Turismo sostenible: de la intención a su manifestación

Sir Royston O Hopkin KCMG, Presidente de la Alianza del Caribe por el Turismo Sostenible

Los estados cumplen muy bien con su rol de liderazgo en la discusión de las acciones requeridas para lograr la sostenibilidad. La implementación, sin embargo, es un obstáculo frecuente para alcanzar las metas con éxito

El uso de foros multinacionales para engendrar un consenso global sobre las metas del turismo sostenible y sus objetivos, ha ganado importancia durante las últimas dos décadas. Comenzando con el Código de Ética Global de la Organización Mundial de Turismo de la ONU, e incluyendo a una plétora de declaraciones, acuerdos y convenciones, se ha logrado un consenso sobre la urgencia, y una serie de acciones requeridas para hacer que el turismo sea más sostenible. En la otra punta del espectro, no han faltado programas de rendimiento sostenible del turismo, particularmente en el área de alojamiento. Estos han abarcado, desde programas de certificación y estándares voluntarios para productos y servicios, a códigos de una mejor aplicación, informes de sostenibilidad a nivel corporativo y otros esquemas de participación. Lo que no es tan claro, con las opciones disponibles, es por qué no hay ningún progreso en lo que se refiere a solucionar los problemas crónicos ambientales y sociales, de los destinos turísticos del Caribe.

La preservación del legado cultural del Caribe requiere la creencia sincera en el valor del ciudadano Caribeño

Con más de una década de experiencia en la implementación de programas de turismo sostenible, como el Planeta Verde (Green Globe) y la Bandera Azul (Blue Flag) en el sector privado del turismo, la Alianza del Caribe por el Turismo Sostenible (Caribbean Alliance for Sustainable Development, CAST), la división ambiental de la Asociación Hotelera del Caribe (Caribbean Hotel Association – CHA), se encuentran mas comprometidas que nunca con su mandato regional por el turismo sostenible y por las operaciones turísticas responsables. Mas allá del constante desafío por el poco interés que despiertan los programas ambientales y de sostenibilidad, somos alentados por los pocos ejemplos notables de rendimiento y, si bien es cierto, el lento progreso que se ha hecho en crear una mayor conciencia sobre estos problemas en los últimos años.

Los instrumentos multinacionales generalmente revelan su compromiso con la protección de los derechos humanos y culturales de la existencia, del patrimonio heredado y los estilos de vida indígena, de la salud y seguridad en el turismo; de la prevención de la polución y emisiones dañinas, del turismo sexual organizado y la explotación de menores; de promover el desarrollo del turismo sostenible y la diversidad biológica mediante estándares y códigos de una mejor aplicación; y maximizando el impacto de los beneficios sociales. Sin embargo, fuera de estos foros de trabajo público es donde existe el verdadero desafío: ¿Cómo se manifiestan las intenciones declaradas por los estados, en el desarrollo de acciones y políticas efectivas?

¿Cómo se involucra a la población nacional en estos llamados a la acción?

No hay respuestas directas o simples a estas preguntas. Con pocas excepciones, la manifestación de las intenciones declaradas ha sido tortuosa, dificultada por la falta de claridad en las jurisdicciónes correspondientes entre agencias gubernamentales, las propuestas inadecuadas para solucionar problemas antiguos, y los recursos para conferir autoridad y éxito, y los desafíos enfrentados frecuentemente cuando se trabaja con el sector privado – los especialistas en la implementación. En otras palabras, la burocracia y la inercia

han frustrado la implementación. Los estados cumplen muy bien con su rol de liderazgo en la discusión de las acciones requeridas para lograr la sostenibilidad. La implementación, sin embargo, es un obstáculo frecuente para alcanzar las metas con éxito.

El sector privado ha sido descripto como un "motor de crecimiento" debido a su acceso a las tecnologías de producción, al capital, y a las organizaciones espara la eficiencia y proeza comercial. Esta última característica subraya su experiencia en la implementación debido a que los proyectos son, en general, sujetos a limitaciones de tiempo y de presupuesto, y el personal debe rendir cuentas sobre el alcance de las metas establecidas. Como una industria de servicios, el turismo es un imán que atrae a los negocios que, directa o indirectamente, prestan servicios a los visitantes de un destino. La calidad del servicio debe satisfacer las expectaciones en lo concerniente al tipo de alojamiento, los gustos culinarios, el entretenimiento y otros servicios del destino, por ejemplo los centros comerciales, el transporte, los servicios de Informática e Internet, el servicio médico, etc. El sector privado del turismo compite no sólo a nivel local y regional, sino también a nivel internacional. El éxito del turismo en el Caribe como producto, es el reflejo de la habilidad del sector privado regional de satisfacer las necesidades de los visitantes. A pesar de este éxito, el sector privado todavía debe priorizar la sostenibilidad ambiental en sus operaciones.

Los programas de sostenibilidad como el Planeta Verde y la Bandera Azul han tenido un impacto a largo plazo en situaciones donde se han encontrado con un grupo de individuos iluminados y comprometidos, quienes poseen una conciencia social agudizada y la intención de hacer una diferencia. Estos tres atributos esenciales están interrelacionados y parecen ser la diferencia entre rendimientos buenos y excelentes. El éxito de los participantes a largo plazo en los programas Planeta Verde y Bandera Azul han demostrado lo que estos programas logran:

- Agudizan la conciencia sobre asuntos y problemas claves;
- Establecen lazos duraderos entre los miembros de la sociedad y el sector privado;
- Elevan el interés en resolver los problemas y en alcanzar las metas establecidas;
- Confieren poderes y motivan al personal en todos los niveles a tomar decisiones y realizar su labor con responsabilidad
- Estimulan a los participantes a compartir los éxitos con sus clientes, grupos interesados y el público en general.

Todos los puntos mencionados previamente son ingredientes esenciales para lograr la sostenibilidad. Sin embargo, hay una faltante de esa masa crítica de rendidores estelares que generen el proverbial efecto en cadena de agudizar la conciencia a través de toda la industria regional. Lo que prevalece, como de costumbre, es una actitud de negocios.

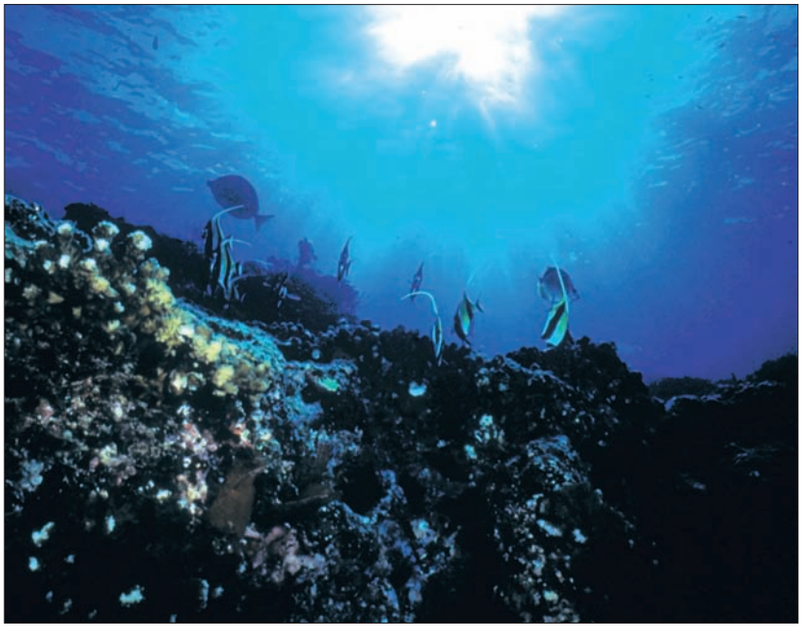
El Caribe se enfrenta constantemente a las crecientes y recurrentes amenazas a sus reservas naturales y bienes turísticos. Estos incluyen:

- Fuentes de polución terrestre que afectan el ambiente marino.
- Desastres naturales, especialmente huracanes.
- Pérdida de diversidad en los ecosistemas marinos (arrecifes) y terrestres (deforestación).

Estas amenazas penetran casi todas las capas de la vida isleña del Caribe y se manifiestan en diversas escalas y grados de impacto a través de la región. Ellos pueden ser agravados por los efectos del calentamiento global y el cambio climático. Igualmente, la yuxtaposición de poblaciones locales y de los visitantes ha resaltado las diferencias en las circunstancias personales y ha introducido experiencias extranjeras en los estilos de vida nativos, muchas veces con consecuencias irreversibles. Los destinos turísticos están lidiando con incrementos en los niveles de crímenes violentos, la disminución en los estándares de vida, la devaluación de las monedas locales, la erosión del poder adquisitivo, el deterioro de la infraestructura social y de servicios institucionales, entre otros problemas. Todo esto disminuye la calidad de las experiencias turísticas en el Caribe.

Por ende, ¿cómo puede florecer una industria turística cuando requiere una población anfitriona mayormente satisfecha y hospitalaria, atracciones naturales de alta calidad y la interrelación continua entre los sectores productivos que proporcionan los servicios de alta calidad? Esta pregunta

A pesar de su éxito, el sector priva do todavía tiene pendiente priorizar la sustentabilidad del ambiente en sus operaciones en el Caribe



La pérdida de la diversided biológica en los ecosistemas marinos es una gran amenaza para el Caribe

El Caribe necesita un mayor número de ciudadanos desarrollando una pasión por las causas y que sean lo suficiente-mente generosos como para dar su tiempo y dinero a obras voluntarias

se encuentra en el centro de la discusión sobre el turismo sostenible y consecuentemente ha elevado las expectativas de las precondiciones para lograr un balance de los beneficios económicos, ambientales y sociales.

Como ha sido mencionado, muchas soluciones para el turismo sostenible se encuentran disponibles a través de una variedad de fuentes. Los marcos e instrumentos multinacionales (legales y no legales) permiten el ambiente para operar, mientras una variedad de herramientas de la industria, manuales, pautas, ayudas de rendimiento y materiales de referencia, la mayoría de los cuales son accesibles a través de Internet, proveen las estrategias de sostenibilidad y el conocimiento.

Igualmente, agudizar la conciencia de los tres grupos de actores sociales (el sector público, el privado y la comunidad), parece ser el ingrediente faltante para lograr los resultados deseados. Con el paso de los años, ACTS ha entrevistado a varios hoteleros exitosos con programas de sostenibilidad ejemplares. Podemos concluir que han establecido una conexión íntima con sus alrededores naturales y sus comunidades, por los cuales tienen una profunda y permanente admiración. Esto último, genera el impulso a contribuir al bienestar de la comunidad y a preservar aquello que se considera sagrado. El deseo de hacer una diferencia en sus comunidades e islas se ha convertido en un valor central. Por consecuencia, su liderazgo y estrategias de negocios se encuentran guiadas por estos deseos.

Sin embargo, este tipo de conciencia por una mejor comunidad isleña no parece prevalecer a través de la región. El concepto de "servicio nacional", por ejemplo el servicio voluntario, el cual surge de la compasión por los ciudadanos menos afortunados y la preocupación por el deterioro de los estilos de vida o de los legados naturales y culturales, ha sido quizás manchado por la imagen corrupta del "servicio público". El Caribe necesita un mayor número de ciudadanos desarrollando una pasión por las causas y que sean lo suficientemente generosos como para dar su tiempo y dinero a obras voluntarias que sirvan al bien común. Por contraste, el servicio nacional es una vocación en los Estados Unidos con una fuerte tradición militar y en un momento en que la confianza en las instituciones públicas está en el punto mas bajo de la historia. Los Americanos también tienen la reputación de ser los más grandes filántropos, donando todos los años billones de dólares a causas caritativas.

¿Cómo incorporamos la agudización de la conciencia a nuestra agenda de turismo sostenible? El primer paso es el de reconocer que todas las personas han recibido el legado de un grupo de valores centrales que guían su existencia. Estos son los valores que albergan el deseo más profundo de hacer una diferencia y que necesitan ser alimentados para agudizar la conciencia. El sector público puede ser el líder mediante la recomendación de programas de servicio voluntario designados a prestar ayuda a instituciones en decadencia, a ayudar a los niños menos afortunados a través de la educación o a personas mayores con sus necesidades de salud. El sector privado puede incrementar su enfoque en programas de bienestar para la compañía y alentar al personal a prestar su tiempo y esfuerzo en servicios voluntarios para causas nobles. Ésta es una característica presente en las compañías multinacionales que operan en el Caribe como BPTT en Trinidad, la cadena hotelera de la familia Hilton, Chevron y American Airlines, entre otras. Los bancos comerciales de mayor importancia en el Caribe (Republic Bank, Scotiabank, Firts Caribbean, RBTT) también han invertido en caridad y

Los programas de bienestar y de servicio voluntario de los empleados son un rasgo regular de las operaciones Caribeñas de las multinacionales como bpTT

programas sociales. El objetivo debe ser el de establecer una masa crítica de conciencia.

El próximo paso es el de aprovechar estratégicamente el mayor conocimiento y dirigirlo hacia metas establecidas, para un destino turístico de alta calidad y experiencia. Este enfoque puede parecer poco convencional, pero es precisamente lo que ha estado ausente en los enfoques tradicionales para el planeamiento estratégico del sector turístico. El turismo es una industria dependiente del trabajo intensivo de las personas. Consecuentemente, las personas son su mayor capital. La industria también esta caracterizada por los bajos sueldos, la alta rotación de personal y los bajos niveles de satisfacción laboral. Los empleados más productivos son aquellos que son motivados a rendir, tienen las habilidades para actuar y pueden maximizar las oportunidades para realizar sus deseos más profundos. En otras palabras, son quienes están satisfechos y han logrado un buen equilibrio entre el trabajo y su vida privada.

Los planes estratégicos para el sector no lograrán cumplir con sus metas o moverse de la etapa de intención a la de manifestación, sin una proporcionada inversión en los trabajadores. No es suficiente generarles un interés en los procesos, deben pertenecer, poseer y estar interesados en la industria y en las responsabilidades laborales hasta el punto que sus intereses internos, motiven sus acciones externas. No es solo un trabajo sino una extensión de su propósito central.

La agudización de la conciencia debe ser insertada en todas las etapas del desarrollo del turismo sostenible. En el nivel nacional y local, el planeamiento y desarrollo deben ser llevados a cabo con la participación de las comunidades afectadas, participando como iguales en el proceso de planificación. Esto crea pertenencia y asociación. Muchas veces hemos sido testigos de casos en que se han presentado planes completos a las comunidades y estos se han convertido en una fuente persistente de conflicto. La misma técnica debería ser aplicada a los negocios de turismo, por ejemplo, incluyendo a todas las industrias involucradas en los servicios. Las más importantes compañías de Fortune 500 han logrado dominar la técnica de tratar a su personal como socios y así utilizar sus habilidades. Los cursos de entrenamiento y los métodos de capacitación en el turismo deben ser orientados no solo a impartir habilidades sino también a incrementar la conciencia.

Por ende, los planes estratégicos y de negocios resultantes reflejarán claramente las intenciones basándose en los valores de los interesados, los cuales serán pronunciados en un lenguaje comprendido por todos. También, pueden revelar otros recursos escondidos, requeridos para la implementación del plan. Esto también lo hace más accesible e incrementa las posibilidades de que sea implementado exitosamente y que las metas y objetivos se pongan en evidencia.

En la industria turística del Caribe, hemos aprendido de nuestros líderes hoteleros ejemplares, como:

- El Curtain Bluff Resort en Antigua, cuyo fondo filantrópico "Old Road" ha dado apoyo a niños en la comunidad vecina de Old Road y ha incrementado el acceso a la educación y a oportunidades deportivas. El fondo recibe el 100% de apoyo de los huéspedes del hotel.
- El Bucuti Beach Resort en Aruba, que ha autorizado al personal para ser innovador y creador en sus enfoques de conservación ambiental, y ha desarrollado buenos representantes para el desarrollo de la comunidad y la conservación ambiental en su continuo trabajo a lo largo de la playa Eagle Beach.
- El previamente llamado Casuarina Beach Club (actualmente Almond Casuarina) en Barbados, cuyos programas pioneros de conservación ambiental lo llevaron al nivel de rendimiento de los hoteles condecorados, incluyendo su esfuerzo para brindarle a su personal las características de liderazgo y a eliminar los conflictos entre vendedores y huéspedes.
- El Tiamo Resort en la comunidad isleña de South Andros en las Bahamas, cuyas operaciones hoteleras se encuentran completamente integradas a su ambiente natural dentro de la comunidad de South Andros como el mayor empleador y promotor del bienestar de la comunidad.

Procurar lograr los niveles más altos de conciencia para preservar la herencia natural y cultural del Caribe sólo requiere una nueva orientación de prioridades y métodos, y una sincera convicción en el valor del ciudadano caribeño, como ventaja y recurso clave. Es el eslabón que falta, tan crítico para pasar de la intención al resultado, y uno muy necesario para el crecimiento y la prosperidad de nuestra industria caribeña de turismo.

Procurar lograr los niveles más altos de conciencia para preservar la herencia natural y cultural del Caribe sólo requiere una nueva orientación de prioridades y métodos

Los jardines tropicales maduros en el galardonado hotel Almond Casuarina en Barbados