

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y CERTIFICACIONES EN EL SECTOR TURÍSTICO

Gema Rodríguez*, Fernando Prats Palazuelo**

Resumen: Las certificaciones en el sector turístico juegan un papel cada vez más importante en la regulación y orientación del mismo para la adquisición de pautas de sostenibilidad. Estas certificaciones han ido evolucionando desde el aseguramiento de la calidad, hasta la incorporación de los aspectos medioambientales y de responsabilidad social en lo que podrían denominarse diferentes generaciones de certificaciones. En España se ha realizado un importante esfuerzo para poner en marcha certificaciones en el sector turístico, fomentando principalmente aquellas relacionadas con la calidad de los procesos con relación al producto, pero es necesario seguir trabajando para ambientalizar e incorporar aspectos sociales a las certificaciones turísticas de proceso, dando, incluso, un paso más en el desarrollo de certificaciones que garantizan al cliente los estándares de calidad integral esperados.

Palabras clave: certificaciones turísticas, Q de Calidad, calidad integral, Clubs de Excelencia.

I. INTRODUCCIÓN

Una certificación es un sistema de gestión cuyo objetivo es optimizar los efectos económicos, ecológicos y/o sociales de una organización específica. En todo el mundo se han implantado ya diversos estándares de gestión y normas de certificación que abordan diferentes aspectos relacionados con la sostenibilidad. En el sector turístico existe una gran variedad de este tipo de instrumentos de distinto ámbito de aplicación para productos y servicios que se basan en criterios medioambientales, de calidad o de aspectos sociales. No obstante, en el presente artículo sólo se hará referencia a ciertos sistemas de ámbito y reconocimiento internacional (1).

Aunque estas certificaciones juegan un papel cada vez más importante en la regula-

ción del sector turístico y en la incorporación al mismo de pautas de sostenibilidad, lo cierto es que la complejidad de los factores sociales, económicos y ambientales en el contexto turístico así como los numerosos agentes e intereses implicados están dificultando enormemente su permanente actualización.

I.1. Los distintos tipos de certificaciones

Los diferentes tipos de certificaciones aplicables al sector turístico pueden clasificarse no sólo desde el punto de vista del **pilar clave de la sostenibilidad** donde incidan (calidad, medio ambiente o aspectos sociales) si no también atendiendo a si se trata de **certificaciones de calidad del proceso o certificaciones de garantía de cali-**

* Consultora de turismo.

** Arquitecto. Miembro del Consejo Español del Turismo. Coordinador del Área de Sostenibilidad del «Plan del Turismo Español Horizonte 2020».

dad del producto. La diferencia entre ambas es que las primeras certifican fundamentalmente la voluntad, disposición y capacidad probada de la empresa de mejora a través de procesos de control internos, mientras que las de garantía de calidad del producto aseguran al cliente la oferta de un servicio que cumple con ciertos estándares.

A lo largo de las últimas décadas ha ido reflejándose la progresiva mejora de la calidad en estos dos tipos de certificaciones, integrando gradualmente más aspectos referentes a la sostenibilidad (medio ambiente, calidad del servicio y aspectos sociales) y acercándose a lo que podría identificarse como **certificaciones integrales tanto de proceso como de garantía de producto** y, lo que es más importante, poniendo al orden del día la necesidad de diseñar un sistema integral de calidad capaz de articular las diversas tipologías comentadas.

A partir de la revisión y análisis de la situación de una serie de certificaciones existentes en el sector turístico realizada en el presente artículo, se concluye que si España quiere avanzar en la revalorización integral del sistema turístico será imprescindible retomar la «cuestión de la calidad», valorando el trabajo realizado, pero con nuevas perspectivas centradas en el concepto de «calidad integral» y apuntando a sistemas curriculares que permitan acceder de forma ordenada a ese sistema homologado integral y de avanzar tanto en los procesos como en las garantías de producto.

II. LAS DIVERSAS GENERACIONES DE CERTIFICACIONES EN EL SECTOR TURÍSTICO

Puede hablarse de diferentes generaciones de certificaciones que han ido evolucionando a lo largo de las últimas décadas, incorporando cada vez una visión más amplia de lo que implica la sostenibilidad en el desarrollo de las actividades económicas.

II.1. Primera generación: certificaciones de garantía de calidad del producto

La **primera generación de certificaciones** nació para garantizar el aseguramiento de la calidad al cliente. En el sector turístico, la calidad es entendida (según la OMT) como «el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural».

La certificación de garantía de calidad del producto más extendida en el sector turístico es el **sistema de asignación de estrellas, principalmente en el sector del alojamiento reglado**, sistema que, con sus diferentes variaciones nacionales, sigue

operativo y está extendido y reconocido a nivel internacional.

II.2. Segunda generación: certificaciones de calidad del proceso con relación al producto

Atravesando por diferentes etapas, en la década de los 80 la calidad empezó a cobrar más importancia en el ámbito de la empresa y pasó a considerarse un criterio de gestión que implicaba a los trabajadores, a la dirección y a los clientes. De este modo surgen las **certificaciones de calidad del proceso con relación al producto**. Los avances que había realizado Japón en el control de la calidad y la competitividad con la que sus productos amenazaban a la industria occidental, impulsaron los sistemas estándares a finales de los años 80 (ISO 9000), que implicaban la planificación de forma sistemática de las acciones necesarias para ofrecer la confianza de que el producto o servicio se consigue mediante la mejora continua de los procesos.

Los modelos ISO son perfectamente aplicables a las empresas turísticas proporcionando un marco efectivo mediante el cual la dirección de una organización puede diseñar, desarrollar, medir y mejorar de forma sistemática la calidad de sus productos o servicios a través del control de sus procesos.

II.3. Tercera generación: certificaciones de calidad del proceso con relación al medio ambiente

Durante la Reunión de Río de 1992 (Cumbre de la Tierra) se enfatizó la nece-

sidad de que el comercio y la industria dispusieran de herramientas para medir su desempeño ambiental y para desarrollar técnicas de gestión ambiental. Como consecuencia le fue solicitado a la Organización Internacional de Normalización (ISO) que aumentara sus actividades en el campo ambiental y considerara la elaboración de Normas para armonizar estos temas. A partir de este momento puede decirse que nace la **tercera generación de certificaciones**, compatibles y adicionales a las anteriores (especialmente en el caso de los Sistemas ISO), con un enfoque prioritario en el cumplimiento de la normativa medioambiental y la eficiencia en la gestión y consumo de los recursos naturales.

Los sistemas de gestión ambiental fueron diseñados en su origen para las actividades industriales pero, dada la demostración de su eficacia en la mejora del comportamiento medioambiental de las organizaciones, se extendió paulatinamente a otros sectores con impactos sobre el medio ambiente, como el sector servicios y, más concretamente, el turístico. De este modo, las herramientas de gestión medioambientales comúnmente aplicables al sector turístico son la NORMA ISO 14001:96 y el Sistema Comunitario de Ecogestión y Auditoría (EMAS) de la Unión Europea, lanzados en 1996 y 1993 respectivamente. En su desarrollo hasta el momento, diferentes sectores de la actividad turística han mostrado un amplio interés por estos sistemas en un mercado cada día más globalizado y en una sociedad más exigente con la calidad del entorno.

II.4. Cuarta generación: certificaciones de calidad del proceso de carácter integral

El último giro adoptado por las certificaciones ha consistido en tomar en consideración las inquietudes respecto a los temas sociales. Se trata de incluir el tercer eje de la sostenibilidad, más enfocado en las implicaciones y compromisos sociales de las actividades productivas obteniendo de este modo un tipo de **certificaciones de calidad del proceso de carácter integral, que podrían denominarse certificaciones de cuarta generación**. Prueba de ello es que desde 2004, ISO está desarrollando una norma internacional sobre Responsabilidad Social Corporativa que se llamará ISO 26000 y cuya aprobación definitiva se espera para finales de 2008. Los 4 aspectos centrales que cubrirá esta norma son 1) medio ambiente; 2) derechos humanos y condiciones laborales; 3) gobierno organizativo y prácticas de operación justas y 4) aspectos relativos a los consumidores e implicación en la comunidad y en el desarrollo de la sociedad.

II.5. ¿Hacia una quinta generación de certificaciones integrales?

La revisión de las diferentes generaciones de certificaciones que han ido desarrollándose a lo largo de los años lleva a replantearse la clara necesidad de seguir avanzando más allá de la cuarta generación para llegar a un sistema integral en el que confluyan las características complementarias y los avances de las distintas certificaciones. Dicho de otro modo, con miras al

mercado turístico se hace cada vez más necesario **articular las certificaciones del proceso con las de garantía del producto** lo que nos llevaría a una **quinta generación de certificaciones integrales (más bien un sistema de evaluación, articulación, homologación y progreso de las certificaciones actuales)**, entendiendo la «calidad integral» como aquella que contempla los aspectos medioambientales, sociales y de calidad de los productos y servicios turísticos.

III. CERTIFICACIONES EN EL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL

A nivel nacional son varias las certificaciones que se están implementando y fomentando en el sector turístico. Se trata de certificaciones que cubren diferentes sectores turísticos (destinos, infraestructuras, empresas de servicios, etc.) y que corresponderían a la primera, segunda y tercera generación, es decir, certificaciones de garantía de calidad del producto, de calidad del proceso con relación al producto y con relación al medio ambiente respectivamente.

III.1. Certificaciones de primera generación: el sistema de asignación de estrellas

La normalización de la calidad a través del **sistema de asignación de estrellas** fue una de las primeras iniciativas de regulación oficial de la calidad de los hoteles en España y se aproxima a lo que sería una **certificación de garantía de calidad del producto** (2). Aunque cada comunidad

autónoma legisla en su territorio la ordenación del turismo pudiendo variar algunos aspectos de unas regiones a otras, las normas y características de los establecimientos hoteleros de acuerdo a la asignación de estrellas suelen ser bastante similares.

Este tipo de certificaciones garantiza el cumplimiento de unos requisitos mínimos de calidad por parte de los alojamientos (como la dimensión y equipamientos de las habitaciones, materiales de construcción, etc.) resultando especialmente útil para la información del cliente. No obstante, en las últimas cuatro décadas, la rápida evolución en los hábitos y exigencias de la demanda turística, ha provocado una cierta falta de actualización de este sistema.

Hay otros modelos de control de calidad del producto asociado al canal de comercialización, pudiendo diferenciarse tres de ellos en la actualidad:

- a) El intermediario establece criterios de calidad para incluir un producto en catálogo y se encarga de su supervisión.
- b) Una variante del anterior es la adscripción a un modelo de establecimiento o de servicio. En este caso podríamos hablar casi de un Club de Calidad con comercialización o sin ella.
- c) Club de Producto; se trata de una asociación de empresas que prestan servicios en un destino y acuerdan unas normas de calidad concreta para unos productos concretos.

III.2. Certificaciones de segunda generación: la Q de calidad del ICTE

El aumento de la calidad como eje básico de la política turística española se concreta en el Plan Integral de Calidad en el Turismo Español (PICTE) 2000-2006. De este Plan nace el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) en el año 2000, por acuerdo entre las asociaciones hoteleras y el gobierno para impulsar y desarrollar un Sistema de Calidad para los establecimientos turísticos, tras considerar necesaria la existencia de un distintivo de calidad de este tipo que aporte prestigio, distinción, fiabilidad y rigor.

El Sistema de Calidad diseñado para incorporar la gestión de la calidad en las empresas turísticas en España, la **Q de calidad del ICTE**, se añade al sistema de estrellas (de hecho, puede decirse que viene a cubrir en gran medida sus lagunas y deficiencias). Se **trata fundamentalmente de una certificación de calidad del proceso con relación al producto** (garantiza que la empresa está trabajando en una dinámica de mejora continua con el fin de aumentar la calidad para complacer en todo momento las exigencias de los clientes).

La aplicación de la Q de calidad ha sido fomentada desde la administración tanto a nivel nacional como a escala regional y local, aunque los sistemas de gestión de la calidad han sido adoptados mayoritariamente por las compañías turísticas más importantes y, en menor medida, por las medianas y pequeñas empresas turísticas del país.

Según datos del ICTE, después del último Comité de Certificación celebrado en la primavera de 2007, había unas 2.000 empresas certificadas con la Q de calidad con la siguiente distribución atendiendo al sector y tipo de empresas:

certificadas, para hablar de certificaciones de sostenibilidad turística efectivas. De este modo, sería necesaria una escala de certificaciones entre el 3-10% de las empresas totales para garantizar su éxito y mantenimiento en el tiempo (asegurando la existen-

Sector y situación actual	Alojamientos y restauración 795 empresas	▪ Hoteles y apartamentos turístico 440
		▪ Alojamientos de pequeñas dimensiones 47
		▪ Alojamientos turismo rural 175
		▪ Balnearios 15
		▪ Campings 18
		▪ Restaurantes 100
	Destinos 79 destinos	▪ Estaciones de esquí y montaña 12
		▪ Espacios Naturales protegidos 15
		▪ Playas 52
		▪ Campos de golf -
	Transportes 3 empresas	▪ Compañías aéreas -
		▪ Autocares de turismo 3
	Otros servicios y servicios 1182 empresas	▪ Agencias de viaje: 1137
		▪ Empresas de tiempo compartido..... -
		▪ Oficinas de información turística 31
		▪ Oficinas de informa. turística supramunicipales. 4
▪ Palacios de congresos 5		
	▪ Convention bureaux 5	

Fuente: elaboración propia a partir de datos del ICTE de 2007.

Teniendo en cuenta la elevada cantidad de empresas y proveedores de servicios turísticos existentes, que suponen potenciales participantes en la adhesión voluntaria a este tipo de iniciativas, las certificaciones en el sector turístico sólo serán eficaces si el número total de empresas certificadas es significativo. En este sentido, la OMT apunta como recomendación en el estudio de «Iniciativas Voluntarias para la Sostenibilidad Turística» realizado en 2002, la existencia de una masa crítica de empresas

de cierta capacidad de elección, cantidad de demanda, amplio reconocimiento, garantía de mantenimiento económico a través de tasas, etc.).

En el ámbito de la Q de calidad en España, esta masa crítica no llegaría a cubrirse en muchos sectores, contando con una todavía escasa cantidad de servicios turísticos certificados. Los sectores que llevan más tiempo trabajando en la implantación de la Q tienen un mayor nivel de implantación,

como ocurre en el sector de las agencias de viaje y los establecimientos hoteleros. De este modo, por ejemplo, englobando todos los tipos de alojamientos con Q, el porcentaje de empresas certificadas llegaría al 3,36% de l total de empresas de alojamiento (3).

En términos de calidad ambiental, la marca Q no incorpora requerimientos significativos en términos generales. A pesar de que existen otro tipo de iniciativas y proyectos que impulsan la implantación de certificaciones específicas de calidad del proceso respecto al medio ambiente, la principal apuesta de la política española turística tiene un mayor enfoque en la calidad de la prestación del servicio como fórmula para mejorar la rentabilidad y competitividad (certificaciones de primera generación), no priorizando otros aspectos igualmente importantes como la sostenibilidad ambiental y social.

Respecto a la rentabilidad económica, todo proyecto de mejora de la calidad debe tener previsto el resultado económico a alcanzar, indicador que nos señala la eficiencia de dicha implantación. En un estudio sobre la eficiencia de la implantación de sistemas de calidad en España publicado en la *Revista de Estudios Turísticos* n°165 de 2005 se comparan resultados económicos de dos muestras aleatorias de establecimientos hoteleros con la Q de calidad y sin ella. El resultado final muestra un débil vínculo entra la rentabilidad y la implantación de sistemas de calidad, por lo que no puede afirmarse que las empresas que hayan implantado la Q tengan una rentabilidad superior a las otras. No obstante, en un estu-

dio más reciente realizado en 2006 se comprueba que los hoteles que tienen un compromiso alto con la calidad (en concreto los que cuentan con sistemas de gestión de la calidad total) son los que alcanzan mayores rendimientos empresariales.

III.3. Certificaciones de tercera generación; ISO 14.001 y EMAS

Las herramientas de gestión medioambiental comúnmente aplicadas al sector turístico en España son la NORMA ISO 14001:96 y el reglamento EMAS de la Unión Europea, ambas **certificaciones de calidad de proceso con relación al medio ambiente**. En cuanto al Sistema EMAS, más de 900 empresas españolas figuran en el Sistema Comunitario (según datos de EMAS de mayo de 2007), lo que convierte a España en el segundo país de la Unión Europea con más empresas inscritas en este registro después de Alemania, que cuenta con unas 1.980. En los últimos años ha aumentado sobre todo la presencia del sector servicios y en particular las empresas turísticas y organismos públicos formando parte del registro 217 hoteles y 179 organismos públicos.

III.4. Certificaciones de cuarta y quinta generación: ISO 26000 y certificaciones de calidad integral

Este tipo de certificaciones todavía no se encuentran muy desarrolladas a nivel internacional. Actualmente se encuentran en desarrollo iniciativas como la ISO 26000 que vienen a cubrir este espacio.

Por consiguiente tampoco se ha progresado en España en torno al desarrollo de certificaciones más avanzadas, que hemos llamado de quinta generación y que corresponderían a la fusión de las certificaciones de calidad integral del proceso con las de garantía de del producto.

IV. CONCLUSIONES

Puede apreciarse que, en conjunto, todos estos tipos de certificaciones contribuyen a aumentar los estándares generales de calidad del sector turístico español. El incremento del interés y el número de certificaciones en España, fundamentalmente de segunda y tercera generación, constituye una señal positiva, aunque insuficiente, que debería de fortalecerse y reorientarse de forma coherente con una estrategia de revalorización integral del sistema turístico español. En este sentido, son varias las recomendaciones que podrían hacerse:

- 1.º Sería fundamental superar la actual dispersión y caos de certificaciones existentes y diseñar un sistema de evaluación, articulación, homologación y progreso, que facilite la complementación y sobre todo, el avance, hacia una nueva generación de certificaciones integrales en la que se combinen la calidad de los procesos, la garantía de los productos y que contemplen las temáticas ambientales, sociales, económicas y de servicios y productos.
- 2.º Esta quinta generación de certificaciones debería permitir cubrir toda la

cadena del valor turístico, tanto servicios turísticos concretos como hoteles, etc. (de forma individual como para cadenas), productos vinculados a un tema determinado (como las «rutas» temáticas) y destinos turísticos, con el conjunto de sus servicios y productos, públicos y privados. Y en el contexto del Plan 2020, sería oportuno impulsar «Clubs de Excelencia» que agruparan conjuntos de servicios y productos con cotas muy altas de calidad integral para los distintos niveles de precio de oferta. Porque la apuesta por la revalorización del sistema turístico español en clave de sostenibilidad pasa de manera obligada por impulsar ese tipo de iniciativas en el conjunto de la cadena de valor, tanto en el litoral como en el interior del país.

- 3.º Nada de esto será posible sin un apoyo comercial, e incluso fiscal, indiscutible, progresivo y a una nueva escala a las empresas certificadas que haga más evidente la ventaja competitiva comercial y de negocio que ello supone. Tomando la referencia el estudio de la OMT ya comentado, en España deberíamos aspirar, en un plazo razonable, a alcanzar ese 10% de certificaciones en los sectores clave de la cadena de valor del sistema turístico, a elevar ese porcentaje a un 25% para el año 2020 y, en paralelo, a que una serie de destinos y empresas, las más emblemáticas del país, constituyeran auténticos «Clubs de Excelencia» que certificaran la inequívoca apuesta por la calidad de España.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ENRIQUE CLAVER CORTÉS *et. al.* *La relación entre la gestión de la calidad y el rendimiento empresarial en el sector hotelero.* Revista *Papers de turismo* nº40 (2006), p. 31-37.

INSTITUTO PARA LA CALIDAD TURÍSTICA ESPAÑOLA. Datos de establecimientos certificados con la Q de calidad Turística. <http://www.calidadturistica.es/index.aspx>

OMT (2002): *Voluntary Initiatives for Sustainable Tourism.* OMT. Madrid.

RUBÉN HUERTAS GARCÍA. *Eficiencia de la implantación de sistemas de calidad. Análisis de empresas hoteleras.* Revista de Estudios Turísticos del Instituto de Estudios Turísticos nº165 (2005), p. 33-55.

NOTAS

(1) De este modo, en el artículo se consideran las Normas ISO, de calidad, medio ambiente y responsa-

bilidad social, el Sistema Comunitario EMAS y el sistema de asignación de estrellas. En el contexto nacional, si bien existe una considerable cantidad de certificaciones y etiquetas locales y regionales específicas para el sector turístico, se abordan únicamente aquellas de ámbito nacional como la Q de Calidad.

(2) El sistema de asignación de estrellas opera con un concepto de dotaciones, no siendo exactamente de garantía de calidad del producto. El producto, además, incorpora modalidad y tipología de servicio, aspectos que no garantizan las estrellas.

(3) Para el cálculo del porcentaje de alojamientos con Q se han utilizado los datos del INE de la industria turística en los años 2003-2005. Por ello, el dato resultante debe tomarse con precaución debido el desfase producido por la diferencia temporal entre los datos del INE y del ICTE, de 2007).

(4) No obstante, hay que tener en cuenta que esto puede ser debido a que los hoteles más rentables están localizados en una zona del espacio productivo más proclive a la incorporación de certificaciones por causas diversas (pertenencia a cadenas, mayor tamaño empresarial, exigencia de los canales mayoristas, etc.).

