

**BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD  
PARA TURISMO DE NATURALEZA**

# **RESTAURANTES**



**El progreso  
es de todos**

**Mincomercio**



**Colombia  
Productiva**

PRODUCTIVIDAD · CALIDAD · VALOR AGREGADO



**BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD  
PARA TURISMO DE NATURALEZA  
RESTAURANTES**

Segunda edición

**Una publicación de**  
COLOMBIA PRODUCTIVA

**Comité editorial**

Colombia Productiva  
Organización para la Educación y  
Protección Ambiental - OpEPA  
Corporación Clorofila Urbana  
PUP Global Heritage Consortium

**Coordinación editorial**  
**Coordinación de Turismo Colombia  
Productiva**

Marcela Uribe Arango  
Andrea Parrado Erazo

**Revisión de textos**

*MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO*

Cristina Arbeláez  
Isabelle León  
Alejandro Vargas  
Luis Pardo

*MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE*

María Cristina Velázquez  
Milay Cano Baquero

*PARQUES NACIONALES NATURALES DE COLOMBIA*

Clara Burgos Valencia  
Carolina Cubillos Ortiz

**Consultoría y realización**

*ORGANIZACIÓN PARA LA EDUCACION  
Y PROTECCION AMBIENTAL – OpEPA*

**Director**

Luis Alberto Camargo

**Investigación y compilación**

Judy Amparo Carrillo L.  
Jeniffer Katherine González S.  
Laura Mireya Sandoval V.  
Carlos Armando Rosero R.  
Luis Fernando Castro Z.

**Corrección de estilo**

Iván Hurtado

**Fotografías**

Carlos Armando Rosero R.  
Rafael Serrano Esguerra

**Foto de Portada**

Patacón Criollo,  
Rafael Serrano Esguerra

**Diseño**

Diana Ordóñez Castillo  
Andrea Olarte Flórez

Todos los derechos reservados. Se autoriza la reproducción y difusión de material contenido en este documento para fines educativos u otros fines no comerciales sin previa autorización de los titulares de los derechos de autor, siempre que se cite claramente la fuente. Se prohíbe la reproducción de este documento para fines comerciales.

**COLOMBIA PRODUCTIVA**

*Presidente*

Camilo Fernández de Soto Camacho

*Vicepresidente de manufactura y servicios*

Pedro Mauricio Rojas

**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y  
TURISMO**

*Ministro*

José Manuel Restrepo Abondano

*Viceministro de Turismo*

Julián Guerrero Orozco

*Directora de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo*

Constanza Olaya Cantor

**Colombia Productiva**

Calle 28 No. 13 a 15.

Bogotá: (+571) 749 1000 - Colombia.

[www.colombiaproductiva.com](http://www.colombiaproductiva.com)



@Col\_Productiva



@ColombiaProductiva



Colombia Productiva

Bogotá, Colombia  
2021

# BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD PARA TURISMO DE NATURALEZA

# RESTAURANTES



# | CONTENIDO

San José de Guaviare,  
Guaviare   
Rafael Serrano Esguerra



# INTRODUCCIÓN

## CÓMO USAR ESTA GUÍA

### 1. CONCEPTOS GENERALES

Turismo Sostenible  
Turismo Comunitario  
Negocios Verdes  
Turismo de Naturaleza  
Productos complementarios al Turismo de Naturaleza  
Prestadores de Servicios Turísticos de Naturaleza

### 2. BUENAS PRÁCTICAS

Los restaurantes y las buenas prácticas  
Diseño / Remodelación / Puesta en marcha  
La empresa / Las áreas de funcionamiento  
Desarrollo del trabajo en equipo  
Desarrollo de productos y servicios  
Análisis del mercado y comercialización  
Estados y proyecciones financieras  
Análisis de resultados y evaluación de metas

### 3. HERRAMIENTAS Y RECURSOS

Certificación  
Casos exitosos  
Recursos en la web

## DOCUMENTOS DE CONSULTA Y REFERENCIA

# INTRODUCCIÓN

Frailejón,  
Páramo de Guasca  
Carlos Rosero 



## **El turismo es una de las principales actividades económicas en el mundo porque permite la integración armónica de factores sociales, culturales, económicos y ambientales para beneficio de las naciones.**

En los últimos años el turismo colombiano se transformó en uno de los principales promotores del crecimiento económico del país debido a su potencial para generar encadenamientos con otros sectores productivos, como los de construcción, transporte, entretenimiento, alimentos y bebidas, y salud y bienestar, entre otros.

En 2011, la Organización Mundial del Turismo designó a Colombia como uno de los países con mejor proyección turística en el mundo, gracias a sus grandes inversiones en infraestructura turística, la calidad de sus productos y el capital humano que posee para atender el sector. Posteriormente, en 2020, resaltó la importancia de que el país siga trabajando en la diversificación de productos, la formación y capacitación de los

prestadores de servicios, la sostenibilidad de la actividad y la conexión con nuevos mercados, a partir de los cambios que se van a presentar en el perfil del nuevo turista, para garantizar así una rápida recuperación del sector similar a las que se han dado a través de la historia después de las crisis económicas mundiales.

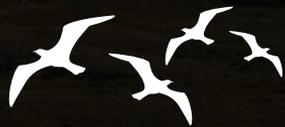
En este sentido, entre los tipos de turismo con mayor potencial para el desarrollo turístico de Colombia se destaca el turismo de naturaleza, dados los enormes recursos naturales con que cuenta el país, que lo posicionan en el segundo lugar en biodiversidad en el mundo (Minambiente, 2019).

Así mismo el turismo de naturaleza puede contribuir en la regulación del cambio climático desde varias perspectivas, ya que no solo permite, operativamente, reducir la huella de carbono de todas las actividades asociadas y compensar las emisiones de gases de efecto invernadero, además de cumplir con una función social importante a través de la interacción con las comunidades vinculadas a los atractivos naturales y la posibilidad de incluirlas en la cadena de valor, generando así una relación directa con el turismo comunitario.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de Colombia Productiva, impulsa la estrategia de fortalecimiento y desarrollo del turismo de naturaleza con el objetivo de lograr que toda la cadena productiva se fortalezca y compita en el mercado internacional por medio de la adopción de prácticas de gestión sostenibles y con un alto nivel de calidad en la prestación de los servicios, con acciones sencillas y efectivas que generen mayor productividad y competitividad.

Es por ello que se presenta la actualización del compendio de “Guías de buenas prácticas para prestadores de servicios en turismo de naturaleza” elaborada en 2014, así como las guías derivadas de ella, de la cual esta guía hace parte. Documento que tiene como marco y aporta a la implementación de la Política de Turismo Sostenible, la Política de Turismo de Naturaleza, el Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza, la Política de Turismo Cultural, la Política para el Desarrollo del Turismo Comunitario, el Plan Nacional de Negocios Verdes y la Agenda Interministerial suscrita entre el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. En el proceso de actualización se tuvieron en cuenta los avances que a nivel mundial han realizado tanto organizaciones como países que, como Colombia, buscan la sostenibilidad, la seguridad en salud y la protección de la población frente a las necesidades y riesgos sanitarios y operativos presentes en este tipo de actividades económicas.

La elaboración y actualización de la **“Guía de buenas prácticas para restaurantes”** en su segunda edición, fue posible gracias al liderazgo de Colombia Productiva y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y contó con el apoyo, en la validación de la información, del Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible y la Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales Naturales de Colombia.



El turismo es uno de los sectores empresariales con mayor crecimiento en el mundo.

Lagunas de Boca Grande,  
Sumapaz  
Carlbs Rosero



# CÓMO USAR ESTA GUÍA

Desierto de la Tatacoa,  
Huila



Carlos Rosero



**“Buenas prácticas en sostenibilidad para turismo de naturaleza. Restaurantes”** contiene información que le ayudará a preparar y a desarrollar su actividad en escenarios naturales, de manera profesional y responsable.

La guía se divide en tres secciones.

# 1

## CONCEPTOS GENERALES

La primera, **“Conceptos generales”**, enmarca conceptualmente el turismo de naturaleza y los diferentes prestadores de servicios de este sector turístico. También trata temas como la sostenibilidad, el patrimonio natural y cultural, conceptos inherentes a dicha actividad económica y, por ende, a las buenas prácticas para su buen desarrollo.



# 2

## BUENAS PRÁCTICAS

Las buenas prácticas para los servicios en turismo de naturaleza y los momentos de aplicación en el desarrollo de una actividad están contenidos en la segunda sección, **“Buenas prácticas”**, la cual se encuentra ilustrada y maneja íconos que hacen referencia a los cuatro ámbitos de los criterios globales del turismo sostenible.

Epidemdrum Ibaguense Kunth  
Carlos Rosero



# 3

## HERRAMIENTAS Y RECURSOS

La tercera, **“Herramientas y recursos”**, hace mención a los procesos de certificación tanto ambientales como de calidad, y contiene una recopilación de instrumentos que pueden ser utilizados por cualquier persona u organización que incurriere en el área de turismo sostenible y que desee afinar sus modelos administrativos de acuerdo con mecanismos ya existentes o desarrollar los suyos a partir de la experiencia de otros. Por tanto, provee también ejemplos prácticos, referencias y herramientas que actualmente se utilizan en el ámbito nacional e internacional y en diversos destinos turísticos.

La guía también cuenta con un elemento de control que les propone a los empresarios del sector, mediante una lista de chequeo, controlar cuál de las buenas prácticas referidas ya está aplicando en el desarrollo de su actividad. Esto les permite hacer una autoevaluación y fijarse metas de corto y mediano plazo para alcanzar los objetivos de sostenibilidad deseados.



# 1 | CONCEPTOS GENERALES



# TURISMO SOSTENIBLE

Es aquel en el que el patrimonio natural y cultural, además de ser la base del desarrollo de la actividad y la razón por la cual el turista realiza su viaje, deben ser, en sí mismos, objetos por conservar y proteger, no sólo para que la actividad se mantenga, sino también para garantizar su conservación en el tiempo y permitirle a una sociedad que su descendencia pueda disfrutar de los mismos beneficios naturales, culturales y económicos. Por eso su propósito es promover el manejo de todos los recursos mientras se mantienen las bases culturales y la diversidad biológica y ecológica de los sistemas que sustentan la vida.

La **Política de Turismo Sostenible en Colombia**, por su parte, también busca proporcionar una orientación estratégica a largo plazo del sector, articulando el crecimiento económico y sociocultural con la protección de los ecosistemas estratégicos y el capital natural que hacen parte de los atractivos turísticos y de las fuentes de ingreso que sustentan el desarrollo del país. En este sentido, la sostenibilidad se considera un pilar central y un factor de impulso turístico y de competitividad a nivel global: es necesaria para desarrollar, consolidar y posicionar el sector, haciendo frente al reto de controlar, mitigar y compensar la huella ambiental que generan las actividades.

La política, entonces, aborda y sustenta el fortalecimiento y la operación del turismo sostenible sobre los siguientes temas centrales:

- Fortalecimiento de la gobernanza.
- Información para el desarrollo de la actividad.
- Gestión eficiente de la energía.
- Ahorro y uso racional del agua.
- Manejo responsable de los residuos sólidos.
- Tratamiento de las aguas residuales.
- Mitigación de la contribución del turismo al cambio climático.
- Protección de la biodiversidad y los ecosistemas.
- Fomento de una demanda responsable.

Estos puntos deben entenderse como parte de un proceso continuo, que implica la interacción de cuatro líneas estratégicas: la operación planificada, la gestión de los destinos desde la planificación y la gobernanza, los comportamientos sostenibles de los turistas, y la apropiación y participación de las comunidades locales.

Para más información, la página del Ministerio Industria, Comercio y Turismo, en <https://www.mincit.gov.co/normatividad>, contiene el documento de la Política de Turismo Sostenible y un resumen de su contenido.

## PATRIMONIO NATURAL

Es el conjunto de elementos que conforman un paisaje; los monumentos físicos y biológicos, las formaciones geológicas, fisiográficas, las zonas que constituyan el hábitat de especies animales y vegetales y los lugares o zonas estrictamente delimitadas que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural (Conferencia General de la Unesco, 1972).

## PATRIMONIO CULTURAL

Constituido por todos los bienes y valores culturales que hacen parte de la expresión propia de los territorios, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes materiales y no materiales, muebles e inmuebles, de interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, arqueológico, ambiental, lingüístico, y científico (Ley 397 General de Cultura, 1997). Así, no se limita a elementos materiales, sino que comprende tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional.



# TURISMO COMUNITARIO

Se desarrolla en zonas rurales o urbanas y posibilita la oferta de servicios turísticos involucrando a la comunidad local de manera organizada en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo de un territorio (Viceministerio de Turismo, 2012). Este concepto pone especial énfasis en la vinculación de los aspectos sociales y ambientales de una zona y refuerza la importancia de la articulación y el empoderamiento de las comunidades (OMT, 2019), abriendo la oportunidad para el acceso a incentivos y el beneficio de la población en general a través de acciones como el financiamiento de infraestructura local o el apoyo a procesos de emprendimientos participativos que generan empleo e ingresos, y para la consolidación de una oferta de productos de diversa índole que permita la autonomía territorial (Ley 2068 de 2020, artículo 17).

Magdalena  
Rafael Serrano Esguerra



Camino Real  
Rafael Serrano Esguerra



# NEGOCIOS VERDES

El turismo de naturaleza se ha convertido en una alternativa económica para los habitantes de muchas regiones del país, dado que cumple con todos los criterios requeridos para considerarlo un negocio verde, entendido como “Aquellas actividades económicas en las que se ofrecen bienes o servicios que generan impactos ambientales positivos y que, además, incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas, con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio” (Ministerio de Ambiente, 2014, p.53). En este contexto, el ecoturismo se enmarca dentro de la modalidad de turismo de naturaleza, como uno de los principales productos en la categoría de negocios verdes.

El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible establece, en el *Plan nacional de negocios verdes* (2014), 12 criterios que orientan los principios fundamentales para consolidar un negocio verde:

- Viabilidad económica.
- Impacto ambiental positivo: bajo estrategias de conservación, investigación, monitoreo e interpretación.
- Enfoque de ciclo de vida: contempla alianzas con proveedores,

diseño de producto, capacidad de carga y guías certificados.

- Vida útil: establece el mantenimiento de instalaciones y un plan de inversiones.
- No uso de materiales peligrosos.
- Reciclabilidad de materiales.
- Uso eficiente y sostenible de los recursos.
- Responsabilidad social al interior de la empresa.
- Responsabilidad social y ambiental en cadena de valor.
- Responsabilidad social y ambiental al exterior de la empresa.
- Comunicación de atributos sociales y ambientales.
- Esquemas, programas y reconocimientos ambientales o sociales.

Estos criterios encuentran una aproximación y se vinculan, desde su concepción, con las buenas prácticas sostenibles asociadas al turismo de naturaleza planteadas en la presente guía.

# TURISMO DE NATURALEZA

Como lo ha establecido el gobierno nacional en el **Plan Sectorial de Turismo 2018-2022, “Turismo: El propósito que nos une”**, uno de los objetivos para este periodo es mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico, partiendo de estrategias que fortalezcan la productividad, el posicionamiento nacional e internacional, la corresponsabilidad entre actores y la generación de valor, dentro de una ruta orientada por las siguientes estrategias:

- Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo.
- Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país.
- Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.
- Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo.
- Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo.
- Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad.

La **Política Nacional de Turismo de Naturaleza**, define este tipo de turismo como aquella actividad económica “cuya oferta de productos y servicios se desarrolla en torno a un atractivo natural y que se rige por principios de sostenibilidad” (Política Nacional de Turismo de Naturaleza, 2012, p.12).

De esta manera, el **turismo de naturaleza** enmarca todos aquellos subproductos turísticos que se desarrollan en áreas naturales y se puede dividir en tres subcategorías:

## ECOTURISMO

Es el turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible, siendo la motivación esencial del visitante observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable frente al ecosistema y el bienestar de la comunidad local.

A su vez el turismo, en espacios de conservación como las áreas naturales del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (Sinap), encuentra escenarios paisajísticos y culturas particulares que le permiten al visitante, en su tiempo libre, adquirir placer, disfrute y bienestar para recrearse en medio de una sociedad agitada, que requiere de espacios de descanso para desarrollar actividades en función de su bienestar.

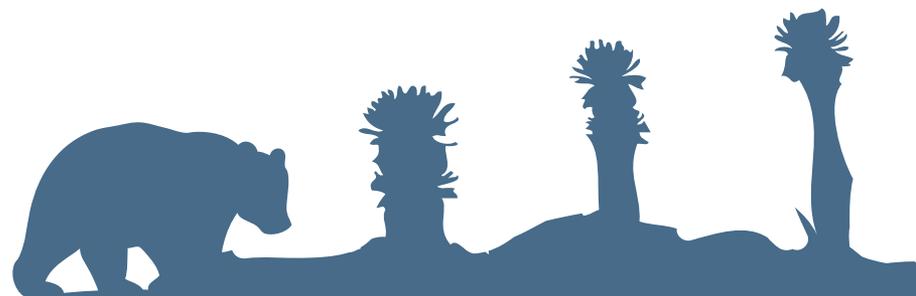
## **TURISMO DE AVENTURA**

Es un tipo de turismo en el que uno de los principales componentes consiste en el desafío del turista o viajero a sus capacidades físicas en los entornos naturales (tierra, agua, aire) donde se desarrolla. Las personas buscan en el turismo de aventura una oportunidad para involucrarse en la exploración o el viaje con un riesgo latente, pero controlado, donde inevitablemente será necesario hacer uso de habilidades tanto físicas como psicológicas. La Asociación de la

Industria del Turismo y Aventura (ATTA) lo define como el viaje que incluye al menos dos de los siguientes tres elementos: actividad física, entorno natural e inmersión cultural (ATTA, 2018).

## **TURISMO RURAL**

Es el tipo de turismo que identifica a la cultura rural como un elemento clave del producto y la vincula a la actividad resaltando las características propias de la zona donde se desarrolla. “La característica diferenciadora de productos de turismo rural es el deseo de facilitar al cliente un contacto personalizado, una impresión del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en cuanto sea posible, permitir su participación en actividades, costumbres, y estilo de vida de la población”.(Política de Turismo de Naturaleza, pg 13, 2012).



# PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AL TURISMO DE NATURALEZA

También quedan enmarcadas como productos complementarios al turismo de naturaleza aquellas otras actividades turísticas que se desarrollan en escenarios naturales pero que por reglamentación pertenecen a otras tipologías o clasificaciones del turismo, tales como:

- **Turismo cultural:** promueve el conocimiento de culturas vivas o del pasado, en las que se encuentran bienes, manifestaciones o intangibles que expresan una identidad y memoria para un grupo o colectivo humano. En esta práctica turística, la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos y productos culturales, materiales e inmateriales de un destino turístico (OMT, 2020).
- **Turismo científico:** promueve experiencias de profundización en conocimientos con valor para la ciencia. Estas experiencias requieren el apoyo de científicos o personal especializado, como guías entrenados para lograr el objetivo de conocimiento. Por su parte, el **turismo científico de naturaleza** se basa en la gestión del conocimiento que promueven la conservación y el uso sostenible de la

biodiversidad y la participación activa de la comunidad local, permitiendo el descubrimiento del territorio, los modos de vida y el capital natural y social. Además, integra la investigación participativa para identificar, generar, acumular, salvar, recuperar y distribuir conocimiento tradicional y académico sobre la biodiversidad en el territorio (Antonio dos Anjos et al., 2011).

- **Turismo de bienestar:** promueve las actividades relajantes, pasivas y deportivas en medio de ecosistemas conservados, con el fin de obtener condiciones de paz, tranquilidad y reparación que contribuyan a la curación, mejora estética, bienestar y prevención de enfermedades.
- **Turismo deportivo:** Actividad turística en la que el principal motivo consiste en presenciar o participar de un evento deportivo o practicar una disciplina deportiva en escenarios al aire libre o encubierto, bien sea dentro de espacios urbanos y acondicionados especialmente para tal efecto, o dentro de espacios naturales en aire, tierra o agua, según sus modalidades (Ley 2068 de 2020, artículo 3).

# PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE NATURALEZA

Los prestadores de servicios turísticos de naturaleza son todas aquellas personas naturales o jurídicas que habitualmente proporcionan, intermedian o contratan directa o indirectamente con el turista la prestación de bienes y servicios turísticos dentro de un área con atractivo natural especial, que se encuentran inscritos en el Registro Nacional de Turismo y que cumplen con los requisitos de sostenibilidad del destino.

A continuación se definen algunos de los principales prestadores de servicios turísticos que operan en los diferentes destinos naturales del territorio colombiano de acuerdo a la reglamentación nacional:

- **Alojamiento y servicios de hospedaje:** es el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación, y servicios básicos o complementarios, o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje.
- **Transporte:** es aquel servicio de alquiler de vehículos, con o sin conductor, desarrollado como parte de la actividad turística

que opere utilizando sistemas y combustibles del menor impacto ambiental posible (sonoro, atmosférico y terrestre), de conformidad con las normas que regulen la materia, y que se presta bajo la responsabilidad de una empresa legalmente constituida para tales fines y debidamente habilitada en esta modalidad.

- **Restaurantes o establecimientos de gastronomía:** se entiende por establecimientos gastronómicos, bares y similares, aquellos establecimientos comerciales, en cabeza de una persona natural o jurídica, cuya actividad económica está relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, pueden prestar otros servicios complementarios. Desde la perspectiva del turismo, en particular, la definición precisa que se trata del suministro a los turistas de productos alimenticios elaborados o naturales, cuyo origen sea local o de las zonas aledañas al área natural, y que para su elaboración, producción y procesamiento utilicen preferiblemente métodos sostenibles, orgánicos o del menor

impacto ambiental posible, en establecimientos que por sus características de oferta, calidad y servicio forman parte del producto turístico local, regional o nacional.

- **Agencias de viajes y turismo (vts, operadoras y mayoristas):** son las empresas comerciales constituidas por personas naturales o jurídicas inscritas en el Registro Nacional de Turismo, y que, debidamente autorizadas, se dedican profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios (Ley 300 de 1996 o Ley General de Turismo).
- **Guías de turismo:** son las personas naturales, nacionales o extranjeras, que prestan servicios en guionaje turístico, cuyas funciones son orientar, conducir, instruir y asistir al turista, viajero o pasajero durante la ejecución del servicio contratado.

Para efecto de las dinámicas actuales en cuanto a la comercialización y oferta al público de la actividad turística, es importante contar con las siguientes definiciones:

- **Plataforma electrónica de servicios turísticos:** es aquella que permite a los turistas buscar y encontrar un servicio turístico en su destino de viaje, contactarse con el prestador, reservar y/o pagar por el servicio. Intermedia entre el turista y el prestador de servicios y cobra una comisión, remuneración o tarifa de uso al prestador o al turista, o a ambos (Ley 2068 de 2020, artículo 3).
- **Operador de plataforma electrónica o digital de servicios turísticos:** es una persona natural o jurídica que administra, opera o representa una plataforma electrónica o digital de servicios turísticos (Ley 2068 de 2020, artículo 3).

Los prestadores de servicios en turismo de naturaleza son responsables de que tanto clientes como proveedores cumplan las normas de operación locales y de que el personal con el que trabajan esté debidamente capacitado y autorizado para desarrollar las funciones a su cargo, según la legislación vigente. Igualmente, deben velar por que los turistas conozcan los principios fundamentales que rigen la actividad turística y las normas del lugar visitado.

# 2 BUENAS PRÁCTICAS

Quebrada Reyes, Cundinamarca  
Rafael Serrano Esguerra



# LOS RESTAURANTES Y LAS BUENAS PRÁCTICAS

**La cocina colombiana, como la de la mayoría de los países suramericanos, tiene fuertes influencias de las culturas que llegaron al país durante el periodo de la Conquista y la Colonia.**

La conformación del variado grupo de influencias empezó con los habitantes del territorio, los indígenas, a quienes se sumaron los españoles, representados en andaluces, aragoneses y valencianos principalmente, y también los africanos, traídos por los españoles como esclavos. En el siglo XIX se sumaron las influencias inglesas y francesas, que dejaron su huella en la utilización de variados ingredientes y en la elaboración de distintos platos.

De esta manera, las costumbres gastronómicas foráneas se fueron anteponiendo a las locales, dejando su huella a lo largo del territorio nacional. Hoy la influencia española se nota más al interior del país y es fácil apreciar la marcada influencia africana en las costas colombianas.

Para mediados del siglo XX el país comenzó a dar pasos a una estructuración del sector gastronómico. Durante el gobierno de Ospina Pérez, mediante el decreto 1921 de 1950, se dictó la primera reglamentación para restaurantes, salones de té y cabarés, que eran clasificados por el Departamento Nacional de Turismo en: restaurantes de 1.ª, restaurantes de 2.ª, cabarés de 1.ª, cabarés de 2.ª y salas de té (Cardona, 2008: 42).

Para el año 1957 se dio inicio a la Asociación Colombiana de Grilles y Restaurantes (Acogram), grupo que posteriormente se propuso desde su junta directiva el reto de articular la actividad gastronómica a las actividades turísticas; citando el propósito de la junta directiva de Acogram, “La gastronomía es una actividad que pertenece al

sector turístico y lo lógico es que sea la Corporación Nacional de Turismo la que ejerza vigilancia sobre ella, y no dejaremos hasta conseguir que esta lógica se imponga” (2008: 43). Por razones financieras, en 1988 esta asociación fue liquidada, pero inmediatamente se creó la Asociación Colombiana de Restaurantes y Afines (Acodres), la agremiación que hasta la fecha continúa representando al gremio de los restaurantes.

## FORMALIZACIÓN

Para la Cámara de Comercio el empresario debe:

- **Verificar en la página web** del Registro Único Empresarial si el nombre que se desea poner al restaurante está disponible.
- **Completar el formulario de registro y matrícula**, así como realizar los pagos respectivos.
- **Presentar el anexo de solicitud del NIT** ante la DIAN. Este trámite también se puede hacer directamente en la DIAN.

Para la DIAN el empresario debe tramitar:

- **Inscripción en el RUT**, una vez que obtenga la certificación de apertura debe ir a la DIAN y solicitar el RUT definitivo.

- **Certificado de Sayco & Acinpro**, si el establecimiento tiene previsto usar música, y presentarlo ante la DIAN.

- **Permiso sanitario** emitido por la autoridad sanitaria de la localidad donde se encuentre el establecimiento. Este ente realizará una inspección al establecimiento antes de emitir el permiso.

- **Matricula mercantil**, según la ubicación del establecimiento, a través de un formulario en la web de RUES.

- **Registro nacional de turistas**, para servicios turísticos que según el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006 prestan los restaurantes con ventas anuales superiores a 500 salarios mínimos legales vigentes (SMMLV).

- **Inscripción en el RIT**: los establecimientos de comida deben estar inscritos en Registro de Información Tributaria.

- **Certificado de manipulación de los alimentos**. Es obligatorio que todos los empleados del establecimiento tengan la certificación de manipulación de alimentos.

En la notaría, es necesario que el empresario realice la escritura pública, la cual debe ser presentada ante la Cámara de Comercio al momento de hacer el registro.



## **BUENAS PRÁCTICAS EN TURISMO DE NATURALEZA**

### **“Buenas prácticas en sostenibilidad para turismo de naturaleza. Restaurantes”**

contiene información que le ayudará a preparar y a desarrollar su actividad en escenarios naturales, de manera profesional y responsable” basa su estructuración en las “Guías para la elaboración de un plan de negocios sostenibles” de la Universidad Externado de Colombia, teniendo en cuenta que en ellas se contemplan los siete aspectos relevantes para el funcionamiento sostenible de los restaurantes:

1. Diseño / Remodelación / Puesta en marcha.
2. La empresa / Las áreas de funcionamiento.
3. Desarrollo del trabajo en equipo.
4. Desarrollo de productos y servicios.
5. Análisis del mercado y comercialización.
6. Estados y proyecciones financieras.
7. Análisis de resultados y evaluación de metas.



Así mismo, y basándose en los **Criterios Globales de Turismo Sostenible**, se contemplan los cuatro ámbitos en los que se agrupan las buenas prácticas para los restaurantes que operan áreas naturales:



## SOCIAL Y ECONÓMICO

Comprende las buenas prácticas en las que se maximizan los beneficios sociales y económicos para la comunidad y se minimizan los impactos negativos, es decir, en las que el prestador de servicios turísticos genera y apoya las iniciativas productivas del lugar donde opera, concerta con las comunidades locales e indígenas códigos de conducta para las actividades que se desarrollan en sus jurisdicciones, vela por que se respeten las políticas y normas establecidas por la sociedad y trata en igualdad de condiciones a mujeres y miembros de minorías locales.

## GESTIÓN



Las buenas prácticas de gestión empresarial y administrativa son aquellas con las que el empresario se forma, educa y especializa; se ajusta y cumple con todas las leyes y reglamentaciones que su oficio le demanda, haciendo énfasis en la prohibición de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNNA) en Colombia; evalúa su desempeño para adoptar medidas correctivas cuando procede; se convierte en un

facilitador para que los clientes conozcan e interpreten adecuadamente los entornos naturales, la cultura local y el patrimonio cultural, y les explica los comportamientos adecuados que deben adoptar durante su estancia en el lugar. Adicionalmente, fortalece la planificación interna, incluyendo a las personas que la componen, para que adelanten sus labores de forma adecuada y oportuna, fortaleciendo a la organización ante las condiciones variables y repentinas que la administración de organizaciones plantea en el panorama dinámico del sector.

## CULTURAL



Abarca las buenas prácticas que maximizan los beneficios para el patrimonio cultural y minimizan los perjuicios, es decir, en las que el prestador de servicios actúa, respeta y promueve los códigos de comportamiento en los sitios de importancia cultural o histórica y protege las piezas arqueológicas e históricas. También contribuyen a la protección y el mantenimiento de bienes y sitios históricos, arqueológicos, culturales y espirituales, además de promover y valorar las tradiciones locales.

## AMBIENTAL



Las buenas prácticas en este ámbito maximizan los beneficios para el ambiente y minimizan los impactos negativos, es decir que se trata de las prácticas con las que el prestador de servicios turísticos promueve y ayuda en la protección de la biodiversidad y de los ecosistemas estratégicos a través de acciones como la adquisición de productos respetuosos con el ambiente y la colaboración en la reducción de la contaminación generada por los gases de efecto invernadero, las basuras, las aguas residuales, las sustancias nocivas, el ruido, la erosión y los contaminantes del aire y del suelo. El empresario ayuda a conservar la biodiversidad, los ecosistemas y los paisajes, protege las especies silvestres y no las saca de su entorno natural con fines de consumo, exposición o comercialización, ni las mantiene en cautiverio. También preserva los espacios naturales protegidos y ayuda a que los ecosistemas se alteren lo mínimo posible o se rehabiliten en caso de ser necesario.

Este conjunto de prácticas aborda medidas para proteger la salud personal frente a los riesgos físicos, químicos y biológicos a los que

se exponen los visitantes y los operadores. Esto significa que incluyen también la evaluación periódica de las situaciones ambientales y sociales, así como la salubridad de la iniciativa, y el establecimiento de protocolos de seguridad y bioseguridad, además de la contemplación de planes de contingencia, sin olvidar la formulación de estrategias de formación que brinden herramientas para la atención de emergencias.



**Se utilizarán los mismos íconos que aparecen al lado de cada ámbito para indicar los criterios que agrupan las buenas prácticas.**

# DISEÑO/REMODELACIÓN/PUESTA EN MARCHA

**Las buenas prácticas son aspectos que se deben abordar desde el momento inicial de gestión de un negocio.**

En este sentido, al ser tenidas en cuenta de manera apropiada desde el comienzo, facilitarán procesos posteriores y harán más sencillas las implementaciones necesarias.

Realizar una adecuada planeación contemplando los cuatro ejes (económico, social, cultural y ambiental) facilitará la dinámica del negocio mismo, haciéndolo más funcional, aprovechando las ventajas del entorno y estableciendo relaciones adecuadas con la comunidad y con el equipo de trabajo, lo que en últimas redundará en una mayor eficiencia y mejores resultados.

Es importante tener en cuenta los planes de ordenamiento territorial (POT), que están planteados de manera particular para cada municipio y que establecen los lineamientos para construcciones y remodelaciones. También es importante contemplar y seguir todos los aspectos legales que reglamentan y orientan el desarrollo de este tipo de negocio.





**1. Ubique su establecimiento en lugares que se encuentren libres de peligros de contaminación** (plagas, hongos, humo, polvo, olores pestilentes o similares).



**2. Desarrolle la infraestructura con materiales amigables** con el ambiente y con estándares arquitectónicos de sostenibilidad; por ejemplo, sustituya el asfalto por madera u otros materiales que permitan el filtrado de agua e incorpore diseños que contribuyan al aprovechamiento de la luz natural. En caso de requerir remodelaciones o nuevas construcciones, evite las modificaciones que puedan favorecer la erosión del suelo. Además de que existen varios manuales para la construcción de estructuras amigables con el ambiente, es recomendable buscar la asesoría de un arquitecto paisajista.



**3. Utilice equipos y utensilios resistentes a la corrosión** (de acero inoxidable), no porosos ni absorbentes, que no transmitan sustancias tóxicas, y olores ni sabores a los alimentos, y que sean fáciles de limpiar y desinfectar muchas veces. No olvide provisionar a sus empleados de elementos de protección personal como guantes, tapabocas y desinfectantes, que en lo posible no tengan un alto impacto ambiental. Esto ampliará las medidas de bioseguridad de su establecimiento.



**4. Ambiente las instalaciones de acuerdo con el medio en el que se encuentra,** resaltando las costumbres, las tradiciones y los elementos propios de la zona. Asigne espacios al interior de su establecimiento para la exposición de productos de las comunidades locales, como artesanías y comidas típicas.



**5. Involucre a la población local en el proceso de planeación de la actividad,** bien o servicio desde las etapas tempranas de la iniciativa, con el fin de que el proyecto sea aceptado y apropiado por la localidad como una alternativa económica. Un ejemplo de esto es la vinculación de productores de alimentos locales, artesanos, transportadores, mano de obra o alojamientos. Se recomienda que sus aliados locales estén también articulados en estrategias de implementación de buenas prácticas.





**6. Respete la normativa urbanística de cada territorio.** Se recomienda consultar esta normativa en las secretarías de planeación y en los planes de ordenamiento territorial de cada localidad. No construya ningún tipo de infraestructura privada en zonas públicas.



**7. Distribuya estratégicamente las diferentes áreas de su establecimiento,** de forma que garantice su funcionalidad y salubridad y la armonía de su diseño. Tenga presente que los materiales lisos facilitan la limpieza y evitan que las plagas dispongan de lugares de refugio y anidación. Determine espacios amplios, ventilados y con condiciones higiénico-sanitarias.



**8. Disponga de vías de acceso de fácil circulación** para su establecimiento, con señalización visible y clara, que garanticen el acceso a personas discapacitadas en igualdad de condiciones.



**9. Divulgue información visual y recomendaciones claras** de medidas de bioseguridad y protección personal para la prevención de enfermedades infectocontagiosas, y ubique los extintores y las salidas de emergencia en sitios de fácil acceso, con una identificación clara y visible y cerca de los puntos de riesgo.



**10. Contemple que los diseños en general sean armónicos con el ambiente.** Muebles y enseres deben guardar una unidad de conjunto y estilo decorativo que sea acorde con las características arquitectónicas del edificio y del espacio. Evite que la arquitectura y el diseño interior de su establecimiento sean contrarios a las tradiciones locales y afecten e influyan en el goce paisajístico natural.



**11. Conozca todos los atractivos culturales y naturales del destino.** De ser posible, apoye, organice y participe en actividades en pro de su conservación.





**12. Considere el reemplazo gradual o la implementación de fuentes de energía eficientes** desde un principio. Estas fuentes pueden ser sensores de luz que se activen según se requiera; sistemas de iluminación eficientes como lámparas fluorescentes compactas (CFL), tubos fluorescentes (T5), lámparas LED y balastro electrónico, o energía solar para generar energía eléctrica a través de placas fotovoltaicas. Mantenga registros de uso, de esta manera podrá determinar las áreas de mayor consumo y facilitar un plan de ahorro.



**13. Proporcione sombra al edificio** de su emprendimiento plantando árboles o arbustos nativos en los alrededores.



**14. Considere el reemplazo gradual o la implementación de fuentes de agua eficientes desde un principio.** Utilice sistemas ahorradores, como dispositivos de descarga de cisternas de bajo consumo, difusores de grifos y limitadores de presión. Mantenga registros de uso, de esta manera podrá determinar las áreas de mayor consumo y facilitar la ubicación de fugas para mantenimiento.



**15. Instale sistemas de tratamiento de aguas** servidas que permitan purificar el agua hasta un nivel de disposición final aceptable y, si es posible, reutilice las aguas ya tratadas. Recuerde que en Colombia está prohibido verter directamente las aguas en cuerpos de agua, por lo tanto se deben instalar sistemas de tratamiento de aguas residuales. Se recomienda buscar la asesoría de la Corporación Autónoma Regional con competencia en su área y aplicar el sistema de tratamiento óptimo para la zona y para sus condiciones particulares de operación.



**16. Eduque a sus clientes y empleados sobre la importancia del agua,** su conservación y su empleo responsable. Para este fin, haga campañas, talleres y charlas de información y formación en el uso racional del agua y entregue material informativo.



# LA EMPRESA - LAS ÁREAS DE FUNCIONAMIENTO

**La manera en que un negocio se organiza y la forma en que establece unas áreas específicas de funcionamiento facilitan o dificultan su desarrollo.**

Por pequeño que sea, un negocio contempla diferentes líneas de funcionamiento: áreas administrativas, operativas, de control, etc. Desde cada una de ellas se pueden establecer buenas prácticas. Administrativamente se pueden contemplar medidas de ahorro de energía, agua y recursos en general. En la operación, los impactos pueden ser mucho mayores y generar condiciones apropiadas para mantener la salud y prevenir los riesgos biológicos (infectocontagiosos), físicos y químicos derivados de las actividades turísticas.

Desde las diferentes áreas de la empresa se establecen las relaciones y las características de esas relaciones con los empleados, la contratación y el personal. De ahí la importancia de la inclusión social,

así como el respaldo a la igualdad de género, que se manifiesta a través de la asignación de labores según competencias y bajo políticas de remuneración equitativa para hombres y mujeres. De esta forma se sientan las bases de las relaciones con la comunidad, que son fundamentales para que el proyecto realmente sea exitoso.

Desde la administración, un negocio de restaurante puede relacionarse con su entorno y generar dinámicas que lo articulen con un proyecto turístico. Las buenas prácticas en este punto establecen las relaciones concretas al interior y exterior de la empresa y lo van posicionando como una iniciativa de negocio verde.



**17. Constituya su empresa legalmente.** Revise y aplique la normatividad ambiental y fiscal vigente.



**18. Obtenga la certificación de un órgano de inspección/certificación nacional o internacional.** y el sello de Bioseguridad, para generar confianza entre los viajeros que utilizan servicios turísticos. Las certificaciones y sellos son evaluaciones objetivas de las actividades desarrolladas. Se recomienda que acceda al esquema colombiano de certificación de turismo sostenible, desarrollado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.



**19. Ofrezca una justa relación entre precio y calidad.**



**20. Realice periódicamente el mantenimiento de la infraestructura física** del establecimiento. Cuenten con un programa de mantenimiento preventivo y un plan de limpieza con protocolos de desinfección en oficinas, áreas comunes y operativas, y unidades de transporte y equipos. En este sentido, se recomienda que tenga una sencilla lista de chequeo para comprobar periódicamente el estado de la infraestructura y las acciones de mantenimiento requeridas y realizadas.



**21. Cuenten con un plan de contingencias** para atender emergencias (por ejemplo, con instrucciones para seguir en caso de evacuación). No olvide contar con un botiquín acondicionado para accidentes laborales y emergencias médicas básicas. Evalúe periódicamente los riesgos físicos, ambientales, sociales y de salubridad de su iniciativa. Establezca un protocolo de seguridad y bioseguridad. Puede designar a una persona de su equipo como responsable de la gestión del riesgo con el fin de que defina estrategias para el abordaje en términos higiénico-sanitarios y demás situaciones que se presenten.



**22. Antes de asignar las actividades a quienes deben entrar en contacto con los productos en el desempeño de su trabajo, asegúrese de que se han sometido a un examen médico** para garantizar la higiene de los productos y la prevención de enfermedades infectocontagiosas. Este examen se debe realizar periódicamente.





**23. Promueva la integración social de las personas con discapacidad.**



**24. Promueva la inclusión social y el respeto por los derechos humanos,** independientemente de edad, religión, género, grupo étnico, discapacidad, orientación sexual y posición económica. Propicie puestos de trabajo dentro de las áreas de la empresa.



**25. Promueva la igualdad de género,** favoreciendo la participación equilibrada de mujeres y hombres para ocupar puestos de mando y de dirección y con igual remuneración según el cargo. No asigne tareas según estereotipos sino según las competencias, aptitudes y aspiraciones de las personas. Suspenda el lenguaje discriminatorio y fomente el empleo de mujeres de la comunidad para su autonomía económica y el desarrollo local.



**26. Sea sensible a las necesidades de sus empleados** y de las personas de la comunidad. Respete su cultura, patrimonio e identidad.



**27. Rechace explícitamente** y prevenga, a través de programas de capacitación y campañas, la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes. Informe a sus proveedores y clientes sobre su compromiso y denuncie sobre situaciones de riesgo o lugares sospechosos y/o conocidos como puntos de explotación. Exija documentación de los niños y prueba a los padres o tutores al usar el servicio. No utilice piezas de comunicación que exponga a los niños y niñas como atracciones turísticas.



**28. Apoye la protección de lugares con valor patrimonial.**



**29. Promueva actividades turísticas que protejan la herencia** cultural del lugar de destino y que permitan que los productos culturales y tradicionales, las artesanías y el folclore sobrevivan y florezcan, en lugar de que sean perdidos o se conviertan en simples reproducciones.



El turismo, en espacios de conservación como las áreas naturales del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, encuentra escenarios paisajísticos y culturas particulares que le permiten al visitante, adquirir placer, disfrute y bienestar

Rio Guayabero, Macarena  
Carlos Rosero



# DESARROLLO DEL TRABAJO EN EQUIPO

## El factor humano, ahora más que nunca, es una variable sustancial al momento de abordar aspectos de sostenibilidad en cualquier sentido.

Conocer de manera adecuada y profunda las características y necesidades de su equipo de trabajo le ayudará a tomar medidas adecuadas para mantenerlo siempre motivado y preparado para los retos de prestar un excelente servicio, ya que es su personal, más que ninguna otra variable, el que le ayudará a diferenciarse positiva o negativamente.

Recuerde que las personas no solamente se motivan por una remuneración justa. Existen factores que complementan de manera adecuada esa motivación y que incluyen la valoración, orientación y capacitación adecuada.

A continuación las buenas prácticas que no puede dejar pasar:



**30. Implemente un proceso de capacitación integral** que comprenda: procesos de inducción, códigos de ética y comportamiento, capacitación operativa, calidad del servicio, políticas de sostenibilidad, seguridad turística, primeros auxilios, cómo brindar información al turista, legislación laboral y turística y conocimientos básicos de la comunidad y el entorno. Es importante que TODO el personal operativo que tenga contacto con el cliente reciba este paquete básico de capacitación. Sea cuidadoso en el trato con turistas extranjeros, ya que pueden tener pautas culturales asociadas al distanciamiento social y poco contacto físico.





**31. Cree prácticas de formación entre los empleados** para que aprendan a comunicarse satisfactoriamente con los clientes, conozcan los productos y servicios del establecimiento y sepan manejar los inventarios. Promueva también la formación ambiental, las buenas prácticas en manipulación de alimentos y los protocolos de salubridad y bioseguridad para prevenir enfermedades infectocontagiosas, especificando la importancia de la utilización de elementos de protección personal de manera segura, la higiene necesaria, el control de desechos y el mantenimiento de los productos.



**32. Fórmese e informe sobre las normas de prevención de riesgos laborales** y el uso correcto de la maquinaria y el equipamiento del establecimiento. Hágalo también con las reglas y procedimientos internos, y transmita a los empleados lo que espera de ellos, sus obligaciones y responsabilidades.



**33. Cuente con al menos una persona que maneje un segundo idioma.** Adicionalmente, capacite al personal en los idiomas predominantes entre los turistas recibidos.



**34. Fomente la buena presentación personal:** la buena higiene, el uso correcto de la indumentaria de trabajo, el lavado correcto de manos, la importancia de llevar el pelo recogido y el uniforme presentable, así como el uso mínimo de maquillaje, adornos y joyas. Entrene a sus empleados para que nunca tosan o estornuden sobre los alimentos; se lleven los dedos a las orejas, la nariz y la boca; se pongan palillos o fósforos en la boca, o se arreglen el cabello durante el servicio.



**35. Reconozca, valore y cuide a los miembros de su equipo.** Haga énfasis en la importancia de la participación y cree incentivos para incrementarla gradualmente. Es fundamental que los resultados de las acciones implementadas sean comunicados a todos los integrantes del establecimiento.

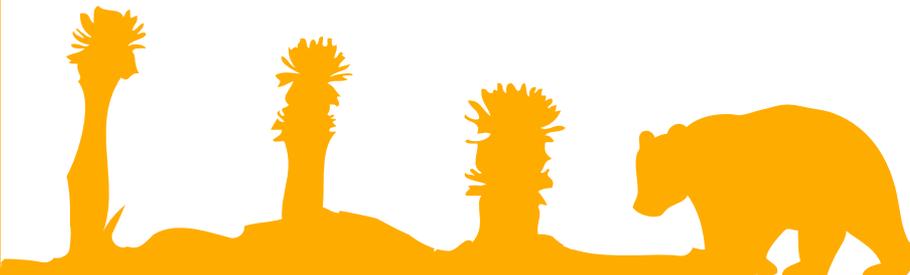


# DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

**Tenga en cuenta que en el ámbito turístico su producto en el restaurante es un atractivo.**

Por lo tanto, es indispensable prestar especial atención a las materias primas utilizadas, cómo es preparado, qué equipos se utilizan y en qué condiciones se encuentran, quién los prepara y los sirve, y todo el conjunto de elementos que directa e indirectamente constituyen su producto. Además, estas acciones vinculan a la comunidad en la cadena de valor y generan articulación entre el turismo de naturaleza y el turismo comunitario para ampliar su función social desde los beneficios que recibe la población del territorio a nivel general. Los clientes valorarán positivamente estas variables, que a su vez repercuten en la calidad del servicio.

Hay variables muy importantes en la relación precio-producto. Recuerde que lo que usted vende no es únicamente comida; detrás de un restaurante se esconde la experiencia gastronómica. En este sentido, no olvide prestar especial atención a todos los factores del ambiente que genera en el espacio donde se vive la experiencia con la comida.





**36. Investigue acerca de recetas autóctonas**, propias de la cultura regional, e incorpore dentro de su oferta culinaria recetas, materias primas o productos de origen local (frutas, vegetales, especias, lácteos y cárnicos). Incorpore experiencias gastronómicas y complemente la oferta con una breve explicación del origen y la producción de sus productos. Incluya opciones veganas, endulzantes alternativos, carnes vegetales o bebidas “saludables” en su oferta.



**37. Beneficie y ayude a fortalecer a pequeños productores:** en lugar de comprar a productores de mayor tamaño, y ajenos al destino turístico, compre sus productos a productores locales, en especial cuando tengan una óptima reputación de ofrecer alimentos sanos y de aplicar las buenas prácticas de manipulación aprobadas por el restaurante.



**38. Instaure una relación permanente con los proveedores** principales de cada producto para asegurar la regularidad en el servicio, los horarios de recepción de la mercancía, el intercambio de información sobre la evolución de los productos y otros factores que puedan garantizar el cumplimiento del servicio. En lo posible, elabore fichas técnicas de los proveedores, donde consigne la información relevante de su relación con ellos.



**39. Fomente la participación activa de la población local** en el turismo mediante la generación de empleos y su articulación en los distintos eslabones de la cadena productiva. Si es posible, es recomendable que en el desarrollo de sus actividades y la operación de los servicios garantice una participación mayor al 50% de personas de las comunidades locales, con el fin de generar beneficios reales en la localidad.



**40. Fomente encuentros culturales** entre los turistas y las comunidades locales, en los que se produzca un intercambio auténtico y respetuoso.





**41. Cuente con un listado de las características de calidad** que debe tener la materia prima para establecer su control: tenga en cuenta su olor, textura, sabor, color, apariencia general, temperatura, empaque y fecha de caducidad.



**42. Cuando sea posible, adquiera productos al por mayor,** con poco embalaje, inofensivos para el medio ambiente y cuya fabricación esté ligada a beneficios sociales, con el fin de reducir los costos de envasado, almacenamiento, transporte y eliminación.



**43. Tenga en cuenta los materiales, productos y suministros con certificación ambiental** cuando vaya a comprar las mercancías. Informe a los proveedores que el establecimiento favorece el consumo de productos certificados por su interés de posicionarse como negocio verde y acuerde con ellos la devolución de los empaques para favorecer la reutilización.



**44. Emplee utensilios reutilizables en vez de utensilios desechables.**



**45. Fomente y eduque sobre el manejo integral del fuego** con el fin de reducir los incendios forestales provocados por causas humanas. Utilice para ello medidas de prevención, detección, control y combate, y, si lo utiliza en la preparación de alimentos, no extraiga los combustibles de los bosques cercanos.



**46. Bajo ninguna circunstancia permita que se consuman, vendan, trafiquen o exhiban productos o especies en peligro de extinción** o que hayan sido extraídas con prácticas no sostenibles. Por ejemplo, para platos con carne de res prefiera los productos procedentes de la agricultura y la ganadería orgánicas o sostenibles.





**47. Garantice que en el desarrollo de sus actividades las emisiones de ruido sean bajas** con el fin de no afectar el entorno natural. Fomente en la comunidad y en los visitantes el buen y prudente manejo para reducir los impactos auditivos de todo tipo. Así mismo, construya cuartos insonorizados para plantas eléctricas, motobombas y demás aparatos eléctricos o mecánicos que puedan afectar la tranquilidad de un área natural o una comunidad.



**48. Aplique medidas para la reducción de las emisiones** contaminantes del aire como los gases y las partículas que emiten plantas eléctricas, motobombas y vehículos de transporte. Evite la quema de residuos y materiales no reciclables (desechos); los gases producidos durante su combustión son tóxicos y pueden afectar gravemente los ecosistemas y comunidades en donde se realizan las quemas.



**49. En lugar de aparatos eléctricos,** procure utilizar hornos, freidoras, calentadores y otros equipos que funcionen con gas.



**50. Vigile los productos químicos que se emplean en la limpieza** de las instalaciones y busque los que estén identificados como de una menor agresividad ambiental.



**51. Asegúrese de que todos los equipos y superficies que entren en contacto con los alimentos sean limpiados, lavados y desinfectados después de cada uso.**



**52. Mantenga en buen estado todos los equipos** para ahorrar energía, asegurar su uso racional y aprovechar el calor residual. Por ejemplo, los empaques de las puertas de refrigeradores y neveras deben estar en perfecto estado y ajustar correctamente para evitar la pérdida de frío, no se debe abrir innecesariamente el horno, se deben tapar los recipientes mientras se cocina y apagar la parrilla diez minutos antes de acabar la cocción para aprovechar el calor.



La Política de Turismo Sostenible en Colombia, proporciona una orientación estratégica, articulando el crecimiento económico y sociocultural con la protección de los ecosistemas estratégicos y el capital natural del territorio (Ministerio de industria, comercio y turismo, 2020)

Bromelia o Quiche, Sierra  
Nevada de Sta Marta  
Carlos Rosero





**53. Mantenga una estricta higiene personal** durante la elaboración de los productos para prevenir la transmisión de enfermedades infectocontagiosas: lávese las manos con desinfectante; mantenga el cabello recogido y las uñas cortas, limpias y sin esmalte; utilice calzado cerrado y preferiblemente antideslizante; use guantes cuando sea necesario; utilice tapabocas, una red para el cabello y delantal; no utilice joyería, reloj y otros accesorios, y no coma o beba en la zona de producción.



**54. Identifique claramente los productos almacenados** con un texto descriptivo donde se destaquen los datos más relevantes, como su nombre, composición y ciclo de consumo.



**55. No descongele los productos dentro del agua;** hágalo a temperatura ambiente. El agua es un medio ideal para la multiplicación y transmisión de microorganismos.



**56. Cerciórese de que toda el agua empleada para consumo humano, incluyendo el hielo, sea potable.**



**57. Evite el contacto de las materias primas** con el producto terminado, tanto de forma directa como a través del uso de utensilios sucios. Mantenga los alimentos cubiertos con un material que los aisle, con el fin de evitar la contaminación cruzada.





**58. Asegúrese de que las preparaciones culinarias se mantengan a la temperatura adecuada hasta el momento de servirlos,** tanto si se trata de platos fríos como de comidas calientes. Para este fin, tenga en cuenta siempre el tipo de alimento.



**59. No permita que personas con enfermedades infectocontagiosas, erupciones, heridas infectadas o mal protegidas entren en contacto directo con los productos.** Si tienen cortadas o heridas, asegúrese de que las cubran apropiadamente con material sanitario (gasas, vendas) y las recubran con un material impermeable (dedillo plástico, guantes plásticos) antes de entrar al área de procesos.



**60. Genere un protocolo de Bioseguridad en la atención,** para prevenir las enfermedades infectocontagiosas: por ejemplo, los platos deben tener un borde libre, de forma que puedan ser tomados sin tocar el alimento; por ningún motivo se deben servir los productos directamente con las manos ni se deben servir alimentos y coger dinero al tiempo, y la vajilla, los cubiertos y los vasos deben guardarse en lugares cerrados. Incluir el uso adecuado de Elementos de Protección Personal como guantes, tapabocas y elementos de desinfección.



**61. Garantice que el espacio de los comedores esté permanentemente limpio,** evite el uso de la misma mantelería en cada servicio, y opte por materiales y soluciones que faciliten el cambio para los nuevos clientes. Controle que las emisiones de ruido sean bajas, incluyendo la música. No olvide la limpieza de las superficies de las mesas o sillas que entren en contacto con los clientes: estas deben desinfectarse después de cada uso para prevenir la transmisión de enfermedades infectocontagiosas.





**62. Diseñe y exponga menús que expliquen** y difundan entre los visitantes el origen de los productos que están consumiendo, así como su interés por posicionarse como un negocio verde. Idealmente estos menús deben llevar las traducciones de los nombres en lenguas autóctonas.



**63. Asegúrese de que el tiempo de espera sea adecuado:** procure que sea un tiempo prudencial y cumpla con los plazos que se le informan al cliente. En caso de recibir quejas y reclamos, cuente con una actitud receptiva y mediadora para encontrar una solución.



**64. Establezca procedimientos** para cada uno de los procesos operativos: el control de los ingredientes y la recepción de alimentos, la aprobación de los proveedores, el almacenamiento, la desinfección de vegetales, la manipulación de alimentos, la higiene personal, la limpieza y desinfección de la infraestructura, el prelistamiento y la producción de los alimentos y el servicio a la mesa. Evite el contacto de las bebidas procesadas con las no procesadas, aun cuando requieran de las mismas condiciones de temperatura o humedad para su conservación.



**65. Diseñe y ponga en práctica un programa integral de manejo de plagas** que incluya medidas preventivas y medidas de control. Puede usar rejillas en ventanas y barreras debajo de las puertas, además de mantener todos los recipientes tapados. No permita el ingreso de animales domésticos a la cocina.



**66. Disponga en forma adecuada del aceite usado** de las máquinas y de la cocina. El aceite es altamente contaminante; en el caso del aceite de cocina, fíltrelo, reutilícelo y, de ser posible, véndalo como materia prima para la fabricación de jabones o concentrado para animales.





**67. Manténgase informado sobre los materiales** y las propiedades físicas y químicas de los productos que utiliza en sus actividades.



**68.** Para las diferentes áreas de la empresa, **seleccione en lo posible productos en materiales reciclados, orgánicos, biodegradables y retornables.** Así mismo, utilice productos que puedan ser reciclados después; por ejemplo, emplee papel con bajo impacto ambiental, utilice las hojas por ambos lados y reutilice el papel usado.



**69. Fomente medidas de separación en la fuente de los residuos** para su reciclaje: asegúrese de que se usen recipientes diferenciados según el tipo de desecho, que sean de material plástico a prueba de agua y de plagas y con tapas seguras. No olvide realizar la separación especial de residuos de riesgo biológico producidos por enfermedades infectocontagiosas, si se da el caso. Mantenga los contenedores de basuras limpios y aseados. Incorpore un contenedor especial y bien señalado para baterías o pilas usadas. En áreas protegidas garantice que los residuos sean devueltos a un centro urbano donde se les pueda dar un adecuado manejo.



**70. Si cocina con gas de cilindro, asegúrese de ubicar los cilindros a una distancia mínima de 1,5 m de la fuente de calor para evitar explosiones u otro tipo de accidentes.**



# ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

**Primero, tenga presentes tres factores clave: entorno, consumidor y competencia.**

Las condiciones de su entorno más próximo, como el lugar donde su negocio se desarrolla, son claves para determinar qué se puede y qué no se puede realizar; de igual manera, el entorno lejano afecta. Los cambios políticos, económicos, sociales y tecnológicos cada vez son más comunes y afectan las proyecciones comerciales inicialmente contempladas.

En segundo término, no olvide que el centro de su desarrollo son los clientes: muestre interés por ellos, conózcalos y aprenda a identificar

sus características. Evalúe constantemente sus gustos y emprenda acciones que busquen satisfacerlo.

Por último, no olvide que la competencia es fundamental para establecer las condiciones de su producto. Identifique las ventajas y desventajas propias, y resalte las acciones ambientales y sociales de su servicio o producto para establecer una marca propia y vincularse a mercados alternativos asociados a los negocios verdes.





**71. Desarrolle estrategias de mercadeo y comercialización.** No olvide dar a conocer el apoyo social y ambiental que impulsa su servicio o producto, ya que esto lo ayuda a posicionarse en el marco de los negocios verdes. Implemente la estrategia de las 4P: producto (conocer lo que se quiere ofrecer), precio (cuánto se va a cobrar), plaza (en dónde se va a ofrecer) y promoción (cómo se va a difundir). Revise las estrategias al menos una vez al año.



**72. Conozca las principales características de los clientes** y mida su grado de satisfacción.



**73. Mejore constantemente las relaciones de la empresa** con las partes interesadas (autoridades ambientales, clientes, proveedores y comunidad). Por ejemplo, los prestadores de servicios de alimentación, en conjunto con las autoridades locales y otras empresas turísticas, pueden realizar eventos gastronómicos que, además de difundir la tradición culinaria local, se conviertan en parte integrante de la oferta turística del destino.



Turismo comunitario, se desarrolla en zonas rurales o urbanas y posibilita la oferta de servicios turísticos involucrando a la comunidad local de manera organizada en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo de un territorio (Viceministerio de Turismo, 2012).



Raudal Angosturas,  
Macarena   
Carlos Rosero

# ESTADOS Y PROYECCIONES FINANCIERAS

**Identificar de manera clara este aspecto le permite conocer en pasado, presente y futuro lo que sucede con el dinero de la organización. Además, a partir de datos ciertos, puede analizar y tomar buenas decisiones.**

Lo más importante de los estados y las proyecciones financieras es que la información sea cierta, detallada y organizada. En la medida de lo posible, asesórese para organizar y establecer los estados financieros. Las cámaras de comercio de los distintos departamentos en Colombia están impulsando diferentes proyectos en este sentido. Con un adecuado conocimiento o asesoría, organice un presupuesto que le plantee las metas a alcanzar en periodos determinados.

Desde lo más básico, como tener claros los gastos y costos de la empresa, hasta acciones más elaboradas, como organizar un plan de negocios o establecer rubros de apoyo a proyectos sociales y comunitarios, estos elementos son fundamentales para llegar a contar con financiación o gestión de recursos en un momento dado.





**74. Tenga clara su misión, visión, plan operativo, estudio de mercado**, objetivos estratégicos, metas económicas, y los estudios de impacto social y ambiental y la política de sostenibilidad de la empresa. Esto le permitirá planificar la iniciativa estratégicamente y posicionarla dentro del marco de los negocios verdes, lo que fomentará su viabilidad económica en el tiempo.



**75. Conozca el punto de equilibrio de su empresa:** cuántos platos debe vender para no obtener pérdidas.



**76. Elabore una receta estándar para cada uno de los productos ofrecidos** como mecanismo para lograr la mejor y más justa retribución económica.



**77. Conozca y manténgase enterado de los incentivos tributarios** para beneficiar el turismo en Colombia. Incluya en el presupuesto anual un rubro o programas de voluntariado entre los viajeros para apoyar acciones comunitarias.



**78. Comunique a sus empleados los desafíos para el nuevo periodo** y los cambios que se llevarán a cabo en la implementación de las buenas prácticas.



# ANÁLISIS DE RESULTADOS Y EVALUACIÓN DE METAS

## Establecer y estructurar un proceso sistémico es fundamental en términos de medir los avances dentro de la organización.

Establecer mecanismos que permitan valorar de manera adecuada lo que se hace y contar con sistemas que permitan tanto interna como externamente medir su efectividad facilita la corrección a tiempo y sobre todo la mejora continua.

Medir procesos, productos, servicios, percepción y todo aquello que da un valor agregado es clave para un proceso continuo y dinámico de planeación, ejecución, control y evaluación.



**79. Realice registros de consumo,** de generación de residuos y de las buenas prácticas implementadas con el fin de medir la efectividad de los procedimientos y corregir a tiempo errores o anomalías.



**80. Revise las evaluaciones,** realice los análisis respectivos y proponga a la organización los ajustes necesarios. Reconozca y analice el grado de satisfacción del visitante por medio de encuestas, censos y otras herramientas que le permitan identificar las fortalezas y oportunidades de mejora que tiene el bien o servicio. Mantenga una evaluación permanente de los aspectos relacionados con la calidad del servicio y determine las acciones correctivas y preventivas necesarias. Aplique indicadores dentro de los manuales de calidad que desarrolle y oriente la evaluación de acuerdo con las normas técnicas de turismo sostenible u otra certificación nacional o internacional.





**81. Cuente con una herramienta de autoevaluación** para ver si ha cumplido o no con sus metas. Puede desarrollar indicadores y un sistema de monitoreo que permitan la medición de pautas controlables para supervisar los procesos y controlar la iniciativa.



**82. Plantee una nueva etapa de implementación** que integre las posibles mejoras identificadas durante el periodo anterior .



**83. Evalúe los errores y aciertos del proceso** y si se cumplieron las metas definidas. Esto le permitirá identificar las oportunidades de mejora que retroalimentan un nuevo periodo de implementación.



Ritacuba Blanco, PNN Cocuy  
Carlos Rosero



# 3 | HERRAMIENTAS Y RECURSOS



# CERTIFICACIÓN

## ¿QUÉ ES Y POR QUÉ ES IMPORTANTE LA CERTIFICACIÓN?

La certificación es un trabajo voluntario en el cual los restaurantes o establecimientos gastronómicos pueden garantizar al público general que los procesos, productos o servicios de los prestadores de servicios turísticos cumplen con estándares nacionales o internacionales en temas como calidad, sostenibilidad y bioseguridad, lo cual promueve el fortalecimiento y el desarrollo de la imagen, el desempeño, la productividad, la competitividad y la rentabilidad, porque:

- Optimiza el grado de credibilidad y confianza de los clientes y proveedores.
- Mejora el posicionamiento de la empresa en el mercado.
- Ayuda a diferenciarse del resto de empresas.
- Permite acceder a nuevos mercados.
- Permite medir los procesos para mejorarlos o corregirlos.
- Motiva a mejorar el desempeño cada día.
- Ayuda a reducir los costos mejorando los niveles de eficiencia.
- Aumenta el valor comercial de la empresa a través de su *know-how* y *goodwill*.
- Es un proceso formativo para todos los integrantes de una empresa.
- Ayuda a proteger el ambiente, la cultura, la sociedad y la economía del destino y la sostenibilidad propia.
- La certificación se da por un periodo determinado con opción de renovación, siempre y cuando se cumplan los criterios establecidos por el dueño del esquema de certificación.

## TIPOS DE CERTIFICACIÓN

A la hora de decidir certificarse es importante identificar los tipos de certificación que existen tanto a nivel nacional como a nivel internacional, ya que esto facilita elegir qué se va a certificar, bien sea los procesos, productos o servicios, o decidir el desempeño y alcance que se pretende tener. Existen cuatro tipos de certificación:

- **Certificación del sistema de gestión.**

Asegura que el funcionamiento de la empresa para la prestación de los servicios se enmarca en planear, hacer, controlar y actuar, mejorando los aspectos que influyen en la satisfacción del cliente y el logro de los resultados deseados.

- **Certificación de procesos.**

Asegura el establecimiento de un sistema que documenta y permite el análisis para la mejora continua de la calidad o el rendimiento de la empresa.

- **Certificación de productos o servicios.**

Asegura que lo que se está ofreciendo cuenta con

un buen nivel de calidad y de responsabilidad con la sociedad, la cultura, el ambiente y la economía.

- **Certificación del desempeño.** Cuenta con unos criterios base a partir de los cuales se mide la manera como se han venido cumpliendo los avances y el progreso, lo cual permite hacer comparaciones de una empresa a otra y saber cuál realiza una mejor gestión a nivel social, cultural, ambiental y económico.

De igual forma, se debe tener en cuenta que estos tipos de certificación tienen dos formas de calificación: por aprobación/reprobación o por niveles, en función del número de criterios cumplidos. En este caso, la certificación puede ocupar un nivel bajo, medio o alto.

Adicionalmente, hay que tener en cuenta que para las empresas con buen desempeño existen las ecoetiquetas, que son premios otorgados cuando no sólo cumplen con los requisitos exigidos por la certificación, sino que superan los estándares. Estas ecoetiquetas son un reconocimiento adicional a su buen desempeño.

## CÓMO ELEGIR UN PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN

Para elegir un programa de certificación es fundamental conocer las empresas certificadoras acreditadas a nivel nacional e internacional, el tipo de certificación que ofrecen y los criterios o estándares sobre los cuales basan sus certificaciones, pues hay una gran variedad de empresas y criterios (tenga en cuenta que certificación no es lo mismo que acreditación: una empresa tiene que estar acreditada para prestar servicios de certificación a otras empresas cuando se trata de estándares oficiales de un país).

Adicionalmente, es importante prestar atención a los valores agregados que otorga el programa de certificación elegido para que ayuden a destacar y obtener reconocimiento en el mercado.

**La certificación se da por un periodo determinado con opción de renovación, siempre y cuando se cumpla con los criterios establecidos por la certificadora correspondiente.**



Cañon del Rio Combeima, Tolima  
Carlos Rosero



## CERTIFICACIÓN EN COLOMBIA

La organización que controla y acredita a las empresas que prestan servicios de certificación en Colombia es el Organismo Nacional de Acreditación de Colombia (ONAC), y su labor se basa en los criterios de evaluación o directrices de sostenibilidad que se encuentran establecidos en las normas técnicas sectoriales (NTS) o colombianas (NTC). Las normas son elaboradas por el Organismo Nacional de Normalización (Icontec) y las Unidades Sectoriales de Normalización del sector para alojamientos, restaurantes, guías de turismo, agencias de viajes, transporte, tiempo compartido y turismo sostenible. El ONAC actualiza periódicamente el listado de empresas certificadoras acreditadas, que puede consultarse en la página:

- <https://onac.org.co/directorio-de-acreditados>

Las normas son elaboradas por el Organismo Nacional de Normalización (Icontec) y consultadas con las entidades y gremios pertinentes a cada prestador para acordar los estándares que se convierten en requisito al momento de obtener una certificación. Para las agencias de viajes aplican las siguientes normas técnicas sectoriales:

- NTS-USNA 001. Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. 2015

- NTS-USNA 002. Servicio de alimentos y bebidas de acuerdo con estándares técnicos. 2015.
- NTS-USNA 003. Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad. 2016.
- NTS-USNA 004. Manejo de los recursos cumpliendo con el presupuesto y el plan de trabajo definido por el establecimiento gastronómico. 2016
- NTS-USNA 005. Coordinación de la producción de acuerdo con los procedimientos y estándares establecidos. 2018
- NTS-USNA 006. Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica. 2012
- NTS-USNA 007. Norma sanitaria de manipulación de alimentos. 2017.
- NTS-USNA 008. Categorización de restaurantes por tenedores. 2018.
- NTS-USNA 009. Seguridad industrial para restaurantes. 2007.
- NTS-USNA 010. Servicio al cliente en establecimientos de comida rápida. 2007.
- NTS-USNA 011. Buenas prácticas en la prestación de servicios para restaurantes. 2012.

Las normas técnicas colombianas aplicables a los servicios de restaurantes tienen como propósito ofrecer una herramienta de gestión para la implementación de buenas prácticas y lograr los objetivos de desarrollo sostenible para el sector turístico.

Con el fin de fomentar los procesos de certificación, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo creó la Marca de Certificación de Calidad Turística Colombiana, un sello distintivo de calidad al que empresas y destinos pueden acceder una vez hayan sido certificados con la respectiva NTS o NTC, y que sirve como herramienta de promoción y reconocimiento para quienes buscan aumentar su competitividad. También existe el Sello Ambiental Colombiano, un distintivo que portan los productos y servicios que cumplen con los criterios ambientales exigidos por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Adicionalmente, en 2020 se creó el Check in certificado, un sello que certifica que los prestadores de servicios turísticos cumplen con los criterios de bioseguridad.

Por su parte, la modificación de la ley 2068 de 2020, establece el Sello de Accesibilidad e Inclusión Universal, que reconoce a los prestadores de servicios turísticos que incluyan dentro de su personal a personas con discapacidad, remuevan barreras de acceso y permitan disfrutar de los servicios de turismo a personas con alguna discapacidad. Este sello es renovable anualmente y está a cargo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Para mayor información, consulte:

- <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-turistica/calidad-turistica/marca-de-certificacion-de-calidad-turistica/prestadores-de-servicios-turisticos-certificados-en-calidad-turistica.pdf.aspx>
- [www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-19](http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-19)
- [bioseguridad.mincit.gov.co](http://bioseguridad.mincit.gov.co)
- <https://imgcdn.larepublica.co/cms/2020/12/31121021/LEY-2068-DEL-31-DE-DICIEMBRE-DE-2020.pdf>



## CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

Internacionalmente, el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) establece, en los Criterios Globales de Turismo Sostenible, los lineamientos básicos para la certificación de la industria turística, bajo cuyos estándares los organismos de certificación (CB) reconocidos por el GSTC certifican a los prestadores de servicios turísticos de alojamiento, agencias operadoras y destinos turísticos.

Las empresas acreditadas para certificar bajo los estándares del GSTC se pueden consultar en:

<https://www.gstcouncil.org/certificacion/organismosdecertificacion-acreditados/?lang=es>

Además de las empresas certificadoras que hacen parte del GSTC, existen otras con gran reconocimiento internacional en este tipo de procesos dirigidos a operadores turísticos, como EarthCheck, Travelife, Rainforest Alliance, y TourCert.

## ¿CÓMO FINANCIAR LA CERTIFICACIÓN?

Uno de los principales obstáculos para obtener una certificación es la falta de capital, no sólo por el valor de la membresía sino por los costos de implementación y la necesidad que tiene la empresa a certificarse de disponer del recurso humano necesario. Por eso, es importante conocer qué medios de financiación existen y cómo obtenerlos.

Existen diferentes escenarios para financiar la certificación:

- **Donaciones:** el gobierno, las agremiaciones y las ONG, entre otros, suelen financiar estos proyectos de manera parcial. Estas donaciones no se deben reembolsar, pero los donantes suelen pedir informes con el fin de verificar que el dinero haya sido bien invertido.
- **Préstamos:** es posible adquirir un préstamo bajo términos favorables para pequeñas y medianas empresas con plazos más largos y reducción en los montos por pronto pago. Esta puede ser una gran opción, a pesar de que es reembolsable.

Así mismo, algunas entidades que apoyan empresas en áreas naturales ofrecen préstamos y créditos con fines ambientales.

- **Apoyo en especie:** se trata de ofrecer servicios o productos a otras empresas a cambio del subsidio para la certificación.
- **Pago por servicios ambientales:** en el caso de contar con una empresa en un lugar donde se puedan ofrecer los beneficios que ofrecen los ecosistemas de una forma sustentable, es posible recibir pagos por su uso.

Finalmente, para acceder a financiación para certificaciones tenga en cuenta que debe: a) conocer su estado financiero; b) elaborar un plan de negocios y presupuesto; c) determinar las necesidades específicas de financiamiento; d) identificar las diferentes fuentes de financiamiento y sus condiciones; e) redactar una propuesta de acuerdo con el plan de negocios y el presupuesto realizado e incluir los beneficios que la certificación generará, no sólo para la organización, sino para la comunidad y los clientes, empleados y proveedores, y f) establecer un cronograma y una estimación aproximada de recursos humanos y económicos para el proceso que considera desarrollar.



### ■ SUÁ COCINA CONCIENCIA



Ubicada en corregimiento de Palomino, Municipio de Dibuya, departamento de la Guajira. Corresponde a un modelo de gastronomía sostenible basada en la preparación de platos gourmet que promueven la conservación de los recursos naturales y dar a conocer platos tradicionales, bajo una propuesta de sabores fusión, que involucra alimentos locales, preparaciones de la cultura indígena Kogui, con cocina internacional. Se constituyen desde el 2013, como una plataforma de producción de ideas gastronómicas de emprendimiento social y empresarial que históricamente ha vinculado a jóvenes y mujeres cabeza de hogar del territorio.

Hace parte del portafolio de Negocios Verdes, impulsado por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

---

 [https://web.facebook.com/suapalomino?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/suapalomino?_rdc=1&_rdr)

## BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



## BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



## BUENAS PRÁCTICAS SOCIO - ECONÓMICAS



## BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES



Cuentan con políticas de contratación formal de los empleados, que permitan una remuneración justa. Sus propuestas gastronómicas parten del análisis de mercado según los platos posicionados por el cliente. Implementan un proceso de formación continua alrededor de la cultura de paz, desde 5 ejes temáticos: resolución pacífica de conflictos, biodiversidad, liderazgo, empatía y solidaridad.

Los menús y platos, se diseñan considerando la menor generación de basura y la pesca responsable. Cuentan con un centro de reciclaje y de compostaje que les permite crear la cultura del aprovechamiento de los residuos orgánicos, así como la separación y la reutilización de los desechos. Dentro de su ejercicio operativo esta la minimización de empaques y plásticos y sus instalaciones están diseñadas con sistemas de Pozo séptico y trampas de grasas que reducen la contaminación del subsuelo. Han apoyado campañas con jóvenes para la limpieza de ríos y playas y dentro de las gestiones territoriales vienen proyectando la construcción del centro de reciclaje de Palomino.

Los alimentos provienen de la producción local de los patrios caseros generando alianzas los campesinos de la zona. Dentro del restaurante cuentan con un espacio para la comercialización de artesanías e iniciativas productivas del territorio.

Las instalaciones están ambientadas y decoradas con elementos simbólicos asociados a la cosmogonía Kogui, como son los murales de animales míticos y el salón de las máscaras. Cuentan con un programa de formación a jóvenes que pretende salvaguardar el patrimonio agroalimentario e impulsar la soberanía alimentaria, e implementan una iniciativa educativa denominada las Charlas Suá, basadas en 3 ejes temáticos; los Relatos de su cocina que revaloriza al cocinero tradicional, las Anécdotas de la cosmogonía que pretende el reconocimiento del territorio sagrado para los Kogui y Saberes y frutos del mar y la tierra, que impulsa la seguridad y la soberanía alimentaria territorial.

### YARUMO BLANCO



Asociación comunitaria ubicada en la cuenca del río Otún, departamento de Risaralda. Construida bajo los principios del ecoturismo y los lineamientos del desarrollo sostenible, desde el 2009 presta servicios en educación ambiental, hospedaje, gastronomía y actividades de esparcimiento. Implementa una apuesta clave desde el turismo comunitario que propicia la permanencia digna de los jóvenes en el territorio. Su propósito incluye el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades con acciones que incluyen la reforestación, el mejoramiento de infraestructura vial y la educación ambiental. Además impulsa el desarrollo dentro de los espacios de planeación estratégica territorial a través de la construcción del plan de ordenación y manejo de la cuenca hidrográfica del río Otún. Fortalece las capacidades de otros prestadores desde el intercambio de conocimientos de las comunidades de La Guajira, Buenaventura y Chingaza. También hace parte de la Red Nacional de Aviturismo, la Red de Turismo de Naturaleza y la red de turismo comunitario TuriCom, que vincula a Ecuador, Perú y Colombia. Cuenta con la certificación Tourcert.



<https://yarumoblanco.co>

## BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



Cuenta con una política de sostenibilidad que previene, mitiga y controla los impactos socioculturales, ambientales y económicos. Desarrolla capacitaciones con los empleados para garantizar la prestación de servicios ecoturísticos sostenibles. Se ha vinculado a programas de formación en la Estrategia Nacional de Prevención de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA) y ha implementado prácticas de detención en alertas tempranas. Al apoyar acciones territoriales, ha propiciado el cumplimiento de los derechos en la localidad.

## BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



Sus recorridos turísticos promueven la reflexión alrededor de la conservación de los ecosistemas y el uso sostenible de los recursos. Apoya algunos programas de Parques Nacionales Naturales enfocados al monitoreo de especies relevantes como el mono aullador, la pava caucana y la marteja. Junto a una ONG internacional, ha apoyado la conservación de aves migratorias y ha dinamizado el turismo científico. Impulsa un semillero comunitario de niños y jóvenes para permitir el relevo generacional. Con la empresa Aguas de Pereira, ha reforestado zonas afectadas por el pastoreo.

## BUENAS PRÁCTICAS SOCIO - ECONÓMICAS



El 50% de los insumos de su restaurante se adquieren a través de iniciativas productivas presentes en el territorio, lo que permite dinamizar la economía local de las familias campesinas del sector. El transporte es contratado en la misma localidad por conductores de la alta montaña. Las personas que hacen parte del equipo de trabajo habitan en el municipio.

## BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES



Sus productos vinculan y ponen en valor las bases culturales gracias a los acuerdos adquiridos con las familias de la alta montaña para que el turista pueda hospedarse y acercarse a la cotidianidad campesina. Apoya el festival Campesino, Viento y Montaña y el Festival del Gallo Ornamental con el fin de salvaguardar el patrimonio cultural.

# RECURSOS EN LA WEB

## **Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica**

<http://acodres.com.co/>

## **Asociación Colombiana de Turismo responsable (Acotur)**

<https://www.acotur.co/>

## **Asociación de Restaurantes Sostenibles (SRA)**

<http://www.thesra.org/>

## **Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes (IH&RA)**

<https://www.viajesyturismoaldia.com/organismos-de-turismo/internacionales/asociacion-internacional-de-hoteles-y-restaurantes/>

## **Certificación de turismo en Colombia**

<https://onac.org.co/directorio-de-acreditados>

## **Certificación Turismo Sostenible**

[https://www.responsibletravel.org/docs/Manual\\_No\\_1.pdf](https://www.responsibletravel.org/docs/Manual_No_1.pdf)

## **Certificado de calidad turística**

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-turistica>

## **Código de Ética Mundial para el Turismo**

<https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>

## **Compensación de carbono del turismo**

<https://sustainabletravel.org/our-work/carbon-offsets/>

## **Conservación Internacional Colombia**

[www.conservation.org.co](http://www.conservation.org.co)

## **Contemplar, Comprender, Conservar: Manual ilustrado para guías de turismo de naturaleza en Colombia**

<https://guianaturaleza.colombia.travel/>

## **Construcción Sostenible**

<https://www.ccs.org.co/wp/>

## **Criterios Globales del Turismo Sostenible**

<https://www.gstcouncil.org/?lang=es>

## **Ecoturismo - Turismo Responsable y Sostenibilidad**

<http://www.ecoturismo.org>

## **Garantizar la ética del turismo tras el COVID-19**

<https://www.unwto.org/es/comite-mundial-de-etica-del-turismo-covid-19>

**Guía para la implementación de la NTS-TS 004. Establecimientos gastronómicos y bares. Requisitos de sostenibilidad**

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/guia-de-implementacion-de-nts/guia-de-implementacion-de-la-nts-ts-004-establecim/guia-de-implementacion-de-la-nts-ts-004-establecimientos-de-la-industria-gastronomica.pdf.aspx>

**Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima)**

<https://www.invima.gov.co/>

**Innotur**

<http://www.innotour.com/home/>

**Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural**

<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com>

**Manual Manipulación de alimentos**

<https://www.mincit.gov.co/prensa/medidas-para-mitigar-impacto-del-covid-19/documentos-covid-19/circular-015-del-9-4-20-protocolos-para-excepcione.aspx>

**Modificación Ley 300 (ley 2068 de 2020)**

<https://imgcdn.larepublica.co/cms/2020/12/31121021/LEY-2068-DEL-31-DE-DICIEMBRE-DE-2020.pdf>

**Negocios verdes, inclusivos y competitivos**

[http://negociosverdes.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2019/03/modulo\\_6\\_nv.pdf](http://negociosverdes.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2019/03/modulo_6_nv.pdf)

**Normas técnicas sectoriales para establecimientos gastronómicos y sostenibilidad**

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales>

**Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**

<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

**Parques Nacionales Naturales de Colombia y Sistema Nacional de Áreas Protegidas**

<http://www.parquesnacionales.gov.co>

**Patrimonio Cultural Inmaterial**

<https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial>

**Plan de Negocios Turismo de Naturaleza**

<https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ef226c3-5cb5-410a-b081-ad762c9f4e17>

**Planificación y Gestión del Turismo de Naturaleza (Sinap)**

<https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/>

**Plataforma Electrónica Digital**

<https://www.entornoturistico.com/>

### **Política de Turismo de Naturaleza**

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza>

### **Política de Turismo Sostenible**

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>

### **Política de Turismo Sostenible (Resumen)**

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/resumen-ejecutivo-politica-de-turismo-sostenible.aspx>

### **Portafolio Turismo de naturaleza: Negocios verdes**

<https://www.minambiente.gov.co/images/portafolio-turismo-de-naturaleza-negocios-verdes.pdf>

### **Restauración colectiva**

<http://www.restauracioncolectiva.com/es/>

### **Sello Ambiental Colombiano**

<https://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-19>

### **Sello de bioseguridad “Check in Certificado”**

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/sello-de-bioseguridad-check-in-certificado-turismo>

### **Turismo de aventura**

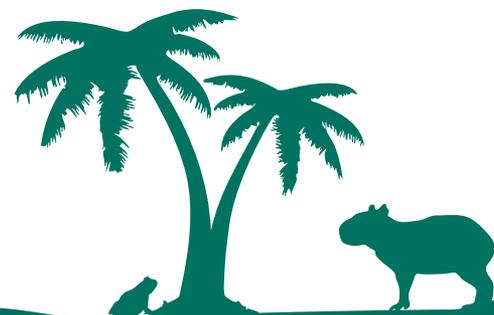
<https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-de-aventura/>

### **Turismo comunitario**

[http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/manual\\_buenas\\_practicas\\_digital\\_0\\_0.pdf](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/manual_buenas_practicas_digital_0_0.pdf)

### **Turismo rural**

<http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n3/v28n3a18.pdf>



Turismo de Naturaleza, Oferta de productos y servicios se desarrolla en torno a un atractivo natural y que se rige por principios de sostenibilidad (Política Nacional de Turismo de Naturaleza, 2012)

Playa Blanca,  
PNN Ensenada de Utría   
Carlos Rosero

# DOCUMENTOS DE CONSULTA Y REFERENCIAS

Ciudad Perdida,  
Sierra Nevada de Santa Marta   
Carlos Rosero



**Alcaldía Mayor de Bogotá.** (2014). *Manual de buenas prácticas en turismo rural comunitario*. Recuperado de [http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/manual\\_buenas\\_practicas\\_digital\\_0\\_0.pdf](http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/manual_buenas_practicas_digital_0_0.pdf)

**Alpines Lakes Network.** (2010). *Ecotourism Good Practices. Guide Book*. Recuperado de [http://www.alpine-space.org/2000-2006/uploads/media/Alplakes\\_Ecotourism\\_Good\\_Practices\\_EN.pdf](http://www.alpine-space.org/2000-2006/uploads/media/Alplakes_Ecotourism_Good_Practices_EN.pdf)

**Área Metropolitana del Valle de Aburrá. Grupo Producción Más Limpia.** (2005). *Manual de buenas prácticas ambientales para los hoteles y restaurantes*. Recuperado de <https://idoc.pub/documents/manual-buenas-practicas-ambientales-para-los-hoteles-y-restaurantes-pd49dv27won9>

**Asia-Pacific Economic Cooperation.** (2010). *Malaysia's Experience and Best Practices in Sustainable Ecotourism*. Recuperado de [http://mddb.apec.org/Documents/2010/GOS/GOS-TWG-CON/10\\_gos-twg\\_con\\_005a.pdf](http://mddb.apec.org/Documents/2010/GOS/GOS-TWG-CON/10_gos-twg_con_005a.pdf)

**Asociación Panameña de Turismo Sostenible.** (2009). *Guía de Turismo Sostenible*, Panamá: APSO, Fundación Avifauna, Ancon.

**Adventure Travel Trade Association (ATTA).** (2017). ATTA y turismo de aventura. Recuperado de <https://www.decaba.com/es/atta-adventure-tourism/>

**Beltrán, J. E.** (2016). *Análisis de las prácticas ecoturísticas realizadas por los prestadores de servicios turísticos, en el marco de las buenas prácticas para el desarrollo del ecoturismo: estudio de caso Parque Nacional Natural Tayrona* (tesis de maestría). Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá.

**Ceballos-Lascuarain, H. (1991).** *Tourism, eco-tourism and protected areas*. En Kusler (ed.). *Eco-tourism and Resource Conservation*, vol. 1. Gland, Suiza: Eco-Tourism and Resource Conservation Project.

**Center for Ecotourism and Sustainable Development.** (2007). *Pasos prácticos para mercadear la certificación turística*. Recuperado de [https://www.responsibletravel.org/docs/Manual\\_No\\_3.pdf](https://www.responsibletravel.org/docs/Manual_No_3.pdf)

**Center for Ecotourism and Sustainable Development.** (2007). *Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo*. Recuperado de [https://www.responsibletravel.org/docs/Manual\\_No\\_1.pdf](https://www.responsibletravel.org/docs/Manual_No_1.pdf)

**Colciencias.** (s.f.). Proyecto oferta Colciencias “Colombia bio-turismo científico de naturaleza”.

**Congreso de la República de Colombia.** (2012). Ley 1558. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996. Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

**Congreso de la República de Colombia.** (2020). Ley 2068. Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

**Day, J., Dudley, N., Hockings, M., Holmes, G., Laffoley, D., Stolton, S. y Wells, S.** (2012). *Directrices para la aplicación de las categorías de gestión de áreas protegidas de la UICN en áreas marinas protegidas*. Gland, Suiza: UICN.

**De Duque, R.I. y Ochoa, F.** (2008). *Guía para la elaboración de un plan de negocios en ecoturismo*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia e Instituto Alexander von Humboldt.

**Federación Española de Hostelería.** (s.f.). *Manual de buenas prácticas en hostelería*. Recuperado de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2017/01/03/manual-de-buenas-practicas-en-hosteleria/>

**Ferro Medina, G., Durán Calderón, S.M. y García Caro, J.** (2012). *Del monumento al pensamiento. Patrimonio de Colombia para la humanidad*. Catálogo de la exposición "Del monumento al pensamiento. Patrimonio de Colombia para la humanidad", Museo Nacional de Colombia. Bogotá

**Global Sustainable Tourism Council.** (s.f.). *Criterios globales de turismo sostenible*. Recuperado de <https://www.gstccouncil.org/wp-content/uploads/2017/01/Spanish-GSTC-Dv1-1nov13-2.pdf>

**GQSP Colombia.** (2020). *Guía de higiene y desinfección para la industria en tiempos de COVID-19*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/documentos-noticias/guia-covid-gqs-colombia-productiva.aspx>

**Ham, S. H.** (1992). *Interpretación ambiental. Una guía práctica para personas con grandes ideas y pequeños presupuestos*. Colorado: North American Press.

**Inmark.** (2016). *Plan estratégico y de Negocios del turismo cultural de Colombia*. Bogotá

**Leave No Trace.** "The Leave No Trace Seven Principles". Recuperado de <https://www.rei.com/learn/expert-advice/leave-no-trace.html#:~:text=The%20Leave%20No%20Trace%20Seven%20Principles,-Plan%20ahead%20and&text=Dispose%20of%20waste%20properly.,Respect%20wildlife>.

**Les Orangeries.** (2014). *L'audit du SRA en matière de restauration durable*. Recuperado de <http://www.tourisme-durable-orangeries.fr/2014/03/l-audit-du-sra-en-matiere-de-restauration-durable.html>

**Lewis, W.J.** (1981). *Interpreting for Park Visitors*. Filadelfia: Eastern National Park and Monuments Association. Recuperado de [http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism\\_practices\\_guide\\_spanish.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf)

**Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y Parques Nacionales Naturales.** (2007). *Lineamientos para el ecoturismo en Colombia*.

**Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y Fundación Natura.** (2011). *Guía de buenas prácticas en actividades de ecoturismo para ecoturistas*. Bogotá.

**Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y Parques Nacionales Naturales.** (2007). *Lineamientos para el ecoturismo en Colombia*.

**Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.** (2014). Resolución 0531 de 2013. Recuperado de <https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/12/RESOLUCION-0531-DE-2013-ACTIVIDADES-EN-PARQUES-NACIONALES-ECOTURISMO.pdf>

**Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.** (2020). Sello ambiental colombiano. Recuperado de <https://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-19>

**Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.** (2020). *Turismo de naturaleza: Una experiencia responsable. Negocios verdes*.

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2002). Norma técnica sectorial NTS-USNA 002. Servicio a los clientes con los estándares establecidos. Bogotá.

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2002). Norma técnica sectorial NTS-USNA 003. Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad. Bogotá.

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2002). Norma técnica sectorial NTS-USNA 004. Manejo de recursos cumpliendo las variables definidas por la empresa. Bogotá.

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport, Aviaexport y T&L.** (2013). *Plan de negocio de turismo de naturaleza de Colombia*. Bogotá.

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2005). Norma técnica sectorial NTS-USNA 007. Norma sanitaria de manipulación de alimentos. Bogotá.

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2007). Norma técnica sectorial NTS-USNA 009. Seguridad industrial para restaurantes. Bogotá.

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2007). Norma técnica sectorial NTS-USNA 010. Servicio al cliente en establecimientos de comida rápida. Bogotá.

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2007). *Política de Turismo Cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio*. Recuperado de <https://www.mincultura.gov.co/SiteAssets/documentos/Turismo/Politica.pdf>

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2008). *Establecimientos gastronómicos y bares. Requisitos de sostenibilidad* (NTS-TS 004).

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2009). Norma técnica sectorial NTS-USNA 008. Categorización de restaurantes por tenedores. Bogotá.

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2012). Norma técnica sectorial NTS-USNA 006. Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica. Bogotá.

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2012). Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 011. Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes. Bogotá.

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2012). *Política de Turismo de Naturaleza*. Recuperado de <http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/POLITICA%20DE%20TURISMO%20DE%20NATURALEZA.pdf>

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022. Turismo: El propósito que nos une*. Bogotá

**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.** (2020). *Política de Turismo Sostenible*. Recuperado de [mincit.gov.co.https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx](https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx).

**MinCIT.** (2020). Resolución 0576. Por medio de la cual se crea el sello de calidad «Check ín Certificado» y se establecen las condiciones para obtener su uso. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/26c05e53-a19d-4c12-a783-3ca7381a7b71/Resolucion-0576-del-27-de-mayo-de-2020-por-medio-d.aspx>

**MinCIT.** (s.f). *Manual de buenas prácticas para la prevención de ESCNNA en viajes y turismo*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/programa-de-turismo-responsable-escnna>.

**Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España.** (2002). *Modelo de aproximación a la calidad turística, producto 3: Buenas prácticas en el espacio de trabajo: Restaurantes*. Recuperado de <https://docplayer.es/6139292-Guia-de-buenas-practicas-para-prestadores-de-servicios-en-turismo-de-naturaleza.html>

**Organización Mundial del Turismo.** (1999). *Código de Ética Mundial para el Turismo*. Recuperado de <https://www.ugto.mx/images/ eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>

**Organización Mundial del Turismo.** (2002). *Ecoturismo y áreas protegidas*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>

**Organización Mundial del Turismo.** (2012). *Compendium of Best Practices and Recommendations for Ecotourism in Asia and the Pacific*. Madrid: OMT.

**Unesco.** (2017). *Patrimonio cultural inmaterial*. UNESCO. Recuperado de <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial>.

**Organización Mundial del Turismo.** (2014). *Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos*. Madrid: OMT.

**Organización Mundial del Turismo.** (2019), *Declaración de Kioto sobre turismo y cultura: invertir en las futuras generaciones*. Declaraciones de la OMT, 28 (4). Madrid, OMT. Recuperado de <https://doi.org/10.18111/unwtodeclarations.2019.28.04>

**Organización Mundial del Turismo.** (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. Madrid: OMT. Recuperado de <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

**Parques Nacionales Naturales de Colombia.** (2010). *Guía Parques Nacionales Naturales de Colombia*. Bogotá: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial.

**Parques Nacionales Naturales de Colombia.** (2013). *Guía para la planificación del ecoturismo en Parques Nacionales Naturales de Colombia*. Bogotá

**Parques Nacionales Naturales de Colombia.** (s.f.). *Lineamientos ecoturismo comunitario*. Recuperado de <https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/11/Lineamientos-Ecoturismo-Comunitario-Colombia.pdf>

**Parques Nacionales Naturales de Colombia.** (2020). *Lineamientos para la planificación y gestión del turismo de naturaleza en áreas protegidas administradas por las Corporaciones Autónomas Regionales y de desarrollo sostenible y en otras estrategias de conservación*. Bogotá: Parques Nacionales Naturales de Colombia.

**Plan Nacional de Calidad Turística del Perú.** (2008). *Manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines*. Recuperado de <https://www.slideshare.net/AraceliPonceSanga/manual-de-buenas-prcticas-de-manipulacin-de-alimentos-para-restaurantes-y-servicios-afineslimaper-2013>

**Plan Nacional de Calidad Turística del Perú.** (2011). *Manual de buenas prácticas 'Desarrollo de habilidades y destrezas para la atención de clientes en restaurantes'*. Recuperado de [https://fernandocruztaंगा.files.wordpress.com/2017/08/mbp\\_desarrollo\\_habilidades.pdf](https://fernandocruztaंगा.files.wordpress.com/2017/08/mbp_desarrollo_habilidades.pdf)

**Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).**

(2020). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>.

**Rainforest Alliance.** (2005). *Buenas prácticas para turismo sostenible*. En *Una guía para el pequeño y mediano empresario*. San José, Costa Rica: Rainforest Alliance.

**Rainforest Alliance.** (2008). *Buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de [http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism\\_practices\\_guide\\_spanish.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf)

**Rainforest Alliance.** (s.f.). *Buenas prácticas en acción empresas de alimentos y bebidas*. Recuperado de <https://www.rainforest-alliance.org/lang/sites/default/files/uploads/3/CuadALIMENdig.pdf>

**Servicio Nacional de Turismo.** (2011). *Chile por un turismo sustentable. Manual de buenas prácticas*. Santiago: Servicio Nacional de Turismo.

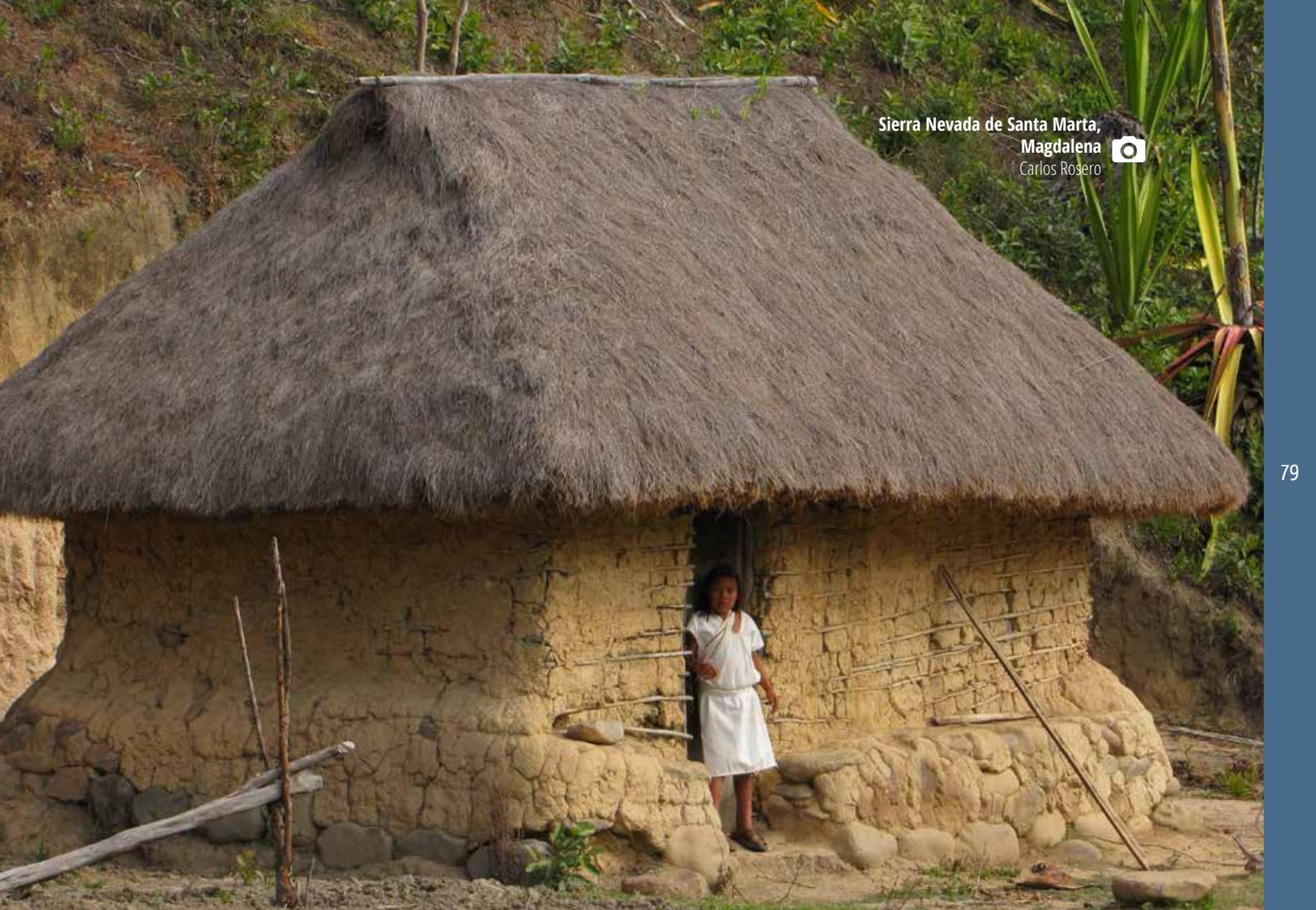
**Mahlangu, S. y Seif, J.** (2002). *Responsible Tourism Manual for South Africa*. Department for Environmental Affairs and Tourism.

**The Nature Conservancy.** (2005). *Desarrollo del ecoturismo. Un manual para los profesionales de la conservación*, 1. Arlington, Virginia.

**Tilden, F.** (2006). *La interpretación de nuestro patrimonio*. España: Asociación para la Interpretación del Patrimonio.

**Sánchez, A.** (s.f.). *Seguridad alimentaria 2*. Recuperado de [http://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/iiec-unam/20170526043224/pdf\\_795.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/iiec-unam/20170526043224/pdf_795.pdf)

**Velásquez, M.C.** (2010). *Guía de buenas prácticas en actividades de ecoturismo para ecoturistas*. Bogotá: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y Fundación Natura.



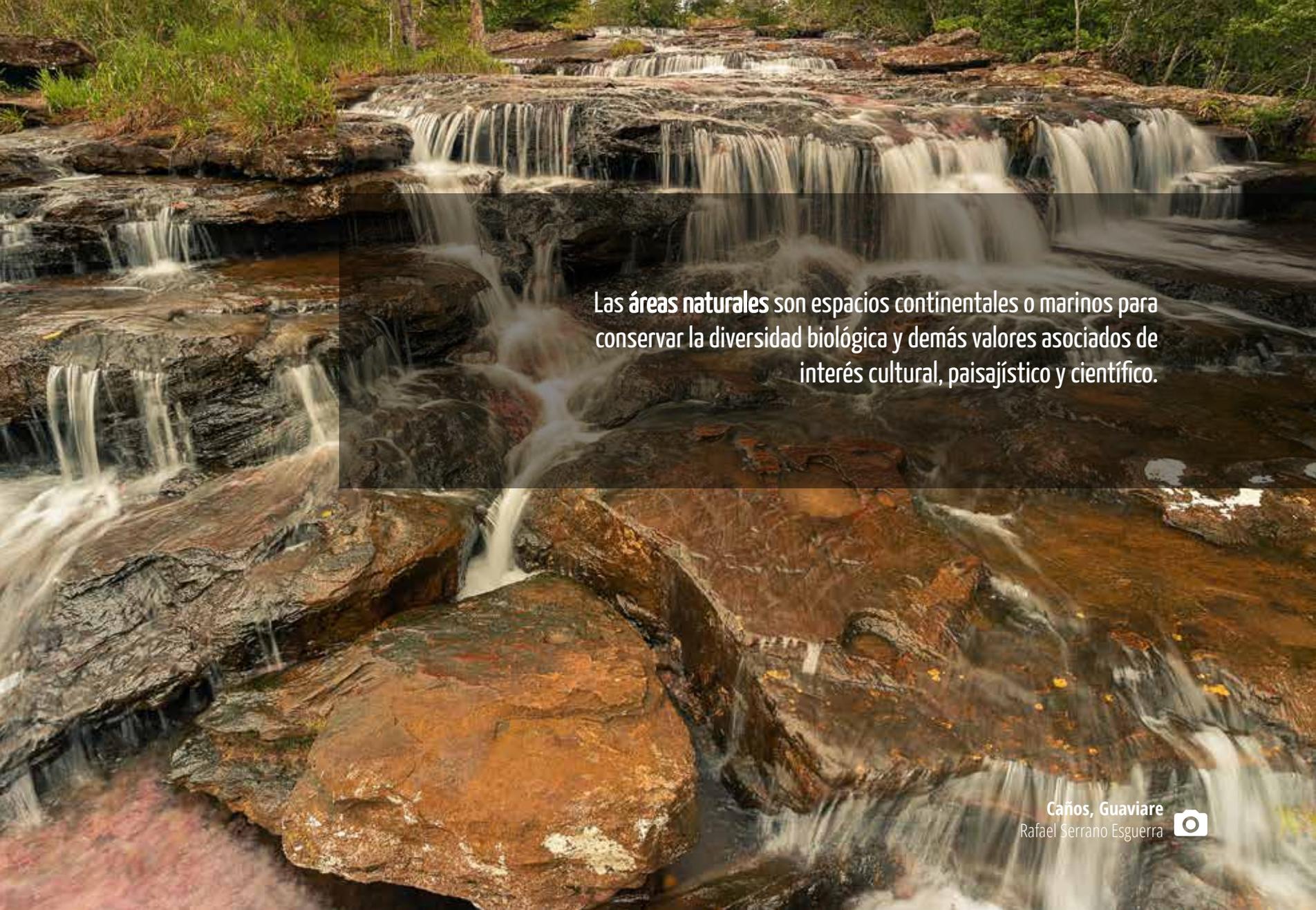
Sierra Nevada de Santa Marta,  
Magdalena  
Carlos Rosero





Mono Aullador, Casanare  
Rafael Serrano Esguerra





Las **áreas naturales** son espacios continentales o marinos para conservar la diversidad biológica y demás valores asociados de interés cultural, paisajístico y científico.

Caños, Guaviare  
Rafael Serrano Esguerra



Esta guía es una iniciativa de:



 [www.colombiaproductiva.com](http://www.colombiaproductiva.com)  @Col\_Productiva  @ColombiaProductiva  Colombia Productiva

Con el apoyo de:

