



# La sostenibilidad como atributo básico para asegurar calidad y competitividad de los servicios turísticos

Red de Docentes Líderes en Turismo Sostenible de Quintana Roo

¿Se ha convertido la  
**sostenibilidad**  
en un atributo básico de  
**calidad**  
para el turismo en  
Latinoamérica?

1



2



3



4



# 1. Sentido Común: ¿Qué esperan estos turistas?



- Seguridad
- Salubridad
- Accesibilidad
- Gente feliz
- Sitios limpios
- Buen precio

# **El movimiento *Spend Shift* está en crecimiento en Europa**

**Alemania 45%**

**Italia 45%**

**España 38%**

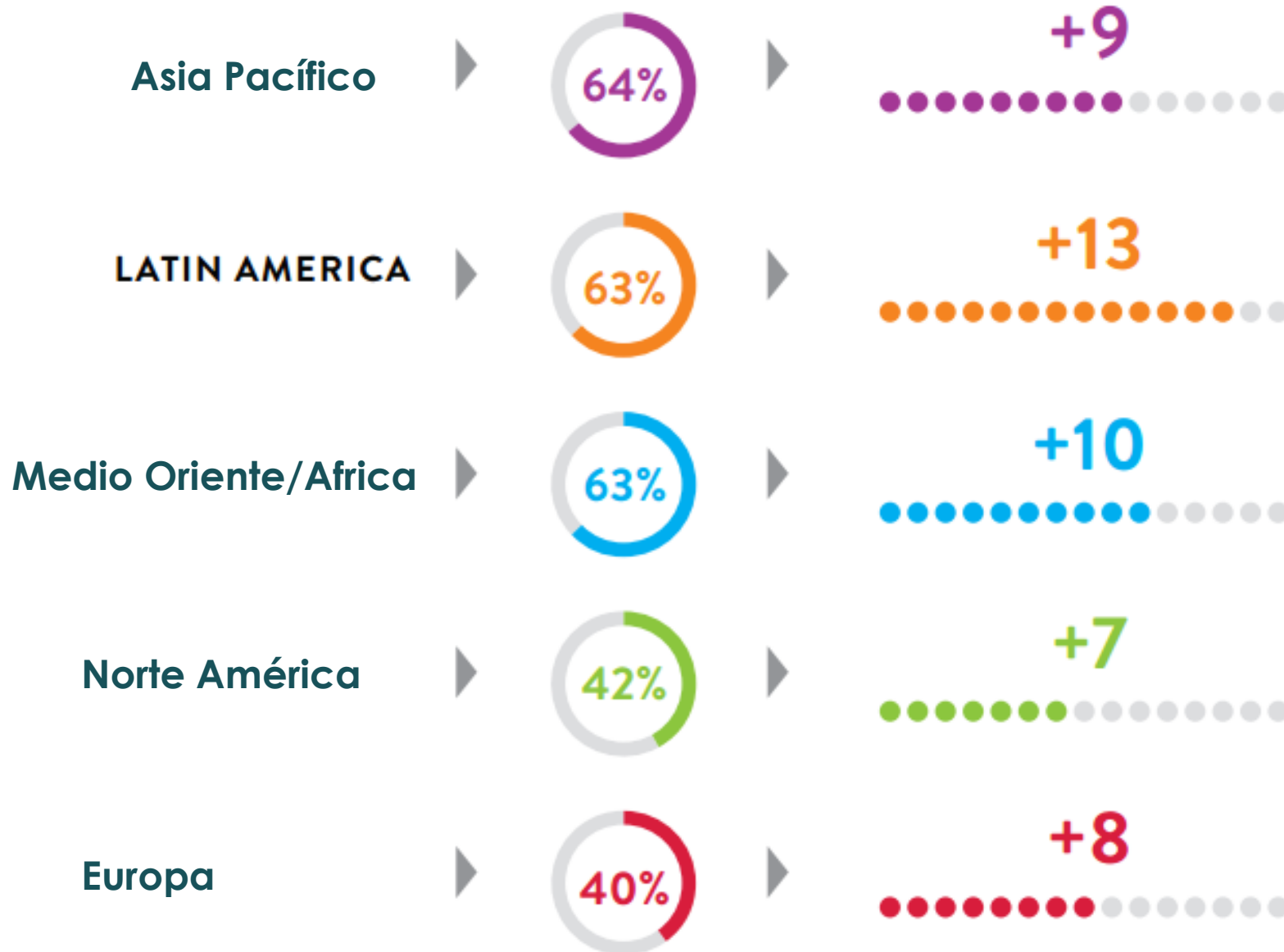
**Reino Unido 44%**

**Rusia 38%**

Fuente: Spend Shift, Brand Asset Valuator Report, 2011.

## Crecimiento en demanda

30 mil entrevistados  
60 países



Fuente: ACNielsen Global Survey of CSR, 2014, Quarter 1.

# “Millennials” los más receptivos

● GENERATION Z  
(UNDER 20)

● MILLENNIALS  
(21-34)

● GENERATION X  
(35-49)

● BABY BOOMER  
(50-64)

● SILENT GENERATION  
(65+)

Pagarían extra por  
productos sostenibles



Verifican etiquetas en  
los empaques para  
asegurarse de su  
impacto social y  
ambiental



Prefieren trabajar para  
una empresa sostenible



# El compendio más reciente



Center for Responsible Travel  
Transforming the Way the World Travels

## The Case for Responsible Travel: Trends & Statistics 2016

International tourist arrivals (overnight visitors) grew by 4.4% in 2015, reaching a total of 1,184 million in 2015. Some 50 million more tourists traveled internationally in 2015 than in 2014, and 2015 marked the 6th consecutive year of above-average growth since the 2009 economic crisis.<sup>1</sup> The UN World Tourism Organization (UNWTO) Confidence Index predicts a continuation of growth in international tourism in 2016.<sup>2</sup>

The travel industry contributed US\$7.2 trillion or 9.8% to world GDP in 2015, and is forecast to grow by 4% per annum over the next ten years. Leisure spending represents 77% of travel & tourism GDP, with business spending contributing 23%. Travel and tourism also provided 284 million jobs (direct, indirect, and induced) in 2015, representing 9.5% of total employment or 1 in 11 jobs in the world.<sup>3</sup>

“Los viajeros esperan que las empresas turísticas sean más sostenibles, de la misma manera que esperan conexión gratuita Wi-Fi en los hoteles y web check-in para sus vuelos.”

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Geotourism          | Tourism that sustains or enhances the geographical character of a place – its environment, heritage, aesthetics, culture and well-being of its residents. <sup>7</sup>                                                                                              |
| Pro-Poor Tourism    | Tourism that results in increased net benefit for the poor people in a destination. <sup>8</sup>                                                                                                                                                                    |
| Responsible Tourism | Tourism that maximizes the benefits to local communities, minimizes negative social or environmental impacts, and helps local people conserve fragile cultures and habitats or species. <sup>9</sup>                                                                |
| Sustainable Tourism | Tourism that leads to the management of all resources in such a way that economic, social, and aesthetic needs can be fulfilled while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, biological diversity, and life support systems. <sup>10</sup> |

1225 Eye St. NW | Suite 600 | Washington, D.C. 20005 | P: 202 347 9203 | staff@responsibletravel.org



## 2. ¿Qué esperan estas empresas?



- Seguridad
- Salubridad
- Accesibilidad
- Gente feliz
- Sitios limpios
- Buen precio

# Lo que los expertos dicen...



# Demanda a nivel de relaciones comerciales – TUI



Fuente: TUI Sustainability Strategy 2015-2020





Fuente: TUI Sustainability Strategy 2015-2020

- Vamos a trabajar con **proveedores de hospedaje** para aumentar su impacto positivo en la comunidad local y para proteger el ambiente.
- **Todos** los hoteles en nuestra cartera de negocio se suscribirán a un programa creíble de **certificación en sostenibilidad**.
- Vamos a mostrar **normas de sostenibilidad de clase mundial** a través de nuestros hoteles TUI y hoteles socios.

# “Detectives por un Mundo Mejor”

**Better World Detectives**  
Created by teachers, loved by pupils



# TripAdvisor, Green Leader Program

## Fairmont Mayakoba

 1,663 Opiniones | N.º 40 de 200 hoteles en Playa del Carmen |  Certificado de Excelencia |  EcoLíderes Nivel Platino  
 00 52 984 208 3000 |  Sitio web del hotel |  Enviar un e-mail al hotel |  Carretera Federal Cancun, Playa del Carmen 77710, México  
 Ofertas y Anuncios |  Oferta en paquete



Tu estancia ecológica empieza aquí.

El programa EcoLíderes de TripAdvisor presenta una variedad de hoteles y hostales que aplican medidas ecológicas, tanto establecimientos económicos como de lujo. Y todos ellos se comprometen del mismo modo a poner en práctica las EcoPrácticas, como reciclar, consumir alimentos orgánicos de la zona y utilizar puntos de recarga de vehículos eléctricos.



1691

Fotos de los viajeros

Fotos profesionales

¿Qué hay cerca?

## Fairmont Mayakoba

 EcoLíderes Nivel Platino

[Más información](#)

### Prácticas ecológicas

- Certificación Rainforest Alliance
- Recicla
- Los materiales sobrantes (como comida) se donan o reutilizan



- Con certificación Green Key
- Programa de reutilización de toallas.
- Capacitación sobre prácticas ecológicas para el personal

[Consultar todas las prácticas ecológicas](#)

[Notificar Información Incorrecta](#)



# Empresas uniendo esfuerzos



### 3. Nuestros gobiernos se comprometen





“Para el año 2030, diseñar e implementar políticas para promover el turismo sostenible que genere empleos y promueva la cultura local.”

# OBJETIVO 8

PROMOVER EL CRECIMIENTO ECONÓMICO SOSTENIDO, INCLUSIVO Y SOSTENIBLE, EL EMPLEO PLENO Y PRODUCTIVO Y EL TRABAJO DECENTE PARA TODOS

SUSTAINABLE DEVELOPMENT KNOWLEDGE PLATFORM

[sustainabledevelopment.un.org](https://sustainabledevelopment.un.org)



"Desarrollar e implementar herramientas para monitorear los impactos del desarrollo sostenible para el turismo sostenible que crea empleos, promueve la cultura y los productos locales."

# OBJETIVO 12

GARANTIZAR MODALIDADES DE CONSUMO  
Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLES

SUSTAINABLE DEVELOPMENT KNOWLEDGE PLATFORM

[sustainabledevelopment.un.org](https://sustainabledevelopment.un.org)



"Para el año 2030, aumentar los beneficios económicos de los SIDS y los LDCs del uso sostenible de los recursos marinos, incluso mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo."

# OBJETIVO 14

CONSERVAR Y UTILIZAR EN FORMA SOSTENIBLE LOS  
OCÉANOS, LOS MARES Y LOS RECURSOS MARINOS  
PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT KNOWLEDGE PLATFORM**

[sustainabledevelopment.un.org](https://sustainabledevelopment.un.org)

# OBJETIVO 1

PONER FIN A LA POBREZA EN TODAS SUS FORMAS EN  
TODO EL MUNDO

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT KNOWLEDGE PLATFORM**

[sustainabledevelopment.un.org](https://sustainabledevelopment.un.org)

<https://vimeo.com/30545606>





Secretariat



# OnePlanet: Consumo y Producción Sostenibles

About | Calendar | Multimedia | News | Stories | Outreach | Publications | Vacancies

العربية | 中文 | English | Français | Русский | Español



United Nations  
Environment Programme



Climate  
Change



Disasters  
& Conflicts



Ecosystem  
Management



Environmental  
Governance



Chemicals  
& Waste



Resource  
Efficiency



Environment  
Under Review



Home | About | Actors & Structure | **Programmes** | Activities | Knowledge Resources | Contact

## What are the 10YFP Programmes?



HOME

ABOUT

## What is a 10YFP Programme?

Programmes are at the core of the 10YFP.





## 4. Los destinos turísticos se preparan



# Ecuador





# Herramienta para Verificación de la Gestión Sostenible en Destinos Turísticos



## Menú Principal



Hoja de Datos



1ra. Evaluación



2da. Evaluación



# Metodología de gestión de destino





## RESUMEN ATRACTIVO PARA INVENTARIO ATRACTIVO TURÍSTICO



1. Nombre del Sitio de visita:

Cuyabeno Alto

2. Nombre del atractivo:

Rio Cuyabeno

3. tipo de atractivo (natural/cultural; y, actual/potencial):

Natural      actual

4. Tipo de jerarquía (de la ficha de categorización y jerarquización):

4

5. Información general del atractivo: (información sitios de visita, punto 5)

|   | Ingreso                            | Centro poblado o lugar de  | Tipo de acceso: aéreo, | Estado de la vía de |
|---|------------------------------------|----------------------------|------------------------|---------------------|
| 1 | Puente sobre el Rio Cuyabeno       | Guardianía Puente Cuyabeno | Terrestre              | Bueno               |
| 2 | Puerto Las Mercedes - Rio Aguarico | Tarapoa - Las Mercedes     | Terrestre              | Regular             |
| 3 |                                    |                            |                        |                     |
| 4 |                                    |                            |                        |                     |

Tiempo aproximado para esparcimiento (promedio máximo/mínimo):

(información atractivos actuales y potenciales, punto 5)

**Descripción atractivo (información atractivos actuales y potenciales, punto 4 y punto 6)**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Características del atractivo</i> :- Principal arteria de comunicación en la zona alta de la RPFC que une a las poblaciones de la Nacionalidad Siona, se inicia en la cabecera de la RPFC hasta llegar al centro del área cuando se une al Río aguarico, es un afluente de la Subcuenca del Río Aguarico, propia de la amazonia formado por pequeños afluentes y lluvias de la región, presencia de taninos, que una coloración negra al río, producto de la putrefacción de los restos vegetales.</p> | <p><i>Facilidades del atractivo</i> :- Cuenta en su orillas con 7 cabañas de turismo las cuales son producto de la inversión privada y acuerdos con la Comunidad Siona, ofrecen el servicio todo incluido a través de paquetes turísticos( alojamiento, alimentación, transporte, guianza y esparcimiento), cuentan con espacio para 263 personas debiéndose adaptar a la patente de funcionamiento de la agencia operadora que funciona en las ciudades de Quito y Nueva Loja y a la temporada de mayor afluencia de turistas en los meses de Julio y Agosto para los extranjeros y feriados de Carnaval y Fin de Año para los nacionales.</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

# Capacitación de guías





# Implementación de buenas prácticas

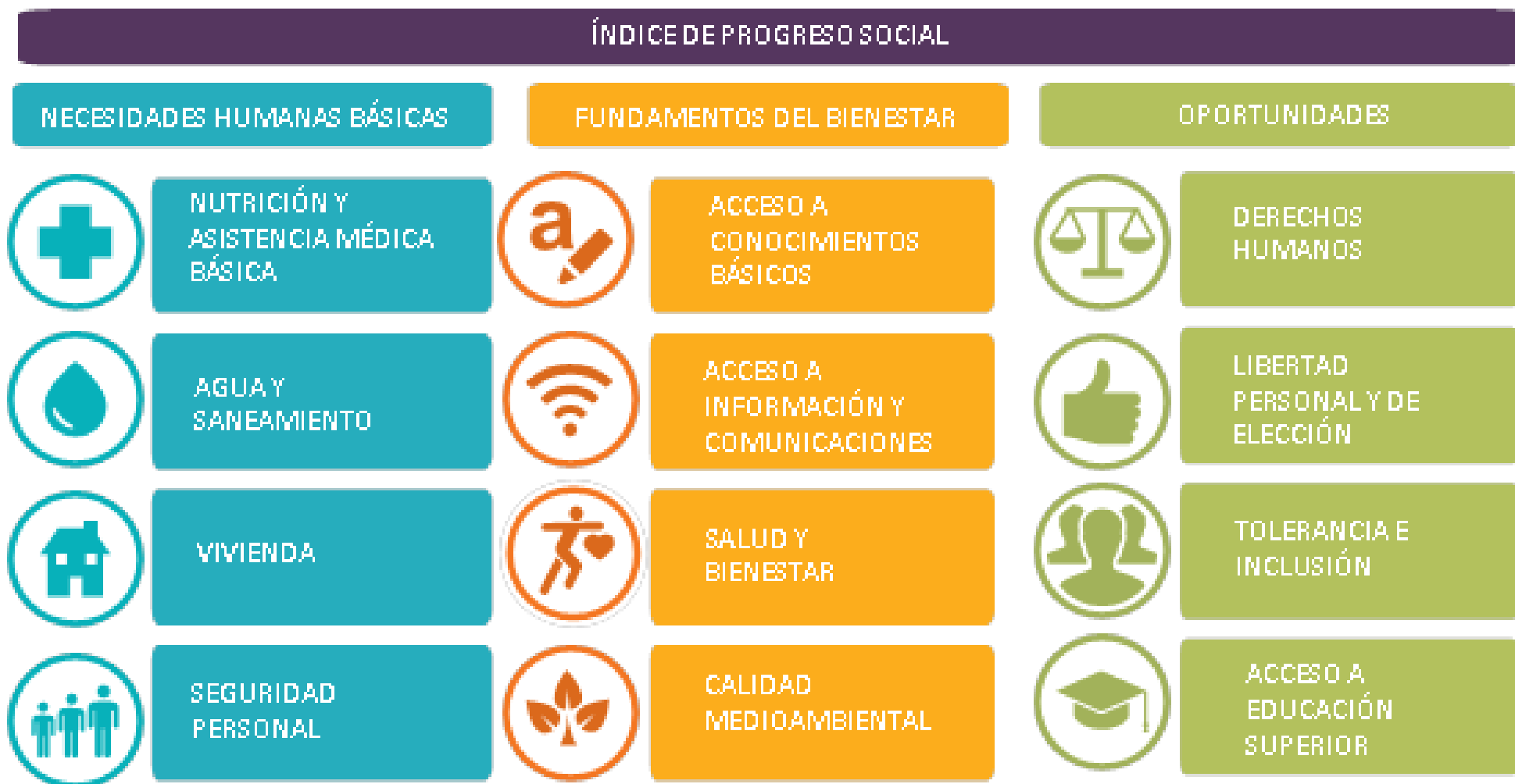




# Costa Rica



# Índice de Progreso Social



# Costa Rica se convierte en el primer país que mide el Índice de Progreso Social en centros turísticos

## Costa Rica Propone

Esta plataforma permite identificar las prioridades que hay que atender para hacer de nuestros cantones, espacios de innovación social; con sociedades más inclusivas, competitivas, seguras, sostenibles y resilientes.

[INICIO](#)[RANKING](#)[ACERCA DEL IPS](#)[IMPLEMENTACIÓN](#)[ALIANZAS](#)[CONTACTO](#)[DESCARGAR DATASET COMPLETO](#)





Quepos, Puntarenas



## Quepos

Provincia: Puntarenas  
Índice del Progreso Social: 68.59  
Ranking: 69

[Ver Índice del Cantón](#)

### Dimensiones

71.67

**Necesidades  
Humanas Básicas**

69.51

**Fundamentos  
del Bienestar**

64.59

**Oportunidades**

### Componentes

#### Mejor desempeño en:

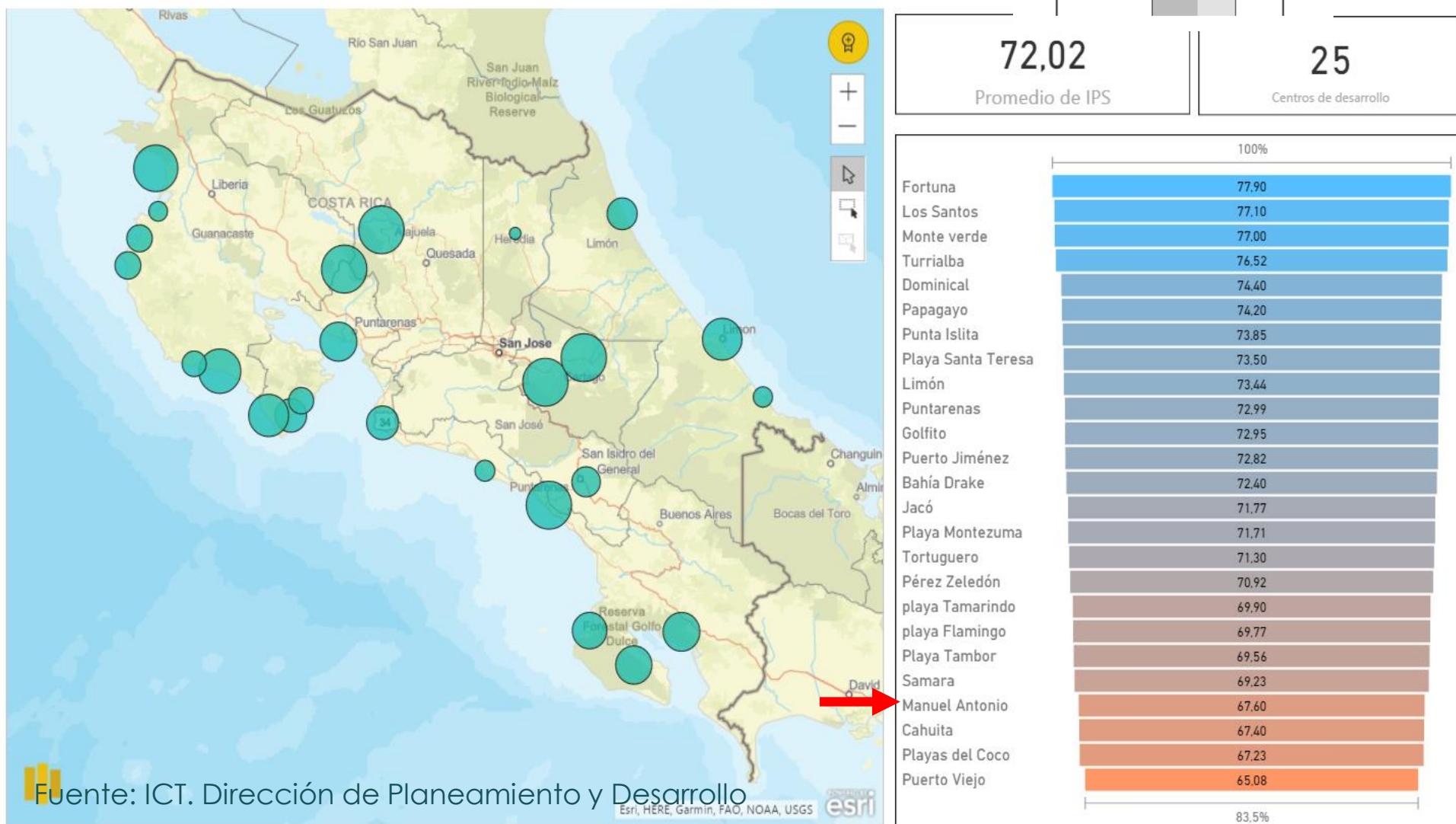
- 84.34  Libertad Personal y de Elección
- 77.93  Salud y Bienestar
- 55.53  Sustentabilidad del Ecosistema

#### Peor desempeño en:

- 56.42  Derechos Personales
- 84.76  Agua y Saneamiento
- 47.28  Seguridad Personal

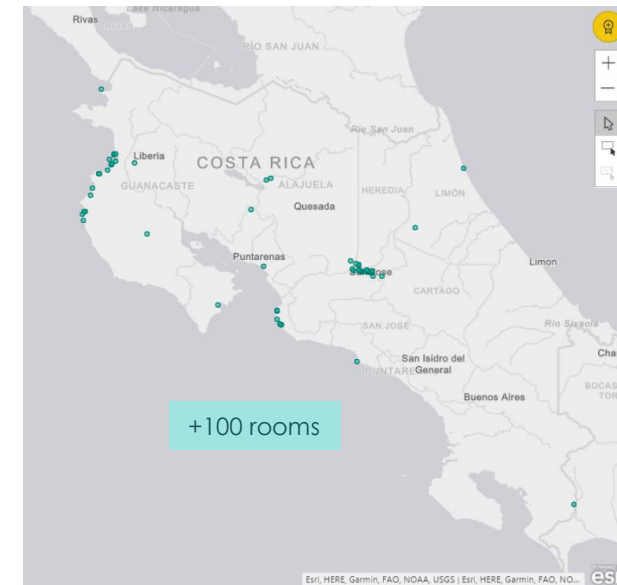
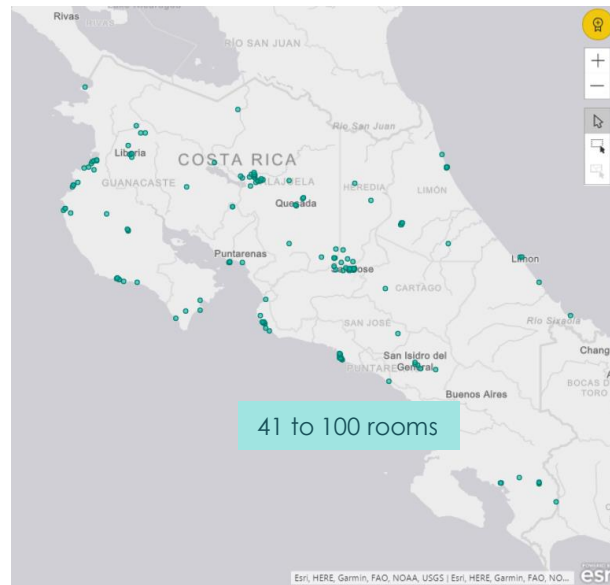
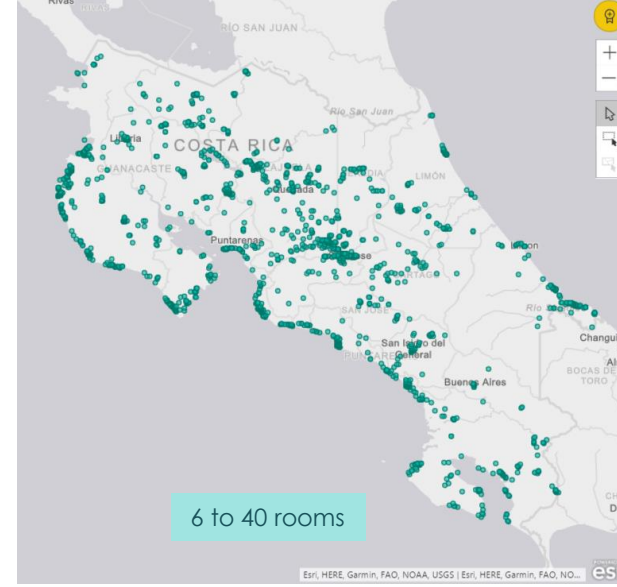
[Ver Índice del Cantón](#)

# Índice de Progreso Social en Centros Turísticos



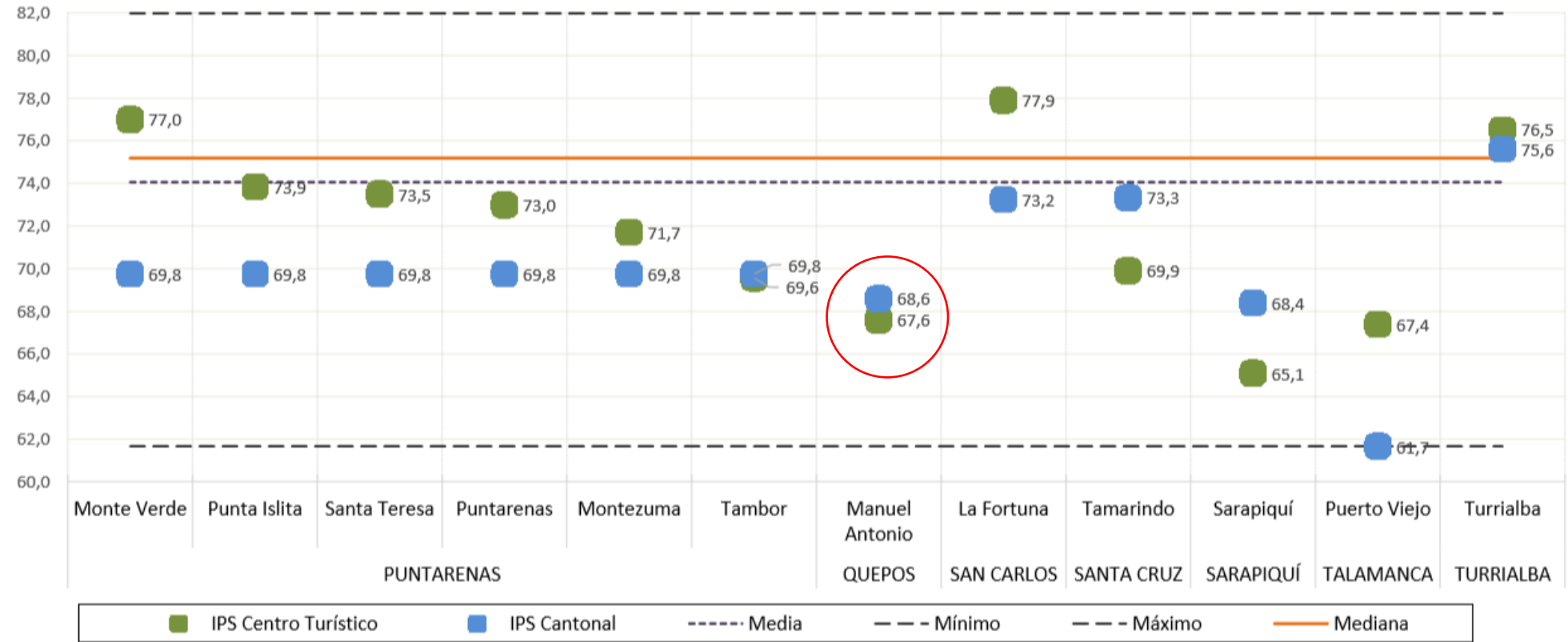


# Distribución Espacial de Habitaciones



Fuente: ICT. Dirección de Planeamiento y Desarrollo

# Comparación de los Índices de Progreso Social en cantones y en centros turísticos



¿Se ha convertido la **sostenibilidad** en un atributo básico de **calidad** para el turismo en Latinoamérica?





# Algunos retos globales

- No todo lo que brilla es verde.
- El crecimiento de la población con posibilidades de viajar.
- Baja disposición a pagar más.
- Cambios gubernamentales con poca institucionalización de decisiones en sostenibilidad.
- Una percepción errónea de que hay opciones interminables de destinos y atracciones.
- Necesitan compromisos más profundos y conjuntos para alcanzar una masa crítica.
- Más y mejor comunicación para educarnos como consumidores y ejercer nuestro poder de compra para fomentar un turismo más responsable.



# Algunas Herramientas

- Criterios globales del Consejo Global de Turismo Sostenible [www.gstcouncil.org](http://www.gstcouncil.org)
- Nuevo estándar del Certificado de Sostenibilidad Turística [www.turismo-sostenible.co.cr/](http://www.turismo-sostenible.co.cr/)
- Herramientas de diagnóstico y manuales en buenas prácticas de turismo sostenible de Rainforest Alliance. [https://www.rainforest-alliance.org/business/training-resources/?fwp by sector=tourism](https://www.rainforest-alliance.org/business/training-resources/?fwp%20by%20sector=tourism)



# 6 recomendaciones

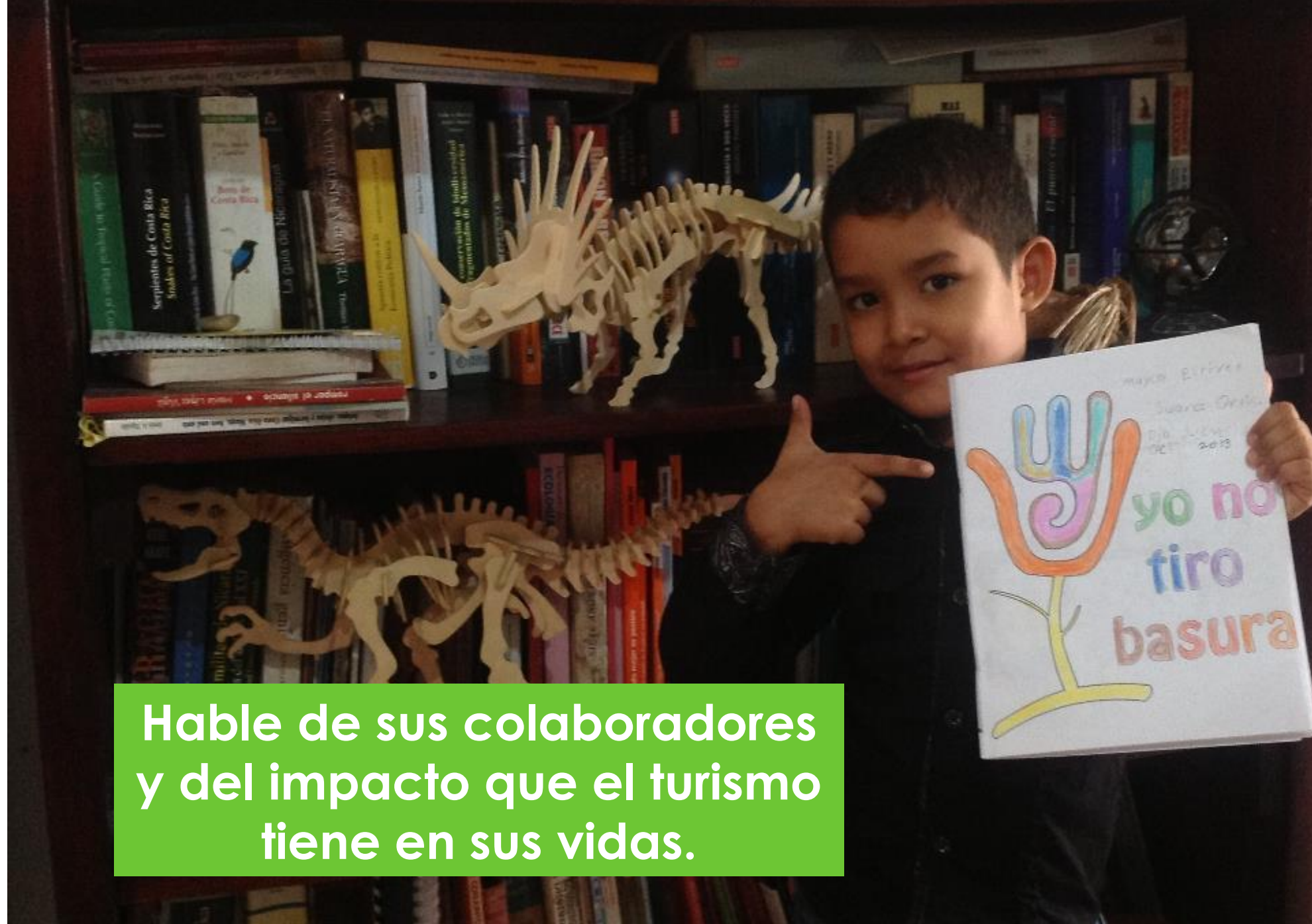




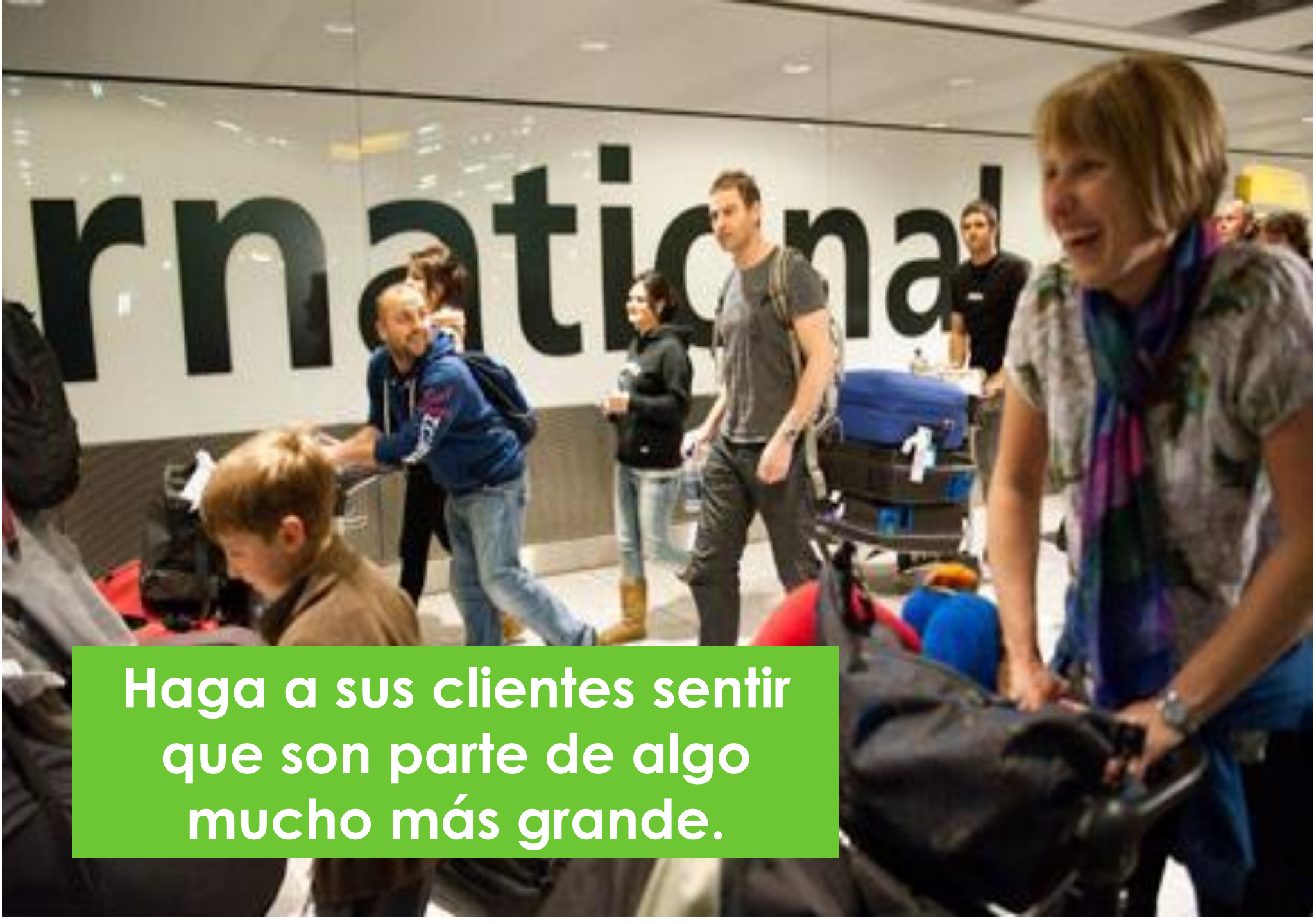
No hable de “sostenibilidad”  
porque sus clientes ya lo dan  
por sentado.

Hable de los atributos que  
hacen de su producto un  
producto sostenible.





Hable de sus colaboradores  
y del impacto que el turismo  
tiene en sus vidas.



Haga a sus clientes sentir  
que son parte de algo  
mucho más grande.





... y crea toda una cultura alrededor de los atributos de su producto.





Conéctese al ritmo de sus clientes,  
dando pequeños pasos pero bien  
respaldados con hechos, no con  
intenciones.

## Ejerza y comparta su liderazgo empresarial

- Inversión privada en reconocimientos, certificaciones u otros que respaldan su compromiso con la sostenibilidad.
- Inversión en proyectos que apoyan el desarrollo de sus comunidades.
- Inversión en sus colaboradores – su mejor activo.



- Su propia experiencia como turista preguntando “**¿qué hace su empresa para proteger los recursos naturales y culturales de este destino y beneficiar gente local?**”







[www.rainforest-alliance.org](http://www.rainforest-alliance.org)  
[rsanabria.consultant@ra.org](mailto:rsanabria.consultant@ra.org)

**RAINFOREST  
ALLIANCE**

**[rainforest-alliance.org](http://rainforest-alliance.org)**

233 Broadway, 28th Floor  
New York, NY 10279  
USA

De Ruyterkade 6  
1013 AA, Amsterdam,  
The Netherlands