

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD PRESTADORES DE SERVICIOS EN TURISMO DE NATURALEZA



El progreso
es de todos

Mincomercio



**Colombia
Productiva**

PRODUCTIVIDAD · CALIDAD · VALOR AGREGADO



GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD PRESTADORES DE SERVICIOS EN TURISMO DE NATURALEZA

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

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



@Col_Productiva



@ColombiaProductiva



Colombia Productiva

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

Portada

Ritacubas, Sierra Nevada del Cocuy, Boyacá
Rafael Serrano Esguerra

Diseño

Diana Ordóñez Castillo

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.

Bogotá, Colombia
2021

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD

PRESTADORES DE SERVICIOS EN TURISMO DE NATURALEZA



El progreso
es de todos

Mincomercio






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.

Sierra Nevada de Santa Marta
Rafael Serrano Esguerra



I CONTENIDO

Amazonas
Carlos Rosero 



INTRODUCCIÓN
MARCO CONCEPTUAL

14

Turismo
Turismo sostenible
Turismo comunitario
Negocios verdes
Áreas naturales
Áreas naturales protegidas
Turismo de naturaleza
Productos complementarios al turismo de naturaleza
Prestadores de Servicios turísticos de naturaleza
Recurso turístico
Atractivo turístico
Buenas prácticas

**BUENAS PRÁCTICAS
EN GESTIÓN**

34

Planificación y organización empresarial
Normas legales vigentes
Administración y dirección
Capacitación del personal
Comunicaciones
Calidad y monitoreo
Desarrollo de productos
Mercadeo y alianzas
Manejo de destinos (lugares, personas, productos, procesos)

**BUENAS PRÁCTICAS
SOCIALES**

48

Manejo de visitantes
Empleo
Desarrollo local comunitario
Igualdad de género e inclusión social
Política en contra de la explotación sexual
Participación social

**BUENAS PRÁCTICAS
CULTURALES**

56

Rescate y protección del patrimonio cultural
Incentivación y uso de elementos culturales

**BUENAS PRÁCTICAS
AMBIENTALES**

60

Uso del agua
Uso de energía
Diseño, construcción y operación de instalaciones
Educación ambiental
Cambio climático
Responsabilidad ambiental
Patrimonio natural
Manejo de la biodiversidad
Manejo de residuos
Adquisición, manejo y uso adecuado de productos
Salubridad y seguridad

CERTIFICACIÓN

76

¿Qué es y por qué es importante una certificación?
Tipos de certificación
¿Cómo elegir un programa de certificación?
¿Cómo financiar la certificación?

RECURSOS EN LA WEB

84

**DOCUMENTOS DE CONSULTA
& REFERENCIA**

90



Sierra Nevada Del Cocuy
Carlos Rosero



INTRODUCCIÓN



Paramillo de Santa Rosa
Rafael Serrano Esguerra



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. Diferentes regiones y países actualmente basan una parte importante de su desarrollo en la promoción del turismo, teniendo en cuenta que genera beneficios de alto impacto sobre las comunidades de los lugares en donde se realiza.

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), con un estimado de 56.343 especies (Instituto Humbolt, 2017). La situación de Colombia es privilegiada en diversidad de aves, pues cuenta con el 20% de las especies del mundo, y vertebrados, ya que es el tercer país con mayor cantidad de especies. Además, el 15% de su territorio corresponde a áreas protegidas (Proexport Colombia, 2011). Por motivos como estos, Colombia se ubicó en el puesto número 19 en el pilar de recursos naturales, dentro del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial en 2019: la inmensidad ambiental del país presenta una oportunidad de desarrollo sostenible para las poblaciones locales.

Así mismo, y ante la actual crisis ambiental por la que atraviesa el planeta, 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, y, funcionalmente, cuando se apoya en sistemas agroecológicos locales, crear condiciones que ayuden a recuperar los suelos, sino que también crea condiciones favorables para valorar y proteger la biodiversidad y los ecosistemas, lo que reduce su destrucción, promueve su restauración y favorece, en últimas, los atractivos del lugar. El turismo de naturaleza también cumple 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 presentamos la actualización de la **“Guía de buenas prácticas para prestadores de servicios en turismo de naturaleza”**, elaborada en 2014, así como las guías derivadas de ella, dirigidas a los prestadores de servicios turísticos más representativos de la cadena de valor del sector: guías de turismo, agencias de viajes, alojamientos, restaurantes y transportes. Para estos últimos presentamos una nueva publicación que permite hacer énfasis en las buenas prácticas que deben tener en cuenta los diferentes operadores de servicios de transporte asociados a las actividades turísticas en áreas naturales.

La Guía de buenas prácticas, en su segunda edición, se enmarca 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 presente guía está conformada por siete capítulos organizados de la siguiente manera:

En el primer capítulo se describen conceptualmente el turismo de naturaleza y los diferentes prestadores de este tipo de servicios, además de temas como la sostenibilidad que le es inherente y las buenas prácticas para su óptimo desarrollo.


En los capítulos dos al cinco se tratan de manera general los cuatro ámbitos en los que se enmarcan las buenas prácticas para las actividades turísticas a nivel mundial: ambiental, cultural, socioeconómico y de gestión.

El capítulo seis menciona los diferentes tipos de procesos de certificación, tanto ambientales como de calidad, para las actividades turísticas, y en el capítulo siete se recopilan los instrumentos que pueden ser utilizados por cualquier persona o institución que incurse en el sector del turismo de naturaleza y desee afinar sus modelos administrativos de acuerdo con mecanismos ya existentes o desarrollar los suyos a partir de la experiencia de otros. Por tanto, este capítulo provee también ejemplos prácticos, referencias y herramientas que actualmente se utilizan en diversos destinos turísticos nacionales e internacionales.

La elaboración y actualización de la Guía de buenas prácticas, 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.



MARCO CONCEPTUAL

Chiva, cuenca del río Otún 
Rafael Serrano Esguerra



TURISMO

En la antigüedad, la movilización de personas desde sus lugares de residencia a sitios en donde hacían negocios o se realizaban eventos deportivos, religiosos o políticos, o donde encontraban curas para males de salud, generaban una serie de servicios que, como el transporte, el alojamiento y la alimentación, poco a poco fueron convirtiéndose en el sustento de las comunidades locales por donde pasaban o a donde llegaban los viajeros.

Sin embargo, no fue sino hasta el siglo XIX cuando el término *turismo* comenzó a usarse y a relacionarse con este tipo de servicios, los cuales cada día se especializan más en las necesidades y requerimientos de las personas que los demandan.

De esta manera, el turismo toma históricamente relevancia gracias a la contribución económica, ambiental y sociocultural que genera en los territorios y

se constituye como una fuente importante de empleo, especialmente para aquellas personas que han tenido un acceso limitado al mercado laboral, como las mujeres, los jóvenes, los migrantes y los pobladores rurales.

En Colombia, la definición se enmarca en las referencias planteadas por la OMT, que lo describe como el

“Conjunto de actividades que realizan las personas —turistas— durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios” (OMT, 1994).

El turismo representa, por tanto, una oportunidad importante para la inclusión real de las comunidades (Viceministerio de Turismo, 2020).

TURISMO SOSTENIBLE

El turismo se ha convertido en uno de los principales impulsores de desarrollo para muchos países, sin embargo, así como puede ser ampliamente beneficioso, también podría llegar a causar grandes daños si no se maneja adecuadamente, ya que puede afectar la riqueza del **patrimonio natural y cultural** de cualquier país. La Unesco define el patrimonio como el legado que se obtiene del pasado, que se vive en el presente y se transmite a todas las generaciones futuras. Hay dos categorías en las que se lo puede dividir:

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.

La Unesco también define el **patrimonio cultural inmaterial** como los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas (junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes) que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Igualmente, lo destaca como un *patrimonio vivo*, ya que está asociado a las prácticas, saberes o técnicas transmitidas por las comunidades de generación en generación (Unesco, 2020).

El patrimonio cultural inmaterial se manifiesta, entre otros, en los siguientes ámbitos:

- Artesanía y artes visuales basadas en técnicas artesanales tradicionales.
- Gastronomía y artes culinarias.
- Usos sociales, rituales y actos festivos.
- Artes del espectáculo
- Tradiciones y expresiones orales, incluido el lenguaje como vehículo de patrimonio cultural inmaterial.
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.

En Colombia, la ley 99 de 1993 define el **desarrollo sostenible** como aquel “que conduzca al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de la vida y al bienestar social, sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones

futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades”.

Por su parte, el Viceministerio de Turismo hace especial énfasis en la sostenibilidad como una de las bases estructurales del desarrollo que articula a los países que adoptaron la Agenda 2030. Esta agenda plantea 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) a los estados miembros de las Naciones Unidas con el fin de superar la pobreza en el mundo (Política de Turismo Sostenible, 2020).

Y aunque es imposible evitar que las actividades turísticas alteren o transformen de una u otra manera el lugar en donde se desarrollan, la minimización del impacto es viable y el aporte a los ODS es posible si se establecen patrones de **sostenibilidad** que desde la **implementación de buenas prácticas** generen transformaciones reales en las comunidades y los territorios visitados.

Entre las muchas organizaciones que han trabajado ya en este sentido a nivel mundial, cabe destacar la labor del Consejo Global de Turismo Sostenible (Alianza GSTC, por sus siglas en inglés) en el establecimiento de los criterios globales de turismo sostenible, los cuales se organizan alrededor de cuatro temas principales:

- La demostración eficaz de gestión para la sostenibilidad.
- El aumento de los beneficios sociales y económicos para la comunidad local y la reducción de los impactos negativos.
- El aumento de los beneficios para el patrimonio cultural y la reducción de los impactos negativos.
- El aumento de los beneficios medioambientales y la reducción de los impactos negativos.

Consideramos entonces que el **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 incorporación de los lineamientos ambientales en la planificación y gestión de los destinos, así como la apropiación de buenas prácticas en los prestadores y viajeros o visitantes, son claves para lograr este objetivo.

La política, entonces, fundamenta la dimensión económica y sociocultural de la sostenibilidad como elementos que se van propiciando en la medida en que se desarrolla un turismo ambientalmente responsable. Esto permite abordar y sustentar 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.

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).

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 eco-

nómicas, 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:

1. Viabilidad económica.
2. Impacto ambiental positivo: bajo estrategias de conservación, investigación, monitoreo e interpretación.
3. Enfoque de ciclo de vida: contempla alianzas con proveedores, diseño de producto, capacidad de carga y guías certificados.
4. Vida útil: establece el mantenimiento de instalaciones y un plan de inversiones.
5. No uso de materiales peligrosos.
6. Reciclabilidad de materiales.
7. Uso eficiente y sostenible de los recursos.
8. Responsabilidad social al interior de la empresa.
9. Responsabilidad social y ambiental en cadena de valor.
10. Responsabilidad social y ambiental al exterior de la empresa.
11. Comunicación de atributos sociales y ambientales.
12. 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.

Así mismo, el Ministerio traza marcos estratégicos para el buen desarrollo y la puesta en marcha de los negocios verdes basados en:

Orientaciones generales:

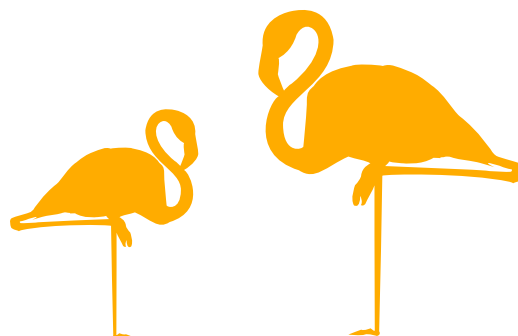
- Marcos legales.
- Trámites asociados.
- Criterios para el desarrollo del producto.

Orientaciones por prestador

- Servicios de hospedaje.
- Guía.
- Transporte.
- Gastronomía.
- Ecoactividades.

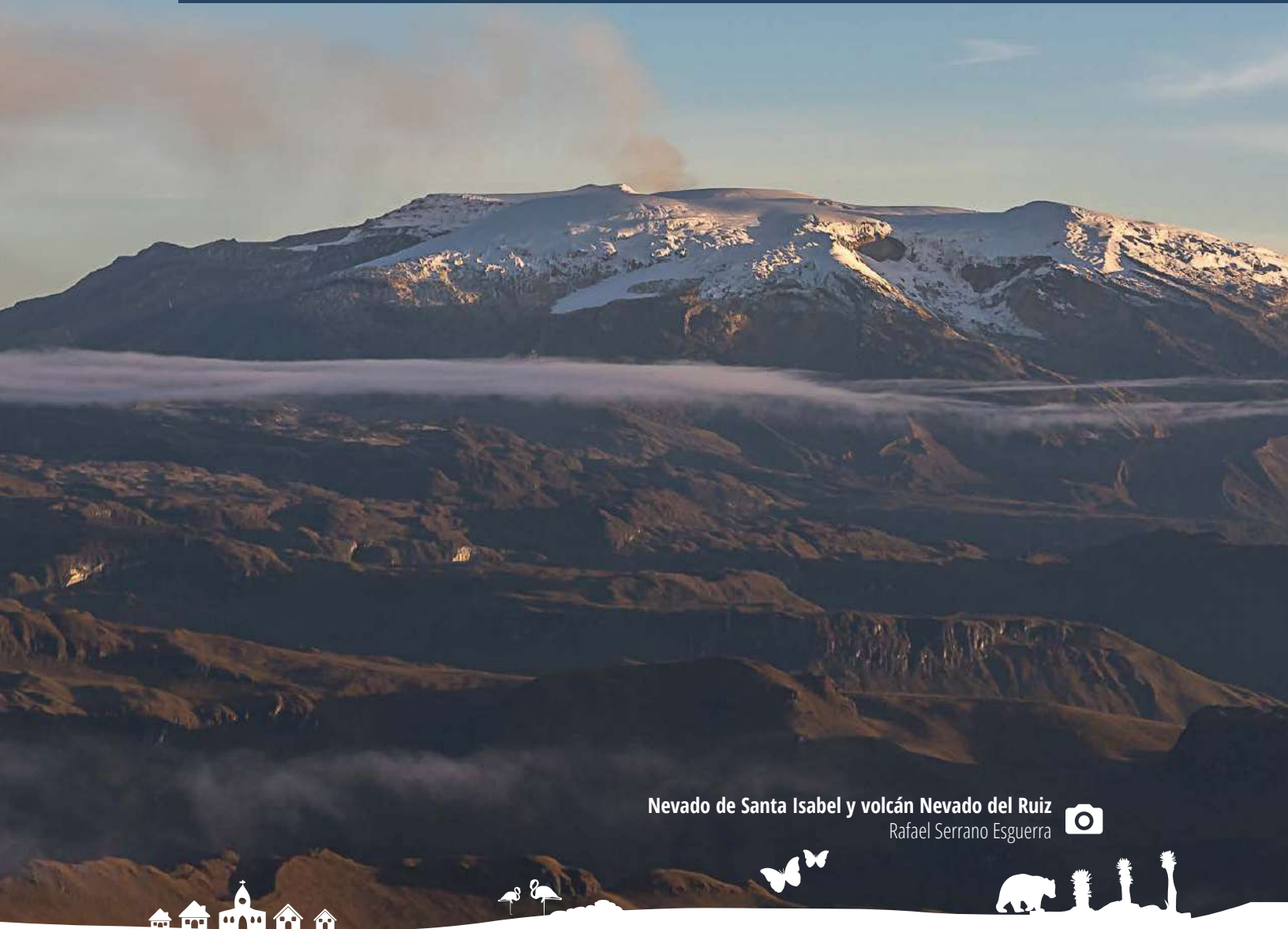
Orientaciones por categoría de turismo de naturaleza

- Ecoturismo. Debe contar con plan de manejo y estrategia de conservación, educación ambiental y fortalecimiento social local.





*Las áreas protegidas conservan los paisajes
y la biodiversidad, y prestan servicios
invaluables para la sociedad.*



Nevado de Santa Isabel y volcán Nevado del Ruiz

Rafael Serrano Esguerra



ÁREAS NATURALES

Las áreas naturales son los espacios continentales o marinos de un territorio delimitados para conservar la diversidad biológica y demás valores asociados de interés cultural, paisajístico y científico, así como para contribuir a la sostenibilidad de un país.

En Colombia, el decreto 2755 de 2003 define las áreas con atractivo natural especial como “aquellos espacios naturales que conservan una muestra de un ecosistema natural, entendido como la unidad funcional compuesta de elementos bióticos y abióticos que ha evolucionado naturalmente y mantiene la estructura, composición, dinámica y funciones ecológicas caracte-

rísticas del mismo y cuyas condiciones constituyen un atractivo especial”.

Por lo tanto, un atractivo natural especial enmarca áreas naturales que tengan características especiales, ya sea por procesos naturales, sociales o culturales, como es el caso de áreas con importancia única y representativa para la sociedad local, o con características de endemismo, procesos ecológicos representativos, poco impacto de la sociedad y con ecosistemas o características naturales únicas, o con valores sociales y culturales propios de la región.

ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

“Un área protegida es un espacio geográfico claramente definido, reconocido, dedicado y gestionado, mediante medios legales u otros tipos de medios eficaces para conseguir la conservación a largo plazo de la naturaleza y de sus servicios ecosistémicos y sus valores culturales asociados” (Dudley, 2008).

Las áreas protegidas conservan los paisajes y la biodiversidad y prestan servicios invaluable a la sociedad, dado que:

- Suministran el agua necesaria para el riego de cultivos, los procesos industriales y la vida diaria. Ayudan a regular los regímenes de lluvias y a fijar el carbono, manteniendo la estabilidad del clima.

- Previenen y mitigan los efectos de desastres naturales como tsunamis, inundaciones y deslizamientos.
- Conservan la diversidad genética que permite encontrar nuevas medicinas.
- Son centros de dispersión de plantas alimenticias y garantizan recursos pesqueros a las poblaciones costeras.
- Son espacios hermosos que regocijan el espíritu y enseñan a valorar la naturaleza.

En el marco del actual proceso de construcción de la Política del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (Sinap), se definió este sistema como el conjunto de las áreas protegidas privadas, comunitarias y públicas; del ámbito de gestión local, regional y nacional;

los actores sociales e institucionales, los arreglos de gobernanza e instrumentos de gestión que, articulados entre sí, son necesarios para su conservación. El Sinap, junto con otras estrategias, contribuye al cumplimiento de los objetivos de conservación del país (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2020). Las áreas que conforman el Sinap se organizan en tres grandes grupos:

Áreas protegidas administradas por Parques Nacionales Naturales de Colombia:

- Sistema de Parques Nacionales Naturales.
- Distritos Nacionales de Manejo Integrado.

Áreas protegidas administradas por autoridades ambientales regionales:

- Parques Naturales Regionales.
- Reservas forestales protectoras nacionales.
- Reservas forestales protectoras regionales.
- Distrito nacional de manejo integrado.
- Distritos regionales de manejo integrado.
- Áreas de recreación.
- Distritos de conservación de suelos.

Áreas protegidas de administración privada

- Reservas Naturales de la sociedad civil.

Aquí se destaca el **Sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia**, que es el conjunto de áreas con valores excepcionales para el patrimonio nacional que, en beneficio de los habitantes de la nación y debido a sus características naturales, culturales o históricas, se reservan y declaran comprendidas en cualquiera de las siguientes categorías:

1. Parques Nacionales Naturales de Colombia (PNN): áreas en las que la extensión permite autorregulación ecológica, cuyos ecosistemas no han sido alterados sustancialmente por la explo-

tación u ocupación humana y donde las especies vegetales y animales, complejos geomorfológicos y manifestaciones históricas o culturales tienen valor científico, educativo, estético y recreativo nacional.

- 2. Santuarios de Flora (SF):** áreas dedicadas a preservar especies o comunidades vegetales para conservar recursos genéticos de la flora nacional.
- 3. Santuarios de Fauna (SF):** áreas dedicadas a preservar especies o comunidades de animales silvestres para conservar recursos genéticos de la fauna nacional.
- 4. Reserva Natural (RNN):** áreas en condiciones primitivas de flora, fauna e individuos del reino inorgánico. Se destinan a la conservación, investigación y estudio de sus riquezas naturales.
- 5. Área Natural Única (ANU):** áreas con condiciones especiales de flora o individuos del reino inorgánico que se convierten en escenarios naturales singulares.
- 6. Vía Parque (VP):** fajas de terreno con carretera que poseen bellezas panorámicas singulares o valores naturales o culturales, conservadas para fines de educación y esparcimiento.

De las 59 áreas protegidas que hacen parte del Sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia, 36 cuentan con vocación ecoturística, de las cuales 25 se encuentran abiertas al público y 21 cuentan con un Plan de Ordenamiento Ecoturístico (POE), siendo éste el instrumento que orienta la planeación de la actividad en las áreas que ha evaluado la vocación para tal fin (Lineamientos para planificar y gestionar el turismo de naturaleza en áreas regionales y otras estrategias de conservación, 2020 p13).

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.

Bajo esta premisa, y desde el reconocimiento de la megadiversidad del país, el turismo de naturaleza se configura como un potencial que puede establecer parámetros diferenciadores importantes y debe continuar consolidando una oferta en productos y actividades especializadas, como las náuticas y ecuestres, el biciturismo, el senderismo, y la observación de flora y fauna, en especial de aves, entre otras actividades.

Por otro lado, es clave tener en cuenta que a finales del 2012 el país elaboró la **Política Nacional de Turismo de Naturaleza**, que 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.

Actividades ecoturísticas:

- Observación de fauna.
- Avistamiento de aves.
- Reconocimiento de especies vegetales.
- Senderismo (recorridos por senderos ecológicos).
- Navegación y acuaturismo.
- Otras actividades que el ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.

El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la

conservación de las áreas naturales y las comunidades aledañas, además de incrementar la sensibilización respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural, los espacios naturales conservados y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes. Para minimizar el impacto negativo en el ecosistema, requiere de procesos de gestión especiales.

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). Algunas de las principales actividades de este tipo de turismo son:

- Buceo (reconocimiento de especies marinas).
- Rafting (canotaje).
- Rappel.
- Espeleología.

- Parapente.
- Torrentismo.
- Montañismo.
- Escalada.
- Bicicleta de montaña o cicloturismo.
- Kayak.
- Windsurfing.
- Puenting.
- Vela.
- Careteo.

Otras actividades que el ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.

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)

Algunas de sus principales actividades y subproductos son:

- Agroturismo.
- Pesca con caña.
- Haciendas y posadas rurales tradicionales (haciendas cafeteras, hatos llaneros).
- Rutas agrícolas (Ruta de la Panela, Ruta del Cacao, Ruta del Café).

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AL TURISMO DE NATURALEZA

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).

- Enoturismo.
- Turismo gastronómico.
- Visitas a talleres artesanales.

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:

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.

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. Su infraestructura y operación se rige por los principios de sostenibilidad y de bajo impacto ambiental en su diseño, en los materiales utilizados en su construcción y mantenimiento, en la generación o provisión de energía, en el manejo de aguas residuales y residuos sólidos, y en la provisión y uso de insumos, entre otros aspectos.

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. Este servicio se presta a un grupo específico de personas particulares o a segmentos es-

pecializados como el de turismo, que requieren de un servicio expreso y que para todo evento se hace con base en un contrato escrito celebrado entre la empresa de transporte y ese grupo específico de usuarios.

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). Dentro de las agencias de viajes tenemos a las agencias de viajes y turismo propiamente dichas, que se dedican profesionalmente a vender, operar y organizar planes turísticos; a las agencias de viajes operadoras, que se dedican profesionalmente a operar planes turísticos, y a las agencias mayoristas, que se dedican profesionalmente a programar y organizar planes turísticos (Mincit, Decreto 502 de 1997).

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 ejercer el guionaje turístico, el guía de turismo en Colombia debe contar con la tarjeta de acreditación, además de estar inscrito en el Registro Nacional de Turismo.

Para obtener la tarjeta, expedida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se debe acreditar el nivel de competencias mediante la presentación de un título de formación de educación superior del nivel tecnológico en el área de guionaje turístico, título profesional en las áreas afines del conocimiento determinadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo acompañado del curso de homologación del SENA, cumplir con las condiciones y mecanismos que establezca el Sistema Nacional de Cualificaciones (SNC) u obtener los certificados que para el efecto sean reconocidos por el Ministerio de Educación Nacional de acuerdo a la normatividad vigente (Ley 2068 de 2020, artículo 23).

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.

RECURSO TURÍSTICO

Es un conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para el desarrollo de la actividad

turística según las necesidades de la demanda, y que en combinación con otros pueden despertar el interés por visitar una determinada zona o región, como lo señala la OMT.

ATRACTIVO TURÍSTICO

La OMT plantea que el atractivo turístico corresponde a todos aquellos bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta se han combinado con los recursos turísticos para hacer posible la actividad turística según la de-

manda. De manera complementaria, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo señala la importancia de considerar todos los factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados a los productos turísticos.



BUENAS PRÁCTICAS

Por definición, las buenas prácticas en la prestación de servicios turísticos son las acciones que contribuyen a la conservación del patrimonio cultural y natural, el

desarrollo social y económico de las comunidades y la satisfacción de los actores implicados en el turismo. En 2008, Rainforest Alliance las definió como:

los medios ideales para ejecutar un proceso, implementable en todas y cada una de las áreas de gestión y operación de las empresas turísticas, las cuales permiten garantizar que la operación de los diferentes servicios y actividades se estén desarrollando con un alto grado de calidad pero produciendo el menor impacto negativo posible, lo cual mejora la imagen de la empresa frente al cliente, su relación con el entorno y, por ende, su desempeño socioeconómico.

Por lo tanto, la implementación de buenas prácticas, tratando de un proceso voluntario, debe estar siempre alineada con estrategias de certificación y con la búsqueda del cumplimiento normativo nacional o internacional.

En el caso del turismo en Colombia, hay seis **unidades sectoriales de normalización** (alojamiento, restaurantes, agencias de viajes, guías de turismo, tiempo compartido y turismo sostenible) en las que se están desarrollando las normas técnicas que reglamentan dichas actividades, es decir las buenas prácticas para cada uno de estos prestadores de servicios.

Las Normas Técnicas Colombianas aplicables a los servicios de alojamiento, agencias de viajes, bares y restaurantes y proveedores de servicios de transporte, 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.

Existen incentivos tributarios para la actividad turística, que desde el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo impulsan la implementación de buenas prácticas y establecen principalmente lo siguiente:

- La exención en renta por ecoturismo.
- La reducción permanente del IVA del 19% al 5% en los tiquetes aéreos de pasajeros.
- La certificación en las normas técnicas colombianas de turismo sostenible.

Complementariamente, se han planteado otros incentivos de carácter transitorio, de tal forma que algunos prestadores puedan ampliar sus beneficios.

Para ampliar la información al respecto se recomienda, según el interés, consultar la Ley 2068 de 2020 título 7, artículos del 40 al 54.

Estas herramientas nacionales son claves para el posicionamiento de los productos de turismo de naturaleza, el incremento de su competitividad nacional e internacional y la generación de beneficios puntuales derivados de la implementación de buenas prácticas, como se verá más adelante.

Tener en cuenta las normas técnicas de sostenibilidad al momento de definir sus planes de acción, y comenzar a implementarlas al momento de operar, les permite a los prestadores de servicios en turismo de naturaleza mejorar la competitividad de sus actividades y asegurar que sean acordes con los ámbitos en los que se agrupan las buenas prácticas para el turismo sostenible:

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.

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.

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.



El turismo de naturaleza se refiere a la 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).



BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



Alta Guajira
Carlos Rosero 



A la hora de emprender un negocio asociado al turismo sostenible, es clave considerar aspectos como la gestión y la administración empresarial, ya que de las medidas y estrategias que de allí se deriven dependen en gran parte la productividad y la competitividad.

En este sentido, los primeros pasos para el desarrollo de la iniciativa turística corresponden a la implementación de acciones que permitan **organizar y otorgar** una correcta labor. Esto supone asumir buenas prácticas que propicien **la planeación estratégica**, asociada a contemplar el entorno, los servicios en relación con la cultura local y la definición de las áreas específicas y políticas sostenibles de funcionamiento; **la dirección**, que abarca la puesta en marcha de los planes, el manejo del equipo de trabajo y la comunicación; **el apoyo a iniciativas comunitarias** que impulsen la economía y el desarrollo local; y, por último, **el control**, que permite medir los objetivos y

los estados financieros, desde la supervisión y evaluación del desarrollo general de la empresa.

Estas acciones impulsarán la responsabilidad con el ambiente y el territorio y ayudarán a posicionar la empresa de manera especializada dentro de la **oferta de mercados verdes**, lo que significa que el emprendimiento se va configurando como **un negocio verde** desde el desarrollo de productos y servicios turísticos amigables con el ambiente y el beneficio sostenible de la biodiversidad, cuyo impulso contribuye a la generación del empleo local (Ministerio de Ambiente, 2014).

PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

La manera en que un negocio se piensa y estructura establece de forma directa muchos de sus factores de éxito o dificultad. Un negocio, por pequeño que sea, se organiza en diferentes áreas de funcionamiento: administrativas, operativas, de control, y se distribuye físicamente en zonas determinadas que establecen un funcionamiento práctico o, por el contrario, complejo y confuso.

Desde su planificación, una organización debe establecer los valores, principios y lineamientos bajo los cuales operará. De esta manera, el negocio cobra identidad y obtiene directrices de funcionamiento.

1. Desarrolle la actividad turística bajo los principios de un código de ética que promueva la conservación y protección de los ecosistemas

estratégicos y el respeto por las comunidades locales y el territorio. Si no cuenta con uno, diríjase al código de conducta y ética de la Organización Mundial del Turismo (WTO), el cual puede encontrar en su página web (www2.unwto.org). De igual manera, puede consultar los principios de No Deje Rastro (www.nols.edu/espanol).

2. Realice las actividades turísticas de acuerdo con los manuales de calidad, para decir lo que se hace y hacer lo que se dice. Tenga en cuenta las características particulares del grupo que va a guiar, dando relevancia a posibles restricciones de accesibilidad que pueda tener el grupo o algún participante.

3. Desarrolle la infraestructura de su alojamiento 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.

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. 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.

6. Consolide sus relaciones con la comunidad y los actores institucionales del territorio, estableciendo acuerdos o convenios para facilitar el desarrollo de proyectos o estrategias para la resolución de conflictos.

7. Elabore un perfil de su equipo de trabajo, que incluya la descripción de cada cargo, sus funciones, responsabilidades y las calificaciones necesarias para el puesto en lo que respecta a nivel profesional y experiencia.

NORMAS LEGALES VIGENTES

El buen desarrollo de cualquier negocio no sólo implica conocer nuestros productos y servicios, sino saber adaptarse a la realidad del país y el mundo, incluyendo la normatividad exigida, para lograr el éxito.

8. Cumpla con las leyes y normas que prohíben

la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNA) en Colombia.

9. 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.

10. Verifique que se cuenta con los permisos y autorizaciones para acceder a destinos que se encuentran en propiedades privadas o públicas. Consulte sobre las regulaciones ambientales vigentes e infórmese sobre los atractivos turísticos, actividades, servicios ofrecidos, reglamentos y recomendaciones

para la visita al lugar, en especial cuando se trate de monumentos arqueológicos, áreas naturales protegidas o parques nacionales naturales. En este último caso, pregunte al comienzo de cada visita si existen nuevas disposiciones de control, en especial sobre fauna silvestre.

11. Constituya su empresa legalmente. Revise y aplique la normatividad ambiental y fiscal vigentes.

ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN

Los lineamientos de una empresa son establecidos por la dirección y de esta manera se constituye la forma de llevar a cabo la administración. Esta orientación es fundamental en la existencia y el desarrollo pertinente de la organización. Además, a partir de principios, valores y datos ciertos, es posible analizar y tomar buenas decisiones.

Desde lo más básico, como tener claros los gastos y costos de la empresa, hasta acciones más elaboradas, como organizar un plan de negocios, elaborar un perfil de contratación y establecer políticas y protocolos, son elementos fundamentales para dirigir la empresa con coherencia y suficiencia.

12. Elabore un plan de acción: antes de los recorridos turísticos, conozca y recorra las rutas elegidas y haga un guión para interpretarlas. Consiga siempre toda la información disponible sobre el sitio específico e identifique la zona antes del recorrido.

13. Respalde el plan de acción con un plan de contingencias, donde se encuentren los protocolos

de primeros auxilios para la atención de incidentes, accidentes e intoxicaciones y para el manejo de situaciones inesperadas de cualquier tipo (clima, transportes, seguridad, etc.). Infórmese acerca de los centros de salud cercanos, las autoridades civiles y las condiciones generales de la zona que va a visitar y, de acuerdo con las características del grupo, establezca protocolos de emergencia y evacuación.

14. Analice y determine una lista de los recursos y equipos que necesita para la actividad. Preste principal atención a botiquines y material de seguridad en perfecto estado para casos de emergencia.

15. En el desarrollo de los programas y tours vincule a los intérpretes, baquianos y especialistas a nivel local que sin ser guías generan diferencia en el producto y dan valor agregado a la actividad.

16. Lleve una bitácora de viaje y registre en ella variaciones, contingencias y demás aspectos de importancia.

17. Adquiera y cuente con los equipos y materiales adecuados para el desarrollo de la actividad. Preste principal atención a botiquines y material de seguridad en perfecto estado para casos de emergencia.

18. Defina el equipo de campo, la ropa adecuada y los utensilios de aseo y supervivencia necesarios para la visita. Hágaselo conocer a los visitantes y antes de salir verifique que todos lo lleven.

19. Verifique con el cliente los servicios contratados. Tenga cuidado de no prometer algo que no pueda cumplir; por ejemplo, no asegure que el cliente verá tal especie, porque hay cierto margen de probabilidad de no ver lo que se espera, sobre todo cuando se trata de naturaleza.

20. Fomente la participación activa de la población en el turismo de naturaleza mediante la generación de empleos y su articulación en los distintos eslabones de la cadena productiva del turismo.

21. Busque que su empresa sea certificada por un órgano de inspección/certificación nacional o internacional, y procure obtener el sello de bioseguridad. Esta certificación constituye una evaluación objetiva de la actividad que se viene desarrollando. Se recomienda que acceda al esquema colombiano de certificación de turismo sostenible desarrollado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

22. Utilice equipos y utensilios resistentes a la corrosión (de acero inoxidable), no porosos ni absorbentes, que no transmitan sustancias tóxicas, olores ni sabores a los alimentos, y que sean fáciles de limpiar y desinfectar muchas veces.

23. Distribuya estratégicamente las diferentes áreas de su establecimiento, de forma que garan-

tice 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.

24. Conozca todos los atractivos culturales y naturales del destino turístico donde se encuentra su establecimiento. Apoye, organice y participe en actividades en pro de su conservación, estos son fundamentales para el desarrollo y fortalecimiento de su actividad.

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

26. Realice periódicamente el mantenimiento de la infraestructura física del establecimiento. Cuente con un programa de mantenimiento preventivo para todas las instalaciones, vehículo 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.

27. 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. Este examen se debe realizar anualmente.

28. Promueva la integración e inclusión social de las personas con discapacidad a través de oportunidades laborales y equipamiento, mobiliario y elementos que garanticen la accesibilidad universal.

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

30. Cuento con al menos una persona que maneje un segundo idioma.

31. 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.

32. 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.

33. Elabore recetas estándar en servicios de restaurantes para cada uno de los productos ofrecidos como mecanismo para lograr la mejor y más justa retribución económica.

34. Conozca el punto de equilibrio de su empresa: disminuya los costos variables.

35. Cuento con políticas de pago, cancelación, ventas y garantías.

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

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.

36. 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.

37. Vista profesionalmente, use ropa adecuada al área donde se desempeñará y porte visiblemente la debida identificación que lo vincule profesionalmente con un prestador de servicios turísticos legalmente constituido.

38. Defina responsabilidades específicas y diferenciadas dentro de su equipo de trabajo. Nombre un responsable de sostenibilidad en el desarrollo de la actividad.

39. Capacítese en procesos de comunicación, interpretación, códigos de ética y comportamiento, servicio al cliente, políticas de sostenibilidad, seguridad turística, primeros auxilios y administración de riesgos. Adicionalmente, capacite al personal en los idiomas predominantes entre los turistas recibidos.

40. 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.

41. Cree prácticas de formación entre los empleados para que aprendan a comunicarse satisfactoriamente con los clientes.

42. Promueva la formación ambiental, las buenas

prácticas en manipulación de alimentos, los protocolos de salubridad y el mantenimiento de los productos.

43. Fomente la buena presentación personal: la buena higiene, 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 o la boca; se pongan palillos o fósforos en la boca, o se arreglen el cabello durante el servicio.

44. Manténgase actualizado en cuanto a las nuevas tecnologías y capacite a las diferentes áreas para brindar una mejor y oportuna atención a sus clientes.

COMUNICACIONES

La comunicación tanto interna como externa es fundamental para el buen desempeño de una organización. Los procesos de información interna establecen condiciones claras de funcionamiento para lograr motivar al equipo de trabajo y para establecer lazos directos y efectivos. Creando mecanismos adecuados y claros, las buenas prácticas se socializan, llegan a todo el equipo y son apropiadas correctamente.

Por su parte, la comunicación externa se extiende en varias direcciones, pero principalmente hacia los clientes, los proveedores y la comunidad local, y genera en todos ellos conocimiento, reflexión y acción, que es en últimas lo que se desea. Es clave implementar buenas prácticas en las campañas y acciones adecuadas de comunicación; con la proliferación de las nuevas tecnologías esta comunicación se puede realizar

antes, durante y después del “momento turístico”, aprovechándola de esta manera en la construcción de una cultura de buena práctica.

45. Cuenten con materiales y señalización que eduquen y orienten a los visitantes y que identifiquen visualmente las diferentes especies de fauna y flora, así como las características del ecosistema y del lugar en general.

46. Realice actividades de difusión de su actividad y de la empresa para la que presta sus servicios, en las que reconozca los atributos sociales y ambientales del servicio o producto que lo posicionan dentro del marco de los negocios verdes. Utilice materiales reciclables para sus herramientas de difusión.

47. Oriente al cliente, asesorándolo y entregándole material con información de los horarios de transporte, los lugares de interés y otros aspectos que puedan ayudarlo a facilitar y enriquecer su experiencia. 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.

48. Genere estrategias de comunicación interna

que permitan el empoderamiento de todos los integrantes de su empresa en la toma de decisiones para el mejoramiento continuo tanto en productividad como en sostenibilidad.

49. Genere comunicación continua entre los diferentes prestadores de servicios para generar estrategias de trabajo conjunto en el fortalecimiento del destino donde todos operan.

CALIDAD Y MONITOREO

Establecer y estructurar un proceso sistémico es fundamental en términos de medir los avances dentro de la organización. Poner en marcha mecanismos que permitan valorar de manera adecuada lo que se hace y contar con sistemas que posibiliten 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, evaluación y ajuste.

50. Realice una evaluación de satisfacción de acuerdo con los protocolos establecidos por su empresa o para la empresa para la que trabaja o de acuerdo con los criterios de sostenibilidad establecidos para su actividad.

51. Revise las evaluaciones, realice los análisis respectivos y proponga a la organización los ajustes necesarios.

52. 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.

53. Mantenga una evaluación permanente de los aspectos relacionados con la calidad y determine las acciones correctivas y preventivas necesarias.

54. 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.

55. En caso de que usted o los visitantes tengan quejas, reclamos o sugerencias sobre su experiencia de visita a un área natural, preséntelos formalmente a la administración correspondiente a través de los medios dispuestos para tal fin.

56. 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.

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

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

59. Aplique periódicamente un examen de revisión de los conocimientos de los guías. Haga también un examen de desempeño para establecer los niveles de satisfacción de los clientes con el servicio de los guías.

60. Tenga claramente definido el proceso de atención al cliente y sus responsables para garanti-

zar la rapidez en la respuesta, utilizando la vía más directa posible. Disponga, controle y documente los medios por los cuales se realizan las reservas.

61. Asegúrese de que sus proveedores cuenten con garantía de servicios para compensar al cliente en caso de faltas.

62. Verifique con el cliente los productos y servicios que está contratando y por lo que está pagando. Tenga cuidado de no prometer algo que no pueda cumplir; por ejemplo, no asegure que el cliente verá tal especie, porque hay cierto margen de probabilidad de no ver lo que se espera.

63. Monitoree los programas en curso, pida reportes de los guías y esté atento a brindar apoyo ante cualquier contingencia.

64. Una vez finalizado el programa, documéntese con guías y proveedores sobre su desarrollo.

DESARROLLO DE PRODUCTOS

Tenga en cuenta que en el ámbito turístico su producto tendrá mayor atractivo en la medida en que sea único, diferenciado y de alta calidad. Es importante entender que un servicio integral es parte esencial de su oferta. Por lo tanto, es indispensable prestar especial atención a las condiciones del entorno, que el diseño esté en consonancia con el paisaje, que sea coherente y que exista respeto e inclusión de la cultura local.

Los mercados en el mundo, y ahora en Colombia, están dando cada vez más relevancia a una adecuada relación con la comunidad, a la existencia de una relación estrecha con los proveedores locales y a que

las actividades estén vinculadas con la población local, que se debe beneficiar de la actividad.

65. 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). Complemente la oferta con una breve explicación del origen y la producción de sus productos.

66. 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.

67. Establezca 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.

68. 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.

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

70. Bajo ninguna circunstancia permita que se consuman, vendan, trafiquen, exhiban o manipulen 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.

71. Mantenga una estricta higiene personal durante la elaboración de los productos: 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.

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

73. 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.

74. 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.

75. No permita que personas con enfermedades contagiosas, 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.

76. Genere un protocolo de atención al cliente. Por ejemplo: para restaurantes, por ningún motivo se deben servir los productos directamente con las manos ni se deben servir alimentos y coger dinero al tiempo; para agencias de viajes, ningún turista puede iniciar su viaje sin contar con el correspondiente seguro de viaje; para alojamientos, toda habitación

será inspeccionada 5 minutos antes de ser entregada a los turistas, y para los guías, no se realizará tour si no se cuenta con botiquín de primeros auxilios.

77. Garantice que el espacio de los comedores esté permanentemente limpio y que las emisiones de ruido sean bajas, incluyendo la música. No olvide que al finalizar un servicio debe preparar inmediatamente la mesa otra vez para recibir nuevos clientes.

78. Diseñe y exponga menús que expliquen y difundan entre los visitantes el origen de los productos que están consumiendo. Idealmente estos menús deben llevar las traducciones de los nombres en lenguas autóctonas.

79. 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.

80. Establezca procedimientos para cada uno de los procesos operativos: el control de los ingredientes de las comidas 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.

81. Decore las habitaciones de su establecimiento en forma temática, dándole una ambientación distinta a cada una de ellas, según las diferentes características de la zona.

82. Proponga a los huéspedes que utilicen las toallas y sábanas durante más de un día. Si las dejan en el piso, hay que lavarlas. Si las dejan colgadas, se pueden seguir usando.

83. Provea las habitaciones con dispensadores de jabón, champú y papel higiénico biodegradable para regular su uso y disminuir la generación de residuos.

84. Minimice la utilización de cloro, detergentes y otras sustancias químicas que vayan a parar a las aguas residuales. Aproveche el sol para secar ropa de cama, manteles, toallas y uniformes.

85. Invite a los huéspedes a involucrarse en las medidas de ahorro con carteles informativos donde se hable de la importancia de apagar luces, ventiladores, acondicionadores de aire y televisores cuando salgan de la habitación o cuando no los estén utilizando.

86. Asegúrese de no llevar un grupo con un número excesivo de participantes, respete la capacidad de carga y los límites de cambio aceptables, ya que esto puede desmejorar su desempeño y afectar gravemente el lugar visitado. En ciertas instalaciones turísticas, y en especial en áreas naturales protegidas, el tamaño del grupo es uno de los factores más importantes para garantizar una experiencia satisfactoria.

87. Los paquetes turísticos y sus procesos deben someterse a validación para asegurar que se desarrollan plenamente y cumplen con las necesidades de sus clientes y los intereses de la agencia.

MERCADEO Y ALIANZAS

Tenga presente el entorno, el consumidor y la 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 y necesidades. Evalúe constantemente sus gustos y emprenda acciones de innovación que busquen satisfacerlos y cautivarlos.

Por último, no olvide que la competencia es fundamental para establecer las condiciones de su producto. Socialice las acciones sociales y ambientales que impulsa su servicio o producto turístico, estas serán ventajas atractivas que lo posicionarán en el marco de los negocios verdes y lo vincularán a mercados especializados.

88. 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 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). Esto le permite tener una estrategia comercial y una planificación estratégica, que deben ser revisadas al menos una vez al año.

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

90. Infórmese acerca de tecnologías que puedan ayudarle a mejorar los procesos de mercadeo y comercialización, y genere alianzas, de ser posible en conjunto con otros prestadores de servicios turísticos, con empresas que pueden ayudarles a realizar transferencia tecnológica no sólo a sus empresas sino al destino donde operan.

91. 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.

92. Realice alianzas y acuerde agendas con actores locales, regionales, nacionales e internacionales para impulsar el mejoramiento de la empresa.

93. Analice la demanda y la oferta local, así como las proyecciones económicas de su empresa.

94. Tenga en cuenta que el material divulgativo —como folletos, avisos, plegables, libros o carteles— es importante para dar a conocer el apoyo social y ambiental que impulsa su servicio o producto. Minimice su uso y, en caso de requerirlo, prefiera materiales de bajo impacto ambiental para sus herramientas de divulgación.

95. Diseñe material informativo virtual e impreso veraz, donde el cliente pueda conocer con precisión los servicios solicitados y contratados.

96. Dé una información clara y de fácil comprensión sobre los servicios y productos ofrecidos.

97. Realice acuerdos de trabajo en las cadenas productivas y articule alianzas con actores locales y regionales de la cadena ecoturística. Los acuerdos y alianzas disminuyen costos y permiten que usted se concentre en aquellos aspectos de la operación

en los cuales tiene ventajas competitivas. Dé preferencia a proveedores locales, ojalá certificados en calidad o normas técnicas, que empleen buenas prácticas ambientales y sociales.

98. Privilegie y fomente la adquisición de productos artesanales o alimenticios fabricados de manera sostenible, preferiblemente certificados y, de ser posible, provenientes de comunidades locales. Revise si la etiqueta lleva algún mensaje de responsabilidad social.

MANEJO DE DESTINOS (LUGARES, PERSONAS, PRODUCTOS, PROCESOS)

El turismo es más viable de ser desarrollado cuando se piensa en destino o clúster, ya que de esta forma los diferentes prestadores se articulan a una cadena productiva que reduce los costos y que fortalece el accionar colectivo del lugar. Cualquier acción independiente resultará más costosa y onerosa, por eso pensar en términos de destino, donde se articula la participación pública y privada, facilita la obtención de resultados.

99. Promueva la gestión de destinos donde haya participación pública y privada, para la construcción y fortalecimiento conjunto. Tenga presente que las empresas y comunidad son las llamadas a liderar los procesos de desarrollo sostenible de sus destinos, con el apoyo de las instituciones y la academia.


100. Genere estrategias de trabajo conjunto entre los diferentes prestadores para el desarrollo de productos del destino.

101. Genere estrategias conjuntas de formación para empresas, comunidad e instituciones.

102. Genere estrategias conjuntas de investigación y transferencia tecnológica para el destino donde opera, en pro del seguimiento y control de recursos para su conservación.

103. Provea oportunidades para la convivencia y el contacto de los turistas con las comunidades locales, para que estas puedan mostrar y expresar su modo de vida, sus costumbres y sus tradiciones, y para que de esta manera se fortalezca su orgullo y su sentido de pertenencia.

*Los negocios verdes son las actividades económicas que ofrecen bienes o servicios con impactos ambientales positivos y que incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas.
(Ministerio de Ambiente, 2014)*

Barichara, Santander
Carlos Rosero 



BUENAS PRÁCTICAS SOCIALES



Ciénaga de Pijiño, Magdalena
Rafael Serrano-Esguerra



Desde la planeación de la iniciativa se debe tener claro que el turismo sostenible busca generar beneficios y mejoras en la calidad de vida de las comunidades locales, así como su gobernanza y empoderamiento (OMT, 2019).

Por lo tanto, la actividad siempre debe estar orientada a la alta participación de la población y la concertación con todos los actores para la articulación local, regional y nacional que propicie el fortalecimiento y posicionamiento del proyecto.

Prestar un buen servicio al cliente y generar una dinámica social local adecuada, por medio de la generación de empleo y la controlada interacción entre los visitantes y la comunidad, permite que la actividad turística sea realmente una herramienta de conservación social y que no impacte negativamente en la idiosincrasia local ni modifique su entorno. De ahí la importancia de la inclusión de las comunidades vulnerables en la cadena de valor del turismo, así como el respaldo a la igualdad de género, que se manifiesta desde la asignación de labores según competencias y

bajo políticas de remuneración equitativa para hombres y mujeres. Con lo cual, el prestador de servicios turísticos se sentirá aportando al desarrollo local y aprenderá a respetar y valorar las creencias del lugar.

De igual forma, el reconocimiento **del turismo desde su función social** permite generar oportunidades y alternativas de desarrollo en los territorios donde se implementa, posibilitando la prestación de servicios y productos turísticos por parte de los grupos sociales o comunidades receptoras. De esta forma se da lugar al **turismo comunitario**, que comparte escenarios con el turismo de naturaleza y de manera organizada fortalece las **capacidades locales y apoya proyectos que benefician el territorio y a la población en general**.

MANEJO DE VISITANTES

Sin lugar a dudas, con la llegada de visitantes a un destino se comienzan a generar beneficios económicos para la comunidad local, pero así mismo, si no hay un manejo adecuado, también producirá sobre ella otra serie de impactos. A partir de 1970, a nivel mundial, se empezó a reflexionar sobre la importancia de la conservación ambiental y cultural, lo que repercutió

considerablemente en el turismo. En Colombia, a partir de 1990 el turismo de naturaleza comenzó a cobrar una fuerte dinámica que se ha mantenido en forma ascendente hasta el día de hoy.

Actualmente las áreas naturales son el destino de miles de turistas, que buscan pasar un momento de

contacto con la naturaleza, ya sea de manera contemplativa o en la práctica de actividades recreativas y de aventura. Es ahí donde los prestadores de servicios turísticos cobran vital importancia, pues se convierten en orientadores y vigías que, durante la generación de experiencias emocionales, logran que los visitantes reflexionen y cambien actitudes negativas por acciones positivas en función de la conservación y protección del destino que visitan. Para lograr estos objetivos:

1. Defina claramente los perfiles de sus clientes, la experiencia que quiere que vivan en el desarrollo de su actividad y el nivel de educación ambiental que pretende generar. Establezca una estrategia para manejar el intercambio cultural que espera propiciar.
2. Mida siempre la repercusión de las actividades turísticas en la comunidad y provéala de

herramientas que le permita actuar ante el eventual impacto cultural generado por los visitantes.

3. Genere acuerdos con los prestadores de servicios turísticos del destino sobre el número y tamaño de los grupos a manejar.
4. Desarrolle un código de conducta para los visitantes y socialícelo con los guías y turistas.
5. Divulgue, mantenga siempre visible y dé a conocer la política general de sostenibilidad de su empresa, tanto a sus clientes como a sus empleados y propietarios, por medio de carteleras, talleres, material informativo y charlas de inducción, entre otros canales de divulgación. En este ejercicio se puede recurrir a las diferentes estrategias de educación ambiental con que cuentan las diferentes instituciones ambientales nacionales, según sea el caso de la empresa.

EMPLEO

La generación de empleo y el apoyo a las iniciativas productivas locales de un destino turístico son parte fundamental para el desarrollo sostenible de la actividad turística, además de que genera apropiación y apoyo por parte de la comunidad local a los proyectos turísticos. La llegada continua de turistas a un lugar también genera empleos indirectos: la producción de artesanías, la compra de productos agropecuarios, el transporte, las comidas típicas e incluso las representaciones artísticas son algunas actividades que se ven beneficiadas con el turismo, por ello:

6. Fomente la participación activa de la población en la actividad turística mediante la generación

de empleos y su articulación en los distintos eslabones de la cadena productiva.

7. Tenga claro cómo y hasta dónde se involucra la comunidad. Es deseable que la comunidad participe no únicamente como proveedora de mano de obra, bienes y servicios, sino como socia del proyecto turístico.
8. Involucre a la población local desde las etapas tempranas de la actividad turística, con el fin de que localmente se acepte el proyecto y sea apropiado por la localidad como una alternativa económica. Como prestador, debe identificar cuáles

son las fortalezas locales, cuál es el potencial de las actividades productivas que se pueden desarrollar en la zona, cómo generar alianzas, qué actores locales hay, qué debilidades tiene la localidad, cómo promover capacitación y apoyar el desarrollo de formación local.

9. Articule su proyecto a la economía local para apoyar su desarrollo, por ejemplo, vinculando productores de alimentos locales, artesanos, transportadores, mano de obra y alojamiento. Se recomienda que sus aliados locales estén también articulados en estrategias de implementación de buenas prácticas y que se replique su aplicación.

10. Si es posible, en el desarrollo de las 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. Para ello, identifique

previamente todos los actores que se encuentran inmersos en la cadena productiva como parte de la gestión de cada producto y como potenciales beneficiarios de la actividad sostenible.

11. Realice acuerdos de trabajo en las cadenas productivas y articule alianzas con actores locales y regionales. Los acuerdos y alianzas disminuyen costos y permiten que usted se concentre en aquellos aspectos de la operación en los cuales tiene ventajas competitivas.

12. Incentive la formación y capacitación de sus empleados, con el fin de incrementar las capacidades y el nivel académico de la sociedad local. Esta estrategia permite generar mayor apropiación de la empresa por parte de su equipo de trabajo y es un incentivo personal para cada uno de sus miembros, como profesionales y seres humanos.

DESARROLLO LOCAL COMUNITARIO

Muchas regiones del territorio nacional se han visto beneficiadas por las actividades turísticas, en especial en el sector del turismo de naturaleza. Uno de esos casos es el del Eje Cafetero. Durante la crisis cafetera de los 90, el estado colombiano y los gobiernos locales decidieron apostarle al turismo rural y al agroturismo como parte de la estrategia para superar los difíciles momentos. La comunidad se articuló de una manera sorprendente al proyecto y en pocos años el Eje Cafetero se convirtió en uno de los destinos turísticos más representativos del país, tanto a nivel nacional como internacional. Este ejemplo ha sido emulado con éxito por otros destinos turísticos en el país, como es el caso de Santander, que ha encontrado en el turismo de

aventura un factor de desarrollo social y económico, y ha vinculado el turismo de naturaleza al turismo comunitario. De esta forma, en muchos casos el apoyo a los proyectos no se da de manera individual, sino con el impulso de acciones colectivas que benefician en general a la población del territorio.

13. Incluya dentro de la planeación del destino un proceso participativo con la comunidad para realizar la zonificación de todas las actividades a realizar, dentro y fuera del área natural. Esto debe abarcar tanto el estudio de las instalaciones locales que se deben promover con la actividad turística como el nivel de acceso permitido a cada una de

ellas. En algunos sitios, las comunidades locales han identificado dentro de sus poblaciones zonas específicas abiertas para el ecoturismo, tanto respecto al suministro de servicios como a las medidas de conservación de la vida silvestre. Un enfoque que se recomienda es desarrollar las iniciativas a cierta distancia de los centros poblados, donde el acceso sea fácil pero se evite afectar a las poblaciones.

14. Incentive la venta y producción de productos y artesanías realizadas en materiales nativos (coco, madera certificada, fibras naturales, entre otros), siempre que su uso esté permitido por la ley. Para asegurarse de esto, verifique previamente con la Corporación Autónoma Regional de la zona y consulte sus programas de mercados verdes y biocomercio.

IGUALDAD DE GÉNERO E INCLUSIÓN SOCIAL

La declaración universal de los derechos humanos, en el artículo 1, manifiesta que: “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros”. Esto implica evitar cualquier tipo de discriminación que impida la participación de manera equitativa de mujeres y miembros de minorías locales con estrategias que los articulen a la cadena de valor y provean oportunidades económicas y de reconocimiento. También implica impedir el trabajo infantil en el desarrollo de las diferentes actividades económicas y sociales de un pueblo o nación. En cuanto a las actividades turísticas, los prestadores de servicios se convierten en garantes y promotores de la igualdad de género y de las condiciones que conllevan el cumplimiento de los derechos fundamentales. Por lo tanto:

15. Consulte y respete los planes de manejo de territorios colectivos y los planes de vida de las comunidades negras, campesinas y resguardos indígenas. Busque la asesoría de las entidades nacionales y regionales: autoridades ambientales, gobernaciones y alcaldías.

16. Involucre a las autoridades tradicionales de las comunidades indígenas y afrocolombianas en los procesos y decisiones en donde tengan injerencia de manera directa.

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

18. Promueva la igualdad de género, favoreciendo la ocupación de puestos de mando y directivos con remuneración equitativa según el cargo. No asigne tareas según estereotipos de género, sino según las competencias, aptitudes y aspiraciones de las personas. Fomente el empleo de mujeres de la comunidad para apoyar su autonomía económica.

POLÍTICA EN CONTRA DE LA EXPLOTACIÓN SEXUAL

Desafortunadamente uno de los flagelos más tristes y vergonzosos de la humanidad está relacionado con el turismo: la explotación sexual y comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNNA).

El estado colombiano ha elaborado políticas que buscan frenar y castigar a los responsables de la trata de personas. Así mismo, la Organización Mundial del Turismo, consciente de esta situación, ha dispuesto normas y estrategias para que los prestadores de servicios turísticos elaboren y pongan en práctica políticas de lucha contra la explotación comercial (comprendida la explotación sexual), en particular de niños, niñas y adolescentes.

Por su parte, el Código de Infancia y Adolescencia en Colombia hace énfasis y entrega competencias a las instituciones para la prevención y erradicación de este delito. Adicionalmente, a partir de la Ley 1336 de 2009, se ha aumentado el énfasis en la erradicación de la ESCNNA, la pornografía y el control de esta amenaza dentro de las actividades turísticas.

La Constitución Política de Colombia, en el capítulo 2 de los derechos sociales, económicos y culturales, consagra en el artículo 44 los derechos fundamentales de los niños: son derechos fundamentales el de la vida, la integridad física, la salud, la seguridad social y la alimentación. Adicionalmente, se indica allí que serán protegidos contra toda forma de abandono, violencia

física o moral, secuestro, venta, abuso sexual, explotación laboral o económica y trabajos riesgosos. Por lo tanto, las buenas prácticas relacionadas, que buscan combatir y erradicar este mal que aqueja actualmente a la sociedad, son de inmediato cumplimiento.

19. Prohíba explícitamente en su actividad, y no promueva de ninguna manera, la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes. Prevenga a través de programas de capacitación y campañas, informe a sus proveedores y clientes sobre su compromiso, y denuncie sobre situaciones de riesgo o lugares sospechosos o conocidos como puntos de explotación.

20. Fomente que su personal apoye las iniciativas locales sanas y que sea vigilante ante la existencia de actividades y fenómenos indeseables, como la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNNA), la trata de personas, el comercio de drogas, etc.

PARTICIPACIÓN SOCIAL

Se llama participación social a las iniciativas en que algunos miembros de una comunidad, con intereses afines, se unen para trabajar y sacar adelante un proyecto común. En Colombia, en la actividad turística, esta es una de las iniciativas que el estado trata de motivar: la creación de cooperativas y asociaciones de manera recurrente como medio para impulsar el desarrollo sostenible de una región y el empoderamiento de los propios pobladores a través de acciones que los hagan partícipes de las transformaciones de su propia vida (OMT, 2019). Un ejemplo de ello es el programa Ecoturismo Comunitario de Parques Nacionales Naturales, el cual amplía el alcance del componente social del ecoturismo, concediéndoles a las poblaciones locales una mayor responsabilidad en la gestión de su destino y en el desarrollo del producto turístico.

En este orden de ideas, el ecoturismo comunitario reafirma el componente social del ecoturismo generando mayor autonomía local y un mayor control de los beneficios por parte de las comunidades. El ecoturismo comunitario se apoya en las instancias organizadas de carácter comunitario que representan los intereses comunes o en emprendimientos individuales que se gestan al interior de la comunidad.

Su objetivo puntual es establecer alianzas con organizaciones comunitarias para la prestación de servicios y actividades ecoturísticas en áreas protegidas y fortalecer sus capacidades, mejorando así la conservación de los recursos naturales y culturales, la calidad de vida de las comunidades y la sostenibilidad financiera de la unidad.





Páramo de Ocetá
Rafael Serrano Esguerra



BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES

San José del Guaviare
Rafael Serrano Esguerra



En Colombia, el Ministerio de Cultura concibe el patrimonio cultural de manera incluyente y participativa, como una suma de bienes y manifestaciones que abarca un vasto campo de la vida social y está constituida por un complejo conjunto de activos sociales de carácter cultural (material e inmaterial), que le dan a un grupo humano sentido, identidad y pertenencia.

El patrimonio cultural es también un factor de bienestar y de desarrollo, que debe ser reconocido por la diversidad de sus formas de expresión y por sus valores propios, y por lo tanto se debe adoptar la responsabilidad de velar por su gestión, protección y salvaguardia (OMT, 2019).

En este sentido, el turismo sostenible debe hacer especial énfasis en la preservación del patrimonio

cultural y las tradiciones de las comunidades, posibilitando el enriquecimiento y la calidad de vida de las poblaciones locales.

Así mismo, debe tener en cuenta todas las manifestaciones culturales, incorporarlas en el desarrollo de sus actividades y fomentar en los visitantes valores de respeto y cuidado por medio de programas que garanticen su conservación.

RESCATE Y PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

Dada la preocupación nacional por el deterioro y la desaparición de bienes culturales materiales e inmateriales, Colombia suscribió en 1982 la “Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural de 1972”, con el fin de apoyarse en la comunidad internacional para la generación de procesos que permitieran identificar, proteger, conservar, rehabilitar y transmitir a las generaciones futuras el patrimonio cultural de la nación.

Esto obliga a los prestadores de servicios turísticos a rescatar, cuidar y promover todas aquellas manifestaciones culturales y naturales de los destinos donde desarrollan sus actividades, y a fomentar la creación de espacios para el intercambio de valores, conocimientos y creencias de las comunidades locales con los visitantes.

- 1.** Adopte e implemente políticas específicas para la protección del patrimonio histórico y cultural de los sitios visitados. Es recomendable asesorarse y verificar las políticas del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (Icanh).
- 2.** No permita la venta, comercialización, tráfico o exhibición de piezas arqueológicas, a menos de que cuente con los permisos respectivos, para el caso único y específico de la exhibición. Contacte y asesórese con el Icanh, el Ministerio de Cultura y la Secretaría de Cultura de su región.
- 3.** Sea un aliado de las culturas indígenas, afrocolombianas y campesinas para salvaguardar su patrimonio. Instruya al personal y a los clientes de su iniciativa para que no se presten a la comercialización ilegal de bienes culturales.
- 4.** Las comunidades son las únicas que podrán decidir los aspectos de sus tradiciones culturales que desean compartir con los visitantes y el nivel de interacción en cada uno.
- 5.** Desarrolle estrategias propias de protección ambiental, cultural, social y económica con el fin de mejorar y conservar la calidad del producto turístico ofrecido por la empresa.
- 6.** Desarrolle un código de conducta en el destino dirigido a los turistas y trabajadores, con

el fin de garantizar el respeto a la idiosincrasia de las culturas locales. Este código debe ser publicado, distribuido y mantenido en un lugar visible. Es importante tener en cuenta que, si el código se construye con la participación de las comunidades locales y del personal, se generará mayor apropiación y aplicación en la empresa. Como una guía de referencia, diríjase al código de conducta y ética de la Organización Mundial del Turismo (WTO), el cual puede encontrar en su página web (www2.unwto.org).

- 7.** Cerciórese de que los beneficios que se generan a través de la prestación de servicios relacionados con los atractivos culturales que se promueven sean percibidos por la comunidad receptora y sean un complemento de su realidad socioeconómica. Esto responde a un principio de compensación justa y equitativa. Es fundamental demostrar respeto hacia las comunidades originarias, sus valores y su cultura.
- 8.** Facilite una lista de los productos y servicios locales que deben evitarse.
- 9.** Apoye la protección de lugares con valor patrimonial.



INCENTIVACIÓN Y USO DE ELEMENTOS CULTURALES

Se considera que la cultura es todo lo relacionado con las creencias, valores, comportamientos y objetos que identifican a un determinado grupo de personas y que surgen de sus vivencias y relaciones sociales. Según la Unesco, la cultura puede considerarse “como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.

Entonces, las empresas prestadoras de servicios turísticos deben vincularse y hacer parte del entorno social donde desarrollan sus actividades. De esta manera, una empresa que apoya la identidad de las comunidades, su cultura y valores, y que al mismo tiempo fortalece las relaciones con la comunidad, haciéndola parte de la planeación e implementación, es una empresa que trabaja por mantener los criterios de sostenibilidad (Política de Turismo Sostenible, 2020).

- 10.** Promueva que los productos que se vendan estén elaborados a partir de los conocimientos, valores y destrezas tradicionales de las comunidades.
- 11.** Promocione y divulgue los valores culturales, pero para ello consulte primero con la misma comunidad sobre las maneras más apropiadas de hacerlo.
- 12.** Ayude a las comunidades a diseñar el material divulgativo que presentarán ante terceros, en caso de que sea requerido por ellas.

- 13.** 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.

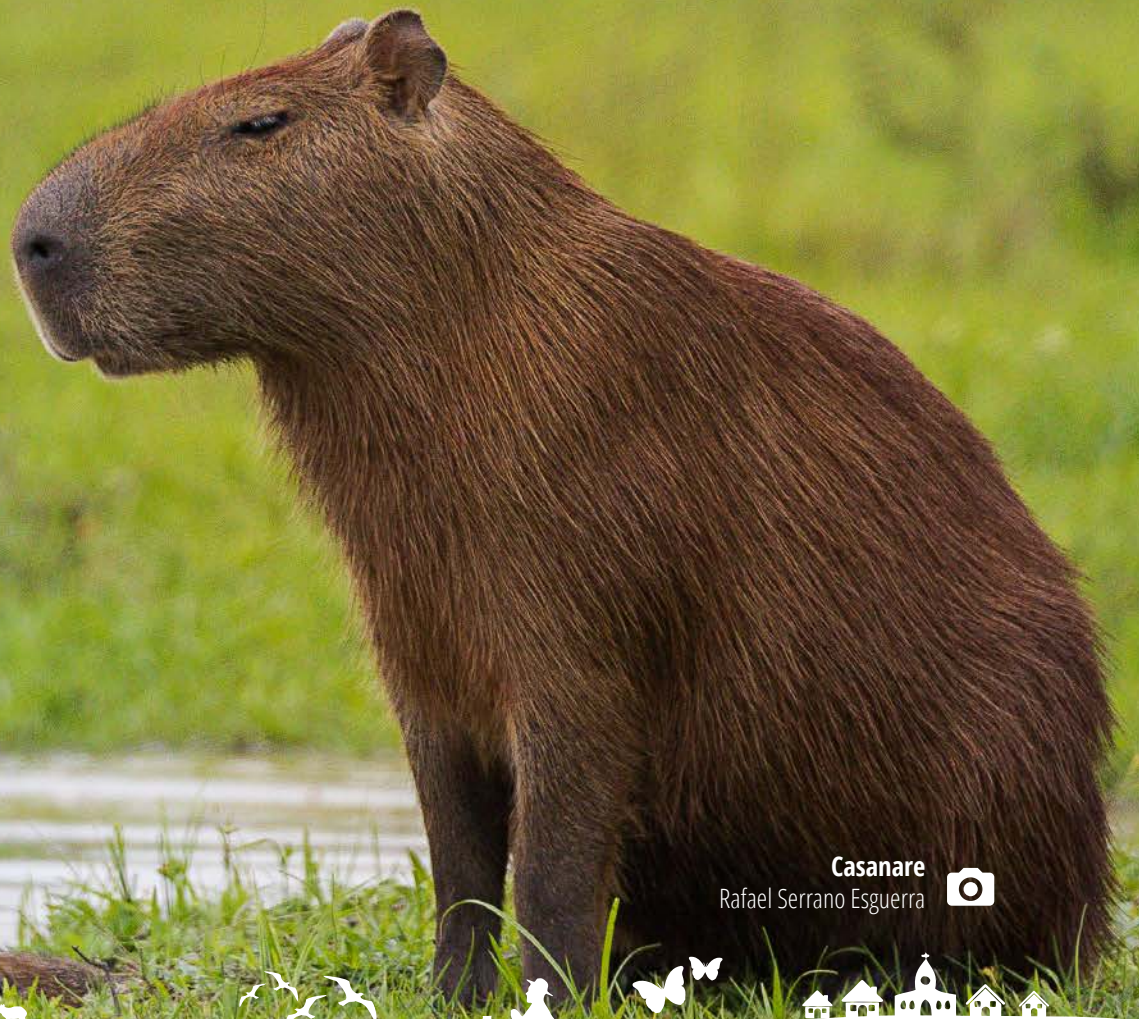
- 14.** Asegúrese de que los diseños y mobiliarios sean armónicos con el ambiente. Muebles y enseres deben guardar una unidad de conjunto y un estilo decorativo acorde con las características arquitectónicas del edificio y del espacio. Evite que la arquitectura y el diseño interior de su establecimiento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

- 15.** 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 se pierdan o se conviertan en simples reproducciones.

- 16.** Haga del establecimiento un espacio de difusión de la cultura local (música, danza, arte, etc.).

- 17.** Decore su establecimiento en forma temática, dándole una ambientación distinta a cada una de sus áreas, según las diferentes características de la zona.

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



Casanare
Rafael Serrano Esguerra



El ejercicio responsable del turismo implica contribuir a la protección de la biodiversidad y la conservación de los ecosistemas estratégicos, de los que hace uso para mantener su atractivo y soportar sus actividades.

Aplicar acciones ambientales asociadas al turismo de naturaleza es entonces una forma de aportar, como prestadores de servicios, a la protección de los me-

dios de vida de las comunidades y los recursos vitales del territorio donde se desarrolla la iniciativa (Política de Turismo Sostenible, 2020).

En este sentido, las buenas prácticas ambientales comprenden el manejo integral de los impactos negativos, junto con la mitigación de los efectos del cambio climático.

Las acciones realizadas en este sentido se encaminan principalmente a la compensación de las emisiones de efecto invernadero, el buen uso de los recursos naturales, el reconocimiento del patrimonio y la biodiversidad territorial, la identificación de las fuentes y los residuos que genera la actividad turística y la adquisición de herramientas formativas que propicien la comprensión y el manejo ambiental por parte de los turistas, los empleados y las comunidades locales.

Es importante resaltar que este tipo de prácticas no están asociadas únicamente al desarrollo del servicio, sino que se proyectan en el territorio a partir del apoyo a iniciativas o proyectos ambientales comunitarios, dándoles así un alcance más amplio y sostenible.

Las buenas prácticas ambientales siempre han estado asociadas al cuidado del ambiente y a la protección de la biodiversidad, sin embargo, y para ampliar su alcance, también contemplan las **medidas necesarias para proteger la salud personal**, y por lo tanto abarcan los riesgos **biológicos (infecto-contagiosos), físicos y químicos** a los que se exponen tanto los visitantes como los operadores y las comunidades.

Esto implica introducir acciones que permitan evaluar **periódicamente las situaciones ambientales, sociales y salubres del servicio**.

USO DEL AGUA

El agua existe en forma abundante, no obstante, cerca del 97% del agua del planeta es salada y está en mares y océanos. Solamente el 3% es agua dulce, que en su mayoría está en forma de hielo en los polos y en los glaciares, y apenas un 0,3% de esa masa total de agua dulce puede ser utilizada por los seres humanos (“Buenas prácticas para turismo sostenible”, Rainforest Alliance: 68).

El agua es uno de los recursos naturales esenciales para el desarrollo humano porque proporciona energía y vida pero, simultáneamente, es uno de los más afectados tanto por procesos naturales como antrópicos, dependiendo de su explotación. Por esto, es necesario que el empresario, el turista y la comunidad tomen conciencia a la hora de hacer turismo de naturaleza, y que realicen prácticas que permitan conservar y reducir el impacto sobre el agua, lo cual es clave para la sostenibilidad de la iniciativa y de su entorno.

- 1.** Establezca un plan de reducción y reciclaje de agua para racionalizar y disminuir su consumo.
- 2.** Conozca, registre y monitoree el consumo del agua. Una posibilidad sencilla es instalar un medidor en la tubería de ingreso y llevar un control periódico del consumo, si la fuente de agua es propia. Si su iniciativa utiliza sistemas formales de acueducto, solicite y mantenga los registros de sus consumos periódicos.
- 3.** Desarrolle un programa de revisión y mantenimiento preventivo de tuberías y demás instalaciones. Es importante que establezca un programa periódico para ello.
- 4.** 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.
- 5.** 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.
- 6.** Utilice métodos de purificación amigables con el ambiente (filtros mecánicos, ozonización, sistemas de purificación con cantidades controladas de cloro o sin cloro, preferiblemente).
- 7.** Evite que las aguas canalizadas provenientes de techos, canoas, caños, etc., caigan directamente y con fuerza sobre superficies erosionables. Para esto, se recomienda tener en los puntos de descarga vegetación que cubra el suelo adecuadamente, coberturas duras que lo protejan (cemento, piedras u otro material) o sistemas de recolección y conducción.
- 8.** Revise y corrija el goteo en los grifos y las llaves del establecimiento. Revise permanentemente la red hidráulica del establecimiento y su zona verde para evitar escapes.

9. Reutilice el agua de la lavandería para labores de limpieza de las instalaciones, tales como lavado de pisos, paredes, etc.
10. Cerciórese de que toda el agua empleada para consumo humano, incluyendo el hielo, sea potable.
11. Aproveche el agua lluvia en sus actividades:

construya tanques de almacenamiento de agua lluvia para utilizarla en lavandería, jardinería, aseo de áreas públicas, servicios sanitarios, riego de jardines y otros usos.

12. En caso de ser necesario, realice las labores de riego al final del día para evitar la evaporación del agua con la luz solar.

USO DE ENERGÍA

El mal uso de las fuentes energéticas genera impactos ambientales y sociales importantes, ya que su generación exige el alto consumo de recursos naturales.

El ahorro de energía y la utilización de fuentes alternativas renovables, como la hidráulica, la solar, la eólica y la de los océanos, reducen la emisión de gases contaminantes que dañan el ambiente y contribuyen a asegurar la sostenibilidad de su empresa y del destino, además de mejorar la calidad de vida de los residentes y la experiencia del turista.

13. Conozca, registre y monitoree el consumo de energía.
14. Racionalice y reduzca su consumo por medio de un programa de uso eficiente de energía. Se recomienda asesorarse de la autoridad ambiental competente en su área.
15. Desarrolle un programa de mantenimiento preventivo para las instalaciones eléctricas del establecimiento. Una herramienta que se puede utilizar es una lista de chequeo de cada uno de los lugares de recolección de energía (en el caso de energías

alternativas) o de distribución (para el caso de transformadores o cajas eléctricas). Otro aspecto importante por verificar son las instalaciones de aire acondicionado, en caso de existir, para mantener limpios los filtros, o cambiarlos de ser necesario.

16. 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.
17. Mantenga un buen nivel de limpieza en los sistemas de iluminación. De esta forma se evita que el polvo oscurezca la luz que emiten y se facilita el uso de dispositivos de menor potencia.
18. Programe la mayor parte de sus actividades en horas en las cuales se cuenta con luz solar, para evitar el uso excesivo de energía eléctrica o alternativa.

- 19.** Mantenga en buen estado todos los equipos para ahorrar energía, asegurar su uso racional y aprovechar el calor residual.
- 20.** En lugar de aparatos eléctricos, procure utilizar equipos que funcionen con gas.
- 21.** Cambie paulatinamente los equipos y aparatos antiguos o con tecnología obsoleta, que generalmente tienen un alto consumo de energía, por equipos más modernos y eficientes.
- 22.** Desconecte los electrodomésticos mientras no estén siendo utilizados.
- 23.** Utilice los equipos informáticos en modo de bajo consumo.
- 24.** Asegúrese de que sus vehículos estén en perfecto estado mecánico y no generen emanaciones ni pérdida de fluidos sintéticos contaminantes que puedan perjudicar la salud de los visitantes y del ambiente.

DISEÑO, CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN DE INSTALACIONES

Los principios del desarrollo sostenible deben contemplarse desde el diseño de los productos y servicios y de su infraestructura. Su buen manejo permitirá la reducción de impactos negativos en el entorno, su armonización con las características locales, la obtención de beneficios económicos y la satisfacción de los clientes.

Por esto, es necesario contar desde un principio con actividades básicas que van a garantizar que su proyecto sea sostenible y se encuentre en armonía con el ambiente.

- 25.** Ubique su establecimiento en lugares que se encuentren libres de peligros de contaminación (plagas, hongos, humo, polvo, olores pestilentes o similares).
- 26.** La infraestructura de su establecimiento debe ser sólida. Utilice materiales de la zona, que no afecten la sostenibilidad y que sean resistentes a la corrosión. Por ejemplo, sustituya el asfalto por madera u otros materiales que permitan el filtrado de agua.
- 27.** Utilice materiales que contribuyan al aprovechamiento de la luz natural, la difusión del calor y el aislamiento térmico.
- 28.** Evite que la arquitectura y el diseño interior de su establecimiento afecten e influyan en el goce paisajístico natural.
- 29.** Proporcione sombra a su edificio plantando árboles o arbustos nativos en los alrededores.
- 30.** En caso de que haya ventanales muy amplios, coloque en ellos siluetas, figuras o líneas con material autoadhesivo para evitar que las aves choquen contra los vidrios.

EDUCACIÓN AMBIENTAL

Integrar la educación ambiental a la oferta turística permite que el usuario, el visitante, la comunidad y el personal se involucren realmente con el entorno natural en acciones a favor del ambiente, se concienticen de la necesidad de conservarlo y protegerlo, aprendan la manera de usar los recursos naturales en forma racional y disfruten de la experiencia. Esto ayuda además a promover el desarrollo sostenible y la búsqueda de soluciones para que las generaciones futuras puedan seguir utilizando los recursos.

31. Por lo tanto, hay que realizar actividades de educación ambiental de forma adecuada, que realmente concienticen, comprendan y lleguen a los corazones de cada uno de los actores. Hay que tener en cuenta que la educación ambiental no se debe quedar en la enseñanza de conceptos, sino que tiene que conducir a su realización.

32. Aprenda constantemente sobre las características ambientales del destino y procure una autocalificación continua en habilidades profesionales para desempeñarse y poder brindar ese conocimiento a sus clientes.

33. Eduque 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.

34. Eduque sobre la importancia de reducir el consumo de energía y de emplearla responsablemente. Realice charlas y campañas de información y formación y facilite material divulgativo.

35. Promueva y participe en programas de

educación ambiental en los que se aborde el buen manejo de la energía, el agua y el reciclaje por medio de campañas de información y formación, talleres, charlas de inducción y material divulgativo.

36. Realice campañas de información entre los empleados y visitantes para promover la minimización de la contaminación y la correcta gestión de los residuos. Utilice para ello material divulgativo, charlas y talleres.

37. Capacite a su personal para que sepa aplicar medidas de ahorro de energía.

38. Instale, en lo posible, carteleros dirigidos a empleados, turistas y la comunidad local, con anuncios especiales para informar sobre el ambiente y su protección.

39. Informe a los turistas sobre cómo comportarse durante las actividades en los lugares de observación de flora y fauna. Haga énfasis en el respeto por las especies y en la importancia de guardar silencio.

40. Mantenga suficiente información de consulta disponible sobre las especies más importantes o representativas de la región. Algunas formas de divulgación de información sobre estas especies son las placas de identificación de los árboles, los plegables con fotos y descripciones de la fauna y flora local, las cartillas de información, los afiches y los libros.

41. Promueva campañas sobre el cambio climático para motivar a los participantes a comprometerse con acciones efectivas en su prevención.

CAMBIO CLIMÁTICO

Las acciones ambientales asociadas a la mitigación y adaptación al cambio climático son claves para contribuir a la reducción de la huella ambiental del sector. Por eso es importante desarrollar e implementar prácticas asociadas a los procesos de planificación que se vean reflejadas en el buen uso y mantenimiento de los equipos de trabajo y las unidades de transporte, utilizar energías alternativas, evitar al máximo los combustibles fósiles y apoyar los proyectos comunitarios de conservación de los ecosistemas estratégicos que propicien la compensación de las emisiones de efecto invernadero en los entornos locales y los territorios.

- 42.** Promueva actividades turísticas que no empleen automóviles.
- 43.** Donde sea posible, reemplace el aire acondicionado por ventiladores, los cuales deben mantenerse limpios y en buen estado. Además de ahorrar energía, esto disminuye las emisiones de gases de efecto invernadero y de sustancias agotadoras del ozono.
- 44.** 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 la combustión de estos son tóxicos y pueden ocasionar afectaciones graves en los ecosistemas y comunidades en donde se realizan.

- 45.** Reduzca las emisiones que afectan la capa de ozono y contribuyen al cambio climático, a través del mantenimiento periódico de las unidades de transporte y el uso de motores eficientes que consuman menos combustible y rindan más por galón. Considere el uso de unidades híbridas o fuentes de energía alternativas a los combustibles fósiles
- 46.** Desarrolle acciones para compensar las emisiones de CO₂ de las unidades de transporte. Hágalo participando en la restauración y conservación de ecosistemas estratégicos que asegurarán las fuentes de agua y absorberán la contaminación a lo largo de la vida.
- 47.** Ofrezca a sus empleados capacitación en prácticas que redunden en la minimización del cambio climático, basadas en el ahorro de combustible, el mantenimiento preventivo de sus unidades de transporte, y el manejo y desecho de sustancias tóxicas y contaminantes de manera responsable y segura.



RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

La responsabilidad ambiental empresarial no sólo afecta al ambiente sino que también afecta la sostenibilidad y el desarrollo económico. Esta no sólo hace referencia al cumplimiento de la ley, sino que busca ir más allá de lo que la ley exige con el fin de minimizar todos aquellos impactos negativos que se derivan de la actividad, adaptarse al cambio climático, mitigar sus efectos y proteger la biodiversidad.

Por lo cual, es vital que el compromiso de la empresa con el ambiente esté presente durante todo el proceso productivo y que todas las partes interesadas de la empresa velen por su cumplimiento.

- 48.** Tenga clara su política de sostenibilidad y hágale seguimiento, ya que esto promueve el posicionamiento de su iniciativa dentro del marco de los negocios verdes.
- 49.** Promueva dentro de su producto turístico las acciones ambientales positivas de la comunidad local.
- 50.** Conozca todos los atractivos naturales del destino turístico donde se encuentra su establecimiento. De ser posible, apoye, organice y participe en actividades en pro de su conservación.

51. Promueva y participe en programas de conservación y manejo de algún área natural, sea estatal o privada, dentro del área de influencia de su iniciativa. Los programas de limpieza o mantenimiento de áreas naturales, playas y senderos o los programas de conservación de cuencas hídricas y siembras de restauración ecológica son buenos ejemplos de iniciativas en las que puede participar.

52. Participe de los programas para la identificación y el monitoreo de los impactos ambientales generados por la actividad turística, los cuales deben contar con una serie de registros verificables.

53. No comprometa con la operación de su empresa los recursos básicos de las comunidades locales, tales como el agua potable, la energía eléctrica y los recursos naturales.

54. De ser posible, participe en la creación y mantenimiento de corredores biológicos en cercanías al sitio donde se realizan sus actividades turísticas.





Las áreas protegidas ayudan a regular los regímenes de lluvias y a fijar el carbono, manteniendo la estabilidad del clima.



Ciudad Perdida
Rafael Serrano Esguerra



PATRIMONIO NATURAL

El patrimonio natural está constituido por los diferentes paisajes de un territorio. La Unesco lo define como aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista estético, científico o medioambiental. El patrimonio natural está constituido por las reservas de la biósfera, los monumentos naturales, las reservas y parques nacionales y los santuarios de la naturaleza.

Teniendo en cuenta que no sólo es un atractivo para el desarrollo del turismo de naturaleza, sino que es de vital importancia en el destino y el desarrollo de la vida, es necesario protegerlo, conservarlo y salvaguardarlo en pro de la sostenibilidad.

- 55.** Respete los entornos del patrimonio natural y promueva el respeto por parte de otros prestadores, la comunidad y los visitantes.

MANEJO DE LA BIODIVERSIDAD

Varias especies de fauna y flora se encuentran en peligro de extinción, debido, principalmente, a la alteración de los ambientes naturales. Para evitar su desaparición, se deben propiciar actividades que permitan la protección de la biodiversidad y la conservación de los ecosistemas estratégicos, pues son la base de los entornos naturales y, por lo tanto, del desarrollo de actividades del turismo de naturaleza.

- 56.** Prohíba la alimentación artificial de animales silvestres. Puede invitar a la alimentación controlada, que debe ser debidamente asesorada por expertos en manejo de fauna.
- 57.** Controle y evite excesos que los turistas puedan cometer y que puedan dañar o perturbar la flora y fauna silvestre.
- 58.** Garantice que en el desarrollo de sus actividades las emisiones de ruido sean bajas con el fin

de no afectar el entorno natural.

- 59.** Adopte medidas para que la iluminación de los espacios construidos no afecten la vida silvestre, a los turistas ni a la comunidad local.
- 60.** Fomente y eduque sobre el manejo integral del fuego con el fin de reducir los incendios forestales provocados por causas humanas, a través de medidas de prevención, detección, control y combate.
- 61.** No apoye ni promueva el mantenimiento de animales silvestres en cautiverio, salvo en casos de rescate o reintroducción de especies, conforme con la ley y la buena práctica. En caso de que se presente un rescate o una reintroducción, contacte a las autoridades ambientales competentes para manejar el caso con las condiciones necesarias y tramite todos los permisos requeridos.

62. No introduzca especies exóticas de fauna y flora, y defina algunas medidas para evitar la introducción de plagas y especies exóticas por parte de terceros.

63. Garantice que, cuando existan especies de fauna o flora endémicas o en alguna categoría de amenaza dentro del área natural donde realiza sus actividades, se adopten las medidas pertinentes para evitar su extinción.

64. Asegúrese de que los visitantes que guía respeten el patrimonio natural y minimicen los impactos que puedan causar en ellos. Por ejem-

plo, indíqueles que no se puede extraer nada de allí, no se puede ensuciar el paisaje, no se puede incursionar más allá de las zonas permitidas y no se puede alterar ni modificar los espacios visitados: muchas veces los turistas se sienten tentados a llevar pedazos de restos arqueológicos, plantas, flores o nidos de los lugares visitados, pero si cada turista se llevara una muestra muy pronto dejaría de existir ese recurso.

65. Facilite una lista de los productos y servicios locales que deben evitarse. Por ejemplo, los artículos de recuerdo (*souvenirs*) fabricados a partir de especies en peligro.

MANEJO DE RESIDUOS

Los desechos o residuos sólidos son una de las principales fuentes de contaminación ambiental. Reducir la contaminación de cada proceso y tener un adecuado manejo de los residuos propicia la protección y conservación ambiental de cualquier entorno.

Por esto, es necesario rechazar productos que, por su origen y forma, sean dañinos al ambiente; reducir el consumo excesivo de productos, sobre todo de aquellos que generan residuos difíciles de reciclar; asegurarse de comprar artículos durables y de buena calidad; dar un nuevo uso a un producto que ya cumplió su objetivo, y reparar un producto cuando deja de funcionar.

66. Evite el uso de productos que dejan cantidades innecesarias de residuos. Por ejemplo, compre productos con poco embalaje, elija productos a granel o cómprelos en mayores cantidades o es-

pecialmente diseñados para usos institucionales. Siempre que los estándares de calidad del servicio no se perjudiquen, evite el uso de pequeñas porciones.

67. 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.

68. Apoye y participe en programas locales de reciclaje, reutilización y recolección de residuos. Motive a sus clientes para que se involucren en este tipo de programas.

69. Promueva la minimización de la contaminación y la correcta gestión de los residuos. Por ejemplo, promueva que los visitantes retiren consigo los elementos que llevaron al área para la

visita (botellas, empaques, bolsas plásticas), como aporte a la conservación del medio ambiente.

70. Oriente a los turistas para que no arrojen basuras ni restos de alimentos en los lugares visitados. Tenga especial cuidado en áreas naturales, donde los restos de alimentos no sólo dañan el paisaje sino que perjudican a los animales y a las plantas nativas. Promueva la separación en la fuente y el reciclaje.

71. 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. Mantenga los contenedores de basuras limpios y aseados. Incorpore un contenedor especial y bien señalizado 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.

72. Disponga en forma adecuada del aceite usado de las máquinas y de la cocina.

73. Realice registros de consumo y de generación de residuos con el fin de medir la efectividad de los procedimientos y corregir a tiempo errores o anomalías.

74. Revise los tipos y las cantidades de basura que se producen, así como los métodos de eliminación y sus costos.

75. Evite la contaminación del suelo con derivados de petróleo o con sustancias tóxicas persistentes.

ADQUISICIÓN, MANEJO Y USO ADECUADO DE PRODUCTOS

La adquisición, manejo y uso de productos de forma adecuada es indispensable dentro de los parámetros de calidad en términos de optimización, reducción de impactos y mejoramiento de los procesos, lo cual permite que la iniciativa maximice sus beneficios económicos.

76. Cuente con una estrategia clara para minimizar la compra de provisiones e insumos.

77. Cuente con un listado de las características de calidad que debe tener la materia prima para establecer su control.

78. Tenga en cuenta los materiales, productos y suministros con certificación ambiental cuando vaya a comprar los insumos. Informe a los proveedores que el establecimiento favorece el consumo de productos certificados y acuerde con ellos la devolución de los empaques para favorecer la reutilización.

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

80. Implemente la cultura de poco empaque a la hora de hacer las compras.

- 81.** Compre productos cuyo mantenimiento requiera poca energía.
- 82.** Procure comprar productos a granel.
- 83.** Emplee utensilios reutilizables en vez de utensilios desechables.
- 84.** Promueva el uso de productos biodegradables, sobre todo en las actividades en zonas naturales.

85. 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.

86. 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.

SALUBRIDAD Y SEGURIDAD

Brindar condiciones apropiadas para mantener la salud y la seguridad personal de los visitantes, operadores y comunidades es fundamental a la hora de generar confianza en el usuario y de elevar el nivel de calidad del servicio. Por eso es clave aplicar prácticas asociadas al análisis y la prevención de los riesgos biológicos (infectocontagiosos), físicos y químicos de las actividades turísticas, que permitan la construcción y puesta en marcha de protocolos de seguridad y bioseguridad, y realizar planes de salubridad, almacenamiento, protección personal y limpieza que fomentan mejores condiciones de seguridad y generan mayores beneficios económicos, sociales y ambientales a la empresa y a las comunidades locales.

- 87.** Registre contingencias y demás aspectos de importancia que observe.
- 88.** Cuento con un plan de contingencias para atender emergencias (por ejemplo, con instrucciones para seguir en caso de evacuación).

89. Siga los planes de contingencias establecidos en caso de emergencia, eventualidades logísticas y urgencias sanitarias teniendo en cuenta el ámbito geográfico, las condiciones del tiempo, la infraestructura vial, las restricciones de tránsito y las prácticas de los usuarios.

90. 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.

91. 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.

92. Fórmese e informe sobre las normas de prevención de riesgos laborales y el uso correcto de

la maquinaria y el equipamiento del establecimiento. Implemente un proceso de capacitación que comprenda aspectos de seguridad y bioseguridad, las especificaciones de utilización de elementos de protección personal de manera segura, y la higiene necesaria en las actividades turísticas y en el control de desechos de riesgos biológicos y tóxicos.

93. Evalúe periódicamente los riesgos físicos, ambientales, sociales y de salubridad de su iniciativa y de la región en que se desarrolla. Establezca un protocolo de seguridad y bioseguridad. Recuerde que las condiciones preexistentes pueden cambiar y que estar pendiente de algunas sencillas señales puede disminuir considerablemente los riesgos a los cuales se enfrenta.

94. Brinde información abundante y clara a los visitantes con respecto a las medidas de seguridad física y las recomendaciones sobre los protocolos de cuidados personales para la prevención de enfermedades infectocontagiosas que deben adoptar durante su estadía en el sitio o el desarrollo de su actividad turística. Utilice herramientas lúdicas de interpretación, según los segmentos de mercado.

95. Para contar con estándares óptimos para la manipulación y preparación de alimentos, cuente con protocolos de salubridad y bioseguridad, y revise las metodologías de análisis de puntos críticos (HACCP) o de mejoramiento en las preparaciones. Para ello, visite la página web del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima).

96. Realice periódicamente el mantenimiento de la infraestructura física y de los equipos. Cuente con un plan de limpieza y protocolos de desinfección en oficinas, áreas comunes y operativas, y unidades de transporte para la prevención de enfermedades infectocontagiosas.

97. Fomente medidas sobre el manejo de residuos tóxicos o peligrosos como producto de la actividad de las unidades de transporte. Contemple el manejo especial de los residuos de riesgo biológico que puedan transmitir enfermedades infectocontagiosas.

98. Capacite en primeros auxilios a todo el personal que considere necesario. La capacitación debe ser periódica y debe incluir la realización de prácticas y simulacros.





Garza real
Rafael Serrano Esguerra



I CERTIFICACIÓN

Amazonas
Carlos Rosero 



¿QUÉ ES Y POR QUÉ ES IMPORTANTE UNA CERTIFICACIÓN?

La certificación es un trabajo voluntario en el cual una empresa especializada asegura 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 com-

paraciones 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.

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>.

Con el fin de fomentar los procesos de certificación, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo creó la

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 XX 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:

- www.calidadturistica.gov.co
- www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-19
- www.bioseguridad.mincit.gov.co

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.

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:

- www.gstcouncil.org/certificacion/organismos-decertificacion-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.



Mochuelo de madriguera
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.

Serranía de la Macuira, Guajira
Carlos Rosero



RECURSOS EN LA WEB

Mocaguá, Amazonas
Carlos Rosero



Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo

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

Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica

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

Asociación de Restaurantes Sostenibles (SRA)

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

Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco)

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

Asociación Colombiana de Turismo responsable (Acotur)

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

Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes (IH&RA)

<http://ih-ra.com/>

Certificación de turismo en Colombia

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

Certificación Turismo Sostenible

http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual_No_1.pdf

Certificado de calidad turística

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

Código de Ética Mundial para el Turismo

https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/37826/gcetbrochureglobalcodees.pdf

Compensación de carbono del turismo

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

Conservación Internacional Colombia

www.conservation.org.co

Construcción Sostenible

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

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

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

Criterios Globales del Turismo Sostenible

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

Ecoturismo - Turismo Responsable y Sostenibilidad

<http://www.ecotumismo.org>

Equipos y materiales para guías intérpretes

<https://pupconsortium.net/>

Garantizar la ética del turismo tras el COVID-19

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

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>

Negocios verdes, inclusivos y competitivos

http://negociosverdes.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2019/03/modulo_6_nv.pdf

Modificación Ley 300

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

Manual No Deje Rastro

<https://eduambiental.wordpress.com/manual-no-deje-rastro/>

Normas técnicas sectoriales para agencias de viajes y sostenibilidad

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

Normas técnicas sectoriales para alojamientos y hospedajes, establecimientos gastronómicos y turismo sostenible

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

Normas técnicas sectoriales para establecimientos gastronómicos y sostenibilidad

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

Normas técnicas sectoriales para guías de turismo 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

http://www.ptp.com.co/Turismo_Naturaleza/Turismo_de_naturaleza.aspx

Planificación y Gestión del Turismo de Naturaleza (Sinap)

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

Plataforma Electrónica Digital

<https://www.entornoturistico.com/travel-2-0-las-herramientas-aplicadas-al-turismo/>

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

Turismo de naturaleza en Colombia

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

Turismo rural

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



*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)*

Camino real Bojacá - El Ocaso
Rafael Serrano



DOCUMENTOS DE CONSULTA & REFERENCIA



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

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

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

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

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

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.

Domínguez, J.P. y Bauer, J. (2013). *Construyendo senderos sostenibles en áreas naturales de la República Dominicana. Santo Domingo*. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/162586845/Construyendo-Senderos-Sostenibles-en-areas-Naturales-de-la-Republica-Dominicana>

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.gstcouncil.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*. Recuperado de

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=87ecec49-94d1-4d58-a8f2-98a2731d03ff>

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>.

Lewis, W.J. (1981). *Interpreting for Park Visitors*. Filadelfia: Eastern National Park and Monuments Association.

Londoño, N. (2019). *Parques Nacionales Naturales de Colombia. Estrategia institucional de negocios verdes sostenibles de Parques Nacionales Naturales*. Bogotá.

MinCIT. (2020). Resolución 0576. Por medio de la cual se crea el sello de calidad «Check in 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 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 Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2019). *Guía para la consolidación de negocios verdes en turismo de naturaleza. Negocios verdes.*

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2014). *Plan Nacional de Negocios Verdes.*

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2013). 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, 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 Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Política de Turismo Sostenible.* Recuperado de <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>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Agencias de viajes. Requisitos de sostenibilidad (NTS-TS 003).*

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. (2014). *Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Requisitos de sostenibilidad (NTS-TS 002).*

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). *Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia.* Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=58fc480a-7a27-4420-aac4-e72c8bcee437>

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. (2011). Norma técnica sectorial colombiana NTSH 008. Alojamientos rurales, requisitos de planta y servicio. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). *Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor. Requisitos normativos. (NTS-AV 009).*

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. (2009). *Empresas de transporte terrestre automotor especializado, empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico. Requisitos de sostenibilidad (NTS-TS 005).*

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). Norma técnica sectorial colombiana NTSH 006. Clasificación de Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles. Bogotá.

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

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). Norma técnica sectorial colombiana NTSH 009. Apartamentos turísticos, requisitos de planta y servicios. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). Norma técnica sectorial colombiana NTSH 010. Apartahoteles, requisitos de planta y servicios. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2007). Norma técnica sectorial NTS AV09. Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor. Requisitos normativos. 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. (2006). Norma técnica sectorial NTS AV08. Normas de competencia laboral. Dirigir el área financiera en agencias de viajes. 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. (2005). Norma técnica sectorial colombiana NTS 007. Posadas turísticas, requisitos de planta y servicio. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2004). Norma técnica sectorial NTS AV05. Agencias de viajes. Norma de competencia laboral. Asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2004). Norma técnica sectorial NTS AV06. Agencias de viajes. Normas de competencia laboral. Administrar el área comercial en agencias de viajes. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2004). Norma técnica sectorial NTS AV07. Normas de competencia laboral. Dirigir el área administrativa en agencias de viajes. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). Norma técnica sectorial NTS AV04. Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). Norma técnica sectorial NTS-GT 005. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). Norma técnica sectorial NTS-USNA 005. Coordinación de la producción de acuerdos con los procedimientos y estándares establecidos. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). Norma técnica sectorial colombiana NTS 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Información a clientes, atención de sugerencias y reclamaciones de acuerdo a políticas de servicio. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). Norma técnica sectorial colombiana NTS 003. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Prestación de servicios de recepción y reservas conforme a manuales existentes. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). Norma técnica sectorial colombiana NTS 004. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Atención del área de consejería de acuerdo al manual de procedimientos. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). Norma técnica sectorial colombiana NTS 005. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Manejo de valores e ingresos relacionados con la operación del establecimiento. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2003). Norma técnica sectorial colombiana NTS 001. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Realización de actividades básicas para la prestación del servicio. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2002). Norma técnica sectorial NTS-GT 001. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza de acuerdo con lo requerido por el usuario. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2002). Norma técnica sectorial NTS-GT 002. Norma de competencia laboral. Control del desarrollo de los programas según objetivos propuestos. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2002). Norma técnica sectorial NTS-GT 003. Norma de competencia laboral. Preparación de las actividades a desarrollar de acuerdo con lo contratado con el usuario. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2002). Norma técnica sectorial NTS-GT 004. Norma de competencia laboral. Realización de procesos básicos para la prestación del servicio. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2002). Norma técnica sectorial NTS AV01. Reservas en agencias de viajes. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2002). Norma técnica sectorial NTS AV02. Atención al cliente en agencias de viajes. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2002). Norma técnica sectorial NTS AV03. Infraestructura en agencias de viajes. Bogotá.

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. (2002). Norma técnica sectorial NTS-USNA 001.

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

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Howard, S. (s.f.). *Turismo comunitario en Colombia.*

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España. (2009). *Manual de buenas prácticas para guías turísticos.* Recuperado de http://www.anfritioneturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp_GUIASTURISTICOS_may09.pdf

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España. (2009). *Manual de buenas prácticas para agencias de viaje*. Recuperado de http://www.anfitrionesturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp_AAVV_may09.pdf.

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>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2020). Resolución 1443. Por medio de la cual se adopta el protocolo de bioseguridad para el manejo y control del riesgo del coronavirus COVID -19 en las actividades de los operadores turísticos y en los servicios prestados en las áreas y atractivos turísticos. Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%201443%20de%202020.pdf

Ministerio de Salud y Protección Social. (2020). Resolución 666. Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del coronavirus COVID-19. Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%20666%20de%202020.pdf

Morales, J.F. (2001). *Guía práctica para la interpretación del patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*. Consejería de Cultura (Junta de Andalucía) y Tragsa.

Navarro, D. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. Cuadernos de Turismo, 35. Murcia, España: Universidad de Murcia.

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>

Organización Mundial del Turismo. (2015), *Manual sobre turismo accesible para todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo II: Cadena de accesibilidad y recomendaciones*. Madrid: OMT.

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

Organización Mundial del Turismo. (2013). *Turismo y patrimonio cultural inmaterial*. Madrid: OMT.

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

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. (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 de las Naciones Unidas. (s.f.). *Declaración Universal de Derechos Humanos*. Recuperado de <https://www.un.org/es/documents/udhr/>

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

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. (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. (s.f.). *Código de buenas prácticas para el Santuario de Fauna y Flora Malpelo*.

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. (2011). *Manual de buenas prácticas 'Desarrollo de habilidades y destrezas para la atención de clientes en restaurantes'*. Recuperado de https://fernandocruztacong.files.wordpress.com/2017/08/mbp_desarrollo_habilidades.pdf

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 y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). *Manual de buenas prácticas para agencias de viaje y turismo*. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/21656359/Manual-de-Buenas-Practicas-Para-Agencias-de-Viajes-y-Turismo>

Plan Nacional de Calidad Turística del Perú y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2007). *Cartilla de autoevaluación. Buenas prácticas de agencias de viajes y turismo gestión de servicio*. Recuperado de https://issuu.com/smith_huamanga/docs/cartilla_de_autoevaluacion_190707

Plan Nacional de Calidad Turística del Perú y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2007). *Manual de buenas prácticas ambientales para agencias de viajes y turismo - Turismo responsable*. Recuperado de https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/45-manual_buenas_practicas_ambientales_guia_de_turismo.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. (2008). Buenas prácticas para turismo sostenible. Recuperado de http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf

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. (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>

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

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

Spenceley, A., Relly, P., Keyser, H., Warmeant, P., McKenzie, M., Mataboge, A., Norton, P., Mahlangu, S. y Seif, J. (2002). *Responsible Tourism Manual for South Africa.* Department for Environmental Affairs and Tourism.

Tejera, J. (2012). *Una rica oferta en ecoturismo y etnografía te esperan en el Mirador de la Cigüeña*. Recuperado de <https://www.xn--elmiradordelacigüea-30b2t.es/>

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.

Unesco. (2020). *Patrimonio cultural.* Recuperado de <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio> .

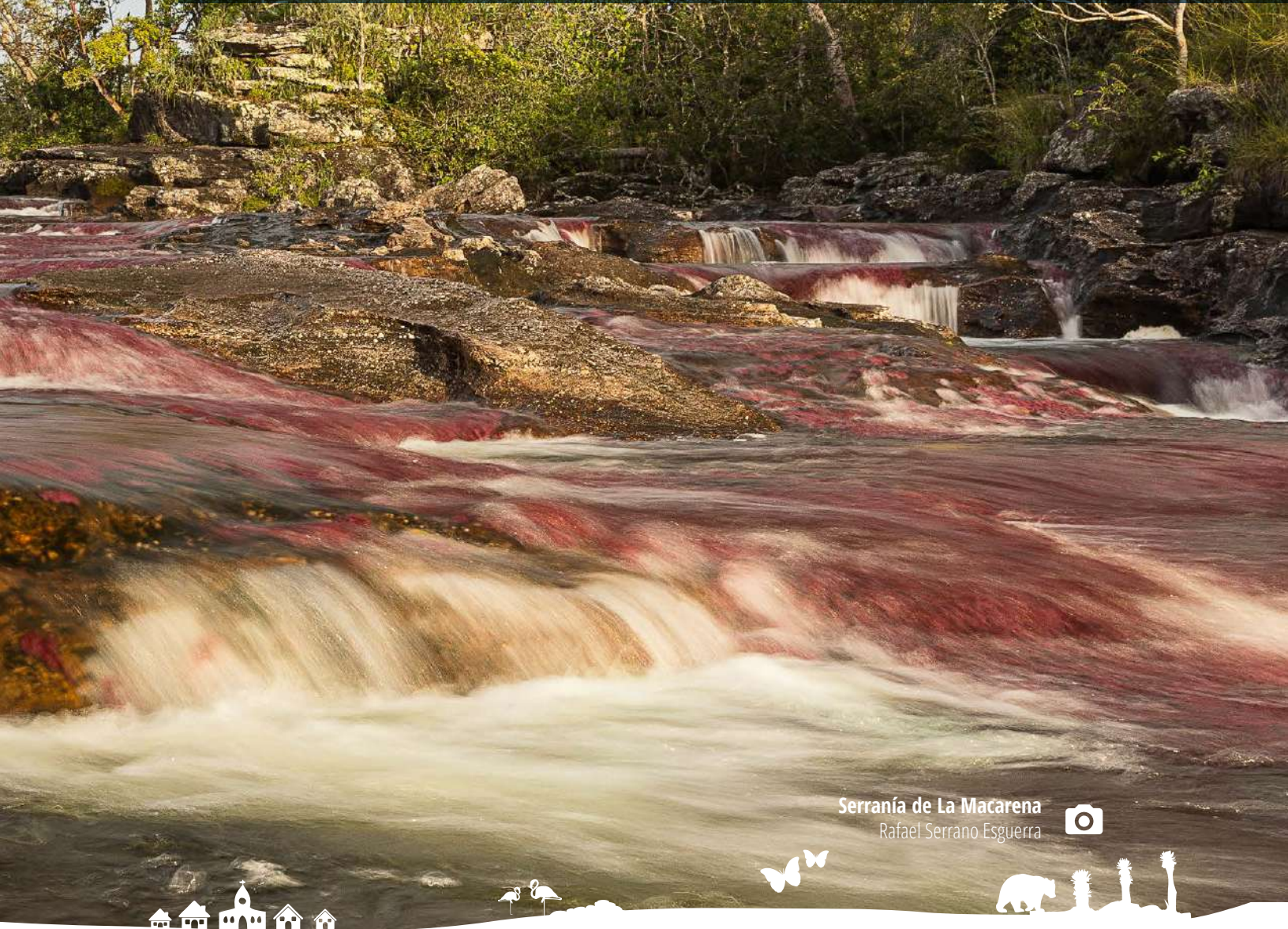
Unesco. (2017). *Patrimonio cultural inmaterial.* Recuperado de <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial> .

Unesco. (2015). *Patrimonio natural.* Recuperado de <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-natural>

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.



El 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).



Serranía de La Macarena
Rafael Serrano Esguerra



Esta guía es una iniciativa de:



 www.colombiaproductiva.com  [@Col_Productiva](https://twitter.com/Col_Productiva)  [@ColombiaProductiva](https://www.facebook.com/ColombiaProductiva)  [Colombia Productiva](https://www.linkedin.com/company/ColombiaProductiva)

Con el apoyo de:

