

¿DIRECCIÓN CORRECTA?

La nueva relación de los operadores nacionales con el turismo sostenible

Desde la vereda de los profesionales del sector existe una mayor preocupación por desarrollar una actividad turística consciente y conectada con las urgencias climáticas, al tiempo que crece la tendencia de viajeros que optan por servicios que reflejen valores y prácticas sustentables con el medioambiente y las comunidades.



■ POR GUILLERMO ADRIANZEN

El eslogan que dice “el futuro es sustentable” tiene un sabor añejo. En 1987 se publicó el Informe Brundtland, que marcó un hito como punto de partida para hablar del desarrollo sostenible, resumido como una manera de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer el futuro.

Más de 30 años después, la industria del turismo a nivel global tiene definido un horizonte para avanzar bajo principios responsables, compartidos a nivel de proveedores

de servicios y turistas en un rol de consumidores.

Como una muestra de la conciencia del sector, en 2021 se firmó la Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en Turismo. “Hacer o morir” (Do or Die), un llamado urgente en la Conferencia sobre el Cambio Climático de la ONU de aquel año, donde científicos anticiparon un incremento, a esta altura ya inevitable, de 1.5 °C en la temperatura del planeta en las próximas dos décadas.

Uno de los coautores de la Declaración de Glasgow fue Jeremy Sampson, CEO de The Travel Foundation y fundador de Future of Tourism Coalition, quien estu-

vo de visita en Santiago para exponer en el evento Reimagina Turismo 2024.

Allí el profesional compartió su mirada sobre Chile y también del rol que le compete a los turoperadores para avanzar de forma útil en prácticas sostenibles.

“Chile tiene un interesante rol que jugar, por qué ¿hablar de un ecosistema? Tienes Santiago, el desierto, las montañas, la playa, Torres del Paine... Entonces casi todos los ecosistemas del mundo se pueden representar en Chile”, señaló en conversación con La Agencia de Viajes.

Las condiciones geográficas, sumadas a una posición de desarrollo difícil de clasifi-

car, explica Sampson, abren al país una oportunidad de ser líder a nivel regional y sacar un mayor provecho de líneas como el turismo aventura, entre otras experiencias, que hacen de una visita a Chile un momento de una sola vez en la vida.

“Hay dos crisis que enfrenta el mundo: el cambio climático y la hídrica. Es necesario que un lugar como Chile demuestre responsabilidad en estas áreas, balanceando y reduciendo la dependencia de la polución, educando a los mercados emisores que son prioritarios para el país y asegurando a los stakeholders que seguirán beneficiándose del turismo”, acotó.

Como una fortaleza para crecer en sostenibilidad en el país, el experto destacó las herramientas múltiples que disponen los operadores nacionales.

“Pienso que Chile tiene un sector fuerte en turismo con un importante grupo de negocios locales únicos que son como el latir de la industria, pero muchas veces lo olvidamos o ponemos demasiada responsabilidad en ellos sin los suficientes beneficios. Creo que resolver esto marcaría un punto de quiebre para que Chile pudiera dar un ejemplo a nivel global”, dijo.

Un crecimiento que debe ser colectivo

El “¿cómo empiezo?” es uno de los mayores obstáculos para los turoperadores y profesionales del sector a la hora de incorporar prácticas sustentables.

Meses atrás la Asociación Chilena de Empresas de Turismo (Achet) organizó un taller junto con Cuidadores de Destinos, empresa dedicada a contribuir en la gestión sustentable de lugares turísticos. El ciclo concluyó con la certificación de un grupo de profesionales como Gestores de Sostenibilidad.

“Nuestro rol gremial ha sido involucrarnos directamente en el tema. Además de estos talleres, queremos seguir avanzando y esperamos tener un comité de trabajo al respecto. Es un tema muy sensible en los asociados y cada día hay más interés, pero para eso hay que hacer acciones concretas. Siempre he sido de la idea que es preferible hacer una cosa bien que 20 mal”, explicó Lorena Arriagada, secretaria general de Achet.

La participación fue del 30% de las empresas asociadas de Achet. Todos los operadores comprometidos en un inicio cumplieron íntegramente con los talleres, que se extendieron entre octubre de 2023 y enero de 2024.

“Es un indicador muy positivo del interés y también de la necesidad que hay de entender la sustentabilidad. Es lo que tenemos que ir afianzando, que cada empresa tenga una o dos personas muy cercanas al tema, pero entendiéndolo desde el rol de la agencia de viajes y turoperador; de cómo pueden influir, ayudar u orientar en la toma de decisiones respecto a un destino, además del trabajo dentro de las empresas”, explicó Arriagada.

Junto con identificar problemas y herramientas para los turoperadores y agencias de viajes, la instancia marcó un primer gran paso a nivel gremial para asumir el compromiso que debe existir con la sustentabilidad.

Para Jeremy Sampson, justamente, esta voluntad colectiva es lo que puede marcar la diferencia en cuanto a la forma en la que se aborda el problema desde el punto de vista de la industria.

“Pienso que los pequeños pasos tal vez son el problema, porque lo que está pasando es que los turoperadores sienten que no tienen cómo manejar la situación y empujan la responsabilidad a los proveedores, pero no es correcto porque no cambia nada. Los turoperadores necesitan alinearse los unos con otros y crear un acuerdo común y una visión para apoyar a los proveedores hacia la transición”, expresó.

Reforzando la idea, Samp-

son valora espacios de educación, colaboración y herramientas como recursos vitales hacia los cuales las empresas se han acercado en el último tiempo. Advierte, eso sí, que es fundamental soltar el individualismo.

“Si algunos van en una dirección determinada, y los otros hacia una diferente, solo van a terminar compitiendo y así es muy difícil avanzar porque conduce a que todos continúen con las acciones pequeñas. No creo que podamos tener acciones pequeñas en una emergencia, esperamos ya demasiado y dejamos pasar mucho tiempo.”

La iniciativa de Achet de trabajar con Cuidadores de Destinos fue calificada como una decisión orientada en la dirección correcta y que, a pocos meses de concluir, tiene ya resultados que marcan la diferencia como acciones nuevas.

“Con Cuidadores de Destinos hemos hecho muchas cosas. Nos conocemos hace bastante tiempo. Ellos ya están trabajando con empresas nuestras, ayudando a armar departamentos de sostenibilidad y eso ya es un indicador y un resultado muy concreto respecto de los talleres”, concluyó Lorena Arriagada.

Se busca: Sello S

El Servicio Nacional de Turismo cada año impulsa campañas para certificar alojamientos, agencias de viajes y turoperadores con el sello Sustentabilidad Turística. Esta distinción se realiza en línea con el cumplimiento de criterios económicos, socioculturales y medioambientales.

Para optar al Sello S los operadores deben, primeramente, realizar un autodiag-

nóstico sobre la base de los requisitos obligatorios y comunicar la voluntad a Sernatur. La segunda etapa consta en que el organismo realiza un procedimiento interno de evaluación. Una vez completada esta fase Sernatur ejecuta una auditoría en terreno. El paso final es el análisis en la Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística (MNST), instancia donde se recomienda aprobar o no otorgar el sello a los postulantes.

La Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística surgió en 2013 como una instancia público-privada encargada de evaluar las distinciones del Sello S, además de proponer estrategias para un desarrollo turístico sustentable y abordar temas de interés.

Está encabezada por la Subsecretaría de Turismo, en tanto Sernatur oficia como secretario ejecutivo. Participan como integrantes el Ministerio de Medio Ambiente, Consejo Nacional de las Culturas, Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, Indap, Corfo; y desde el sector privado, Achet, Fedetur, ChileSertur y Hoteleros de Chile.

En la última sesión de enero, se aprobó el Sello S para 27 operadores a nivel nacional, en su mayoría correspondientes al rubro de alojamientos, y solo uno tuvo una respuesta negativa.

La tendencia indica que cada vez son más los prestadores interesados. Hasta mayo de 2023 eran 70 los servicios que contaban con la certificación. A la fecha Sernatur mantiene un registro en su portal de 130 servicios turísticos con el Sello S: 91 alojamientos, 33 turoperadores y 6 agencias de viajes. 