

Buenas prácticas en turismo de naturaleza



AGENCIAS DE VIAJES



AMAZONAS

Tayrona & Guajira

SALIDAS  
en  
FAMILIA

PROX  
SALID

200-co.com



MinCIT  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

PROSPERIDAD  
PARA TODOS



## ELABORADO POR:

### Programa de Transformación Productiva (PTP) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

*Gerente General*  
Camilo Montes Pineda

*Gerente Sector Turismo de Naturaleza*  
Constanza Olaya Cantor

*Dirección de Infraestructura y Sostenibilidad*  
María del Pilar Granados Galvis

### Colaboración especial

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible  
Ministerio de Cultura  
Viceministerio de Turismo  
Parques Nacionales Naturales de Colombia

## CONSULTORÍA Y REALIZACIÓN

### Organización para la Educación y Protección Ambiental - OpEPA

*Director*  
Luis Alberto Camargo

### Comité Editorial

Programa de Transformación Productiva (PTP)  
Organización para la Educación y Protección Ambiental - OpEPA  
Corporación Clorofila Urbana  
PUP Global Heritage Consortium

### Investigación y compilación

Juliana Andrea Cristancho A.  
Carlos Armando Rosero R.  
Luis Fernando Castro Z.

### Revisión de textos

Jon Kohl  
Luis Alberto Camargo

### Corrección de estilo

Iván Hurtado

### Portada e ilustraciones

Ronald Reichmann

### Diseño, diagramación, montaje y finalización

Diana Jimena Ordóñez C.

Bogotá, Colombia  
2014



**MinCIT**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**





## INTRODUCCIÓN

### ¿CÓMO USAR ESTA GUÍA?

#### 01

### CONCEPTOS

- ¿Qué es el turismo sostenible?
- Patrimonio natural y cultural
- El turismo de naturaleza
- Prestadores de servicios turísticos de naturaleza
- Las agencias de viajes y las buenas prácticas

#### 02

### BUENAS PRÁCTICAS

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

#### 03

### HERRAMIENTAS Y RECURSOS

- Certificación
- Casos exitosos
- Recursos en la web

### DOCUMENTOS DE CONSULTA Y REFERENCIAS



El turismo, como actividad económica, ha cobrado gran importancia a nivel mundial al permitir la integración armónica de factores sociales, culturales, económicos y ambientales para el beneficio de las naciones. Diferentes regiones o 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 nativas de los países donde se realiza, especialmente en aquellos en vías de desarrollo.

En este sentido, una de las tipologías turísticas con mayor potencial para el desarrollo turístico de Colombia es el turismo de naturaleza, identificado así por los enormes recursos naturales con que cuenta el país. Mares, selvas, ríos, llanuras, montañas y gran diversidad de fauna y flora son la muestra de una inmensa complejidad medioambiental que ahora se configura como una oportunidad. Consecuentemente, el turismo de naturaleza es reconocido como un factor de desarrollo sostenible en la medida en que respete el patrimonio natural y cultural y a la población local.

Es por esto que el Programa de Transformación Productiva (PTP), como herramienta de implementación del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, impulsa la estrategia de fortalecimiento y desarrollo del turismo de naturaleza, para lograr que toda la cadena productiva crezca y compita sosteniblemente en el mercado internacional. Así, esta guía, **“Agencias de viajes. Buenas prácticas en turismo de naturaleza”**, busca ser una herramienta que permita a los empresarios del sector adoptar prácticas de gestión sostenibles y llevarlos a un alto nivel en la prestación de sus servicios, con prácticas sencillas y efectivas que generen mayor productividad y competitividad.

Con este fin, la presente guía hace parte del compendio de **“Guía de buenas prácticas para prestadores de servicios en turismo de naturaleza”** y cuya elaboración fue posible gracias al trabajo conjunto y colaboración entre el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, la Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales Naturales de Colombia, el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.



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

La guía se divide en tres secciones.



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

**01**

*Conceptos del turismo sostenible*

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

## 02

### Buenas prácticas



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

## 03

### Herramientas y recursos

La guía también cuenta con un elemento de control que les propone a los empresarios del sector, mediante una lista de chequeo, controlar cuál de las buenas prácticas referidas ya están aplicando en el desarrollo de su actividad. Esto les permite hacer una autoevaluación y fijarse metas de corto y mediano plazo para alcanzar los objetivos de sostenibilidad deseados. Así mismo, deja un espacio para que los empresarios puedan adaptar o proponer buenas prácticas específicas a su entorno laboral.



### Recuerde que...

Las líneas inferiores de cada consejo están destinadas para tomar nota de sus avances y compromisos con la puesta en marcha de las buenas prácticas.



## ¿QUÉ ES EL TURISMO SOSTENIBLE?

En la antigüedad, los desplazamientos 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.

Actualmente el turismo es uno de los sectores empresariales con mayor crecimiento en el mundo, tanto así que en muchos países se ha convertido en uno de los principales impulsores de desarrollo. Sin embargo, así como puede ser ampliamente beneficioso, también podría llegar a causar grandes daños si no es manejado adecuadamente, ya que puede afectar la riqueza del patrimonio natural y cultural de cualquier país, entendiendo el patrimonio como "el conjunto de bienes muebles, inmuebles, y manifestaciones culturales que sintetizan y manifiestan la historia y la identidad de una nación. Como construcción social todo aquello que es considerado patrimonio obliga a la comunidad a conservarlo y transmitirlo a futuras generaciones" (Isaza, 2010: 7).

*Recuerde que...*

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

La Unesco define el patrimonio en dos categorías:

## 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.

## PATRIMONIO CULTURAL

Es el conjunto de las obras de los artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas de origen popular, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de un pueblo; también la lengua, los ritos, las creencias, los lugares, los monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas de ese pueblo.

Por su parte, la Organización Mundial del Turismo (OMT) hace énfasis en el patrimonio cultural inmaterial, entendiéndolo 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 reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural [y se] transmite de generación en generación y es constantemente recreado por los grupos en respuesta a su entorno y sus interacciones con la naturaleza y su propia historia, lo que les aporta un sentimiento de identidad y continuidad.

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.
- Prácticas sociales, rituales y festividades.
- Música y artes escénicas.
- Tradiciones y expresiones orales, incluido el lenguaje como vehículo de patrimonio cultural inmaterial.
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.

Aunque es imposible evitar que las actividades turísticas alteren o transformen de una u otra manera el lugar en donde se desarrollan, se puede minimizar el impacto si se establecen patrones de sostenibilidad, es decir, la implementación de buenas prácticas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de las comunidades locales.

Muchas organizaciones en el mundo han trabajado en este sentido, destacándose lo desarrollado en los Criterios Globales de Turismo Sostenible del Concejo Global de Turismo Sostenible (Alianza GSTC, por sus siglas en inglés), los cuales se organizan alrededor de cuatro temas principales:

- La planificación eficaz para la sostenibilidad.
- La maximización de los beneficios sociales y económicos para la comunidad local.
- El mejoramiento del patrimonio cultural.
- La reducción de los impactos negativos sobre el ambiente.

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 garantizar que su descendencia pueda disfrutar de los mismos beneficios naturales, culturales y económicos.

## EL TURISMO DE NATURALEZA

La Política Nacional de Turismo de Naturaleza define el turismo de naturaleza 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”. Este concepto se encuentra enmarcado en la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT): “El turismo de naturaleza es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales”. De esta manera, en el sector **turismo de naturaleza** quedan enmarcados todos aquellos subproductos turísticos que se desarrollan en áreas naturales. Entre ellos se destacan:

- **El ecoturismo:** es el turismo de naturaleza que se realiza de forma controlada. La Ley 300 de 1996 lo define como:

Aquella forma de 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. El ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza. El desarrollo de las actividades ecoturísticas debe generar ingresos destinados al apoyo y fomento de la conservación de las áreas naturales en las que se realiza y a las comunidades aledañas.

Así mismo, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, en la resolución 531 de 2013, definió el ecoturismo como una “modalidad turística especializada y sostenible, enfocada a crear conciencia sobre el valor de las Áreas del Sistema, a través de actividades de esparcimiento tales como la contemplación, el deporte y la cultura, contribuyendo al cumplimiento de sus objetivos de conservación y a la generación de oportunidades sociales y económicas a las poblaciones locales y regionales”.

- **Turismo de aventura:** Es el turismo de naturaleza que propone retos o desafíos impuestos por la naturaleza, tanto deportivos (de manera recurrente) como ocasionales, y que busca generar fuertes momentos emocionales, manejando adecuadamente los factores de riesgo. La Federación Colombiana de Ecoparques, Ecoturismo y Turismo de Aventura (Fedec) lo define como: “las actividades lúdico recreativas alrededor de los elementos aire, tierra, agua, que generan riesgo controlado en contacto directo con la naturaleza”.
- **Turismo rural:** Es el turismo de naturaleza desarrollado en áreas rurales y ejecutado por las comunidades que las habitan, en donde la cultura rural es un elemento clave del producto. La característica diferenciadora de los productos de turismo rural es el deseo de facilitar al turista un contacto personalizado, una impresión del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en lo posible, permitir su participación en las actividades, las costumbres y el estilo de vida de la población.

## PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE NATURALEZA

Los prestadores de servicios turísticos de naturaleza son todas aquellas personas naturales o jurídicas (empresas) que habitualmente proporcionen, intermedien o contraten, directa o indirectamente con el turista, la prestación de bienes y servicios turísticos dentro de un área con atractivo natural especial, que se encuentre inscrito en el registro nacional de turismo y que cumpla con los requisitos de sostenibilidad del destino (adaptado de la Ley 300/96). Así mismo, desde el ámbito gubernamental se definen algunos de los servicios a prestar en los diferentes destinos naturales del territorio colombiano:

- **Alojamiento y servicios de hospedaje:** Es el servicio de alojamiento y hospedaje no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos.
- **Transporte:** Es el servicio de alquiler de vehículos con o sin conductor y de transporte de turistas, desarrollado como parte de la actividad turística en un área natural y de acceso directo a la misma.
- **Restaurantes o establecimientos de gastronomía:** 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.
- **Agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y operadoras de turismo:** Son las empresas comerciales constituidas por personas naturales o jurídicas que se dedican profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios directamente o como intermediarios entre los viajeros y los proveedores de los servicios.

- **Guías de turismo:** Son las personas naturales que prestan servicios profesionales en el área del guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son orientarlo, conducirlo, instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado (Ley 300/1996).
- **Parques temáticos:** Son los sitios o lugares cuyo fin es la interpretación —entendiéndola como el proceso de comunicación diseñado para revelar significados e interrelaciones del patrimonio natural y las manifestaciones culturales asociadas a éste—, y que cuentan con infraestructura como senderos, centros de interpretación ambiental, del patrimonio, de manejo sostenible de recursos naturales y conocimiento de la naturaleza y la cultura.
- Los demás que el Ministerio de Comercio Industria y Turismo determine.

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.

## LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LAS BUENAS PRÁCTICAS

Si en una palabra se pudiera definir lo que representa una agencia de viajes para sus clientes, seguramente esa palabra sería *confianza*. Y es que es eso lo que generalmente buscan las personas cuando se acercan este tipo de operador turístico para contratar sus servicios, dada la necesidad de asesorarse y orientarse con personas expertas para realizar una actividad de la que no quieren o no pueden tener total control.

La historia de este tipo de servicios comenzó a mediados del siglo XIX, cuando Thomas Cook, residente de Leicester, Inglaterra, con el fin de motivar a los miembros de su comunidad a participar en un congreso en la cercana ciudad de Loughborough, contrató un tren para realizar el viaje de ida y regreso y con esto les evitó a los interesados la “molestia” de buscar los horarios de viaje y los pasajes, cómpralos, etc. Thomas se ocupó de organizarlo todo, y 540 personas “contrataron el servicio”. Thomas no buscaba ganancias económicas con la operación, pero se dio cuenta del potencial empresarial de lo que acababa de realizar; más adelante fundó la primera agencia de viajes del mundo, desencadenando así lo que es una de las industrias más importantes hoy en día: el turismo.

En Colombia sucedió algo similar. La llegada del tren al país a comienzos del siglo XX dio la oportunidad a muchas familias de realizar pequeños viajes de recreación y descanso a los pueblos cercanos a las ciudades donde habitaban; esta dinámica fue aprovechada por algunas personas que comenzaron a organizar “tours”, que incluían los pasajes de tren, alojamientos en fincas y hoteles, alimentación y visitas a monumentos y santuarios religiosos. Así nacieron las primeras agencias de viajes, que luego, con la llegada de la aviación al país, a mediados de siglo, tomaron mayor impulso, porque tuvieron la oportunidad de incursionar en el ámbito internacional. Es así como, conscientes de la gran oportunidad de negocios que se vislumbraba, cuatro de las principales agencias de viajes de la época decidieron conformar una



de las asociaciones más importantes con las que cuenta el sector turístico del país, la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato), que ha incidido acertadamente a través de los años en las políticas de estado relacionadas con la actividad y ha marcado la ruta a seguir por todas aquellas personas que ven en el turismo una alternativa de desarrollo económico.

“**Agencias de viajes. Buenas prácticas en turismo de naturaleza**” basa su estructuración en las “Guías para la elaboración de un plan de negocios sostenibles” de la Universidad Externado de Colombia, teniendo en cuenta que en ellas se contemplan los siete aspectos relevantes para el funcionamiento sostenible de una agencia de viajes:

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

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



- **Gestión:** Las buenas prácticas de gestión empresarial y administrativa, 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; 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.



- **Social y económico:** 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 donde el empresario genera y apoya las iniciativas productivas del lugar donde tiene lugar su iniciativa productiva, concierta 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:** Las buenas prácticas en donde se maximizan los beneficios para el patrimonio cultural y se minimizan los perjuicios, es decir, en donde el empresario actúa, respeta y promueve los códigos de comportamiento en los sitios de importancia cultural o histórica y protege las piezas arqueológicas e históricas. También contribuye 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 las que se maximizan los beneficios para el medio ambiente y se minimizan los impactos negativos: el empresario promueve y ayuda en la protección de los recursos naturales con prácticas como la adquisición de productos respetuosos con el medio 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.



## DISEÑO / REMODELACIÓN / PUESTA EN MARCHA

Las buenas prácticas son aspectos que se deben abordar desde el momento inicial de gestión de un negocio. En este sentido, al ser tenidas en cuenta de manera apropiada desde el comienzo, facilitarán procesos posteriores y harán más sencillas las implementaciones necesarias.

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

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

### ¿Cuál es su desempeño?

*Pregúntese si actualmente lleva a cabo cada buena práctica.  
Marque la casilla del lado si la respuesta es afirmativa.*

*Y luego, evalúe en cuánto tiempo planea ejecutarla y escriba cuáles son sus compromisos en las rayas inferiores.*



1. **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.



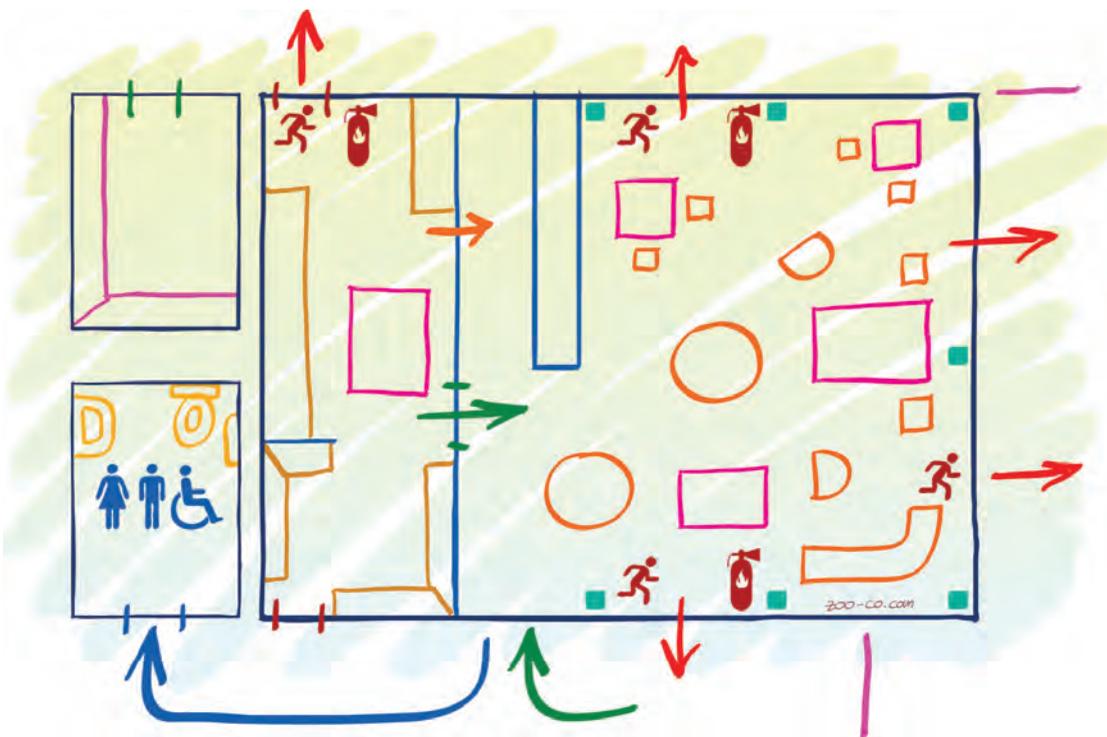
2. **Ubique su establecimiento en lugares que se encuentren libres de riesgos.** Su infraestructura debe ser sólida, con materiales provenientes de la zona, que no afecten la sostenibilidad del destino y que contribuyan a aprovechar la luz natural, la difusión del calor o el aislamiento térmico.



3. **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.



4. **Distribuya estratégicamente las diferentes áreas del establecimiento**, de forma que garantice su funcionalidad y salubridad y la armonía de su diseño. Cuento con un área de espera, un área de atención al cliente y un área de procesos internos.



5. **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. Ubique los extintores y las salidas de emergencia en lugares fácilmente visibles y accesibles.



6. **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.



7. **Utilice sistemas ahorradores**, como dispositivos de descarga de cisternas de bajo consumo, difusores de grifos y limitadores de presión.



8. **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.



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



## LA EMPRESA / LAS ÁREAS DE FUNCIONAMIENTO

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

Por pequeño que sea, un negocio contempla diferentes líneas de funcionamiento: áreas administrativas, operativas, de control; zona de recepción, sala de espera, oficinas, etc. Desde cada una de ellas se pueden establecer buenas prácticas.

Administrativamente, se pueden contemplar medidas de ahorro de energía, agua y recursos en general; operativamente, los impactos pueden ser mucho mayores. Desde las diferentes áreas de la empresa se establecen las relaciones y las características de esas relaciones con los empleados, la contratación y el personal, y se sientan las bases de las relaciones con la comunidad, que son fundamentales para que el proyecto realmente sea exitoso.

Desde la administración, una agencia de viajes puede relacionarse con su entorno y generar dinámicas que lo articulen con un proyecto turístico. Las buenas prácticas en este punto establecen las relaciones concretas al interior y exterior del negocio:

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





**11. Obtenga la certificación de un órgano de inspección/certificación nacional o internacional.** Las certificaciones son evaluaciones objetivas de las actividades desarrolladas. Se recomienda que acceda al esquema colombiano de certificación de turismo sostenible, desarrollado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.



**12. Prohíba explícitamente y no promueva de ninguna manera el turismo sexual y la explotación infantil.**



**13. Realice periódicamente el mantenimiento de la infraestructura física del establecimiento.**



**14. Determine claramente la estructura organizacional de la empresa,** por áreas o departamentos: gerencia, administración, comercial y operaciones, por ejemplo, y asigne responsables idóneos a cada uno de ellos.



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




---



---

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




---



---

17. **Promueva la igualdad de género, el trabajo con dignidad y el respeto de los derechos humanos.** Promueva la integración social de las personas con discapacidad.




---



---

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




---



---

19. **Consolide sus relaciones con la comunidad** estableciendo acuerdos o convenios para facilitar el desarrollo de proyectos o la solución de problemas.




---



---

20. **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.



21. **Conozca bien a sus proveedores** y realice compromisos formales teniendo en cuenta la calidad ambiental de sus insumos y servicios.




---



---

22. **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.




---



---

23. **Establezca un plan de reducción y reciclaje de agua** para racionalizar y disminuir su consumo.




---



---

24. 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.




---



---

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




---



---

26. **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 señalado para baterías o pilas usadas. En áreas protegidas garantice que los residuos sean devueltos a un centro urbano donde se les pueda dar un adecuado manejo.




---



---



27. **Realice campañas de información** entre los empleados y visitantes para promover la minimización de la contaminación y la correcta gestión de los residuos.




---



---

## DESARROLLO DEL TRABAJO EN EQUIPO

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

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

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

A continuación las buenas prácticas que no puede dejar pasar:

-  **28. 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.




---



---

-  **29. Capacite a su personal para que pueda cumplir varias funciones** (personal multi- o polifuncional). Con ello se reducen la monotonía y los costos de operación, lo mismo que la rotación excesiva.




---



---

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




---



---

-  **31. Instruya a los guías sobre la elaboración de planes de acción** y contingencias para las operaciones turísticas.




---



---





-  **34. Tenga claramente definido el proceso de atención al cliente** y sus responsables para garantizar la rapidez en la respuesta, utilizando la vía más directa posible. Disponga, controle y documente los medios por los cuales se realizan las reservas.




---



---

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




---



---

-  **36. Desarrolle estrategias de protección ambientales,** culturales, sociales y económicas propias, con el fin de mejorar y conservar la calidad del producto turístico ofrecido por la empresa.




---



---

-  **37. No permita 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.




---



---



38. **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.




---



---

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




---



---

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




---



---

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




---



---

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




---



---



43. **Asegúrese de no llevar un grupo con un número excesivo de participantes**, pues esto puede desmejorar su desempeño y afectar 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.




---



---

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




---

-  **45. Informe a los visitantes sobre los comportamientos adecuados** y la reglamentación existente en lo relacionado con senderos, campamentos, avistamientos de especies silvestres y manejo de desperdicios inorgánicos y orgánicos, fogatas, detergentes y jabones. Esto permitirá que la visita genere los mínimos impactos sobre los valores naturales y culturales del área natural.




---

-  **46. Cuente con políticas de pago y cancelación,** de ventas y de garantías.




---

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




---

-  **48. Prepare una lista de los recursos y equipos requeridos para la actividad.** Preste principal atención a botiquines y material de seguridad en perfecto estado para casos de emergencia.




---

-  **49. Respalde sus programas turísticos con planes de acción,** planes de contingencias, protocolos de seguridad y de primeros auxilios para el manejo de situaciones inesperadas de cualquier tipo. Infórmese acerca de los centros de salud cercanos, las autoridades civiles y las condiciones generales de la zona que va a visitar, de acuerdo con las características del grupo.




---

-  **50. Cuente con servicios de transporte que aseguren la calidad.** 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.




---



-  **51. 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](http://www2.unwto.org)).




---



---

-  **52. Elabore un manual, adaptado a cada destino**, en el que se describan ampliamente las funciones y responsabilidades de la agencia, de acuerdo con su especialidad, que le sirvan para decir lo que se hace y hacer lo que se dice con cada uno de los productos ofrecidos por la empresa. Estos manuales deben ser construidos con los equipos de la organización de forma concertada, ya que es importante generar apropiación. Se recomienda orientar estos manuales bajo los estándares de las normas técnicas de turismo sostenible elaboradas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.




---



---

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




---



---

-  **54. Una vez finalizado el programa infórmese con guías y proveedores sobre su desarrollo.**




---



---



# ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

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

En segundo término, no olvide que el centro de su desarrollo son los clientes: muestre interés por ellos, conózcalos y aprenda a identificar sus características 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. Identifique las ventajas y desventajas propias para no quedar fuera del mercado.

-  **55. Tenga en cuenta que el material divulgativo** –como folletos, avisos, plegables, discos compactos, libros o carteles– es importante para dar a conocer sus productos turísticos. Prefiera materiales de bajo impacto ambiental para sus herramientas de divulgación.




---



---

-  **56. Analice a la competencia**, las tendencias del mercado y la demanda para definir mejor los paquetes en los cuales se especializa.




---



---

-  **57. Cuente con una estrategia de medios** para atraer potenciales clientes, de acuerdo con el público objetivo y el presupuesto disponible.




---



---



-  **58. Al finalizar una venta, es mejor confirmar con el cliente los servicios solicitados y por los que está dispuesto a pagar.** 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.




---



---

## ESTADOS Y PROYECCIONES FINANCIERAS

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

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

Desde lo más básico, como tener claros los gastos y costos de la empresa, hasta acciones más elaboradas, como organizar un plan de negocios, son elementos fundamentales para llegar a contar con financiación en un momento dado.

-  **59. 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 (en Colombia existe una "Guía para la elaboración de un plan de negocios con enfoque hacia la sostenibilidad" y una "Metodología para la elaboración de planes de negocio", de Biocomercio). Esto le permitirá planificar estratégicamente su negocio, lo que fomentará su viabilidad económica en el tiempo.



-  **60. Realice un análisis de sus costos y márgenes de utilidad.**



-  **61. Lleve y mantenga al día la contabilidad de la empresa:** las cuentas por cobrar y pagar, el movimiento de las ventas y los estados de cuenta actualizados.



## ANÁLISIS DE RESULTADOS Y EVALUACIÓN DE METAS

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

Establecer mecanismos que permitan valorar de manera adecuada lo que se hace y contar con sistemas que 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 y evaluación.

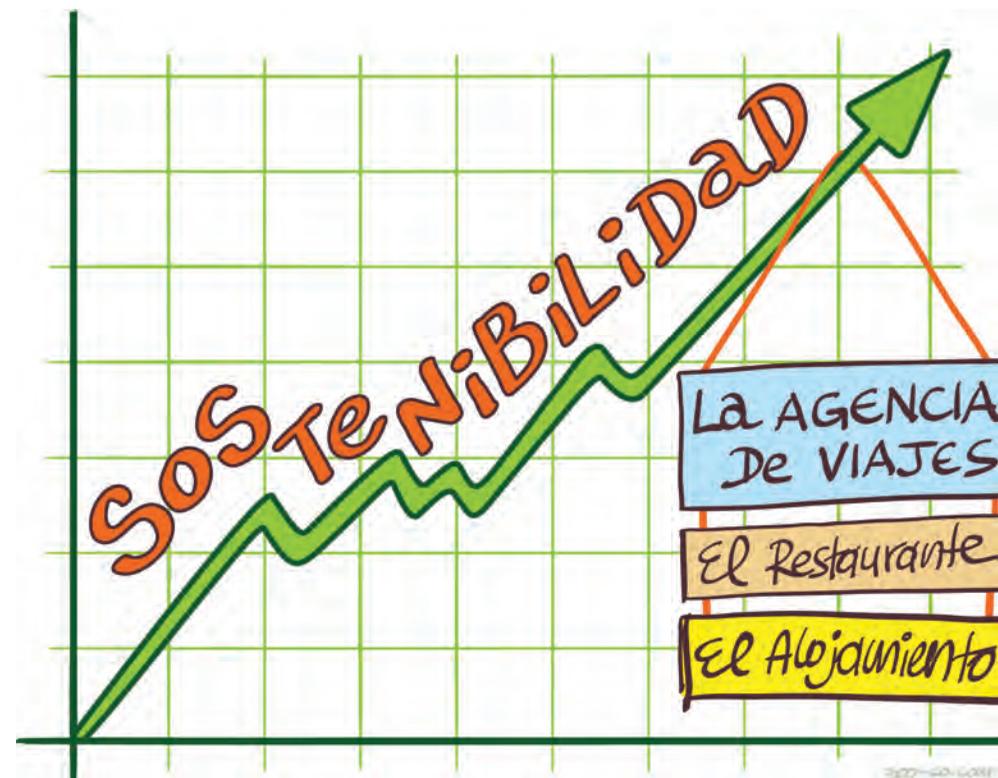
-  **62. Mida el cumplimiento de las metas de los empleados** y ajuste su programa de capacitación según la evolución de estas metas. En ese sentido, es importante que defina indicadores de seguimiento que permitan medir el nivel de cumplimiento.



-  **63. Participe en los programas para la identificación y el monitoreo de los impactos ambientales,** culturales y sociales generados por la operación de la empresa. Estos programas deben contar con una serie de registros verificables.



-  **64. Establezca y documente los procesos y estándares requeridos** para la planificación, la operación y el control de calidad del servicio.



-  **65. Implemente mecanismos de evaluación permanente** (encuestas, entrevistas, charlas informales) de los aspectos relacionados con la calidad del servicio y la sostenibilidad. Esto le permitirá obtener información valiosa de primera mano sobre sus clientes. Posteriormente, determine las acciones correctivas y preventivas necesarias. Aplique indicadores dentro de los manuales de calidad que desarrollen y orienten la evaluación de acuerdo con las normas técnicas de turismo sostenible u otra certificación nacional o internacional.




---



---

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




---



---

-  **67. 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.




---



---





# CERTIFICACIÓN

## ¿Qué es y por qué es importante la certificación?

La certificación es un procedimiento voluntario en el cual una empresa especializada garantiza al público en general que los procesos, productos o servicios de los prestadores de servicios turísticos cumplen con estándares de calidad y sostenibilidad, lo cual promueve el fortalecimiento y el desarrollo de la imagen, el desempeño y la rentabilidad, porque:

- Genera confianza a los clientes y proveedores.
- Ayuda a distinguirse del resto de empresas.
- Permite medir los procesos para mejorarlos o corregirlos.
- Motiva a mejorar cada día el desempeño.
- Poco a poco va reduciendo los costos.
- 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.

## Recuerde que...

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

## Tipos de certificación

A la hora de decidir certificarse es importante saber qué se va a certificar: si los procesos, productos, servicios o el desempeño.

- La certificación por procesos garantiza que existe documentado un sistema que garantiza mejorar continuamente la calidad o el desempeño.
- La certificación por productos o servicios garantiza 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.
- La certificación por desempeño cuenta con unos criterios base a partir de los cuales se mide el desempeño de la empresa; esto permite hacer comparaciones de una empresa a otra y saber cuál realiza una mejor gestión a nivel social, cultural, ambiental y económico.

Así mismo, hay que tener en cuenta que estos tipos de certificación tienen dos formas de calificación: por aprobación/reprobación, en la cual simplemente se pasa la certificación o no, o clasificación en diferentes niveles, en la cual según el número de criterios cumplidos se puede ocupar un nivel bajo, medio o alto.

Adicionalmente, hay que tener en cuenta que para las empresas con buen desempeño existen premios llamados *ecoetiquetas*, otorgados cuando no sólo cumplen con los requisitos que exige la certificación, sino que van más allá. Esto sería un plus de reconocimiento por su desempeño.

## ¿Cómo elegir un programa de certificación?

Para elegir un programa de certificación, es fundamental conocer las empresas que están acreditadas a nivel nacional e internacional, el tipo de certificación que ofrecen y los criterios que piden, debido a su gran variedad (hay que tener

en cuenta que certificación es diferente a acreditación; una empresa tiene que estar acreditada para realizar las tareas de certificadora).

El Consejo Global de Turismo Sostenible ofrece una serie de criterios básicos internacionales de certificación y cuenta con un listado de las empresas de certificación más importantes a nivel internacional. El Viceministerio de Turismo también provee la información sobre las empresas certificadoras nacionales.

Preste especial atención para que el proceso de certificación que elija le brinde valores agregados y lo ayude a diferenciarse en el mercado, que es en últimas el objetivo de una certificación: hacer las cosas bien y que el mercado se lo reconozca.

## ¿Cómo financiar la certificación?

Uno de los principales obstáculos para financiar una certificación es la falta de capital, no sólo por el valor de la membresía sino por los costos de implementación. Por eso, es importante conocer qué medios de financiación existen y cómo obtenerlos.

Existen diferentes escenarios para financiar la certificación:

- **Donaciones:** El gobierno o las ONG suelen financiar estos proyectos. Estas donaciones no se deben reembolsar, pero los donantes suelen pedir informes con el fin de ver si el dinero fue 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, existen préstamos y créditos con fines ambientales ofrecidos por entidades que apoyan empresas en áreas naturales.

- **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 caso de que su negocio se encuentre ubicado en un lugar que ofrece los beneficios naturales de algún tipo a la comunidad o a la conservación del patrimonio, es posible recibir reconocimientos económicos por su uso y mantenimiento.

Finalmente, para poder 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 y e) redactar una propuesta de acuerdo con el plan de negocios y el presupuesto realizado e incluir los beneficios que generará al certificarse, no sólo para la organización, sino para la comunidad y los clientes, empleados y proveedores.

### Certificación en Colombia

La organización que controla y acredita a las empresas para realizar las tareas de certificación en Colombia es el Organismo Nacional de Acreditación de Colombia (ONAC), que cuenta actualmente con seis unidades sectoriales de normalización (alojamiento, restaurantes, guías de turismo, agencias de viaje, tiempo compartido y turismo sostenible). Estas unidades son las encargadas de desarrollar, conjuntamente con las organizaciones, entidades y especialmente los gremios, las normas sobre las que se aplica la certificación. Un ejemplo de ellas es la NTS-TS 003 Agencias de viajes - Requisitos de sostenibilidad, que establece unos criterios mínimos que debe cumplir una agencia de viajes para ser sostenible. También aparece la NTS-TS 001 Destinos turísticos de Colombia - Requisitos de sostenibilidad, en donde están relacionados los criterios de sostenibilidad que debe cumplir un territorio con vocación turística. En Colombia, las normas técnicas de sostenibilidad son de obligatorio cumplimiento para los prestadores de servicios turísticos.

En términos de normalización, al igual que en los subsectores de restaurantes, alojamientos y guías, las buenas prácticas para el sector de agencias de viajes

se consolidaron entre el 2002 y el 2012, cuando se elaboraron las normas técnicas sectoriales lideradas por el Viceministerio de turismo y por Anato. Durante esta época se establecieron las siguientes normas:

- **NTS AV01.** Reservas en agencias de viajes.
- **NTS AV02.** Atención al cliente en agencias de viajes.
- **NTS AV03.** Infraestructura en agencias de viajes.
- **NTS AV04.** Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes.
- **NTS AV05.** Agencias de viajes normas 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.
- **NTS AV06.** Agencias de viajes normas de competencia laboral. Administrar el área comercial en agencias de viajes.
- **NTS AV07.** Normas de competencia laboral. Dirigir el área administrativa en agencias de viajes.
- **NTS AV08.** Normas de competencia laboral. Dirigir el área financiera en agencias de viajes.
- **NTS AV09.** Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor requisitos normativos.

Estas normas brindan un elemento valioso de organización para el trabajo de las agencias de viajes y las ubica dentro de procesos generales de organización en el sector, articulándolas a los actores de la cadena de valor y de las buenas prácticas

*Recuerde que...*

*En Colombia, las normas técnicas de sostenibilidad son de obligatorio cumplimiento para los prestadores de servicios turísticos.*

## CASOS EXITOSOS

### Colombia - Agencia de viajes: Corporación Parque Arví

Galardonado con el Premio Nacional de Turismo Sostenible 2013

En el municipio de Medellín, la Corporación Parque Arví se ha enfocado en velar por la sostenibilidad del destino no sólo en la conservación de la naturaleza, los ecosistemas y las especies del parque sino también en el apoyo a la comunidad.



Con el fin de mejorar los ingresos de los campesinos que viven en el área de influencia del parque, se estableció un centro de cultivo de especies ornamentales nativas. Así mismo, se han unido esfuerzos para la sensibilización ambiental a través de experiencias educativas, didácticas e interactivas con habitantes del área metropolitana y del Parque Arví.

También se han unido esfuerzos para contar con un parque más limpio, con la recolección, transporte y aprovechamiento de la fracción reciclable; se han recolectado residuos reciclables y ordinarios generados por los turistas y los habitantes de los sectores de influencia, y se ha hecho seguimiento, limpieza y recuperación de puntos críticos identificados en el parque.

Así mismo, se hace un monitoreo de las poblaciones de orquídeas, aráceas y bromelias de los senderos del parque, de las especies terrestres, de las especies epífitas, de la calidad del hábitat y de las variables físicas de los senderos.

#### Tomado de:

“Premio Nacional de Turismo Sostenible, ganadores del segundo y tercer lugar en cada una de las cuatro categorías del Premio Nacional de Turismo Sostenible 2013”

### Brasil - Amazon Tree Climbing

Es una empresa pionera en llevar la actividad de escalada de árboles a Brasil y especialista en expediciones fluviales en el Amazonas, fundada en 2006. Esta compañía ha desarrollado técnicas de escalada en roca para aplicarlas en la escalada de árboles.

Sus servicios son prestados a grupos de máximo seis personas, ya que considera que la mejor forma de prestarle el servicio al cliente, velar por la sostenibilidad del ambiente y garantizar la armonía de la cultura del lugar es con grupos pequeños. Dentro de sus actividades y en todas las actividades sigue los protocolos de seguridad de acuerdo con las normas de turismo de aventura de Brasil.

Antes de prestar un servicio, los árboles utilizados para la escalada son inspeccionados y los sitios de ascenso son cuidadosamente seleccionados. La empresa opta por el área de bosque primario, lo que le da una mejor oportunidad de observar la vida silvestre en su hábitat natural.

Los servicios incluyen guías multilingües con amplia experiencia internacional y un sólido bagaje cultural, y equipos de primera calidad. Su deseo es compartir la magia y la belleza de la selva amazónica con sus clientes, para que puedan entender y respetar este frágil ecosistema. La compañía educa a los visitantes en esta filosofía; para subrayar el tema de la sostenibilidad más allá, la compañía participa en las alianzas Leave No Trace - Center for Outdoor Ethics, Sustainable Travel International y otros grupos ecológicos.

Para  
mayor información:

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

[www.int.org/](http://www.int.org/)

#### Tomado de:

Página web <http://www.innotour.com/innovationCases/2010/10/amazon-tree-climbing-%E2%80%93-addressing-the-sustainability-issue/>.

## RECURSOS EN LA WEB

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

[http://www.unwto.org/ethics/full\\_text/en/pdf/Codigo\\_Etico\\_Espl.pdf](http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Espl.pdf)

### **No Deje Rastro (NDR) Siete Principios**

<http://www.nols.edu/espanol/cursos/ndr.shtml>

### **Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural**

<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com>

### **Patrimonio Cultural Inmaterial**

[http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/50B8/AA74/FFA9/31D4/CE96/C0A8/0164/14DB/130719\\_turismo\\_patrimonio\\_inmaterial\\_excerpt.pdf](http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/50B8/AA74/FFA9/31D4/CE96/C0A8/0164/14DB/130719_turismo_patrimonio_inmaterial_excerpt.pdf)

### **Plan de Negocios Turismo de Naturaleza**

[http://www.ptp.com.co/Turismo\\_Naturaleza/Turismo\\_de\\_naturaleza.aspx](http://www.ptp.com.co/Turismo_Naturaleza/Turismo_de_naturaleza.aspx)

### **Sello Ambiental Colombiano**

<http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=1277&conID=7745>

### **Parques Nacionales y Sistema Nacional de Áreas Protegidas**

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

### **Normas técnicas Sectoriales para Agencias de Viajes y Sostenibilidad**

<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16197>

### **Criterios Globales del Turismo Sostenible**

<http://www.gstcouncil.org/uploads/files/spanish.pdf>

### **Certificación Turismo Sostenible**

[http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual\\_No\\_1.pdf](http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual_No_1.pdf)

### **Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo**

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

### **Construcción Sostenible**

<http://www.cccs.org.co/construccion-sostenible>

### **Conservación Internacional Colombia**

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

### **Ecoturismo – Turismo Responsable y Sostenibilidad**

<http://www.ecoturismo.org>

### **INNOTOUR**

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



**ALPINE LAKES NETWORK** (2010). *Ecotourism Good Practices Guide Book*. Disponible en: [http://www.alpine-space.org/uploads/media/Alplakes\\_Ecotourism\\_Good\\_Practices\\_EN.pdf](http://www.alpine-space.org/uploads/media/Alplakes_Ecotourism_Good_Practices_EN.pdf) [fecha de consulta: 30 de enero de 2014].

**ASIA-PACIFIC ECONOMIC COOPERATION** (2010). "Malaysia's Experience and Best Practices in Sustainable Ecotourism". Disponible en: [http://mddb.apec.org/Documents/2010/GOS/GOS-TWG-CON/10\\_gos-twg\\_con\\_005a.pdf](http://mddb.apec.org/Documents/2010/GOS/GOS-TWG-CON/10_gos-twg_con_005a.pdf) [fecha de consulta: 15 de enero de 2014].

**ASOCIACIÓN PANAMEÑA DE TURISMO SOSTENIBLE** (2009). "Guía de Turismo Sostenible". Panamá: APSO, Fundación Avifauna, Ancon.

**CEBALLOS-LASCURAIN, H.** (1991). "Tourism, eco-tourism and protected areas". 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 financiar la certificación de empresas turísticas". Disponible en: [http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual\\_No\\_2.pdf](http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual_No_2.pdf) [fecha de consulta: 1 de marzo de 2014].

**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.

**FERRO MEDINA, DURÁN CALDERÓN, GARCOA CARO** (2012). "Del Monumento al Pensamiento, Patrimonio de Colombia para la Humanidad". Bogotá: catálogo de exposición Bogotá.

**GLOBAL SUSTAINABLE TOURISM COUNCIL** (s.f.). "Criterios globales de turismo sostenible". Disponible en: <http://www.gstcouncil.org/uploads/files/spanish.pdf> [fecha de consulta: 1 de marzo de 2014].

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

**INNOTOUR** (2010). "Amazon tree climbing - addressing the sustainability issue". Disponible en: <http://www.innotour.com/innovationCases/2010/10/amazon-tree-climbing-%E2%80%93-addressing-the-sustainability-issue/> [fecha de consulta: 27 de febrero de 2014].

**MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO DE ESPAÑA** "Manual de buenas prácticas para agencias de viaje". Disponible en: [http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ad=rja&uact=8&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.cultura-detalle.es%2F%3Fdl\\_id%3D20&ei=45o5U-ehMdWgsQTsw4HICw&usg=AFQjCNH0GefcryWRGzdLX9671wmQbEkGaA&sig2=z2rzH8RpVAQBgSMv6-ho\\_Q&bvm=bv.63808443,d.cWc](http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ad=rja&uact=8&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.cultura-detalle.es%2F%3Fdl_id%3D20&ei=45o5U-ehMdWgsQTsw4HICw&usg=AFQjCNH0GefcryWRGzdLX9671wmQbEkGaA&sig2=z2rzH8RpVAQBgSMv6-ho_Q&bvm=bv.63808443,d.cWc) [fecha de consulta: 27 de febrero de 2014].

**MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE** (2014). "Sello ambiental colombiano". Disponible en: <http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=1277&conID=7745> [fecha de consulta: 1 de febrero de 2014].

**MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE** (2014). "Resolución 0531 de 2013". Disponible en: [http://www.minambiente.gov.co/documentos/normativa/resolucion/res\\_0531\\_290513\\_.pdf](http://www.minambiente.gov.co/documentos/normativa/resolucion/res_0531_290513_.pdf) [fecha de consulta: 1 de febrero de 2014].

**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO** (2012). Política de Turismo de Naturaleza. Bogotá: Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo.

**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO** (2014). "Premio Nacional de Turismo Sostenible, ganadores del segundo y tercer lugar en cada una de las cuatro categorías del Premio Nacional de Turismo Sostenible 2013". 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** (2003). Norma técnica sectorial NTS AV04 Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes. Bogotá.

**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO** (2004). Norma técnica sectorial NTS AV05 Agencias de viajes normas 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** (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** (2007). Norma técnica sectorial NTS AV09 Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor requisitos normativos. Bogotá.

**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. Segunda edición.

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO** (1999). "Código de Ética Mundial para el Turismo". Disponible en: <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo> [fecha de consulta: 1 de marzo de 2014].

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO** (2002). "Ecoturismo y áreas protegidas". Disponible en: <http://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas> [fecha de consulta: 1 de febrero de 2014].

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO** (2012). *Compendium of Best Practices and Recommendations for Ecotourism in Asia and the Pacific*. Madrid: OMT.

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO** (2013). "Turismo y patrimonio cultural inmaterial". Madrid: OMT.

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO** (2014). "Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos". Madrid: OMT.

**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". Disponible en: <http://www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/decide.php?patron=01.02280201> [fecha de consulta: 1 de marzo de 2014].

**PLAN NACIONAL DE CALIDAD TURÍSTICA DEL PERÚ (CALTUR), MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO** (2007). "Cartilla de autoevaluación. Buenas prácticas de agencias de viajes y turismo gestión de servicio. Disponible en: <http://www.perueduca.edu.pe/educacion-para-el-trabajo/archivos/cartilla-autoevaluacion-agvt.pdf> [fecha de consulta: 11 de marzo de 2014].

**PLAN NACIONAL DE CALIDAD TURÍSTICA DEL PERÚ (CALTUR), MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO** (2007). "Manual de buenas prácticas ambientales para agencias de viajes y turismo - turismo responsable". Disponible en: [http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs\\_documentos\\_Caltur/Gestion\\_Ambiental/Manual\\_Buenas\\_Practicas\\_Ambientales\\_Agencias\\_Viaje\\_Turismo.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/Gestion_Ambiental/Manual_Buenas_Practicas_Ambientales_Agencias_Viaje_Turismo.pdf) [fecha de consulta: 11 de marzo de 2014].

**PLAN NACIONAL DE CALIDAD TURÍSTICA DEL PERÚ (CALTUR), MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO** (2013). "Manual de buenas prácticas para agencias de viaje y turismo". Disponible en: [http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs\\_documentos\\_Caltur/04\\_mbp\\_avt/MBP\\_Agencias\\_Viajes\\_Turismo.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/04_mbp_avt/MBP_Agencias_Viajes_Turismo.pdf) [fecha de consulta: 11 de marzo de 2014].

**PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA** (s.f.). "Turismo de naturaleza". Disponible en: [http://www.ptp.com.co/Turismo\\_Naturaleza/Turismo\\_de\\_naturaleza.aspx](http://www.ptp.com.co/Turismo_Naturaleza/Turismo_de_naturaleza.aspx) [fecha de consulta: 1 de febrero de 2014].

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

**RAINFOREST ALLIANCE** (2008). "Buenas prácticas para turismo sostenible". Disponible en: [http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism\\_practices\\_guide\\_spanish.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf) [fecha de consulta: 27 de febrero de 2014].

**SERVICIO NACIONAL DE TURISMO** (2011). "Chile por un turismo sustentable. Manual de buenas prácticas". Santiago: Servicio Nacional de Turismo.

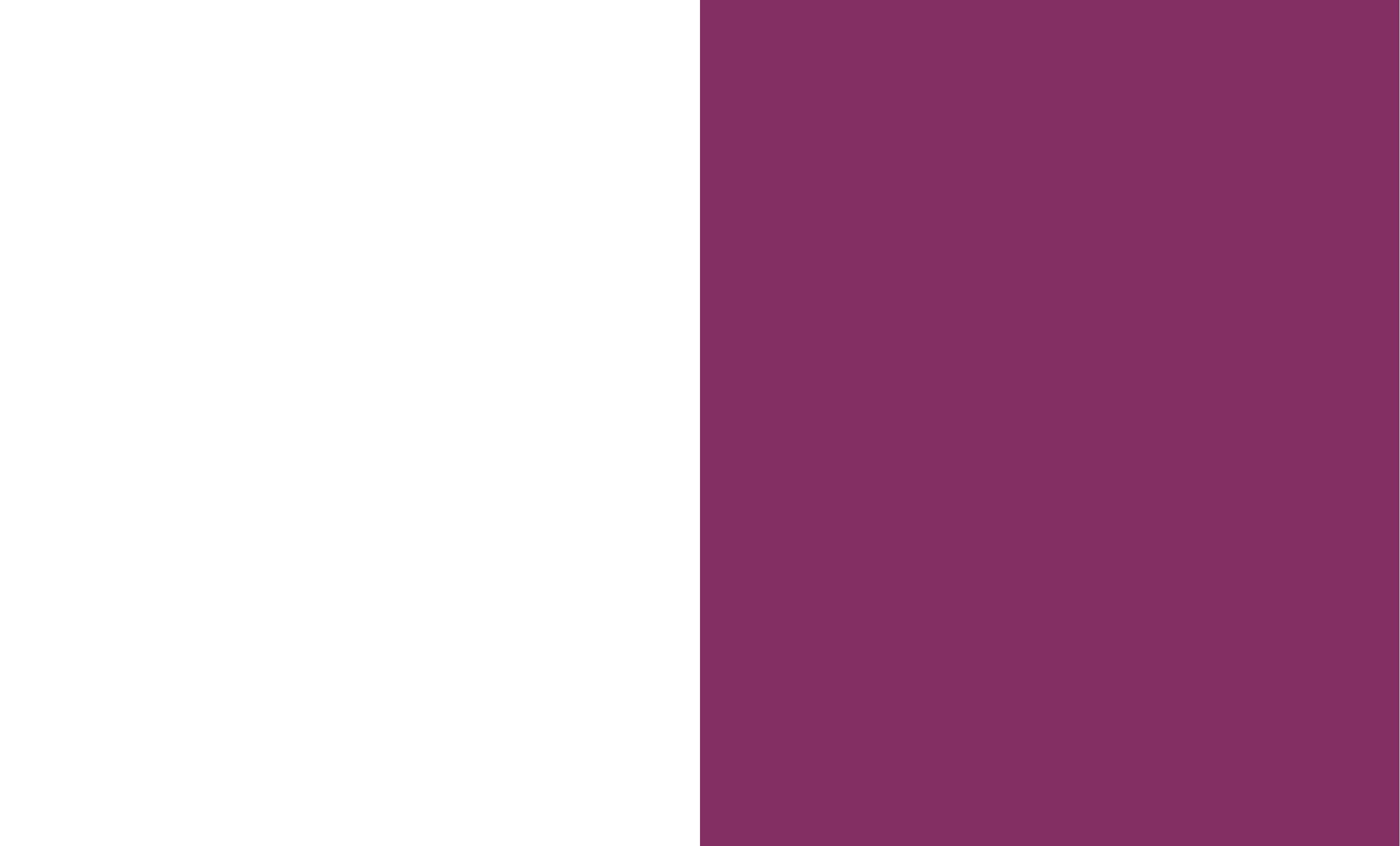
**SPENCELEY, A., RELLY, P., KEYSER, H., WARMEANT, P., MCKENZIE, M., MATABOGE, A., NORTON, P., MAHLANGU, S. y SEIF, J.** (2002). *Responsible Tourism Manual for South Africa*. Department for Environmental Affairs and Tourism.

**THE NATURE CONSERVANCY** (2005). "Desarrollo del ecoturismo. Un manual para los profesionales de la conservación". Vol. 1, segunda edición. Arlington, Virginia: The Nature Conservancy.

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

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

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



Esta cartilla es una iniciativa de:



**MinCIT**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**



Programa de  
Transformación  
Productiva



PTPColombia



[www.ptp.com.co](http://www.ptp.com.co)

Con el apoyo de:



**Gobierno  
de COLOMBIA**

