Buenas prácticas en turismo de naturaleza

Restaurantes

MinCIT
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

PROSPERIDAD PARA TODOS

Programa de Transformación Productiva

OpEPA
www.opepa.org

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

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.

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
Los restaurantes 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 sostenibleme en el mercado internacional. Así, esta guía, "**Restaurantes. 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.

"Restaurantes. 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

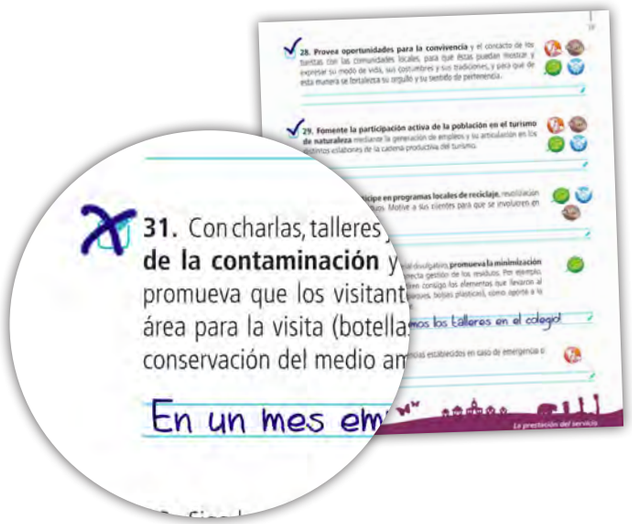
Las buenas prácticas para restaurantes de turismo de naturaleza y los momentos de aplicación en el desarrollo de una actividad están contenidos en la segunda sección, **"Buenas prácticas"**, la cual se encuentra ilustrada y maneja íconos que hacen referencia a los cuatro ámbitos de los criterios globales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

02 Buenas prácticas

La tercera, **"Herramientas y recursos",** hace mención a los procesos de certificación tanto ambientales como de calidad para los restaurantes turísticos. 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 que tome 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 servicios que, como el trasporte, 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 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 mantener, 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.

Los restaurantes y las buenas prácticas

La cocina colombiana, como la de la mayoría de los países suramericanos, tiene fuertes influencias de las culturas que llegaron al país durante el periodo de la Conquista y la Colonia. La conformación del variado grupo de influencias empezó con los habitantes del territorio, los indígenas, a quienes se sumaron los españoles, representados en andaluces, aragoneses y valencianos principalmente, y también los africanos, traídos por los españoles como esclavos. En el siglo XIX se sumaron las influencias inglesas y francesas, que dejaron su huella en la utilización de variados ingredientes y en la elaboración de distintos platos.

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

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

Para el año 1957 se dio inicio a la Asociación Colombiana de Grilles y Restaurantes (Acogram), grupo que posteriormente se propuso desde su junta directiva el reto de articular la actividad gastronómica a las actividades turísticas; citando el propósito de la junta directiva de Acogram, "La gastronomía es una actividad que pertenece al sector turístico y lo lógico es que sea la Corporación Nacional de Turismo la que ejerza vigilancia sobre ella, y no cejaremos hasta conseguir que esta lógica se imponga" (2008: 43). Por razones financieras, en 1988 esta asociación fue liquidada, pero inmediata-

mente se creó la Asociación Colombiana de Restaurantes y Afines (Acodres), la agremiación que hasta la fecha continua representando al gremio de los restaurantes.

"**Restaurantes. 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 los restaurantes:

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

Así mismo, y basándose en los **Criterios Globales de Turismo Sostenible,** se contemplan los cuatro ámbitos en los que se agrupan las **buenas prácticas en turismo de naturaleza:**

- **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 sitio 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.

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

2. **Desarrolle la infraestructura 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.

3. **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.

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.

Diseño / Remodelación / Puesta en marcha

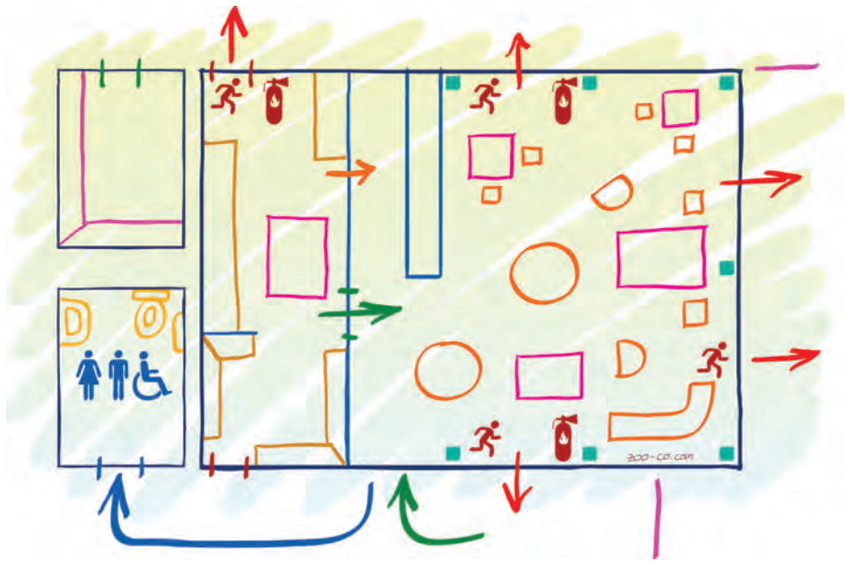
5. Involucre a la población local en el proceso de planeación de la actividad, bien o servicio desde las etapas tempranas de la iniciativa, con el fin de que el proyecto sea aceptado y apropiado por la localidad como una alternativa económica. Un ejemplo de esto es la vinculación de productores de alimentos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

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

7. Distribuya estratégicamente las diferentes áreas de su establecimiento, de forma que garantice su funcionalidad y salubridad y la armonía de su diseño. Tenga presente que los materiales lisos facilitan la limpieza y evitan que las plagas dispongan de lugares de refugio y anidación.

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

9. Ubique los extintores y las salidas de emergencia en sitios de fácil acceso, con una identificación clara y visible y cerca de los puntos de riesgo.



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

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

12. Considere el reemplazo gradual o la implementación de fuentes de energía eficientes desde un principio. Estas fuentes pueden ser sensores de luz que se activen según se requiera; sistemas de iluminación eficientes como lámparas fluorescentes compactas (CFL), tubos fluorescentes (T5), lámparas LED y balastro electrónico, o energía solar para generar energía eléctrica a través de placas fotovoltaicas.

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

14. Considere el reemplazo gradual o la implementación de fuentes de agua eficientes desde un principio. Utilice sistemas ahorradores, como dispositivos de descarga de cisternas de bajo consumo, difusores de grifos y limitadores de presión.

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

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

La empresa / Las áreas de funcionamiento

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

Por pequeño que sea, un negocio contempla diferentes líneas de funcionamiento: áreas administrativas, operativas, de control, etc. Desde cada una de ellas se pueden establecer buenas prácticas. Administrativamente, se pueden contemplar medidas de ahorro de energía, agua y recursos en general; operativamente, los impactos pueden ser mucho mayores. Las diferentes áreas de la empresa establecen las relaciones y las características de esas relaciones con los empleados, la contratación y el personal.

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

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

18. Obtenga la certificación de un órgano de inspección/certificación nacional o internacional. 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.

19. Ofrezca una justa relación entre precio y calidad.

20. Realice periódicamente el mantenimiento de la infraestructura física del establecimiento. Cuente con un programa de mantenimiento preventivo para todas las instalaciones, vehículos y equipos. En este sentido, se recomienda que tenga una sencilla lista de chequeo para comprobar periódicamente el estado de la infraestructura y las acciones de mantenimiento requeridas y realizadas.

21. Cuente con un plan de contingencias para atender emergencias (por ejemplo, con instrucciones para seguir en caso de evacuación). No olvide contar con un botiquín acondicionado para accidentes laborales y emergencias médicas básicas.

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

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

24. Promueva la igualdad de género, el trabajo con dignidad y el respeto de los derechos humanos.

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

26. Rechace la explotación infantil y el turismo sexual.

27. Apoye la protección de lugares con valor patrimonial.

28. 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.

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:

29. 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.

30. Cree prácticas de formación entre los empleados para que aprendan a comunicarse satisfactoriamente con los clientes, conozcan los productos y servicios del establecimiento y sepan manejar los inventarios. Promueva también la formación ambiental, las buenas prácticas en manipulación de alimentos, los protocolos de salubridad y el mantenimiento de los productos.

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

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

33. 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.

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

Desarrollo de productos y servicios

Tenga en cuenta que en el ámbito turístico su producto en el restaurante es un atractivo. Por lo tanto, es indispensable prestar especial atención a las materias primas utilizadas, cómo es preparado, qué equipos se utilizan y en qué condiciones se encuentran, quién los prepara y los sirve, y todo el conjunto de elementos que directa e indirectamente constituyen su producto. Cada vez más clientes en el mundo valoran positivamente que usted tenga una adecuada relación con productores vecinos en la elección de sus productos y, adicionalmente, que tenga una excelente relación con la comunidad en general.

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

35. 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.

36. 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.

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

38. 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.

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

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

41. 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.

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

43. Emplee utensilios reutilizables en vez de utensilios desechables.

44. Fomente y eduque sobre el manejo integral del fuego con el fin de reducir los incendios forestales provocados por causas humanas. Utilice para ello medidas de prevención, detección, control y combate.

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

46. 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.

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

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

49. 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.

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

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

52. 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.

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

54. No descongele los productos dentro del agua; hágalo a temperatura ambiente.

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

56. 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 aísle, con el fin de evitar la contaminación cruzada.

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

58. 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.

59. Genere un protocolo de atención: por ejemplo, los platos deben tener un borde libre, de forma que puedan ser tomados sin tocar el alimento; por ningún motivo se deben servir los productos directamente con las manos ni se deben servir alimentos y coger dinero al tiempo, y la vajilla, los cubiertos y los vasos deben guardarse en lugares cerrados.

60. 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.

61. 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.

62. 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.

63. Establezca procedimientos para cada uno de los procesos operativos: el control de los ingredientes y la recepción de alimentos, la aprobación de los proveedores, el almacenamiento, la desinfección de vegetales, la manipulación de alimentos, la higiene personal, la limpieza y desinfección de la infraestructura, el prealistamiento y la producción de los alimentos y el servicio a la mesa.

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

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

66. 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.

67. 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.

Análisis del mercado y comercialización

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

En segundo término, no olvide que el centro de su desarrollo son los clientes: muestre interés por ellos, conózcalos y aprenda a identificar sus características. Evalúe constantemente sus gustos y emprenda acciones que busquen satisfacerlo.

Por último, no olvide que la competencia es fundamental para establecer las condiciones bajo las que usted podrá comercializar su producto. Identifique las ventajas y desventajas propias para no quedar fuera del mercado.

68. Desarrolle estrategias de mercadeo y comercialización. No olvide tener en cuenta y conocer a cabalidad la estrategia de las 4P: producto (conocer lo que se quiere ofrecer), precio (cuánto se va a cobrar), plaza (en dónde se va a ofrecer) y promoción (cómo se va a difundir). Esto le permite tener una estrategia comercial y una planificación estratégica, que deben ser revisadas al menos una vez al año.

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

70. 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.

Estados y proyecciones financieras

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

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

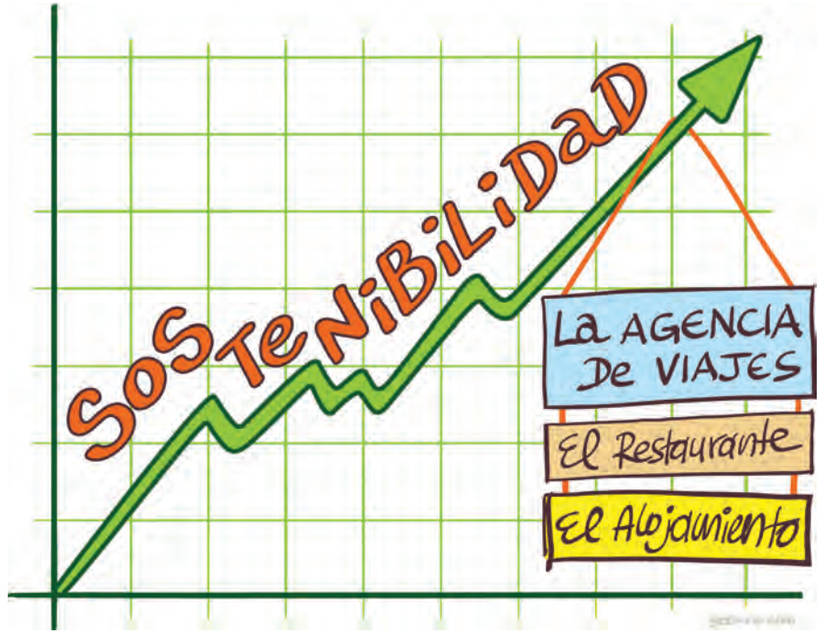
Desde lo más básico, como tener claros los gastos y costos de la empresa, hasta acciones más elaboradas, como organizar un plan de negocios, son elementos fundamentales para llegar a contar con financiación en un momento dado.

71. 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. Esto le permitirá planificar estratégicamente su negocio, lo que fomentará su viabilidad económica en el tiempo.

72. Conozca el punto de equilibro de su empresa: cuántos platos debe vender para no obtener pérdidas.

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

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



Análisis de resultados y evaluación de metas

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

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

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

77. 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.

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

79. 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.

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 membrecía 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 el caso de contar con una empresa en un lugar donde se pueden ofrecer los beneficios que ofrecen los ecosistemas de una forma sustentable, es posible recibir pagos por su uso.

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 004 Establecimientos de gastronómicos y bares - Requisitos de sostenibilidad, que establece unos criterios mínimos que debe cumplir los restaurantes y los bares para ser sostenibles, también aparece la NTS-TS 001 Destinos turísticos de Colombia - Requisitos de sostenibilidad, en donde encuentran 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.

Además de las diferentes normas de certificación, en Colombia se cuenta con un certificado de calidad turística, una herramienta de promoción y reconocimiento para empresas y destinos que buscan aumentar la competitividad, ya que su sello distintivo permite a los turistas reconocer a las empresas que cuentan con un nivel de calidad alto. Adicionalmente, el ecoetiquetado ambiental es un distintivo que portan los productos y servicios que cumplen con ciertos criterios ambientales.

En términos de normalización, al igual que en los subsectores de agencias, alojamientos y guías, las buenas prácticas para el sector de restaurantes se consolidaron entre el 2002 y el 2012, cuando se elaboraron las normas técnicas sectoriales lideradas por el Viceministerio de Turismo y por Acodres, quienes establecieron las siguientes normas:

- **NTS-USNA 001**. Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción, 2002.
- **NTS-USNA 002.** Servicio a los clientes con los estándares establecidos, 2002.
- **NTS-USNA 003.** Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad, 2002.
- **NTS-USNA 004.** Manejo de recursos cumpliendo las variables definidas por la empresa, 2002.
- **NTS-USNA 005**. Coordinación de la producción de acuerdo con los procedimientos y estándares establecidos, 2003.
- **NTS-USNA 006.** Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica, 2003.
- **NTS-USNA 007.** Norma sanitaria de manipulación de alimentos, 2005.

- **NTS-USNA 008.** Categorización de restaurantes por tenedores, 2009.
- **NTS-USNA 009.** Seguridad industrial para restaurantes, 2007.
- **NTS-USNA 010**. Servicio al cliente en establecimientos de comida rápida, 2007.
- **NTS-USNA 011.** Buenas practicas en la prestación de servicios para restaurantes, 2012.

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

CASOS EXITOSOS

Colombia - Sopas de Mamá y Postres de la Abuela

Galardonado con el Premio Nacional de Turismo Sostenible 2013

Este restaurante con 20 años en el mercado se caracteriza por contar con platos de las diferentes regiones de nuestro país y con una decoración que remonta a la época de nuestros padres y abuelos. Dentro de su servicio se realizan acciones para la conservación del patrimonio cultural.

En su material promocional busca rescatar la cultura de una región del país, por ejemplo: en el último trimestre de 2003 se promovió el patrimonio cultural de la región cundiboyacense por medio de campañas en sus televisores, habladores, individuales y gigantografías, donde se presentaba información del patrimonio cultural de esta región.

Así mismo, busca promover en sus clientes las buenas prácticas turísticas, como depositar adecuadamente los residuos, cuidar del agua, evitar malgastar la energía, tratar respetuosamente a los demás, resaltar y promover la diversidad cultural y evitar la explotación sexual y el abuso de menores de edad. Además, buscan difundir el patrimonio a través de su personal, que se encuentra capacitado sobre la cultura del país y es embajador de los valores patrimoniales y culturales.

También cuenta con diferentes eventos en el año con el fin de resaltar fechas especiales, como con la campaña "Lo que nos hace colombianos", en la que una pareja del personal se viste con trajes típicos de la región cundiboyacense, explica y promueve su significado y valor cultural.

Finalmente, su compromiso se ve reflejado con la comunidad cuando apoya a los artesanos de Ráquira con la compra y exposición permanente de soperas y piezas artesanales en sus paredes.

Tomado de:
"Premio Nacional de Turismo Sostenible, categoría mejor en acción para la conservación del patrimonio cultural".

Para mayor información:

Sitio web del restaurante
www.sopasypostres.com.co/

www.larepublica.co/responsabilidad-social/conozca-los-doce-negocios-tur%C3%ADsticos-m%C3%A1s-sostenibles_119646

Francia - Les Orangeries

Este hotel, en un pequeño pueblo de Francia, Lussac-les-Châteaux, es pionero en la realización y promoción de un turismo sostenible. Su restaurante se caracteriza por contar en su menú con alimentos orgánicos, de temporada, que son comprados a granjas de la zona.

Así mismo, apoya a organizaciones de caridad y trabaja con escuelas, dando clases de cocina a los jóvenes locales y proporcionado conocimientos y habilidades en torno a la cocina y la sostenibilidad. La mayoría de sus muebles son reciclados, el agua de la cocina se calienta con paneles solares, las aguas grises son usadas en los inodoros de los baños y se anima a su personal y a los proveedores para reducir al mínimo el impacto sobre el medio ambiente.

Tomado de la página web:
http://www.tourisme-durable-orangeries.fr/2014/03/l-audit-du-sra-en-matiere-de-restauration-durable.html

Para mayor información:

www.lesorangeries.fr
www.tourisme-durable-orangeries.fr
www.thesra.org

RECURSOS EN LA WEB

Código de Ética Mundial para el Turismo
http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Espl.pdf

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

Plan de Negocios Turismo de Naturaleza
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 Establecimientos Gastronómicos y Sostenibilidad, Manipulación de alimentos (Manual)
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

Construcción Sostenible
http://www.cccs.org.co/construccion-sostenible

Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica
http://acodres.com.co/

Asociación de Restaurantes Sostenibles (SRA)
http://www.thesra.org/

Restauración Colectiva
http://www.restauracioncolectiva.com/es/

Conservación Internacional Colombia
www.conservation.org.co

Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes (IR&RA)
http://ih-ra.com/

Innotour
http://www.innotour.com/home/

ALPINE LAKES NETWORK (s.f.) *Ecotourism Good Practices Guide Book*. Disponible en: *http://www.alpine-space.org/uploads/media/Alplakes_Ecotourism_Good_Practices_EN.pdf* [fecha de consulta: 30 de enero de 2014].

ÁREA METROPOLITANA DEL VALLE DE ABURRÁ GRUPO DE PRODUCCIÓN MÁS LIMPIA (2005). "Manual buenas prácticas ambientales para los hoteles y restaurantes". Disponible en: *http://www.areadigital.gov.co/institucional/Documents1/Ambiental/Producci%C3%B3n%20m%C3%A1s%20limpia/Manual%20Buenas%20Practicas%20Ambientales%20%20para%20%20los%20Hoteles%20%20y%20%20Restaurantes.pdf* [fecha de consulta: 24 de febrero 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* [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.* Eco-Tourism and Resource Conservation Project.

CENTER FOR ECOTOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT (s.f.). "Pasos prácticos para financiar la certificación de empresas turísticas". Disponible en: *http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual_No_2.pdf* [fecha de consulta: 1 de marzo de 2014].

CENTER FOR ECOTOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT (s.f.). "Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo". Disponible en: *http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual_No_1.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.

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA (s.f.). "Manual de buenas prácticas en hostelería". Disponible en: *http://www.fehr.es/documents/folletos/calidad/Manual-Calidad.pdf* [fecha de consulta: 24 de febrero de 2014].

FERRO MEDINA, DURÁN CALDERÓN, GARCOA CARO (2012). *Del monumento al pensamiento.* Patrimonio de Colombia para la humanidad. Catálogo de exposición "Del monumento al pensamiento. Patrimonio de Colombia para la humanidad" Bogotá, Bogotá 2012.

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.

LES ORANGERIES (2014). "L'audit du SRA en matière de restauration durable". Disponible en: *http://www.tourisme-durable-orangeries.fr/2014/03/l-audit-du-sra-en-matiere-de-restauration-durable.html* [fecha de consulta: 27 de marzo de 2014]

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

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* [fecha de consulta: 1 de febrero de 2014].

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, preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. 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 (2005). Norma técnica sectorial NTS-USNA 007, norma sanitaria de manipulación de alimentos. Bogotá.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (2007). Norma técnica sectorial NTS-USNA 009, seguridad industrial para restaurantes. Bogotá.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (2007). Norma técnica sectorial NTS-USNA 010, servicio al cliente en establecimientos de comida rápida. Bogotá.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (2009). Norma técnica sectorial NTS-USNA 008, categorización de restaurantes por tenedores. Bogotá.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (2012). Norma técnica sectorial NTS-USNA 006, infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica. Bogotá.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (2012). Norma técnica sectorial colombiana NTS-USNA 011, buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes. Bogotá.

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

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (2014). Premio nacional categoría mejor en acciones para la conservación del patrimonio cultural, primer lugar. Bogotá

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO DE ESPAÑA (2002). "Modelo de aproximación a la calidad turística, producto 5: Buenas prácticas en la prestación del servicio: Restaurantes". Disponible en: *http://www.observatoriorrhhturismo.org/FilesDispatcher;jsessionid=113B7E60863DBBE50C480349B647912F?id=1961&tipo=PublicacionAnexo* [fecha de consulta: 24 de febrero de 2014].

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". Disponible en: *http://www.observatoriorrhhturismo.org/FilesDispatcher;jsessionid=113B7E60863DBBE50C480349B647912F?id=1941&tipo=PublicacionAnexo* [fecha de consulta: 24 de febrero de 2014].

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*. OMT: Madrid.

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 (2008). "Manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines". Disponible en: *http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/MBP_MANIPULACION_DE_ALIMENTOS.pdf* [fecha de consulta: 24 de febrero de 2014].

PLAN NACIONAL DE CALIDAD TURÍSTICA DEL PERÚ (2011). "Manual de buenas prácticas 'Desarrollo de habilidades y destrezas para la atención de clientes en restaurantes'". Disponible en: *http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/MBP_GESTION_SERVICIO_ATENCION_RESTAURANTES.pdf* [fecha de consulta: 24 de febrero de 2014].

PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA (s.f.). "Turismo de naturaleza". Disponible en: 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". Disponible 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* [fecha de consulta: 27 de febrero de 2014].

RAINFOREST ALLIANCE (s.f.). "Buenas prácticas en acción empresas de alimentos y bebidas. Disponible en: *http://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/site-documents/tourism/documents/CuadALIMENdig.pdf* [fecha de consulta: 27 de febrero de 2014].

RAINFOREST ALLIANCE (s.f.). "Guía de buenas prácticas de alimentos y bebidas". Disponible en: http://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/site-documents/tourism/documents/CuadALIMENdig.pdf [fecha de consulta: 27 de febrero de 2014].

SÁNCHEZ, A. (s.f.). *Seguridad alimentaria 2* Disponible en: *http://cadenasderestaurantes.com/pdf/SeguridadAlimentaria2-AntonioSanchez.pdf* [fecha e consulta: 24 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, July 2002.

THE NATURE CONSERVANCY (2005). *Desarrollo del ecoturismo. Un manual para los profesionales de la conservación, vol. 1*. Arlington, Virginia: The Nature Conservacy.

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.* 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

Con el apoyo de:

Gobierno de COLOMBIA

OpEPA
www.opepa.org

Global Heritage Consortium

Taller de Dibujos