejorar?	¿Cuáles son las causas que generan la no satisfacción del cliente?

Blanca Leider Arias Esquivel¹ - Blanca-arias@unipiloto.edu.co

Universidad Piloto de Colombia

Resumen

En el marco de la Semana de la Calidad Turística, organizada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se presenta la conferencia “sostenibilidad turística y la agenda 2030”, un espacio para analizar y reflexionar sobre el escenario global de la sostenibilidad, iniciando por sus antecedentes históricos hasta la actual agenda 2030.

Dicha agenda plantea una serie de retos por cumplir desde diversos sectores económicos, entre ellos el turismo, que tiene un papel fundamental pues hace uso de los recursos naturales y socioculturales de un territorio. Es así como la Unidad Sectorial de Normalización Turística, establece lineamientos específicos de cumplimiento frente a las dimensiones económica, sociocultural y ambiental.

Las normas técnicas sectoriales plantean entonces una estructura que busca a partir de una política de sostenibilidad el establecimiento de programas y acciones para que los prestadores de servicios turísticos implementen en sus establecimientos. La conferencia también plantea algunas acciones clave para los prestadores de servicios turísticos a través de una metodología magistral pero con espacios de participación en donde se espera sensibilizar a los actores sobre su rol y el compromiso que se debe tener frente al sistema de gestión para la sostenibilidad.

¹ Administradora de Hotelería y Turismo, Msc. Planificación y Gestión del Turismo

Antecedentes de la sostenibilidad

Al iniciar se hace un recuento histórico sobre la evolución que ha tenido el concepto de sostenibilidad turística, citando en primera instancia el libro "nuestro futuro común" elaborado por la Dra. Gro Harlem Brundtland en 1987. Este primer antecedente orientó su análisis a una reflexión sobre la situación del mundo, la sociedad, la destrucción del ambiente y la pobreza. Y a su vez Confrontó el concepto de desarrollo y sostenibilidad indicando que: "...Nuestros hijos heredaran las perdidas. Estamos tomando prestado capital ambiental de las generaciones futuras sin ninguna intención o perspectiva de reembolsárselo..."(Informe de la Comisión Brundtland (1987).

Este análisis publicado por la Comisión Mundial para el medio ambiente y desarrollo de la Organización de Naciones Unidas, fue un llamado al mundo para frenar el consumo y la contaminación, principales detonantes del cambio climático.

Posteriormente en 1992, se reunieron en Río de Janeiro 172 países en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, denominada la segunda Cumbre de la Tierra. En donde se sentaron las bases para la protección del medioambiente como parte integral del proceso de desarrollo e instó a los gobiernos a desarrollar la legislación necesaria para asegurar la responsabilidad, el cuidado y la reparación medioambiental. De esta manera se crea la Agenda 21 que contempla tres aspectos: la sostenibilidad medioambiental, la justicia social y el equilibrio económico; esta triada busca un equilibrio justo y equitativo en estas tres dimensiones, principio base de la sostenibilidad.

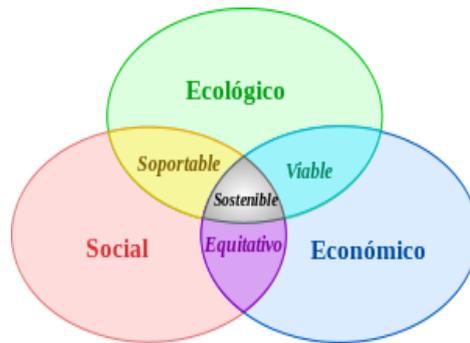


Figura 1. Triada de la sostenibilidad
Fuente: <https://upload.wikimedia.org>

Posteriormente en septiembre de 2000, los dirigentes del mundo se reunieron en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York, para aprobar la declaración del Milenio, comprometiéndose a sus países con una nueva alianza mundial para reducir los niveles de extrema pobreza y estableciendo una serie de objetivos, conocidos como los Objetivos de Desarrollo del Milenio, cuyo vencimiento está fijado para el año 2015 (ONU, 2018).



Figura 2. Objetivos de desarrollo del milenio
Fuente: Nacionesunidas.org.co

Estos 8 objetivos objetivos fueron más allá de un pacto entre los países, pues tenían metas claras de cumplimiento y acciones a ejecutar por cada uno de los suscriptores. De esta manera el mundo preocupado por la pobreza, la desigualdad y el medio ambiente buscaba poner límites.

Seguidamente, la Conferencia de la ONU sobre el Desarrollo Sostenible (Rio+20), celebrada en junio de 2012, reconoció los avances logrados por los diferentes países en el marco de los ODM e identificó la necesidad de ampliar la visión de desarrollo contemplada en la Declaración del Milenio, por lo que en 2015 la Asamblea General de la ONU en Nueva York, adoptó la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), respaldada por 193 países. Esta nueva agenda mundial con objetivos más amplios y específicos es la carta de navegación para todas las industrias en el mundo. Pues se espera que cada uno de los países se comprometa con su cumplimiento para lo cual debe asegurar el diseño de políticas necesarias para lograrlo.

Es así como el concepto de desarrollo ha evolucionado a lo largo del tiempo, pasando de una cifra netamente económica, como el PIB, a conceptos más profundos y vinculantes con la calidad de vida de la población al generar una mirada más focalizada hacia el empoderamiento de las regiones y un cambio en la gobernanza de los territorios, para finalmente llegar a un concepto más amplio e incluyente: el desarrollo sostenible entendido como “la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (ONU, 1987).

De tal manera que, el consumo, la producción y el uso de los recursos naturales debe ser racional, a fin de garantizar que las generaciones futuras alcancen a disfrutar de la riqueza y biodiversidad de nuestro mundo actual.

En tal sentido la agenda 2030 presenta los 17 objetivos así:

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Figura 3. Objetivos de desarrollo Sostenible
Fuente: cepal.org

Según la Organización Mundial del Turismo OMT (2015) el turismo tiene un compromiso con cada uno de los objetivos, pero principalmente existen cuatro en los que tiene una mayor incidencia:

Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Bajo esta premisa las organizaciones vinculadas al turismo deben promover:

- Empleo digno
- Pago justo
- Contratación legal
- Incentivar la cadena de valor local
- Apoyar el comercio local
- Promover la cultura local

Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

Para lo cual se requiere:

- Cambiar la forma de producción y consumo
- Hacer más responsable al turista
- Ahorro de agua y recursos
- Reducir los desechos

Objetivo 14: Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

En turismo el compromiso es:

- Evitar la contaminación de fuentes de agua
- Uso de insumos orgánicos
- Control de desechos
- Protección de zonas costeras
- Fomento de la pesca artesanal

Es así como los actores del turismo, tienen una responsabilidad frente al cumplimiento del código de ética del turismo, aportar a la prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNNA), para ello el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha desarrollado la campaña de Turismo Responsable.



*Figura 4. Turismo responsable y ético
Fuente: el autor a partir de google.com*

En Colombia se vienen adelantando acciones para el cumplimiento de cada uno de los objetivos, tal como se puede apreciar en el siguiente link:
<https://www.youtube.com/watch?v=7Jad-hCX8f4>



El escenario del turismo en Colombia y el Mundo

A nivel global es notable el incremento que ha tenido el turismo, según el barómetro de la OMT en 2017, se ha llegado a 1.323 millones de turistas en el mundo y el impacto se evidencia en la siguiente imagen:



Fuente: © Highlights 2017 - Organización Mundial del Turismo (UNWTO), Julio 2017

Figura 5. Importancia del Turismo
Fuente: Organización Mundial del turismo, 2017

Zurab Pololikashvili, secretario general de la OMT, afirma que

El turismo internacional sigue creciendo de forma significativa en todo el mundo, lo que se traduce en creación de empleo en muchas economías. Dicho crecimiento nos recuerda que es necesario aumentar nuestra capacidad de desarrollar y gestionar el turismo de forma sostenible, forjando destinos inteligentes y aprovechando al máximo la tecnología y la innovación (OMT, 2018).

Por su parte, en Colombia el panorama es igualmente significativo, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

En el 2017 al país llegó la cifra récord de 6'535.182 de visitantes extranjeros que llegaron al país en 2017, representan un aumento de 28,3% con respecto al 2016, que lo ubica entre los cinco primeros países de América con mayor flujo de visitantes del exterior (Mincit, 2018).

Y así lo registra la prensa nacional y mundial:

El turismo en Colombia

La OMT destaca crecimiento del turismo en Colombia
Economía - junio 24 de 2014, 7:46 pm

El turismo es el segundo generador de divisas en Colombia
Economía - Viernes, 23 Febrero 2018 - 5:58am
La meta es mostrar toda la identidad cultural del país.

Colombia rompe récord en llegada de turistas en 2017
El Ministerio de Comercio indicó que el año pasado llegaron más de 6'500.000 turistas, superando en un 150% la cifra de 2016 cuando apenas llegaban un poco más de 2'000.000 de turistas.

Las divisas por turismo registraron récord en 2017
Bogotá, D.C. 8 de marzo de 2018.- En 2017 el ingreso de divisas al país por concepto de turismo creció 5,4% frente al 2016, según datos del Banco de la República.
De acuerdo con la cuenta de viajes y transporte de pasajeros, Colombia logró el año pasado ingresos por

Figura 6. Crecimiento del turismo en Colombia

Fuente: El autor a partir de google.com

Para medir y analizar el cumplimiento de las acciones de sostenibilidad a nivel global se requiere de “instrumentos de medida que pueden ser usados para describir y comprender como funciona la calidad de un sistema o una actividad en concreto (NHS Institute for Innovation and Improvement, 2008), es decir indicadores, que se construyen de acuerdo al contexto y la necesidad de medición, en el sector turístico se pueden analizar diversos indicadores como por ejemplo:

- Índice que ocupación
- Cumplimiento en ventas
- Consumo de agua
- Consumo de energía
- Cantidad de residuos generados
- No de equipos calibrados
- No de especies de flora y fauna protegidos
- No de empleados capacitados

Con respecto a la Norma técnica sectorial NTS-TS, es importante destacar que una norma es toda “regla que se debe seguir o a que se deben ajustar las conductas, tareas, actividades, etc.” (RAE, 2018). Estos lineamientos son recogidos por las entidades certificadoras. En Colombia se encuentran avaladas por la ONAC Organismo Nacional de Acreditación de Colombia las siguientes:

- SGS
- ACERT
- GLOBAL CERTIFICACIONES
- COTECNA
- BUREAU VERITAS
- TUV RHEILAND
- ICC
- ICONTEC

De esta manera las normas técnicas sectoriales se basan en el concepto de calidad total propuesta por Deming (1950) bajo el ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar), en donde se busca no solo contar lo que se hace, sino hacerlo y evidenciarlo a través de diversos mecanismos, como actas, registros, fotografías, indicadores.

A su vez la norma NTS-TS, especifica los requisitos ambientales, socioculturales y económicos, y de gestión para la sostenibilidad y establece un marco conceptual sobre la sostenibilidad del que se destacan los siguientes conceptos:

Desarrollo sostenible. Es aquel que conduce al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de la vida y al bienestar social, sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades.

Buenas prácticas. Aquellas medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de gestión y operación de las empresas turísticas. Estas acciones tienen como meta garantizar que se está produciendo el menor impacto posible en los aspectos socioculturales y ambientales, que se mejora la calidad del producto turístico, que se hace más eficiente y sustentable el desarrollo empresarial y su desempeño socioeconómico.

Política de sostenibilidad. Declaración realizada por el establecimiento de alojamiento y hospedaje, de sus intenciones y principios, en relación con su desempeño en los aspectos ambientales, socioculturales y económicos. Proporciona el marco para la acción y para el establecimiento de sus objetivos y metas.

Evidencias. Registros, hechos, declaraciones de hechos o cualquier otra información que sea pertinente y verificable.

Registro. Tipo de documento que presenta resultados obtenidos o proporciona evidencias de las actividades desempeñadas.

Impacto: Huella o señal, efecto de una acción, consecuencia de algo, impresión o efecto muy intensos dejados en alguien o en algo por cualquier acción o suceso.

Desde el punto de vista turístico se evidencian tres tipos de impactos:

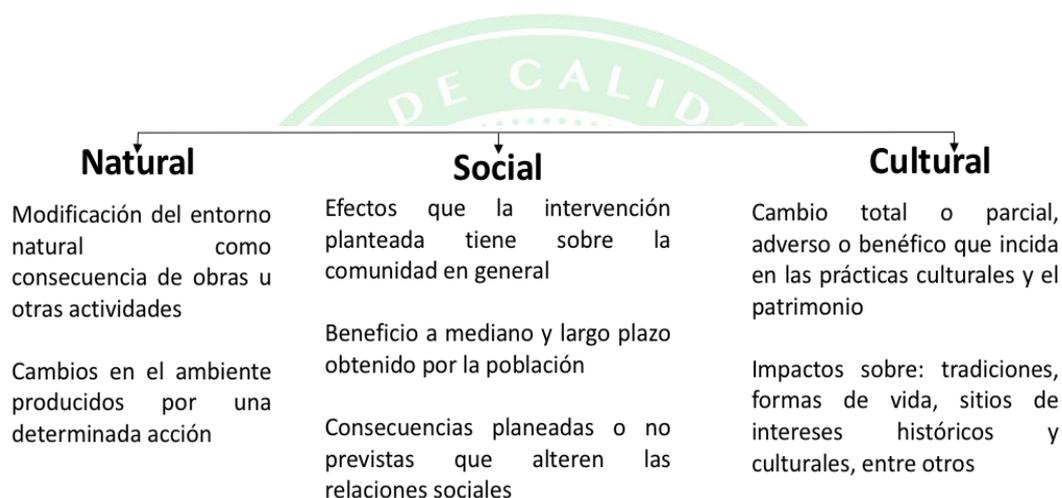


Figura 7. Impactos del turismo

Fuente: El autor a partir de NTS-TS-002

Algunos aspectos a tener en cuenta para cumplir con cada una de las dimensiones son:

En lo ambiental

- Respetar y cuidar el entorno natural en el que se encuentra el establecimiento
- Sensibilizar al huésped o cliente sobre el cuidado del entorno natural
- Evitar y denunciar el tráfico de especies (no fomentar la comercialización)
- Reconocer los recursos ambientales que existen en la zona aledaña a mi establecimiento (humedales, lagunas, reservas)
- Identificar la flora y fauna existente en mi establecimiento

- Promover el reciclaje y la correcta clasificación de residuos en mi establecimiento
- Recolectar y disponer adecuadamente el aceite de cocina
- Llevar un registro del consumo de agua y energía
- Realizar mantenimiento preventivo en las instalaciones de mi establecimiento (evitar fugas)
- Sensibilizar a mi huésped o cliente sobre el uso eficiente de recursos
- Realizar campañas de ahorro y uso eficiente de agua y energía con mis colaboradores.
- Analizar cuáles se pueden sustituir por productos orgánicos o amigables con el ambiente.
- Llevar un inventario de los productos químicos que se usan en mi establecimiento.
- Disminuir el consumo de plástico

En lo sociocultural

- Reconocer las manifestaciones y riqueza cultural de mi región
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades
- Promover la gastronomía local
- Promover las bebidas y/o los productos locales para su consumo
- Sensibilizar al huésped sobre la riqueza cultural de la región.
- Promover las artesanías locales
- Apoyar el desarrollo de actividades folclóricas y artísticas
- Capacitar al personal para que conozca los atractivos culturales que existen en mi localidad
- Prevenir, sensibilizar y denunciar acciones respecto a la ESCNNA
- No discriminar

En la Económica

- Incentivar la economía local
- Establecer una red de proveedores locales y una red de proveedores sostenibles
- Generar empleo digno
- Mantener condiciones comerciales justas y equitativas
- Promover eventos y actividades locales a los turistas

Existen además algunos consejos que permiten a los prestadores de servicios turísticos aportar a la sostenibilidad desde su quehacer:

- Tomar la decisión
- Comenzar con el compromiso de los directivos
- Hacer partícipe del diseño de estrategias a los colaboradores
- Forma equipo
- Empieza midiendo lo que ya tienes, para luego establecer metas de ahorro
- Premia el ahorro
- Promover la ética y el respeto en la administración, operación y servicio
- No mentir
- La sostenibilidad no es algo adicional al negocio, hace parte de la esencia del negocio
- Conectar con el cliente al informarlos sobre la gastronomía local. (explicación breve del plato)
- Convierte al cliente en un aliado de la sostenibilidad
- Se auténtico y personaliza tus acciones de sostenibilidad

- Permite que tu establecimiento sea un escenario para aprender y difundir las tradiciones locales (talleres, exposiciones, muestras culturales, stand de artesanías...)
- Hacer alianzas, Vincularse a gremios y redes que promuevan la sostenibilidad y los mercados verdes



Referencias

- DNP. (2018). Conpes 3918. Estrategia para la implementación de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) en Colombia. En: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Económicos/3918.pdf>
- Macedo, B. (2005). El concepto de sostenibilidad. *Recuperado el, 22.*
- MINCIT. (2018). Normas técnicas sectoriales de turismo sostenible. En: http://www.certificacionalidadturistica.com/courses/topics_view_new/3
- Naredo, J. M. (1996). Sobre el origen, el uso y el contenido del término sostenible. *Documentación social, 102*, 129-147.
- ONU. (2018). Objetivos de desarrollo sostenible. En: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- OMT. (2016). El sector turístico y los objetivos de desarrollo sostenible. En: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo_responsable_omt_pm_acc_20170126.pdf
- Perales, J. A. S. (2014). De los Objetivos del Milenio al desarrollo sostenible: Naciones Unidas y las metas globales post-2015. *Anuario Ceipaz, (7)*, 49-84.
- [Sustainability Leaders Project](https://sustainability-leaders.com/es/sostenibilidad-consejos-empresas-turisticas/) (2018). Como empezar con la sostenibilidad. En: <https://sustainability-leaders.com/es/sostenibilidad-consejos-empresas-turisticas/>

GANADORES PREMIO NACIONAL A LA CALIDAD TURÍSTICA - EDICIÓN 2018

El Premio Nacional a la Calidad Turística, desde su creación en el año 2015, busca hacer un reconocimiento a aquellos prestadores de servicios turísticos certificados en normas técnicas sectoriales de turismo que van más allá del cumplimiento de las normas y que sobresalen en su trabajo en pro de la calidad y sostenibilidad.

Este premio se entrega en 3 categorías, Turismo sostenible para Destinos Turísticos, Turismo Sostenible para Prestadores de Servicios Turísticos y Calidad Turística.

En la convocaría del Premio Nacional de Calidad Turística del presente año, se inscribieron un total de 38 prestadores de servicios turísticos en las categorías de calidad y sostenibilidad y 2 destinos en la categoría de destinos turísticos sostenibles.

En la categoría Calidad Turística, el ganador del Premio es la **Agencia de Viajes Servi Travel**, reconocida por la implementación de un sistema de gestión y de información que aseguran su integridad, el cumplimiento de los requisitos del cliente en la ejecución del servicio garantizando la satisfacción del cliente. Por otra parte se destaca el cumplimiento de la Norma Técnica Sectorial AV 001. Reservas en agencias de viajes y la Norma Técnica Sectorial 003 Requisitos de sostenibilidad para agencias de viajes, normas en las cuales se encuentra certificada.





En la categoría de destino turístico sostenible el ganador fue el **municipio de Filandia**, este municipio se destaca por sus acciones a nivel ambiental con programas como: BanCO2, la protección del 45% del total del área del municipio, la reforestación y preservación de áreas protegidas y el pago por servicios eco-sistémicos. Adicionalmente se destaca el programa de mujeres tejedoras de Filandia que brinda oportunidades de empleo y desarrollo a mujeres campesinas.

En la categoría turismo sostenible para **prestadores** de servicios turísticos, el ganador es la **Agencia de Viajes Paipa**

Tours. Paipa Tour gana este reconocimiento por ser una empresa que ha demostrado el cumplimiento de metas que van más allá de los estándares exigidos por la Norma, así mismo, se ha convertido en un aliado para la formalización del sector turístico, apoyando a diferentes empresas del municipio de Paipa en la implementación de la Norma de sostenibilidad y el cumplimiento de requisitos legales.

CO
COLOMBIA

¿QUIERES SER ALIADO DE MARCA PAÍS?

Marca país Colombia es un esfuerzo conjunto del Gobierno Nacional y del sector privado que **busca transformar los paradigmas** que existen del país tanto en el interior como en el exterior, con **el propósito de cerrar la brecha entre la percepción y la realidad de nuestro país.**

¿POR QUÉ SER ALIADO?

Buscamos empresas y entidades comprometidas con Colombia que quieran **mostrar un país más grande con muchas oportunidades.** Trabajando en conjunto bajo una estrategia de competitividad pretendemos promocionar y posicionar nuestro país con toda su diversidad natural, cultural y económica para así entre todos amplificar un solo mensaje de Colombia al mundo.

 @Colombia

 MarcaColombia

 marcacolombia

 @marcapaiscolombia

colombia.CO

VIVE COLOMBIA

TIERRA DE LA SABROSURA



¿CÓMO SER ALIADO?

**CELEBRAMOS UN CONVENIO DE USO DE MARCA,
POR DOS AÑOS Y SIN NINGÚN COSTO**

Documentos requeridos para elaborar el convenio*

- Certificado de Cámara y Comercio (**no mayor a 20 días**).
- Fotocopia del RUT (**actualizada después del 2013**).
- Fotocopia de la cédula del Representante Legal ampliada al 150%.
- Diligenciar encuesta Marca País Colombia.
- Anexo I (**Proceso de otorgamiento a aliados de la Marca País**).
- Anexo II (**Certificado de pagos a seguridad social y parafiscales no mayor a 20 días**).

**Para mayor información consulta*

<http://www.colombia.co/como-ser-parte-de-marca-pais/>

**Sujeto a aprobación. La empresa debe tener mínimo un año de constituida.*

**Casos especiales: Salud, Turismo, Café.*

BENEFICIOS DE SER ALIADO

- Uso de la marca en la página web.
- Uso de la marca en las comunicaciones del aliado.
- Uso de la marca en todas las piezas digital e impresas.
- Uso de los videos de la marca (español e inglés).*
- Activaciones de marca.
- Charlas de sensibilización.
- Visibilidad de marca.
- Incluir el logo de la empresa en la sección de aliados re direccionando a la página del aliado.
- Participación en campañas de promoción y orgullo nacional propias.

Te invitamos a ser aliado de Marca País Colombia
para contarle al mundo

#LoMejorDeColombia

y por qué

#ColombiaEsSabrosura

Contacto: info@colombia.co



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



GOBIERNO DE COLOMBIA

EXPERIENCIAS EXITOSAS EN CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

Experiencia: Cartagena de Indias

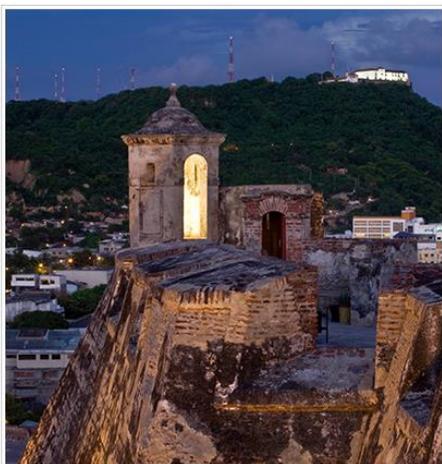
En el marco de la Semana de la Calidad Turística 2018 tuvimos la posibilidad de contar con la participación de María Carolina Cortez, Directora de Competitividad de la Corporación Turismo Cartagena de Indias, representante del sistema de Gestión para la Certificación del Centro Histórico de Cartagena de Indias como destino Turístico sostenible.

En el marco de su intervención se compartieron experiencias y aprendizajes obtenidos como parte del proceso de la implementación y certificación bajo la norma de destinos NTS-TS-001-1: Destinos Turísticos de Colombia. Requisitos de Sostenibilidad.



Conoce más sobre el proceso adelantado desde Cartagena de Indias ingresando a cartagenadeindias.travel en el apartado *certificación de destino*.

Certificación del Destino



Misión

Somos una ciudad turística y portuaria del Caribe, lugar de encuentro para Colombia y el mundo; declarada Patrimonio de la humanidad. Contamos con un gran reconocimiento nacional e internacional debido a nuestros valores histórico- culturales y a su gente amable que goza de un gran sentido de pertenencia y un fuerte compromiso por mantener y preservar a Cartagena como un destino sostenible que busca el equilibrio económico, sociocultural y ambiental.

Como destino turístico sostenible propendemos por la generación de conocimiento y concienciación en la importancia del uso adecuado, mantenimiento y preservación de nuestro patrimonio natural, histórico y cultural, ofreciendo expresiones culturales y espacios de entretenimiento, comercio y diversión; lo cual afianza la identidad nacional y ofrece oportunidades económicas para los residentes.

La planificación estratégica, el desarrollo de políticas que integran transversalmente la sostenibilidad y el trabajo colectivo de los actores sociales e institucionales, permiten promover en los turistas y residentes acciones amigables con el ambiente, la cultura y la sociedad.

Proceso De Certificación Starlight – Desierto de la Tatacoa

En el marco de la Semana Nacional de la Calidad Turística, en la ciudad de Neiva, se presentaron avances del proceso de implementación de los requisitos Starlight en el desierto de la Tatacoa; lo anterior como parte de la estrategia para ubicar a este destino privilegiado dentro del mapa de lugares aptos para el desarrollo de “turismo astronómico”.

La presentación estuvo a cargo del Dr. Giovanni Pinzón, titulado como Físico y doctor en Astronomía de la Universidad Federal de Rio de Janeiro. Actualmente se desempeña como Profesor Asociado de la Universidad Nacional de Colombia y Coordinador del proyecto Tatacoa Starlight. Conoce más acerca de esta iniciativa ingresando a www.fundacionstarlight.org



Extendemos un agradecimiento a alcaldías, gobernaciones y colaboradores que apoyaron el desarrollo de la Semana Nacional de la Calidad Turística en su versión 2018.

Organiza:



Con el apoyo de:



