

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

RESTAURANTES



El progreso
es de todos

Mincomercio



**Colombia
Productiva**

PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO





Colombia Productiva

PRODUCTIVIDAD • CALIDAD • VALOR AGREGADO

Somos su aliado para producir más,
con mejor calidad y mayor valor agregado.



El progreso
es de todos

Mincomercio

SOCIALIZACIÓN DE LAS GUÍAS DE BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN NATURALEZA - 2020

AGENDA

PRESENTACIÓN Y BIENVENIDA	Presentación de los objetivos de la socialización y bienvenida por parte de las instituciones líderes del Convenio
LAS PRÁCTICAS EN LA COTIDIANIDAD	Ejercicio práctico para introducir el webinar, tomando como referencia elementos cotidianos alrededor de las prácticas y los hábitos según los participantes
REFLEXIONANDO SOBRE LAS BUENAS PRÁCTICAS	Actividad participativa, donde los asistentes relacionan el concepto de buena práctica a su ejercicio como prestadores de servicios turísticos.
LAS GUÍAS COMO HERRAMIENTA ORIENTADORA PARA LA APLICACIÓN	Presentación de la guía de Buenas Prácticas en sostenibilidad reconociendo la estructura y sus componentes
CASOS EXITOSOS	Invitado especial, el cual a través de su experiencia socializará las prácticas más relevantes implementadas en su ejercicio como prestador de servicios turísticos.
CIERRE	Cierre y despedida

ESTRUCTURA - GUÍAS BP EN SOSTENIBILIDAD PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS EN NATURALEZA

PROPÓSITO

Herramienta que permita **adoptar prácticas de gestión** sostenible y orientar **la prestación** de servicios turísticos, con prácticas **sencillas y efectivas** que generen mayor **productividad y competitividad**.

MARCO

Enfocado a prestadores del servicios de **Turismo de Naturaleza**

PRESTADORES

- Guía BP para prestadores de servicios en turismo de naturaleza (General) - ●
- Alojamiento y servicios de hospedaje -
- Restaurantes o establecimientos de gastronomía -
- Agencias de viajes y turismo, agencias VTs y operadoras de turismo -
- Guías de turismo -
- Transporte -

4 Criterios del Consejo Global del Turismo sostenible



GESTIÓN



Gestión empresarial y administrativa,



AMBIENTAL



Beneficios para el ambiente y minimización de impactos negativos



CULTURAL



Beneficios, protección y mantenimiento del patrimonio cultural



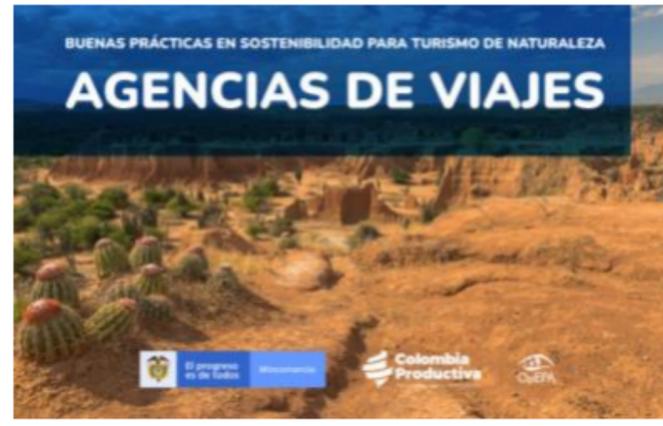
SOCIAL Y ECONÓMICO



Beneficios sociales y económicos para la comunidad

Momentos según la prestación del servicio turístico

1. PLANEACIÓN
2. PRESTACIÓN
3. CONTROL



RESTAURANTES

INTRODUCCIÓN

CÓMO USAR ESTA GUÍA

CAPÍTULO 1 CONCEPTOS GENERALES

- 1.1. Turismo Sostenible
- 1.2 Turismo Comunitario
- 1.3 Negocios Verdes
- 1.4 Turismo de Naturaleza
- 1.5 Productos complementarios al Turismo de Naturaleza
- 1.6. Prestadores de Servicios Turísticos de Naturaleza

CAPÍTULO 2: BUENAS PRÁCTICAS



CAPÍTULO 3 HERRAMIENTAS & RECURSOS

- 3.1 Certificación
- 3.2 Casos Exitosos
- 3.3 Recursos en la Web

DOCUMENTOS DE CONSULTA & REFERENCIA

Bioseguridad y enfermedades infectocontagiosas

2. Buenas prácticas / Temáticas

Diseño / Remodelación / Puesta en marcha

1

Planeación desde el entorno y las relaciones comunitarias y el equipo de trabajo. Considerar los POT para construcciones y remodelaciones. Seguir aspectos legales

La empresa / Las áreas de funcionamiento

2

Áreas de funcionamiento / medidas de ahorro / contratación de personal / relaciones con la comunidad / dinámicas de articulación al interior y exterior del negocio

Desarrollo del trabajo en equipo

3

Necesidades de equipo de trabajo / valoración, orientación y capacitación

Desarrollo de productos y servicios

4

Productos coherentes, atractivos y responsables con el patrimonio analizar las condiciones del entorno, la seguridad, e inclusión de la cultura local.

Análisis del mercado y comercialización

5

Factores a considerar (entorno, consumidor y competencia) / Las características y necesidades del cliente

Estados y proyecciones financieras

6

Información cierta, detallada y organizada / gastos y costos / plan de negocios

Análisis de resultados y evaluación de metas

7

Sistemas que miden efectividad / Medir procesos, productos, servicios, /percepción

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

RESTAURANTES



El progreso
es de todos

Mincomercio



**Colombia
Productiva**

PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO



Cañon del Rio Negro,
Cundinamarca
Carlos Rosero



1 | CONCEPTOS GENERALES



TURISMO SOSTENIBLE

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

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

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

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

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

TURISMO COMUNITARIO

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



Camino Real
Rafael Serrano Esguerra

NEGOCIOS VERDES

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

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

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

diseño de producto, capacidad de carga y guías certificados.

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

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

TURISMO DE NATURALEZA

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

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

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

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

ECOTURISMO

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

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AL TURISMO DE NATURALEZA

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

- **Turismo cultural:** promueve el conocimiento de culturas vivas o del pasado, en las que se encuentran bienes, manifestaciones o intangibles que expresan una identidad y memoria para un grupo o colectivo humano. En esta práctica turística, la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos y productos culturales, materiales e inmateriales de un destino turístico (OMT, 2020).
- **Turismo científico:** promueve experiencias de profundización en conocimientos con valor para la ciencia. Estas experiencias requieren el apoyo de científicos o personal especializado, como guías entrenados para lograr el objetivo de conocimiento. Por su parte, el **turismo científico de naturaleza** se basa en la gestión del conocimiento que promueven la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad y la participación activa de la comunidad local, permitiendo el descubrimiento del territorio, los modos de vida y el capital natural y social. Además, integra la investigación participativa para identificar, generar, acumular, salvar, recuperar y distribuir conocimiento tradicional y académico sobre la biodiversidad en el territorio (Antonio dos Anjos et al., 2011).
- **Turismo de bienestar:** promueve las actividades relajantes, pasivas y deportivas en medio de ecosistemas conservados, con el fin de obtener condiciones de paz, tranquilidad y reparación que contribuyan a la curación, mejora estética, bienestar y prevención de enfermedades.
- **Turismo deportivo:** Actividad turística en la que el principal motivo consiste en presenciar o participar de un evento deportivo o practicar una disciplina deportiva en escenarios al aire libre o encubierto, bien sea dentro de espacios urbanos y acondicionados especialmente para tal efecto, o dentro de espacios naturales en aire, tierra o agua, según sus modalidades (Ley 2068 de 2020, artículo 3).

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE NATURALEZA

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

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

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

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

- **Restaurantes o establecimientos de gastronomía:** se entiende por establecimientos gastronómicos, bares y similares, aquellos establecimientos comerciales, en cabeza de una persona natural o jurídica, cuya actividad económica está relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, pueden prestar otros servicios complementarios.
- **Agencias de viajes y turismo (vts, operadoras y mayoristas):** son las empresas comerciales constituidas por personas naturales o jurídicas inscritas en el Registro

Nacional de Turismo, y que, debidamente autorizadas, se dedican profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios (Ley 300 de 1996 o Ley General de Turismo). Dentro de las agencias de viajes tenemos a las agencias de viajes y turismo propiamente dichas, que se dedican profesionalmente a vender, operar y organizar planes turísticos; a las agencias de viajes operadoras, que se dedican profesionalmente a operar planes turísticos, y a las agencias mayoristas, que se dedican profesionalmente a programar y organizar planes turísticos (Mincit, Decreto 502 de 1997).

- **Guías de turismo:** son las personas naturales, nacionales o extranjeras, que prestan servicios en guionaje turístico, cuyas funciones son orientar, conducir, instruir y asistir al turista, viajero o pasajero durante la ejecución del servicio contratado.

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

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

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



2 BUENAS PRÁCTICAS

Quebrada Reyes, Cundinamarca
Rafael Serrano Esguerra



LOS RESTAURANTES Y LAS BUENAS PRÁCTICAS

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

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

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

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

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

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

FORMALIZACIÓN

Para la Cámara de Comercio el empresario debe:

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

Para la DIAN el empresario debe tramitar:

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

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

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

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

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

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

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

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

DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

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

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

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



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

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

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

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

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

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



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



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



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



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



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



3 | HERRAMIENTAS Y RECURSOS



CERTIFICACIÓN

¿QUÉ ES Y POR QUÉ ES IMPORTANTE LA CERTIFICACIÓN?

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

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

TIPOS DE CERTIFICACIÓN

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

- **Certificación del sistema de gestión.** Asegura que el funcionamiento de la empresa para la prestación de los servicios se enmarca en planear, hacer, controlar y actuar, mejorando los aspectos que influyen en la satisfacción del cliente y el logro de los resultados deseados.
- **Certificación de procesos.** Asegura el establecimiento de un sistema que documenta y permite el análisis para la mejora continua de la calidad o el rendimiento de la empresa.
- **Certificación de productos o servicios.** Asegura que lo que se está ofreciendo cuenta con

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

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

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

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

CÓMO ELEGIR UN PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN

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

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

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



Camino Real
Rafael Serrano Esguerra 

CERTIFICACIÓN EN COLOMBIA

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

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

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

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

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

respectiva NTS o NTC, y que sirve como herramienta de promoción y reconocimiento para quienes buscan aumentar su competitividad. También existe el Sello Ambiental Colombiano, un distintivo que portan los productos y servicios que cumplen con los criterios ambientales exigidos por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Adicionalmente, en 2020 se creó el Check in certificado, un sello que certifica que los prestadores de servicios turísticos cumplen con los criterios de bioseguridad.

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

Para mayor información, consulte:

- www.calidadturistica.gov.co
- www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-19
- bioseguridad.mincit.gov.co
- <https://imgcdn.larepublica.co/cms/2020/12/31121021/LEY-2068-DEL-31-DE-DICIEMBRE-DE-2020.pdf>

CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

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

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

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

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

■ SUÁ COCINA CONCIENCIA



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

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

BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



BUENAS PRÁCTICAS SOCIO - ECONÓMICAS



BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES



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

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

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

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

YARUMO BLANCO



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



<https://yarumoblanco.co>

BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



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

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



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

BUENAS PRÁCTICAS SOCIO - ECONÓMICAS



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

BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES



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

RECURSOS EN LA WEB

Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica

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

Asociación Colombiana de Turismo responsable (Acotur)

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

Asociación de Restaurantes Sostenibles (SRA)

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

Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes (IH&RA)

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

Certificación de turismo en Colombia

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

Certificación Turismo Sostenible

https://www.responsibletravel.org/docs/Manual_No_1.pdf

Certificado de calidad turística

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

Código de Ética Mundial para el Turismo

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

Compensación de carbono del turismo

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

Conservación Internacional Colombia

www.conservation.org.co

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

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

Construcción Sostenible

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

Criterios Globales del Turismo Sostenible

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

Ecoturismo - Turismo Responsable y Sostenibilidad

<http://www.ecoturismo.org>

Garantizar la ética del turismo tras el COVID-19

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

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

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

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

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

Innotur

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

Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural

<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com>

Manual Manipulación de alimentos

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

Modificación Ley 300 (ley 2068 de 2020)

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

Negocios verdes, inclusivos y competitivos

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

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

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

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

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

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

Patrimonio Cultural Inmaterial

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

Plan de Negocios Turismo de Naturaleza

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

Planificación y Gestión del Turismo de Naturaleza (Sinap)

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

Plataforma Electrónica Digital

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

DOCUMENTOS DE CONSULTA Y REFERENCIAS

Ciudad Perdida,
Sierra Nevada de Santa Marta



Carlos Rosero



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

GRACIAS



<https://www.youtube.com/watch?v=K0XylYsVzb0>



El progreso
es de todos

Mincomercio



**Colombia
Productiva**
PRODUCTIVIDAD · CALIDAD · VALOR AGREGADO



OpEPA