

LA HERRAMIENTA NORMAS VOLUNTARIAS Y EL MODELO COMPETITIVO DE TURISMO RESPONSABLE Y SUSTENTABLE

Adriana Norma MARTÍNEZ

Universidad Nacional de Luján / Universidad de Buenos Aires-Facultad de Derecho

anmart@arnet.com.ar

Adriana ROSENFELD

Universidad Nacional de Luján

arosenfeld@proiap.org

Alicia Noemí IGLESIAS

CONICET-Universidad Nacional de Luján

alicia.n.iglesias@gmail.com

1. INTRODUCCIÓN

En el mundo globalizado, calidad y sustentabilidad son aspectos inherentes al desarrollo del turismo competitivo, en el que ventajas comparativas, como la dotación de recursos naturales o culturales, son insuficientes frente al cambio de modelo: del turismo masivo al socialmente responsable y sustentable.

Las normas voluntarias son una inmejorable herramienta en la consecución de ese cambio al explicitar el quehacer empresarial, la estrategia del desarrollo sustentable y el fomento de la cultura de la calidad que implica por igual beneficios para todos los actores sociales.

Su confluencia imbrica el quehacer de: a) consumidores, que requieren productos y servicios eficientes, confiables y seguros sobre protección ambiental, a la vez que exigen reglas claras y previsibles en la contratación; b) empresarios, que perciben que la calidad otorga reconocimiento y confiabilidad a sus productos y servicios en el mercado interno y constituye un requisito insoslayable contar con tecnología, insumos y servicios que respondan a requisitos internacionales debidamente demostrados para acceder y permanecer en los mercados regionales y globales; y c) de la sociedad, las personas, que toman conciencia sobre el valor de la eficacia de los controles, fundados en la existencia de reglas claras y posibles de ser respetadas por todos, en ejercicio de sus derechos como ciudadanos plenos, protagonistas responsables de las relaciones de consumo.

2. PROPÓSITOS Y PROCEDIMIENTOS

En el contexto de una perspectiva de gestión inteligente de destinos turísticos centrada en la calidad para la mejora de su competitividad y sostenibilidad, el trabajo repasa conceptos teóricos y analiza el instrumento representado por las normas voluntarias implicados en el diseño y aplicación de estrategias integradoras de desarrollo turístico (multicriterio: aspectos económicos, ambientales, culturales, sociales y de calidad).

Para ello la presente comunicación articula el análisis y procesamiento de la información, básicamente de fuentes bibliográficas y normativas, que conducen al enunciado de resultados, del siguiente modo: en principio, se lleva a cabo una caracterización conceptual de la calidad y la sustentabilidad, en relación con el turismo competitivo; seguidamente, se realiza un balance explícito sobre la situación de las Normas Voluntarias en las Políticas Públicas para la Calidad Turística, con énfasis en las experiencias de Argentina; por fin, se consideran los avances experimentados en materia de turismo socialmente responsable.

3. SOBRE EL TURISMO RESPONSABLE Y SUSTENTABLE

3.1. Conceptos, actores sociales y marco normativo general

Los conceptos de calidad y sustentabilidad están indisolublemente ligados al desarrollo de un turismo competitivo.

La calidad es una condición que alcanza todos los ámbitos de la vida en sociedad. En esta cuestión confluyen los intereses de todas las partes, sus beneficios alcanzan a todos por igual y todos estamos comprometidos en la cultura de la calidad.

Los consumidores, cada vez más conscientes que los ejercicios de sus derechos en las relaciones de consumo afianzan su condición de ciudadanos plenos, requieren productos y servicios eficientes, confiables y seguros, cuya producción y uso contemplen la protección ambiental y la existencia de reglas claras y previsibles para la contratación de los mismos.

Los empresarios advierten que la calidad otorga reconocimiento y confiabilidad a sus productos y servicios en el mercado interno y constituye un requisito insoslayable contar con tecnología, insumos y servicios que respondan a requisitos internacionales debidamente acreditados para el acceso y permanencia en los mercados regionales y globales.

La sociedad adquiere conciencia del valor de la eficacia de los controles basados en reglas claras y posibles de ser respetadas por todos.

“El proceso de tránsito desde una economía básica y de crecimiento espontáneo, ha dado paso a un proceso en el que la integración empresarial amerita una adecuada definición estratégica que fomente la cultura de la calidad y del desarrollo sustentable. Una cultura de calidad se construye y beneficia a todos los actores sociales.” (Martínez y Rosenfeld, 2011: párr. 6)

Es por lo expuesto que las organizaciones deben acreditar que tanto las condiciones de su gestión como que sus productos y servicios cumplen con los requisitos exigidos y/o esperados por todas las partes interesadas.

Las normas de nivel nacional, regional e internacional que integran el campo obligatorio, al regular las actividades de todos los sectores del quehacer humano no contemplan plenamente los aspectos que hacen a la responsabilidad social y a la sustentabilidad. Por tanto, adquieren fundamental relevancia las normas que integran el campo voluntario y que atienden a las distintas dimensiones y aspectos de esos conceptos.

Las normas del campo voluntario se constituyen en un elemento de gestión, que contribuye al buen ordenamiento de las organizaciones y a la cultura de la calidad, que se caracteriza por representar una garantía de transparencia, idoneidad y credibilidad.

El turismo es considerado como una de las prácticas centrales, tanto sociales como gubernamentales, para la búsqueda de la sustentabilidad.

Ha demostrado su capacidad para contribuir tanto a la sustentabilidad de los destinos como a la mejora de la calidad de vida de las comunidades receptoras, cuando sus patrones de consumo se adecuan a las condiciones propias del entorno natural, social y cultural y satisfacen las expectativas del turista/ consumidor.

Sin embargo, ha de recordarse que: “Es importante destacar que la actividad turística puede producir, como cualquier otra industria, impactos negativos sobre el suelo, el agua y la energía ocasionando la destrucción del paisaje, afectando la diversidad biológica y las culturas locales; incrementando la generación de residuos y de las emisiones contaminantes con el traslado de turistas. Asimismo, genera impactos positivos, actuando como importante factor de reactivación de la economía, pero siempre y cuando, las inversiones que atrae su desarrollo generen empleos a nivel local y por lo tanto la mejora en las condiciones de vida de las poblaciones que reciben la demanda. En este punto es necesario tender al equilibrio entre los impactos positivos y negativos.” (Güidi, 2007)

Desde esta impronta, el documento final de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible refiere expresamente al turismo en los siguientes términos: “Ponemos de relieve que el turismo bien concebido y bien gestionado puede hacer una contribución importante a las tres dimensiones del desarrollo sostenible, tiene vínculos estrechos con otros sectores y puede crear empleo decente y generar oportunidades comerciales. Reconocemos la necesidad de apoyar las actividades de turismo sostenible y la creación de capacidad conexas que permitan crear conciencia ambiental, conservar y proteger el medio ambiente, respetar la fauna y la flora silvestres, la diversidad biológica, los ecosistemas y la diversidad cultural, y aumentar el bienestar y mejorar los medios de vida de las comunidades locales apoyando las economías locales y el medio humano y natural en su conjunto. Pedimos que se preste más apoyo a las actividades de turismo sostenible y de creación de capacidad en esa esfera en los países en desarrollo a fin de contribuir al logro del desarrollo sostenible.” (ONU, 2012: par. 130)

En suma, se requiere la aplicación de los principios del desarrollo sustentable y del consumo responsable a la actividad turística, tanto por parte de los agentes implicados en la oferta, como de los turistas.

En consonancia, el mercado turístico internacional registra claras tendencias que incentivan la valorización de la incorporación de mecanismos y elementos vinculados con la mejora de la sostenibilidad social y el incremento de la equidad distributiva en la producción turística tradicional. Por tanto, puede conceptualizarse al turismo responsable como aquel que entiende que las organizaciones del sector deben asumir las responsabilidades asociadas a los impactos derivados de sus decisiones y actividades, a través de un comportamiento transparente y ético. En suma, deben actuar en el marco de la responsabilidad social.

Esta concepción alcanza a las empresas del sector, que ya no pueden limitar sus responsabilidades al ámbito de sus productos o servicios, conformándose simplemente con garantizar unos estándares de calidad adaptados a cada uno de los segmentos del mercado nacional o internacional, sino que han de involucrarse ineludiblemente en el desarrollo social de aquellos lugares turísticos en los que operan, lo cual exige que la actividad se cumpla teniendo en consideración los intereses de las comunidades locales.

En el marco indicado, se identifica una creciente demanda internacional, exigente, sensibilizada por estas cuestiones y cada vez con mayor acceso a la información (por la revolución tecnológica y de las comunicaciones). "Un turista que, más que por vivir determinadas y económicas emociones estandarizadas y replicadas homogéneamente por la geografía mundial, se mueve por sentimientos. Más que fijarse en el precio, factor hoy determinante para la elección de un destino para buena parte de la demanda, se siente más cómodo con el valor añadido que le aportan las iniciativas desarrolladas con responsabilidad social." (Tuduri, 2007)

Este turista se constituye en un elemento diferenciador que cada vez adquiere mayor dimensión e influencia, en la medida en que, en el marco de la globalización, como nuevo consumidor con fácil acceso a la información, toma conciencia de la interrelación de los problemas y empieza a entender que sus elecciones de compra y consumo tienen una capacidad de influencia decisiva.

3.1.1. Relaciones entre los conceptos abordados

Si bien se reconoce la importancia de los retos que debe afrontar el sector turístico para enmarcar plenamente su accionar en el concepto de turismo socialmente responsable, juega a su favor el hecho de ser uno de los sectores más adaptables y dinámicos, con una gran capacidad de reacción. De lo hasta aquí expuesto surgen las siguientes relaciones entre los conceptos abordados:

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

3.2. Campo normativo voluntario

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

En la actualidad, las normas de nivel nacional e internacional que integran el campo obligatorio, al regular las actividades de las empresas turísticas y de los servicios y productos turísticos no contemplan plenamente los aspectos que hacen al turismo sustentable y al turismo responsable.

Por tanto, adquieren fundamental relevancia las normas que integran el campo voluntario y que atienden a los distintos aspectos que integran esos conceptos, atento que la sustentabilidad es elemento diferenciador del producto turístico, que aporta un elemento de autenticidad al propio producto.

Las normas voluntarias se constituyen, pues, en un elemento de gestión, que contribuye al buen ordenamiento de las organizaciones y a la cultura de la calidad.

Su implementación es una decisión estratégica y su aplicación debe ser concebida como una inversión y no como un gasto.

Dentro del campo voluntario, todos los operadores turísticos accederán más fácilmente a los beneficios derivados de la implementación de ese tipo de normas si trabajan con aquellos criterios que se encuentran globalmente reconocidos.

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

Entre los beneficios se destaca su contribución al mejoramiento de la imagen turística, ya que la aplicación de normas voluntarias de desempeño a los emprendimientos y actividades turísticas, considerandos todos los eslabones de la cadena de valor, contribuye a posicionar la imagen de los productos y de los destinos; al cumplimiento de la normativa obligatoria, puesto que la aplicación de normas voluntarias contribuye a la identificación y cumplimiento de la normativa obligatoria que regula las distintas actividades del sector turístico; y al mejoramiento de las condiciones de organización, equipamiento y seguridad, lo que comprende tanto el incremento del ingreso y del empleo, como a la mejora de la competitividad. (Martínez y Rosenfeld, 2011)

Ahora bien, retomando el actual concepto de turismo sustentable aportado, claro es que se enfatiza la importancia de fortalecer el marco institucional, inclusivo, transparente y eficaz, “a fin de que responda de forma coherente y eficaz a los desafíos actuales y futuros y reduzca las lagunas en la ejecución de la agenda” y se advierte que “es fundamental que la gobernanza local, subnacional, nacional, regional y mundial sea eficaz y represente las opiniones y los intereses de todos”. (ONU, 2012: 130)

Y, por tanto, surge que la calidad como política de estado requiere una institucionalidad que represente una garantía de transparencia, idoneidad y credibilidad.

A este respecto: “Si bien las normas obligatorias que regulan el ejercicio de la actividad turística imprimen requisitos y obligaciones a los prestadores dirigidos a garantizar seguridad jurídica a quienes con ellos contratan, conservando el Estado potestades de fiscalización y control, la calidad de la gestión turística surge del campo de las normas voluntarias, las que, a pesar de este carácter, actualmente se erigen como un plexo normalizador de carácter internacional que permite un adecuado posicionamiento de empresas e instituciones en el mundo actual.” (Güdi, 2011: 13), ya que “Cualquier emprendimiento turístico debe ser visto desde una perspectiva de calidad en la oferta de productos y servicios, en la atención de la demanda, y en la conservación de los valores atractivos.” (Pesci, 2009: 20)

Desde esta impronta, los vínculos entre las normas voluntarias en materia de calidad, ambiente y responsabilidad social con la legislación nacional han estado presentes en las agendas de las autoridades nacionales de turismo de Latinoamérica, a los fines de posicionar a sus respectivos países como destinos competitivos a nivel mundial.

En particular, los planes de desarrollo turístico elaborados recientemente por algunos países de la región han introducido en forma explícita objetivos de promoción de la calidad y del turismo sustentable, reconociendo en su fomento una oportunidad para la mejora de la competitividad turística, especialmente en los mercados internacionales, mientras que paralelamente surgen y se desarrollan normas y procesos de certificación en turismo, que estimulan a los empresarios de distintos sectores y subsectores del turismo a invertir y capacitarse en el aseguramiento de la calidad.

En el sentido expuesto, atendiendo a las particulares de cada país, se han instrumentado sistemas de calidad, en la comprensión que “[e] Sistema de Calidad permite generar un mejoramiento de la oferta, pero adicionalmente es una herramienta de marketing para las propias empresas y destinos turísticos. Los países pueden competir entre sí por nuevos mercados o por conservar el mercado actual, en la medida en que presenten una oferta de servicios turísticos de calidad certificados y que estos servicios sean reconocidos internacionalmente por sus clientes”. (OMT, 2015: XVIII)

Las experiencias nacionales latinoamericanas muestran una diversidad de estructuras funcionales, reflejan respuestas gubernamentales a los requerimientos internos de las organizaciones, así como también a las demandas de liderazgo externas a éstas.

Para los responsables de conducir la política turística a nivel nacional el proceso normativo ha contribuido a introducir nuevas soluciones en distintas áreas de la empresa turística, facilitando la innovación en tecnología, organización y marketing, al mismo tiempo que se ha acortado la brecha en medidas de seguridad e higiene, especialmente en los destinos de interés especial vinculados a la naturaleza.

Asimismo, se han consolidado alianzas con los organismos nacionales de normalización, que actualmente trabajan conjuntamente con las autoridades nacionales.

Desde esta óptica se aborda a continuación el análisis de la cuestión en la Argentina.

4. LA EXPERIENCIA ARGENTINA

A nivel nacional el turismo es concebido como uno de los caminos en la construcción de un nuevo modelo de país, atendiendo en este recorrido a los principios de sustentabilidad que establece el marco nacional e internacional actual.

En el marco de la Ley Nacional de Turismo –Ley 25.997- y con el objetivo de construir e implementar una política sectorial, los principales actores institucionales del turismo nacional presentaron en el año 2005 un primer documento concertado del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, proceso orientador y articulador de actuaciones tendientes a posicionar a la Argentina por la calidad y diversidad de su oferta en el marco de un modelo de desarrollo turístico sustentable.

En el contexto descrito y en concordancia con la definición de Calidad en turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2010: XV): “el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades legítimas respecto al servicio y al producto, exigencias y expectativas del consumidor a un precio aceptable, en conformidad con los determinantes implícitos de calidad como seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad y armonía de la

actividad turística en cuestión con su entorno humano y natural”, surge el Sistema Argentino de Calidad Turística, siendo sus estrategias la aproximación a la calidad –proponiendo un acercamiento gradual en función de los diversos requerimientos de los actores turísticos- y la normalización.

4.1. Características del Sistema Nacional de Calidad Turística- SNCT

El SNCT prevé el desarrollo y la utilización de diversas herramientas, para diferentes niveles de inmersión en la calidad, en función de los estadios de desarrollo de los múltiples destinos turísticos argentino y en función de las necesidades y requerimientos específicos de los actores del desarrollo turístico.

Por tanto, se estructura en un Nivel Inicial, un Nivel Avanzado y un Nivel de Excelencia.

Se efectúa una descripción general de los programas y herramientas de cada uno de los niveles para abordar más profundamente en el siguiente acápite los instrumentos del Nivel Avanzado, íntimamente relacionado con el objeto de la presente ponencia.

4.1.1. El Nivel Inicial del SNCT

Se concibe como una aproximación a la calidad, por lo tanto, los programas que lo integran aportan niveles mínimos de comprensión de los temas y criterios vinculados con la gestión de la calidad.

Sus herramientas son: el Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) y el Programa de Buenas Prácticas en Destinos, ambos previstos para los destinos y las Directrices de Gestión, previstas para sectores de actividad (Directrices de Gestión Turística de Municipios, Directrices para Bodegas Turísticas, Directrices de Gestión turística y ambiental en playas y balnearios, Directrices de Accesibilidad en Servicios Turísticos, Directrices de Calidad Turística para Termas, Directrices de Accesibilidad en Alojamientos Turísticos).

4.1.2. El Nivel Avanzado del SNCT

Está “destinado a quienes trabajan en estandarización y sistematización de sus procesos de gestión, y requieren de una herramienta concreta que les permita hacerlo de una forma clara y efectiva.

Frente a los procesos de mejora continua, la implementación de estas herramientas fortalece y consolida el ordenamiento de la gestión y el sistema de calidad” (MINTUR, 2016)

4.1.3. El Nivel de Excelencia del SNCT

Está dirigido a organizaciones que poseen sistemas de gestión de calidad consolidados, y que pueden demostrar efectivamente su instauración y correcto funcionamiento en el tiempo.

Los programas de este nivel consideran el Nivel de Excelencia en Sectores -Certificación OMT. TedQual y Premio Nacional a la Calidad- y el Nivel de Excelencia en Productos –Clubes de Excelencia, programa dirigido a los productos, que nuclea a grupos de establecimientos turísticos que ofrecen niveles de servicio por encima de la media del sector y las expectativas- Normas Voluntarias en las Políticas Públicas para la Calidad Turística en Argentina-Nivel Avanzado del Sistema Nacional de Calidad Turística–Alianza Estratégica.

4.2. Normas específicas

En el año 2008, la entonces Secretaría de Turismo de la Nación (actualmente Ministerio de Turismo), en convenio con el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM), publicó luego de un año de trabajo, once normas específicas que reúnen indicaciones para asegurar un alto nivel en la calidad de los servicios turísticos, incrementar la seguridad y mejorar el desempeño ambiental de los establecimientos.

El trabajo acometido continúa hasta el presente.

Las normas sectoriales IRAM-SECTUR, resultado de ese acuerdo estratégico, son herramientas que consideran en todos los aspectos que hacen a la prestación de servicios: la gestión de calidad, la gestión ambiental y la gestión de seguridad.

Actualmente existe una serie de normas IRAM-SECTUR, de carácter público y gratuito, fueron pensadas para los siguientes sectores de la actividad turística:

4.2.1. Alojamiento

- IRAM-SECTUR 42200 – Hotelería
- IRAM-SECTUR 42210 – Cabañas
- IRAM-SECTUR 42220 - Casa de huéspedes (Bed & Breakfast)
- IRAM-SECTUR 42230 - Hostel
- IRAM-SECTUR 42240 - Camping
- IRAM-SECTUR 42250 - Alojamiento rural

4.2.2. Actividades de turismo activo

- IRAM-SECTUR 42500 - Servicios turísticos de senderismo y travesías
- IRAM-SECTUR 42510 - Servicios turísticos de montañismo
- IRAM-SECTUR 42520 - Servicios turísticos de cabalgata
- IRAM-SECTUR 42530 - Servicios turísticos de cicloturismo
- IRAM-SECTUR 42540 - Servicios turísticos de rafting

IRAM-SECTUR 42550 - Servicios turísticos de canotaje
IRAM-SECTUR 42560 - Navegación turística en embarcaciones a motor
IRAM-SECTUR 42570 - Servicios turísticos en vehículo todo terreno

4.2.3. Actividades generales

IRAM-SECTUR 42300 - Servicios turísticos en áreas naturales protegidas
IRAM-SECTUR 42400 - Museo
IRAM-SECTUR 42800 – Restaurantes
IRAM-SECTUR 42900 - Organización de eventos
IRAM-SECTUR 42910 – Empresas intermediadoras de servicios turísticos

4.2.4. Competencias personales

IRAM-SECTUR 42701 - Especialista en rafting
IRAM-SECTUR 42702 - Canotaje
IRAM-SECTUR 42703 - Especialista en cabalgata
IRAM-SECTUR 42704 – Especialista en cicloturismo
IRAM-SECTUR 42705 – Coordinador de turismo estudiantil

4.3. Contribución del organismo nacional de normalización y certificación

Fuera del contexto del acuerdo estratégico arriba descrito, el organismo nacional de normalización y certificación IRAM desarrolló otras normas voluntarias para el sector turístico.

4.3.1. Norma IRAM 30400:2012 – Guía para la interpretación de la norma ISO 9001:2008 en servicios turísticos

Tiene por objetivo proveer lineamientos para comprender la IRAM/ISO 9001 en el ámbito de las organizaciones que prestan servicios turísticos atendiendo a sus características específicas y a la amplia gama de prestaciones y lograr una implementación de la misma adecuada y eficaz.

4.3.2. Norma IRAM 42100:2012 - Gestión de la calidad, la seguridad y ambiental en balnearios

Surge como iniciativa de instituciones privadas y públicas a fin de dar respuesta a las necesidades de contar con normas de gestión que integren la gestión de la calidad, ambiental y de la seguridad, en la prestación de servicios en balnearios: marinos, fluviales y lacustres.

El documento especifica los requisitos para un sistema de gestión integrado cuando la dirección de la organización necesita demostrar su capacidad para proporcionar servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios; aspira aumentar la satisfacción del cliente y de los otros grupos de interés; desea implementar prácticas adecuadas que promuevan el uso sustentable de los recursos naturales y culturales en las actividades desarrolladas en balnearios y requiere un marco de referencia para la optimización de la prestación de servicios.

Los sistemas de gestión, que como en el caso de la norma referida, combinan el concepto de calidad con el respeto por el ambiente, en un marco de seguridad para los visitantes, los proveedores de servicios, los empleados y gestores y las comunidades receptoras, se constituyen en herramientas de competitividad que contribuyen al desarrollo sostenible.

4.4. Herramientas Voluntarias en las Políticas Públicas para la promoción social empresaria en el sector turístico en Argentina

El reconocimiento de las expectativas de las diferentes partes interesadas, para que las empresas incorporen a su gestión el concepto de responsabilidad social, condujo a su involucramiento activo en la solución de problemas sociales.

Asimismo, el Estado debe desempeñar un papel importante en la promoción de la responsabilidad social. En esa tónica y en consonancia con la Ley Nacional de Turismo N° 25.997 y las premisas del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, el Ministerio de Turismo impulsa una iniciativa de responsabilidad social empresaria (RSE) a fin de posicionar la temática en el sector y aporta herramientas para la incorporación del concepto en las empresas vinculadas a la actividad turística, en el marco del proyecto de RSE en Turismo, entendiendo que la Responsabilidad Social Empresarial constituye una dimensión fundamental de sustentabilidad y competitividad para la empresa contemporánea.

El primer producto ha sido la “Guía de primeros pasos en Responsabilidad Social Empresaria para Pymes en el sector turismo”, seguido por la puesta a disposición de un “Cuestionario de Autodiagnóstico en RSE”.

4.5. Conclusiones del análisis de la experiencia argentina

El desarrollo e inclusión de instrumentos y normas voluntarias en el marco del SNCT ha reforzado la transferencia de saberes y experiencias. El proceso de generación de las normas voluntarias incluidas en el sistema, ha facilitado el intercambio de conocimientos teóricos y prácticos entre todos los actores involucrados, destacándose los beneficios derivados del trabajo conjunto del personal técnico de empresas turísticas con los funcionarios del sector público en los comités de trabajo, así

como la participación activa de las universidades y otras instituciones científicas que han aportado la información necesaria para reducir el riesgo de establecer normativas poco realistas.

Ha contribuido al fortalecimiento del organismo nacional de turismo a través del trabajo coordinado entre la entonces Secretaría de Turismo (actual Ministerio) y el organismo nacional de normalización (IRAM), que ha permitido el desarrollo de normas que recogen la experiencia y expertise de ambos. Ha facilitado un camino de acuerdo para la mejora continua del Sistema de Calidad Nacional Turística y de todos los actores, ya que el proceso ha permitido importantes niveles de consenso entre los organismos gubernamentales de turismo (tanto de nivel nacional como provinciales y locales), el organismo de normalización, instituciones académicas y el sector privado, lo que estimula la formulación de acuerdos de trabajo interinstitucionales.

Y finalmente, ha propiciado en gran medida la articulación pública/privada, dada la naturaleza del proceso que facilita la asociatividad interinstitucional entre organismos públicos y el sector privado, permitiendo la consolidación de alianzas estratégicas para la ejecución de proyectos de desarrollo local en destinos turísticos, que integren los aspectos de calidad, responsabilidad y sustentabilidad del turismo.

5. A MODO DE COLOFÓN

El desafío representado por el cambio de modelo de desarrollo turístico, de un turismo masivo a otro responsable y sustentable, implica el diseño y aplicación de estrategias turísticas novedosas, según la consideración de criterios económicos, ambientales, culturales, sociales y de calidad. La adopción de normas voluntarias resulta una herramienta valiosa para el logro de ese cambio, por su carácter proactivo para las actividades de las empresas turísticas y los servicios y productos turísticos, que consideren: calidad, responsabilidad social y sustentabilidad.

En tal sentido, la normalización contribuye a:

- a) instalar y afianzar estrategias de participación, al convocar para su desarrollo a actores de todos los ámbitos relacionados, en este caso, con el turismo;
- b) reforzar la transferencia de saberes y experiencias propios del capital de conocimientos teóricos y prácticos correspondientes a los actores involucrados; fortalecer la gestión de organismos gubernamentales de turismo y articular su gestión con la de los organismos de normalización, para el desarrollo de sistemas de calidad turística;
- c) promover acuerdos por consenso entre los organismos gubernamentales de turismo, los de normalización, las instituciones científicas y académicas y el sector privado; y
- d) facilitar la asociatividad interinstitucional, entre organismos públicos y el sector privado; e) proteger ambientalmente tanto al patrimonio natural y cultural valorizado por el turismo como a la seguridad del turista.

Como cierre nos permitimos recordar que la Cumbre Especial sobre el Desarrollo Sostenible que tuvo lugar en la Sede de las Naciones Unidas en Nueva York, del 25 al 27 de septiembre de 2015, coincidiendo con el septuagésimo aniversario de la ONU, adoptó la nueva agenda y definió los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con el objetivo de marcar un cambio de paradigma para las personas y el planeta.

El mismo pone de resalto en el Objetivo 8 -Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos-, en la meta 8.9, que propone: “Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”, y en el Objetivo 12 -Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles-, en la meta 12.b propone: “Elaborar y aplicar instrumentos que permitan seguir de cerca los efectos en el desarrollo sostenible con miras a lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”.

Ninguna duda cabe que en ese contexto de la Agenda 2030, los instrumentos y normas voluntarias contribuirán al cumplimiento de las metas propuestas.

LISTA BIBLIOGRAFICA

- Carles, T. y A. Media. (Coordinación editorial). (2007). *Turismo responsable*. Preimpresión: Leicrom. Primera edición, España.
- Güidi, G. (2007). Conferencia pronunciada en 19 Conferencia Internacional de IFTTA- Foro Internacional de Abogados en el Derecho de los Viajes y el Turismo. Portugal, octubre 2007.
- Güidi, G. (Compiladora). (2009). Conferencias & Ponencias 1er. Congreso Iberoamericano del Derecho del Turismo. 1ª. Ed., Buenos Aires: Ladevi Ediciones.
- Güidi, G. (2011). Presentación. *Normas de calidad, responsabilidad social y turismo, Hacia un Turismo Sustentable*. Buenos Aires: Ladevi Editores.

- Martínez, A. N. y A. Rosenfeld. (2011). Los aportes de la normalización para un turismo responsable y sustentable. Actas oficiales del 5º Congreso Internacional Virtual Turismo y Desarrollo. Eumed, Universidad de Málaga, España.
- Martínez, A. N. y A. Rosenfeld. (2012). Turismo: Normas Voluntarias y Competitividad. *Palermo Business Review. Revista de Management*. Special Issue mayo de 2012, Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Palermo. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Económicas Universidad de Palermo.
- Martínez, A. N. y A. Rosenfeld. (2011). *Normas de Calidad, Responsabilidad Social y Turismo. Hacia un Turismo Sustentable*. Buenos Aires: Ladevi Editores.
- Martínez, A. N. y A. Rosenfeld. (2010). Derecho, Normalización y Gestión ambiental sostenible. 2º Congreso Internacional de Desarrollo Local y 1ª Jornadas Nacionales en Ciencias Sociales y Desarrollo Rural, María Elena Arandas [et. al.], CDRUM. La Matanza (provincia de Buenos Aires): Ediciones Universidad Nacional de la Matanza.
- Martínez, A. N. y A. Rosenfeld. (2016). Turismo y responsabilidad social en el marco de los objetivos de desarrollo sostenible. *RED Sociales–Revista Electrónica del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lujan*, 3, (6). En prensa.
- Organización Mundial del Turismo. (2003). Informe Final. Certificación de Sostenibilidad de las Actividades Turísticas. Conferencia Regional de las Américas. Sauípe (Bahía, Brasil), 29 y 30 de septiembre de 2003.
- Organización Mundial del Turismo, Servicio Nacional de Turismo y Universidad Austral de Chile. (2007). Jornadas Regionales sobre Normas de Calidad y Legislación Turística, III Consulta y Seminario Internacional, Informe Final. Valdivia: OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2010). *Normas y sistemas de calidad en el turismo y su relación con la sostenibilidad y las leyes de turismo-La experiencia de Las Américas*. Madrid: OMT.
- ONU. (2012). A/CONF.216/L.1 *El futuro que queremos*. Documento Final de Río+20 – Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible. Río de Janeiro (Brasil), 20 al 22 de junio de 2012.
- ONU. (2015). A/70/L.1 *Transformando al mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*.
- Pesci, R. (2009). Turismo, planificación y sustentabilidad. *Conferencias & Ponencias del Primer Congreso Iberoamericano de Derecho del Turismo*. Colección Derecho del Turismo. Buenos Aires: Ladevi Ediciones.
- Ridolfi, H. (2006). Hacia una cultura de la calidad. La calidad es la llave de los Mercados Globales. *OAA*, 1, (1).