



Julieth Marcela Cifuentes Naranjo

Ana María Salazar Amaya

LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL EN LAS AGENCIA DE VIAJES, NUESTRO
MOTOR DE DESARROLLO EMPRESARIAL

FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

MONOGRAFIA “LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL EN LAS AGENCIAS DE
VIAJES, NUESTRO MOTOR DE DESARROLLO EMPRESARIAL”

MARCELA CIFUENTES NARANJO

ANA MARIA SALAZAR AMAYA

Contenido

Eje Temático.....	5
Título.....	5
Presentación.....	6
Introducción.....	7
Descripción del problema.....	8
Formulación del problema.....	9
Justificación.....	10
Objetivo general.....	11
Objetivo Especifico.....	11
Marco Referencial.....	12
Antecedentes.....	13
Marco Legal.....	15
Marco Teórico.....	16
Objeto y alcance.....	16
Requisitos generales.....	16
Requisitos de Sostenibilidad.....	17
Requisitos Específicos.....	17
Requisitos Ambientales.....	17
Requisitos Socio-culturales.....	17
Requisitos Económicos.....	17
Otros.....	17
Aspectos Metodológicos.....	18
Cronograma de Actividades.....	19

Desarrollo del tema.....	20
Certificaciones para el turismo sostenible Nacional e Internacional.....	21
Tabla1. Agencias certificadas en la NTS-TS003.....	24
Entrevista realizada a Ecodestinos, Agencia de viajes Operadora y Mayorista, especializada en Turismo de Naturaleza.....	26
Conclusiones de la entrevista.....	28
Conclusiones.....	29
Bibliografía.....	30

EJE TEMATICO

El Green marketing hotelero, como herramienta de competitividad para la sustentabilidad empresarial

TITULO

La sostenibilidad ambiental en las agencias de viajes, nuestro motor de desarrollo empresarial

PRESENTACION

Alrededor de los años 90, se ha venido empleando el término de responsabilidad ambiental y social empresarial. Pues a través de estudios y específicamente en la cumbre de Rio de Janeiro “cumbre de la tierra”, se demostró la crisis ambiental, debido a la emisión de gases de efecto invernadero, la tala de árboles, la contaminación masiva de las aguas. Es por esta y muchas mas razones que se está logrando sensibilizar a las grandes industrias, por medio de certificación del Sistema de Gestión Ambiental, y Sello Verde. Para de esta manera incorporar procesos de producción limpia y amigable al medio ambiente.

INTRODUCCION

El Green marketing se ha visto como una “Tendencia verde” mas no como una necesidad de responsabilizarse con el medio ambiente y la sociedad. Con este contexto queremos invitarles a conocer acerca de los beneficios, de los procesos y si realmente e esta cumpliendo con las pautas mínimas para la sustentabilidad ambiental. E 1992 en la cumbre de la Tierra que fue llevada en Rio de Janeiro, la Organización mundial de estandarización (ISO)

Se comprometió a la creación e implementación de pautas cuyo objetivo principal es la producción industrial en relación con el medio ambiente. Es así como se da origen a las Normas ISO 14,000. De esta manera se otorga la Certificación del Sistema de Gestión Ambiental (para la empresa), y el sello verde (para los productos). La preocupación de las empresas hoy en día es, como involucrar al consumidor de nuestro producto de nuestro producto o servicio para que haga parte de la sostenibilidad de la empresa.

Debemos cumplir a cabalidad con las normas planteadas para poder llegar a tener un futuro con recursos naturales seguros y poder minimizar los impactos ambientales.

DESCRIPCION DEL PROBLEMA

Nuestro problema radica en que la humanidad ha crecido de manera insostenible ocasionando en menos de un siglo una crisis social y ecológica, agotando todos los recursos naturales. Al hablar de crecimiento y bienestar empresarial se ve comprometido tres aspectos como son: El clima, la energía y la biodiversidad cultural.

La globalización imparte nuevas tendencias como la producción masiva para satisfacer los consumidores y los nuevos mercados, pero en ningún momento las empresas reaccionan acerca de los residuos emitidos, los gases y la gran energía que consumen sus máquinas.

La falta de información, de conocimiento, hace de este proceso algo más complejo para la aplicación en el sector que se desee optimizar y certificar ambientalmente

FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Qué porcentaje de empresas turísticas están certificadas con la Norma ISO 14,000?

¿Cuáles son las ventajas comparativas de estas empresas frente a las otras que no lo están?

¿El estado brinda beneficios o reconocimientos a las empresas que están certificadas o en el proceso?

JUSTIFICACION

En primera parte queremos identificar y motivar a las empresas del sector turístico y porque no a las empresas de diversos sectores para que puedan lograr una producción limpia, siempre participando con el consumidor. Una producción más limpia, y un manejo adecuado de los recursos naturales. Si no tomamos conciencia ahora por el mal uso que le damos a nuestros recursos, no habrá un futuro que construir para las siguientes generaciones. El Green marketing nos invita a ser responsables, sensibilizar e implementar estrategias que preserven el medio ambiente.

OBJETIVO GENERAL

Fomentar y motivar a las agencias de viajes a certificarse sosteniblemente para crear una estrategia optima de negociación

OBJETIVO ESPECIFICO

- Identificar la importancia de las buenas prácticas de sostenibilidad y Green Marketing en Agencias de Viajes.
- Realizar la comparación entre una agencia de viajes con buenas prácticas de sostenibilidad y otra agencia que no se encuentre certificada y analizar sus ventajas para la competitividad
- Motivar a las agencias de viajes hacia la certificación dando a conocer las ventajas competitivas y comparativas

MARCO REFERENCIAL

Partimos de la norma técnica sectorial para la sostenibilidad en las agencias de viajes donde se especifican los requisitos y aspectos medioambientales, socioculturales y económicos para su cumplimiento y obtención de la certificación para la protección del medio ambiente.

ANTECEDENTES

Se constituyó como una filosofía desde la década de los 70 iniciando en estados Unidos donde se ha venido creando una serie de estudios e investigaciones acerca de una clase de marketing o publicidad ecológica donde se busca proteger el medioambiente.

A continuación denominaremos los tipos de marketing creados por los autores de investigación de este ámbito:

1974- Marketing Ecológico, Heñían

1976- Marketing Ecológico, Kinnear

1992- Marketing Verde, Peattie

1992- Marketing Verde, Charter

1993- Marketing Ambiental, Coddington

1994- Marketing Verde, Ottman

1994- Eco-marketing, Fuller y Butler

1996- Marketing Sustentable, Van dam y Apeldoorn

1999- Marketing Sustentable, Fuller (1)

Así estos investigadores han realizado planteamientos del Green Marketing para optimizar los recursos, ser innovadores, proteger el medioambiente pero también pensaron en el ámbito social donde buscaron incluirlo en el mecanismo empresarial para proteger así el aspecto socio-cultural.

En la actualidad podemos identificar que el Green Marketing está en auge en todas empresas e industrias como manera innovadora de crear productos y ofrecer servicios de calidad pensando también en el medio ambiente.

En la industria turística Colombiana la sostenibilidad juega un papel importante ya que es la industria que más utiliza los recursos naturales y culturales debido a su actividad, por ello se implementaron una serie de normas donde se busca proteger tales ámbitos ofreciendo servicios de calidad y concientizando al turista de la importancia de llevar a cabo proyectos donde se minimicen la utilización de los recursos naturales y el impacto en las diferentes poblaciones autóctonas con las que se cuentan.

-
1. scholar.google.es, Google Académico, Estudios y Perspectivas en turismo, Volumen 17 (2008), Centro Universitario UNA, Belo Horizonte, Brasil

MARCO LEGAL

El Green Marketing en las agencias de viajes se rige por la norma NTS-TS-003 norma técnica sectorial propuesta por las empresas públicas, privadas y mixtas de la industria turística.

Así que fue creado la Unidad sectorial de Normalización que lo compone el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quienes crearon el Comité Técnico de Sostenibilidad quienes lo integran representantes de diferentes agencias de viajes, delegados del gobierno, usuarios y asesores que garantizaron la investigación, elaboración y revisión de la norma.(2)

MARCO TEORICO

La norma NTS-TS-003 rige y plantea parámetros estandarizados y requisitos a cumplir para la obtención de la certificación.

OBJETO Y ALCANCE

HABLAR MÁS DE LA CERTIFICACION DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO, EL PERFIL DEL MERCADO, LA IMPORTANCIA DEL TURISMO SOSTENIBLE

Esta norma establece los requisitos de sostenibilidad en los aspectos ambientales, Socioculturales y económicos que son aplicables a los siguientes tipos de agencias de viajes: viajes y turismo, mayoristas y operadora

Se divide en:

Requisitos generales

Requisitos generales de sostenibilidad

- Requisitos legales
- Sistema de gestión para la sostenibilidad
- Política de sostenibilidad
- Programas de gestión para la sostenibilidad
- Monitoreo y seguimiento
- Gestión de proveedores
- Autoridad y responsabilidad
- Información y capacitación

- Documentación
- Mejora

Requisitos específicos

Requisitos ambientales

- Patrimonio Natural
- Uso eficiente del agua
- Uso eficiente de la energía
- Gestión de residuos
- Material Publicitario

Requisitos socio-culturales

- Patrimonio cultural
- Prevención contra la explotación y el comercio sexual con menores de edad relacionado con la actividad turística

Requisitos Económicos

- Contratación y generación de empleo
- Capacitación de las comunidades locales
- Beneficios Indirectos

Otros Requisitos

- Seguridad

Cada requisito tiene una serie de criterios de evaluación a cumplir, el cual lo evalúa un asesor en materia para poder otorgar la certificación,

Las agencias de viajes deben cumplir con el 100% de los requisitos para poder ser certificados. (2)

ASPECTOS METOLOGICOS

Aspecto Explorativo: Investigaremos la norma de sostenibilidad, sus requisitos, ventajas y desventajas para promover la obtención de la certificación en todas las agencias de viajes existentes en la industria.

Aspecto Descriptivo: Daremos a conocer la norma con sus estándares específicos y requisitos a cumplir

Aspecto Explicativo: Explicaremos la norma partiendo de los estándares de calidad y de la importancia que tiene para la industria turística

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

- Primer Módulo: Identificación de tema
- Segundo Modulo: Investigación e indagación de la temática
- Tercer Módulo: Desarrollo del tema
- Cuarto Modulo: Exposición y resultados de la investigación

DESARROLLO DEL TEMA

A continuación encontramos las certificaciones las cuales las agencias de viajes pueden aplicar a nivel nacional e internacional,

NORMA TECNICA NTS-TS SECTORIAL 003

El ministerio de Desarrollo económico, conocido hoy en día como Ministerio de Comercio Industria y Turismo, con el apoyo del Icontec, y en conjunto de la facultad de administración de empresas turísticas y hoteleras de la Universidad Externado de Colombia , trabajaron para la normalización de turismo sostenible Para todos aquellos actores que están vinculados directamente con la actividad turística.

En esta sección se conto con la participación de diferentes representantes de agencias de viajes, delegados del gobierno, igualmente esta norma puede estar sujeta a cambios, con el objetivo de satisfacer siempre las necesidades que van surgiendo.

Esta norma tiene aplicación, en las agencias: Viajes y Turismo, Mayoristas y Operadoras.

Esta norma a su vez nos indica los requisitos para que una agencia sostenible, teniendo en cuenta que cuando hablamos de sostenibilidad debemos tener en cuenta los aspectos económicos, sociales, y ambientales

Para el otorgamiento de esta norma, las agencias deben cumplir con el 100% de estos requisitos.

En la actualidad La sostenibilidad ambiental ha tenido una gran importancia a nivel internacional por esta razón existen varias alternativas de certificación

Red de certificación en Turismo Sostenible de las América

La red es integrada por miembros de entidades estatales y privadas, siendo su principal objetivo impulsar a la certificación de organizaciones ambientalistas, turísticas. La estructura está conformada por una asamblea general conformada por un delegado de cada país, y organizaciones de las mismas. La participación en la red es voluntaria y libre.

Existen varios programas de certificación que conforman esta red como son:

Certificación para la sostenibilidad turísticas (CST), costa rica

Esta certificación busca categorizar y certificar a las empresas que desempeñan la actividad turística, esta se basa en el cumplimiento de indicadores específicos para la sostenibilidad. Esta certificación fue creada en 1997, ofreciendo servicios de certificación a operadores turísticos y hoteles. Hay diversas certificaciones para turismo sostenible entre alguna de ellas encontramos:

Great Green Deal

Esta certificación apoya a las pequeñas y medianas empresas para adquirir más altos niveles de rentabilidad y competitividad por medio de los sistemas de gestión de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible. Los precios para esta certificación están definidos por el tamaño de la empresa.

Esta certificación esta orientada para: los hoteles, Spas, Eco lodge, posadas turísticas restaurantes, tours operadoras, y proyectos turísticos comunitarios.

Green globe International

Esta es principal certificación a nivel mundial para la industria de viajes y turismo, Green globe está afiliada a la OMT (Organización mundial del turismo de las naciones unidas), y también a WWTC (Consejo mundial de viajes y turismo), esta certificación al igual que la anterior certifica los establecimientos antes planteados y otras empresas como: campos de golf y atracciones turísticas, está disponible en cinco idiomas, para la aplicación a nivel mundial.

Smart Voyager



Este sello de calidad tiene origen en Ecuador, es administrado por la Corporación de conservación y desarrollo, es reconocido internacionalmente en América del Sur, para la gestión de operaciones turísticas, este sello se creó en alianza con el Rainforest Alliance en 1998, este sello fue reconocido por la Unesco como ejemplo de la preservación de los patrimonios naturales de la humanidad. Smart Voyager contempla normas ambientales, sociales y de seguridad que cumpliendo estas se garantiza la disminución de impactos ambientales que genera la operación turística

Este sello de calidad asume tres responsabilidades dividiéndolas en tres aspectos, aplicación en tierra, en embarcaciones turísticas, y en aerolíneas. Estos aspectos deben cumplir con los siguientes principios:

Política de la empresa

Conservación de los ecosistemas

Disminución del riesgo de introducción y dispersión de especies exóticas

Tratamiento justo y apropiado a los trabajadores

Capacitación a los trabajadores

Control estricto de uso, provisión, y almacenamiento de materiales

Manejo integrado de desechos

Compromiso de parte del turista

Seguridad

Planificación y monitoreo

Es de suma importancia destacar que este sello se ha expandido para incluir a hoteles, la meta de este es llegar a todas las operaciones turísticas en todas las ciudades, por medio de Capacitaciones y material que enseña a los prestadores de servicios turísticos en reducir el impacto ambiental. En Colombia Smart Voyager opera en la Fundación Natura.

<http://smartvoyagercertified.com/turismo.html>

Se realizó una indagación de las agencias de viajes certificadas, con el sello de sostenibilidad ambiental, en la tabla se enseñan las que actualmente se encuentran certificadas:

RNT	NOMBRE	CIUDAD	DIRECCION	TELEFONO	ALCANCE NTS	CERTIFICADO EN
7873	OMNI TOURS COLOMBIA LTDA	BOGOTA	CALLE 54ª NO. 15-76, LOCAL 7	2101905 3451794 5494225	NTS TS 003 2007	AGENCIA DE VIAJES, REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD
22930	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO PARK WAY E.U AVIATUR PARK WAY	BOGOTA	AV. CRA. 24 NO. 42-10	3380829 6356131	NTS TS 003 2007	AGENCIA DE VIAJES, REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD
11802	HAPPY VACATION LTDA	BOGOTA	CALLE 54 NO. 21-11	2112260	NTS TS 003 2007	AGENCIA DE VIAJES, REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD
1972	TRAVIESO TOURS VIAJES Y TURISMO LTDA	BOGOTA	CALLE 37 NO. 27-32	2687788	NTS TS 003 2007	AGENCIA DE VIAJES, REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD

Fuente: MICT

Como pudimos observar solo encontramos 4 agencias de viajes certificadas, las cuales se encuentran ubicadas en la ciudad de Bogotá. Esto fue motivo para crear este proyecto de motivacion para que mas agencias apliquen a la certificacion y puedan identificar las ventajas competitivas y comparativas.

Algunas de las ventajas son:

- Atraccion de nuevos clientes
- Fidelizacion de clientes
- Responsabilidad social empresarial
- Diferenciacion en el mercado
- Identificacion en el mercado

Para poder aplicar a las normas se deben cumplir con los requisitos de calidad requeridos los cuales implican una serie de aplicaciones y remodelaciones a las instalaciones de la organización, pero esto puede ayudar a reducir los costos de la empresa a largo plazo.

Se debe invertir aproximadamente 10 millones de pesos dependiendo las condiciones de las instalaciones y recursos utilizados por la empresa. Para esta inversión es posible solicitar apoyo de Anato, entidad reguladora para las agencias de viajes o a entidades financieras. Teniendo en cuenta que estos recursos invertidos pueden ser recuperados a largo plazo a travez del reconocimiento y posición en el mercado adquirido despues de la certificación.

Como muestra, realizamos una entrevista a una agencia de viajes en proceso de certificación llamada “ECODESTINOS” donde se puede identificar ventajas de la certificación,

Entrevista realizada a la Agencia de Viajes Operadoras y Mayorista Ecodestinos, administrada por Aviatur



1. *¿Que la Impulso para certificarse en la NTS- TS 003?*

Es uno de los requisitos en la actualidad, que la exige la ley 1558 de 2012 en modificación de la ley 300 de 1996, también porque es requisito para poder vincularse laboralmente con empresas que también están certificadas a nivel nacional.

También lo deciden hacer porque está financiado pues Anato y otros gremios hacen convenios con Icontec y otras empresas certificadoras permitiendo que los afiliados se puedan certificar en un menor costo.

Para esta agencia tiene más relevancia una certificación internacional pues tienen más reconocimientos, y es más acogido,

2. *¿El proceso ha sido muy complejo para lograr la certificación?*

El proceso no es complejo, pero necesita de tiempo y dedicación, cumplir con todo lo que piden, diligenciar formatos y cumplir con los procedimientos

3. *¿Le asignan algún asesor para el proceso de certificación?*

Antes de que venga el certificador dependiendo con la empresa que se va certificar, viene una empresa que tiene la responsabilidad de asesorar y guiar todo el proceso

4. *¿Hay algún apoyo del gobierno para reducir el costo de la certificación?*

Como se ha dicho anteriormente por medio de los gremios, pero siempre y cuando hallan unas diez o veinte agencias para certificarse, si fuese una sola no cuenta con este apoyo.

Cuentan con el apoyo de una asociación llamada Serconatural, que a la vez es un gremio de turismo sostenible, y con el apoyo del viceministerio trabajan para que las agencias se puedan certificar. Pero se requiere que haya un trabajo en conjunto. Si la agencia se certifica, debe trabajar con proveedores que tengan unos mínimos requisitos o lineamientos. Pero en Colombia es poco probable que todos estén certificados ni siquiera cuentan con un registro nacional de turismo.

5. *¿Qué otra certificación le ha llamado la atención para certificarse?*

La certificación Smart Voyager, para poder trabajar con los asociados del gremio Serconatural.y tiene más representación y reconocimiento a nivel internacional, sin dejar a un lado el dinero y la dedicación de tiempo que se necesita para lograr algunas de estas certificaciones

6. *¿Ecodestinos hace cuanto ejerce su actividad turística?*

Desde 1998 está como Ecodestinos, pero desde del 2000, se trasladaron con la cámara y comercio en Leticia.

7. *¿Sus paquetes turísticos a que están orientados?*

Todos los paquetes turísticos están orientados a turismo de naturaleza, especializados en todas las regiones naturales de Colombia. Orientado hacia el Amazonas, Llanos Orinoquia como caño Cristales, San José de Guaviare; buscan también ampliar zonas como Guania, Vichada, el Pacifico etc.

8. *¿Qué beneficios traería esta certificación a su compañía?*

Mejora procesos, y procedimientos, esta certificación trae indicadores para poder ser más competitivo, y cada vez mas ir creciendo para trabajar con proveedores certificados y entre todos decir que se esta trabajando para ser sostenible

Conclusiones de la entrevista

Podemos identificar que el costo de la certificación es bastante alto, por esta razón las agencias de viajes se abstienen a certificarse; si la agencia de Viajes se encuentra afiliada a Anato que es la representante de Agencia de viajes y turismo en Colombia, la certificación saldrá más económica.

La certificación en Colombia no está en auge, se espera que a partir de la nueva reglamentación de la norma general del turismo haya un crecimiento en las agencias certificadas.

A nivel internacional encontramos un sin número de certificaciones para cada actividad que está relacionada directamente con la actividad turística, como anteriormente se ha planteado, siendo esto un reconocimiento para otras empresas internacionales y para el turista.

La opinión de la señora Helyda representante de Ecodestinos, para que las agencias reciban el beneficio de un menor costo para certificación en la NTS – TS 003 se deben presentar como mínimo diez agencias, si solo fuera una agencia la que quisiera certificarse esta no recibirá el beneficio de un menor costo.

CONCLUSION

Con esta investigación dimos a conocer los diferentes sellos de calidad sostenibles a nivel nacional e internacional, tendencia llamada en la actualidad GREEN MARKETING, donde la intención era promover e incentivar a las agencias de viajes a certificarse sosteniblemente.

Desarrollamos una serie de indagaciones las cuales dieron un resultado mínimo en cuanto a la certificación, por ello se realizó una entrevista para dar a conocer el punto de vista de un empresario en proceso de certificación y así mostrar a las demás agencias el proceso, desarrollo y resultado, esperando poder apoyar y motivar a los empresarios para aplicar a esta tendencia que está en auge.

BIBLIOGRAFIA

www.mincomercio.gov.co

scholar.google.es, Google Académico, Estudios y Perspectivas en turismo, Volumen 17 (2008), Centro Universitario UNA, Belo Horizonte, Brasil

<http://www.greenmarketing.com/>

<http://www.ecoestrategia.com/>

<http://www.ecodestinos.com.co/>