

BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD PARA TURISMO DE NATURALEZA

AGENCIAS DE VIAJES



BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD PARA TURISMO DE NATURALEZA. AGENCIAS DE VIAJES

Segunda edición. **Una publicación de** COLOMBIA PRODUCTIVA.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

Ministra

María Ximena Lombana Villalba

Viceministro de Turismo

Ricardo Galindo Bueno

Directora de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo

Constanza Olaya Cantor

COLOMBIA PRODUCTIVA

Presidente

Camilo Fernández de Soto Camacho

Vicepresidente de manufactura y servicios

Pedro Mauricio Rojas

Coordinación de Turismo

Marcela Uribe Arango

Laura Valencia Arias

Colombia Productiva

Calle 28 No. 13 a 15.

Bogotá: (+57) (601) 749 1000 - Colombia.

www.colombiaproductiva.com

 @Col_Productiva

  @ColombiaProductiva

 Colombia Productiva

Bogotá, Colombia - 2021

Equipo técnico

Comité editorial

Colombia Productiva

Organización para la Educación y

Protección Ambiental - OpEPA

Corporación Clorofila Urbana

PUP Global Heritage Consortium

Revisión de textos

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO

Cristina Arbeláez

Isabelle León

Alejandro Vargas

Luis Pardo

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

María Cristina Velázquez

Milay Cano Baquero

PARQUES NACIONALES NATURALES DE COLOMBIA

Clara Burgos Valencia

Carolina Cubillos Ortiz

Consultoría y realización

ORGANIZACIÓN PARA LA EDUCACION

Y PROTECCION AMBIENTAL – OpEPA

Director

Luis Alberto Camargo

Investigación y compilación

Judy Amparo Carrillo L.

Jeniffer Katherine González S.

Laura Mireya Sandoval V.

Carlos Armando Rosero R.

Luis Fernando Castro Z.

Corrección de estilo

Iván Hurtado

Fotografías

Carlos Armando Rosero R.

Rafael Serrano Esguerra

Portada

Desierto de la Tatacoa

Rafael Serrano Esguerra

Diseño

Diana Ordóñez Castillo

Andrea Olarte Flórez

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

BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD PARA TURISMO DE NATURALEZA

AGENCIAS DE VIAJES



CONTENIDO

Camino de Lengerke 
Rafael Serrano Esguerra 



INTRODUCCIÓN

CÓMO USAR ESTA GUÍA

1. CONCEPTOS GENERALES

Turismo sostenible
Turismo comunitario
Negocios verdes
Turismo de naturaleza
Productos complementarios al turismo de naturaleza
Prestadores de servicios turísticos de naturaleza

2. BUENAS PRÁCTICAS

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

3. HERRAMIENTAS Y RECURSOS

Certificación
Casos exitosos
Recursos en la web

DOCUMENTOS DE CONSULTA Y REFERENCIA

INTRODUCCIÓN

Sierra Nevada del Cocuy 
Carlos Rosero



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

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

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

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

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

Así mismo, el turismo de naturaleza puede contribuir en la regulación del cambio climático desde varias

perspectivas, permite, operativamente, reducir la huella de carbono de todas las actividades asociadas y compensar las emisiones de gases de efecto invernadero, además de cumplir con una función social importante a través de la interacción con las comunidades vinculadas a los atractivos naturales y la posibilidad de incluirlas en la cadena de valor, generando así una relación directa con el turismo comunitario.

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

Es por ello que se presenta la actualización del compendio de “Guías de buenas prácticas

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

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



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

Cuchilla Berlín, Quindío  
Rafael Serrano Esguerra



CÓMO USAR ESTA GUÍA

Atardecer en Casanare 
Rafael Serrano Esguerra 



“Buenas prácticas en sostenibilidad para turismo de naturaleza. Agencias de viajes” contiene información que le ayudará a preparar y a desarrollar su actividad en escenarios naturales de manera profesional y responsable. La guía se divide en tres secciones.

1

CONCEPTOS GENERALES

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



2

BUENAS PRÁCTICAS

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

Mumaque, Ciudad Perdida  
Rafael Serrano Esguerra

3

HERRAMIENTAS Y RECURSOS

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

se utilizan en el ámbito nacional e internacional y en diversos destinos turísticos.

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



1 | CONCEPTOS GENERALES

Nevado del Tolima - PNN Los Nevados  
Carlos Rosero



TURISMO SOSTENIBLE

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

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

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

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

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

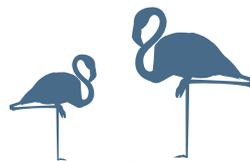
Para más información, la página del Ministerio Industria, Comercio y Turismo, en <https://www.mincit.gov.co/normatividad>, contiene el documento de la Política de Turismo Sostenible y un resumen de su contenido.

PATRIMONIO NATURAL

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

PATRIMONIO CULTURAL

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



TURISMO COMUNITARIO

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



Pteroglossus incriptus  
Rafael Serrano Esguerra

NEGOCIOS VERDES

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

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

- Viabilidad económica.
- Impacto ambiental positivo: bajo estrategias de conservación, investigación, monitoreo e interpretación.

- Enfoque de ciclo de vida: contempla alianzas con proveedores, diseño de producto, capacidad de carga y guías certificados.
- Vida útil: establece el mantenimiento de instalaciones y un plan de inversiones.
- No uso de materiales peligrosos.
- Reciclabilidad de materiales.
- Uso eficiente y sostenible de los recursos.
- Responsabilidad social al interior de la empresa.
- Responsabilidad social y ambiental en cadena de valor.
- Responsabilidad social y ambiental al exterior de la empresa.
- Comunicación de atributos sociales y ambientales.
- Esquemas, programas y reconocimientos ambientales o sociales.

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

TURISMO DE NATURALEZA

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

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

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

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

ECOTURISMO

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

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

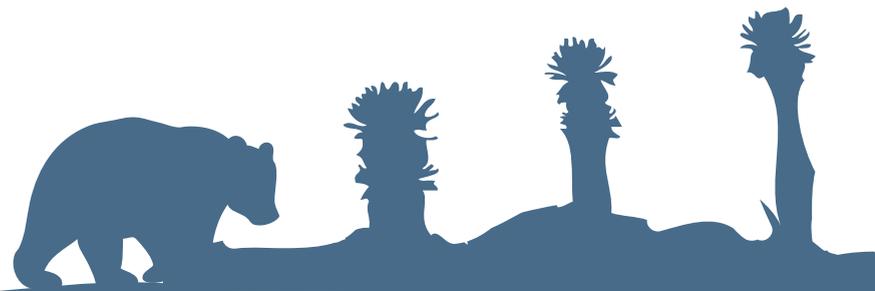
TURISMO DE AVENTURA

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

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

TURISMO RURAL

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



PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AL TURISMO DE NATURALEZA

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

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

PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE NATURALEZA

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

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

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

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

- **Restaurantes o establecimientos de gastronomía:** se entiende por establecimientos gastronómicos, bares y similares, aquellos establecimientos comerciales, en cabeza de una persona natural o jurídica, cuya actividad económica está relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, pueden prestar otros servicios complementarios.
- **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

Vía Láctea. El Jordán, Risaralda 
Rafael Serrano Esguerra



LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LAS BUENAS PRÁCTICAS

Si en una palabra se pudiera definir lo que representa una agencia de viajes para sus clientes, seguramente esa palabra sería confianza.

Y es que es eso lo que generalmente buscan las personas cuando se acercan este tipo de operador turístico para contratar sus servicios, dada la necesidad de asesorarse y orientarse con personas expertas para realizar una actividad de la que no quieren o no pueden tener total control.

La historia de este tipo de servicios comenzó a mediados del siglo XIX, cuando Thomas Cook, residente de Leicester, Inglaterra, con el fin de motivar a los miembros de su comunidad a participar en un congreso en la cercana ciudad de Loughborough, contrató un tren para

realizar el viaje de ida y regreso y con esto les evitó a los interesados la “molestia” de buscar los horarios de viaje y los pasajes, comprarlos, etc. Thomas se ocupó de organizarlo todo, y 540 personas “contrataron el servicio”. Thomas no buscaba ganancias económicas con la operación, pero se dio cuenta del potencial empresarial de lo que acababa de realizar; más adelante fundó la primera agencia de viajes del mundo, desencadenando así lo que es una de las industrias más importantes hoy en día: el turismo.





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

Es así como, conscientes de la gran oportunidad de negocios que se vislumbraba, cuatro de las principales agencias de viajes de la época decidieron conformar una de las asociaciones más importantes con las que cuenta el sector turístico del país, la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), que ha incidido acertadamente a través de los años en las políticas de estado relacionadas con la actividad y ha marcado la ruta a seguir por todas aquellas personas que ven en el turismo una alternativa de desarrollo económico.

Páramo de Sumapáz, Cundinamarca  

Carlos Rosero

FORMALIZACIÓN

Las condiciones y requisitos de formalización se basan en tres pasos fundamentales:

1

Registro de la agencia de viajes ante la DIAN. Para empezar el proceso de los trámites oficiales, primero registre su empresa ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)

- Diligencie el Pre-Registro Único Tributario (RUT). Ingrese a la página web de la DIAN y diríjase al enlace “inscripción del RUT”. Para la opción “tipo de inscripción” escoja “Cámara de Comercio.” [9]

2

Registre la empresa en la Cámara de Comercio de su jurisdicción. Después registre su agencia de viajes ante la Cámara de Comercio de la jurisdicción en donde va a funcionar.

- Presente ante la Cámara de Comercio el Pre-RUT de la DIAN previamente diligenciado para que le asignen el número de NIT ante la Cámara de Comercio.
- También debe formalizar la matrícula mercantil, con la cual podrá acreditar su condición de comerciante frente a la Cámara de Comercio de la jurisdicción.
- Cerciórese que la actividad comercial y/o el objeto social de la empresa incluyan actividades turísticas.

3

Diligencie el Registro Nacional de Turismo (RNT). El RNT es un registro público al cual se deben inscribir todos los prestadores de servicios turísticos que funcionen en Colombia. Este registro es de carácter obligatorio y debe actualizarse cada año.

- El proceso de expedición del RNT se puede hacer fácilmente en línea.
- Es importante que renueve su registro anualmente y dé aviso a las autoridades si va a suspender o cancelar su prestación de servicios, ya que puede sufrir sanciones si no lo hace.

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

- 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.

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

SOCIAL Y ECONÓMICO



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

GESTIÓN



Las buenas prácticas de gestión empresarial y administrativa son aquellas con las que el empresario se forma, educa y especializa; se ajusta y cumple con todas las leyes y reglamentaciones que su oficio le demanda, haciendo énfasis en la prohibición de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNNA) en Colombia; evalúa su desempeño para adoptar medidas correctivas cuando procede; se convierte en un facilitador para que los clientes conozcan e interpreten adecuadamente los entornos

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

CULTURAL



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

AMBIENTAL



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

Este conjunto de prácticas aborda medidas para proteger la salud personal frente a los riesgos físicos, químicos y biológicos a los que se exponen los visitantes y los operadores. Esto significa que incluyen también la evaluación periódica de las situaciones ambientales y sociales, así como la salubridad de la iniciativa, y el establecimiento de protocolos de seguridad y bioseguridad, además de la contemplación de planes de contingencia, sin olvidar la formulación de estrategias de formación que brinden herramientas para la atención de emergencias.



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

DISEÑO / REMODELACIÓN / PUESTA EN MARCHA

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

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

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



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



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



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



4. Distribuya estratégicamente las diferentes áreas del establecimiento, de forma que garantice su funcionalidad y salubridad y la armonía de su diseño. Determine espacios amplios, ventilados y con condiciones higiénico-sanitarias. Cuenten con un área de espera, un área de atención al cliente y un área de procesos internos.



5. Disponga de vías de acceso de fácil circulación para su establecimiento, con señalización visible y clara, que garanticen el acceso a personas discapacitadas en igualdad de condiciones. Ubique los extintores y las salidas de emergencia en lugares fácilmente visibles y accesibles.





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



7. Utilice sistemas ahorradores, como dispositivos de descarga de cisternas de bajo consumo, difusores de grifos y limitadores de presión. Mantenga registros de uso, de esta manera podrá determinar las áreas de mayor consumo y facilitar la ubicación de fugas para mantenimiento.



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



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



LA EMPRESA - LAS ÁREAS DE FUNCIONAMIENTO

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

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

Administrativamente se pueden contemplar medidas de ahorro de energía, agua y recursos en general. En la operación, los impactos pueden ser muchos mayores, generando condiciones apropiadas para mantener la salud y la prevención de riesgos biológicos (infectocontagiosos), físicos y químicos derivados de las actividades turísticas.

Desde las diferentes áreas de la empresa se establecen las relaciones y las características de esas relaciones con los empleados, la

contratación y el personal. De ahí la importancia de la inclusión social, así como el respaldo por la igualdad de género, que se manifiesta desde la asignación de labores según competencias y bajo políticas de remuneración equitativa para hombres y mujeres. Esto sienta las bases de las relaciones con la comunidad, que son fundamentales para que el proyecto realmente sea exitoso.

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



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



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



12. Prohíba explícitamente y prevenga, a través de programas de capacitación y campañas, la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes (ESCNA). Informe a sus proveedores y clientes sobre su compromiso y denuncie sobre situaciones de riesgo o lugares sospechosos y/o conocidos como puntos de explotación. Exija documentación de los niños y prueba a los padres o tutores al usar el servicio. No utilice piezas de comunicación que exponga a los niños y niñas como atracciones turísticas.



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



14. Determine claramente la estructura organizacional de la empresa, por áreas o departamentos: gerencia, administración, comercial y operaciones, por ejemplo, y asigne responsables idóneos a cada uno de ellos. Diseñe políticas según cada área de la empresa para orientar las acciones y actividades. Cuenten con una política de la gestión administrativa, de sostenibilidad, financiera y de calidad.





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



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



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



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



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





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



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



22. Privilegie y fomente la adquisición de servicios, productos artesanales o alimenticios fabricados de manera sostenible, preferiblemente certificados y, de ser posible, a empresas medianas o pequeñas y de comunidades étnicas y grupos indígenas. Revise si la etiqueta lleva algún mensaje de responsabilidad social.



23. Conozca bien a sus proveedores y realice compromisos formales teniendo en cuenta la calidad ambiental de sus insumos y servicios. Identifique incentivos para recompensar a los proveedores cuya gestión sea sostenible, por ejemplo a través de contratos preferenciales.



24. 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.



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





26. 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.



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



28. Fomente medidas de separación en la fuente de los residuos para su reciclaje: asegúrese de que se usen recipientes diferenciados según el tipo de desecho, que sean de material plástico a prueba de agua y de plagas y con tapas seguras. No olvide contemplar, si es necesario, la separación especial de residuos de riesgo biológico producida por enfermedades infectocontagiosas. 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.



29. Realice campañas de información entre los empleados y visitantes para promover la minimización de la contaminación y la correcta gestión de los residuos. Igualmente divulgue información visual y recomendaciones claras de medidas de bioseguridad y protección personal para la prevención de enfermedades infectocontagiosas. Disponga de productos de limpieza en la infraestructura y protocolos como el lavado de manos con agua y jabón, y el uso de gel antibacterial.



30. Cuente con un seguro de responsabilidad comercial que lo proteja a usted y a su empresa de reclamaciones presentadas por un tercero y derivadas de sus actividades.



A scenic view of a tropical riverbank. In the foreground, a calm body of water reflects the surrounding greenery. Along the shore, there are several traditional huts with thatched roofs, surrounded by lush tropical vegetation, including numerous palm trees. The background shows a dense forest covering a hillside under a clear sky. A semi-transparent dark blue box is overlaid on the upper right portion of the image, containing white text.

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

Jurubirá, Chocó  
Carlos Rosero

DESARROLLO DEL TRABAJO EN EQUIPO

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

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

Recuerde que las personas no solamente se motivan por una remuneración justa. Existen factores que complementan de manera adecuada esa motivación y que incluyen la valoración, orientación y capacitación adecuada. A continuación las buenas prácticas que no puede dejar pasar:



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





32. Implemente un proceso de capacitación con los empleados que comprenda aspectos de seguridad y bioseguridad, incluyendo la prevención del contagio de enfermedades infectocontagiosas, donde se especifique la utilización de elementos de protección personal de manera segura, la higiene necesaria y el control de desechos.



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



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



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



36. Desarrolle asociaciones y alianzas estratégicas con otras empresas turísticas que compartan una ética y un estándar ambientales similares, para mejorar la calidad de sus servicios y apoyar a la comunidad local.



DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Tenga en cuenta que, a nivel turístico, sus productos manejan los atractivos de una región y eso es fundamental en cuanto al cuidado del patrimonio, hágalo de manera adecuada y responsable. Las agencias y los guías tienden a contar con mayores posibilidades de influir en los clientes de manera positiva.

Por lo tanto, es indispensable prestar especial atención al diseño de los productos para hacerlos coherentes, atractivos y responsables con el patrimonio que utilizan; es clave analizar con cuidado las condiciones del entorno, la seguridad, la coherencia en el diseño en general y el respeto e inclusión de la cultura local. Estas prácticas generan una articulación entre el turismo de naturaleza y el turismo comunitario, para ampliar su función social en relación con los beneficios que recibe la población del territorio a nivel general.

De igual forma, los mercados en el mundo y en Colombia vienen prestando mayor interés a que los productos turísticos (paquetes) tengan una adecuada relación con la comunidad y que esta haga parte

de su equipo de trabajo, con proveedores locales y articulando a la comunidad de base. Condiciones como estas permiten posicionar la marca y vincularse a una oferta especializada dentro del marco de los negocios verdes.

Hay variables muy importantes en la relación precio– servicio, recuerde que lo que usted vende es una experiencia única. En este sentido, no olvide prestar especial atención a todos los factores del ambiente que genera en el espacio donde se vive la experiencia, no solo busque que sea grata, haga de ella algo inolvidable.



37. Verifique que se cuenta con los permisos y autorizaciones para acceder a destinos que se encuentran en propiedades privadas o públicas. Consulte sobre las regulaciones ambientales vigentes e infórmese sobre los atractivos turísticos, actividades y servicios ofrecidos, los reglamentos y las recomendaciones para la visita al lugar, en especial cuando se trate de monumentos arqueológicos, áreas naturales protegidas o Parques Nacionales Naturales. En este último caso, pregunte al comienzo de cada visita si existen nuevas disposiciones de control, en especial sobre fauna silvestre.



38. Los paquetes turísticos y sus procesos deben someterse a validación para asegurar que se desarrollan con criterios de negocios verdes y cumplen con las necesidades de sus clientes y los intereses de la agencia. Diseñe recorridos en destinos que estén implementando prácticas sostenibles e identifique las relaciones positivas de la población local y el ambiente para vincularlas a la oferta de la empresa.



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



40. Cuente con materiales y señalización que eduquen y orienten a los visitantes y que identifiquen visualmente las diferentes especies de fauna y flora, así como las características del ecosistema y del lugar en general. Mantenga suficiente información de consulta disponible sobre las especies locales más importantes o representativas de la región. Algunas formas de divulgación de información sobre estas especies son las placas de identificación de los árboles, plegables con fotos y descripciones de la fauna y flora local, cartillas de información, afiches y libros.



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





42. No permita el mantenimiento de animales silvestres en cautiverio, salvo en casos de rescate o reintroducción de especies, conforme con la ley y la buena práctica. En caso de que se presente un rescate o una reintroducción, contacte a las autoridades ambientales competentes para manejar el caso con las condiciones necesarias y tramite todos los permisos requeridos.



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



44. 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.



45. Apoye la protección de lugares con valor patrimonial.



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



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





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



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



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



51. Cuente con políticas de pago y cancelación, de ventas y de garantías.



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



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



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





55. Cuente con servicios de transporte que aseguren la calidad. Asegúrese de que sus vehículos estén en perfecto estado mecánico y no generen emanaciones ni pérdida de fluidos sintéticos contaminantes que puedan perjudicar la salud de los visitantes y del ambiente.



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



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



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



59. Una vez finalizado el programa infórmese con guías y proveedores sobre su desarrollo.



ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

Primero, tenga presente tres factores claves: 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 condicionan las proyecciones comerciales inicialmente contempladas.

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

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



60. Tenga en cuenta que el material divulgativo –como folletos, avisos, plegables, libros o carteles– es importante para dar a conocer el apoyo social y ambiental que impulsa su servicio o producto. Prefiera materiales de bajo impacto ambiental para sus herramientas de divulgación.



61. Analice a la competencia, las tendencias del mercado y la demanda para definir mejor los paquetes en los cuales se especializa. Reconozca los atributos sociales y ambientales de su servicio o producto que lo posicionan dentro del marco de los negocios verdes.



62. Cuente con una estrategia de medios para atraer potenciales clientes, de acuerdo con el público objetivo, el posicionamiento de marca que lo vincula a los negocios verdes y el presupuesto disponible.



63. Al finalizar una venta, es mejor confirmar con el cliente los servicios solicitados y por los que está dispuesto a pagar. Tenga cuidado de prometer algo que no pueda cumplir; por ejemplo, no asegure que el cliente verá tal especie, porque hay cierto margen de probabilidad de no ver lo que se espera, sobre todo cuando se trata de naturaleza.



A large, traditional thatched-roof house (maloca) with a steep, conical roof made of dried palm fronds. The house is situated in a tropical environment with lush greenery and palm trees in the background. The sky is blue with scattered white clouds. A semi-transparent dark blue rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing white text.

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

Maloca en el Amazonas  
Carlos Rosero

ESTADOS Y PROYECCIONES FINANCIERAS

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

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

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



64. Tenga clara su misión, visión, plan operativo, estudio de mercado, objetivos estratégicos, metas económicas, y los estudios de impacto social y ambiental y la política de sostenibilidad (en Colombia existe una “Guía para la elaboración de un plan de negocios con enfoque hacia la sostenibilidad” y una “Metodología para la elaboración de planes de negocio”, de Biocomercio). Esto le permitirá planificar la iniciativa estratégicamente y posicionarla dentro del marco de los negocios verdes, lo que fomentará su viabilidad económica en el tiempo.





65. Realice un análisis de sus costos y márgenes de utilidad.



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



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



ANÁLISIS DE RESULTADOS Y EVALUACIÓN DE METAS

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

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

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



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



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



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



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



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



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





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

Pyrocephalus rubinus 
Rafael Serrano Esguerra

3 | HERRAMIENTAS Y RECURSOS

Cañón del Combeima, Tolima  
Carlos Rosero



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.



Golfo de Tribugá, Chocó  
Carlos Rosero

CERTIFICACIÓN EN COLOMBIA

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

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

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

- NTS AV01. Reservas en agencias de viajes, 2003
- NTS AV02. Atención al cliente en agencias de viajes, 2014
- NTS AV03. Infraestructura en agencias de viajes, 2002

- NTS AV04. Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes, 2003
- NTS AV05. Agencias de viajes normas de competencia laboral, asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa, 2004
- NTS AV06. Agencias de viajes normas de competencia laboral. Administrar el área comercial en agencias de viajes, 2014
- NTS AV07. Normas de competencia laboral. Dirigir el área administrativa en agencias de viajes, 2014
- NTS AV08. Normas de competencia laboral. Dirigir el área financiera en agencias de viajes, 2006
- NTS AV09. Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor. Requisitos normativos, 2007

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

Con el fin de fomentar los procesos de certificación, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo creó la Marca de Certificación de Calidad Turística Colombiana, un sello distintivo de calidad al que empresas y destinos pueden acceder una vez hayan sido certificados con la respectiva NTS o NTC, y que sirve como herramienta de

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

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

Para mayor información, consulte:

- 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.

¿CÓMO FINANCIAR LA CERTIFICACIÓN?

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

Existen diferentes escenarios para financiar la certificación:

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

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

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





Monos aulladores, Casanare  
Rafael Serrano Esguerra

En Colombia, las normas técnicas de sostenibilidad ahora son voluntarias para los prestadores de servicios turísticos, pero tienen un alto valor de posicionamiento para las empresas que quieren diferenciarse y ganar relevancia frente al mercado internacional, que suele valorar de manera positiva su cumplimiento. Tener una certificación de valor internacional genera reconocimiento y apreciación.

■ MONTAÑAS COLOMBIANAS



Operador receptor de turismo de naturaleza y aventura que nació hace más de 5 años en Pereira, departamento de Risaralda, y que se extendió por el territorio nacional especializándose en hiking y trekking. Tiene sede operativa en Pereira y Salento, en pleno corazón del Eje Cafetero, y en la capital de Colombia, en Bogotá. Busca propiciar el desarrollo local a través del turismo de naturaleza y aventura, desde principios de sostenibilidad al interior de cada destino. Cuenta con la certificación en sostenibilidad de TourCert.



<https://montanascolombianas.com/>

BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



Impulsa la formación de los guías vinculados a la empresa a través de la financiación del 50% del costo. Proyecta la consolidación de un fondo para préstamos de los empleados a una tasa de 0% de intereses, lo que impulsa el desarrollo humano. Fomenta el acceso a conocimientos y adquisición de herramientas para la prestación del servicio de los guías a través de financiación completa en cursos de primeros auxilios. Cuenta con una política interna de sostenibilidad que la ha llevado a mantener estándares de calidad.

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



Ha implementado acciones para la reducción de generación de basura asociada a los plásticos, incluyendo la utilización de bolsas de tela para el empaque de alimentos. Ha logrado la minimización en la producción de desechos tóxicos producidos por pilas no recargables, a través de la adquisición de un lote de baterías recargables que utiliza en los equipos operativos.

BUENAS PRÁCTICAS SOCIO - ECONÓMICAS



Se ha vinculado a la dinámica social del territorio, apoyando el arreglo de los senderos y las vías que comunican una de las rutas donde opera, el Parque Nacional Los Nevados. Impulsa la economía local a través de la contratación de servicios de alimentación con proveedores locales, que con propuestas sostenibles brindan recetas de la región. Ha vinculado a la cadena de valor del turismo una iniciativa de producción artesanal y un proyecto de frutos deshidratados.

BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES



Dentro del diseño de productos, incluye mensajes interpretativos de las culturas ancestrales, según los territorios (pijaos y quimbaya), así como el reconocimiento de las características de las zonas y el reconocimiento de la información e interpretación del patrimonio cultural dentro de los guiones de los territorios donde opera. Además, vincula muestras y talleres asociadas a los oficios tradicionales de algunos pobladores, como la elaboración de ruanas y canastos.

AWAKE TRAVEL



Agencia y plataforma digital de viajes con más de siete años trabajando en turismo de naturaleza. Su objetivo es inspirar y empoderar a las personas para proteger la naturaleza, además de establecer un puente entre los viajeros, las comunidades locales y los destinos de naturaleza, usando el turismo como una herramienta para proteger la biodiversidad colombiana. Dentro de sus propósitos está potenciar el desarrollo sostenible de las zonas donde opera a través de alianzas con cooperantes internacionales, gobierno y empresas privadas. Además, apoya a los anfitriones de los destinos, como las pequeñas empresas, las iniciativas locales, los guías y las asociaciones comunitarias. Cuenta con y es reconocida por:

- En el 2020 ganó el Premio Nacional de Turismo de ProColombia a la mejor vitrina digital de Colombia para el mundo.
- Ser una empresa B certificada desde 2019.
- Fue una de las 10 finalistas en 2018 en la primera competición organizada por la OMT para startups de turismo en tecnología y sostenibilidad. En total se presentaron 3.000 proyectos de 132 países.
- Fue elegida en 2017 para el primer programa de Booking Booster de Booking, como una de las 10 empresas que están haciendo más sostenible la industria del turismo. Este reconocimiento estuvo dotado de 300.000 euros.
- Fue beneficiaria del Fondo Emprender en 2013.



<https://awake.travel>

BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



Cuenta con una visión a corto, mediano y largo plazo orientada a la sostenibilidad, con una apuesta enfocada a la teoría de cambio que busca generar oportunidades de ingresos económicos en la población local, para luego ser transformada en incentivos para la conservación del entorno natural.

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



Identifica y apoya iniciativas que conservan los ecosistemas estratégicos de los territorios donde opera, a través de asistencia técnica, procesos de medición y visibilización del impacto de las propias actividades turísticas, así como la articulación con aliados estratégicos. Esto impulsa la generación de ingresos y oportunidades reales para las iniciativas locales.

BUENAS PRÁCTICAS SOCIO - ECONÓMICAS



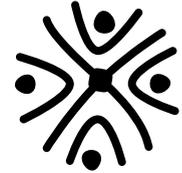
Apoya a las comunidades desde el fortalecimiento de capacidades en el servicio, partiendo de la rentabilidad y la eficiencia. Propicia el cierre de brechas entre el mercado y la oferta, impulsando la inclusión de más iniciativas en la cadena de valor del turismo. Esto permite enfatizar en la distribución de los recursos a nivel territorial.

BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES



Los viajes están diseñados especialmente para el reconocimiento de las culturas locales y sus costumbres, propiciando el protagonismo de las comunidades en el intercambio humano significativo entre los pobladores y los viajeros. Busca la autenticidad y celebra la diversidad.

IMPULSE TRAVEL



IMPULSE
immersive travel experiences

Crea, opera y promueve tours que les permiten a los viajeros conocer Colombia desde una perspectiva local a través de la conexión con las personas. Cuenta con 11 años de experiencia y enfoca las actividades turísticas desde un trabajo mancomunado para generar experiencias que impacten positivamente en la transformación social de las localidades donde tiene operación. En el 2020 recibió el “Premio a la experiencia que marcó el ritmo del turismo”, por su proyecto “Sounds of Colombia”.



<https://impulsetravel.co/tour-operator/es/our-impact-strategy>

BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



Diseña productos vinculando iniciativas locales que requieren su consolidación. Esto asegura la calidad de la propuesta turística y el interés de los visitantes, como un círculo virtuoso entre las comunidades, los destinos y los turistas. Cuenta con prácticas de seguimiento y monitoreo de los proveedores, lo que le permite reconocer los avances e impactos generados.

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



Impulsa la conservación y la ética ambiental desde la educación a los viajeros en temas ambientales. Ha reducido la generación de basura durante la operación con acciones orientadas a la eliminación de recipientes de un solo uso. Contribuye a la mitigación de los efectos del cambio climático a través de la implementación de acciones que le permiten medir las emisiones de carbono, utiliza vehículos con motores recientes para minimizar la contaminación y diseña rutas que evitan los desplazamientos en avión.

BUENAS PRÁCTICAS SOCIO - ECONÓMICAS



Genera oportunidades durante los recorridos para que las comunidades locales se vinculen a la cadena de valor, como en el caso de la venta de café y el apoyo a las artesanías. Está muy comprometida con la vinculación de iniciativas que impulsen la paz en las zonas rurales a través de la articulación de propuestas turísticas que fortalezcan el desarrollo territorial.

BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES



Está en constante reconocimiento de las bases culturales de las zonas donde opera para integrarlas a los productos que ofrece. Resalta las manifestaciones culturales en las narrativas de los viajes y enfatiza el respeto por la voluntad de la comunidad.

■ SOUTH AMERICAN TOURS - SAT



South American Tours (SAT) opera desde 1973. Desarrolla actividades turísticas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay, con el respaldo de una oficina de ventas globales en Frankfurt y una sucursal de ventas para Norteamérica. Uno de sus propósitos es acercar al viajero a la cultura de América del Sur. Ofrece tours personalizados para grupos o viajeros individuales, paquetes, viajes de incentivo o manejo de cruceros en América Latina.

Desde diciembre de 2018, todas las oficinas de SAT están certificadas por Rainforest Alliance para cumplir con los requisitos de turismo sostenible para Tour Operadores Receptores. Es la primera empresa turística certificada en Suramérica y la única en Brasil, Chile y Uruguay.



<http://www.southamericantours.de/en>

BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN



Ha implementado un cobro directo a cada pasajero, estableciendo un fondo económico para impulsar proyectos de desarrollo sostenible vinculados a Naciones Unidas, en los países donde desarrolla su actividad.

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



Apoya a una empresa en Perú denominada Ecosphere+, que ofrece soluciones globales para combatir el cambio climático. Tiene varias iniciativas para proteger los bosques y compensar las emisiones de carbono, como el proyecto social ubicado en el Parque Nacional Cordillera Azul, entre los Andes y la cuenca amazónica del Perú, que cubre aproximadamente 13.500 km², alberga una enorme biodiversidad y vincula a una población multicultural.

BUENAS PRÁCTICAS SOCIO - ECONÓMICAS



Apoya a la Fundación Aliñambi en Conocoto, Perú. Esta fundación, que funciona como un hogar protector para niños en condiciones de vulnerabilidad, cuenta con una panadería, una carpintería, un invernadero y una escuela, donde niños y niñas reciben atención médica, apoyo psicológico, alimentación y educación.

BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES



Se articuló en Buenos Aires, Argentina, a la asociación Aprod, interesada en la conservación de algunas de las bases culturales gauchas a través de la producción de alpargatas, zapatos típicos que se utilizan en las regiones rurales desde hace más de 200 años.

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 Agencias de Viajes y Turismo

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

Asociación Colombiana de Turismo responsable (Acotur)

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

Certificación de turismo en Colombia

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

Certificación Turismo Sostenible

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

Certificado de calidad turística

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

Código de Ética Mundial para el Turismo

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

Compensación de carbono del turismo

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

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/>

Conservación Internacional Colombia

www.conservation.org.co

Criterios Globales del Turismo Sostenible

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

Ecoturismo - Turismo Responsable y Sostenibilidad

<http://www.ecoturismo.org>

Innotur

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

Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural

<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com>

Manual No deje rastro

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

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 agencias de viajes y sostenibilidad

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

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

Parques Nacionales Naturales de Colombia y Sistema Nacional de Áreas Protegidas

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

Patrimonio Cultural Inmaterial

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

Plan de Negocios Turismo de Naturaleza

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

Planificación y Gestión del Turismo de Naturaleza - SINAP

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

Plataforma Electrónica Digital

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

Política de Turismo de Naturaleza

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

Política de Turismo Sostenible

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

Política de Turismo Sostenible (Resumen)

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

Portafolio Turismo de naturaleza: Negocios verdes

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

Sello Ambiental Colombiano

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

Sello de bioseguridad “Check in Certificado”

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

DOCUMENTOS DE CONSULTA Y REFERENCIAS

Reserva Natural Ucumari, Risaralda  
Carlos Rosero



Alpines Lakes Network. (2010). *Ecotourism Good Practices. Guide Book*. Recuperado de http://www.alpine-space.org/2000-2006/uploads/media/Alplakes_Ecotourism_Good_Practices_EN.pdf

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

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

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

Bostwana Tourism. (s.f.). Bostwana Ecotourism Best Practices Manual. Bostwana.

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

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

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

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

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

Cultura del Detalle, Gobierno de España y Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2009). *Buenas prácticas para la atención al cliente. Agencias de viaje*. Recuperado de http://www.anfitrionesturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp_AAW_may09.pdf

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

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

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

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

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

Industries Touristique et Culturelle & Ministère du Développement Économique et des Transports. (2016). *Manuel sur le développement du tourisme au Nunavut*. Nunavut.

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

Manual de Buenas Practicas Para Agencias De Viaje (2009). Cultura del Detalle, Gobierno de España, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Disponible en: http://www.anfitrioneturismo.es/wp-content/uploads/2016/06/mbp_AAVV_may09.pdf

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

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

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

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=58fc480a-7a27-4420-aac4-e72c8bcee437>

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

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

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

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

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

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

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

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2006). Norma técnica sectorial NTS AV08. Normas de competencia laboral. Dirigir el área financiera en agencias de viajes. Bogotá.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022. Turismo: El propósito que nos une.* 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. (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. (2020). *Política de Turismo Sostenible.* Recuperado de [mincit.gov.co.https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx](https://www.mincit.gov.co/https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx)

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (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, Proexport, Aviaexport y T&L. (2013). Plan de negocio de turismo de naturaleza de Colombia. Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. Bogotá.

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

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia.* Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=58fc480a-7a27-4420-aac4-e72c8bcee437>

Ministerio de Energía y Minería, Ministerio de Turismo y Presidencia de la Nación. (2017). *Cómo ser una organización turística sustentable. Guía para alojamientos, restaurantes y agencias de viajes.* Argentina.

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

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2019). *Guía para la consolidación de negocios verdes en turismo de naturaleza. Negocios verdes.*

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

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

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

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

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. (2012). *Compendium of Best Practices and Recommendations for Ecotourism in Asia and the Pacific.* 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>

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

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

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

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*. Ediprint Ltda.

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 y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2007). *Manual de buenas prácticas ambientales para agencias de viajes y turismo - Turismo responsable*. Recuperado de https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/45-manual_buenas_practicas_ambientales_guia_de_turismo.pdf

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

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

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

Sinac. (2015). *Cuaderno de trabajo de los participantes. Gestión sostenible del turismo*.

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

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

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

Tourism Industry Association of Canada (TIAC), Parks Canada & Canadian Tourism Commission (CTC). (2008). *Green your Business: Toolkit for Tourism Operators*. Marr Consulting Services.

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

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

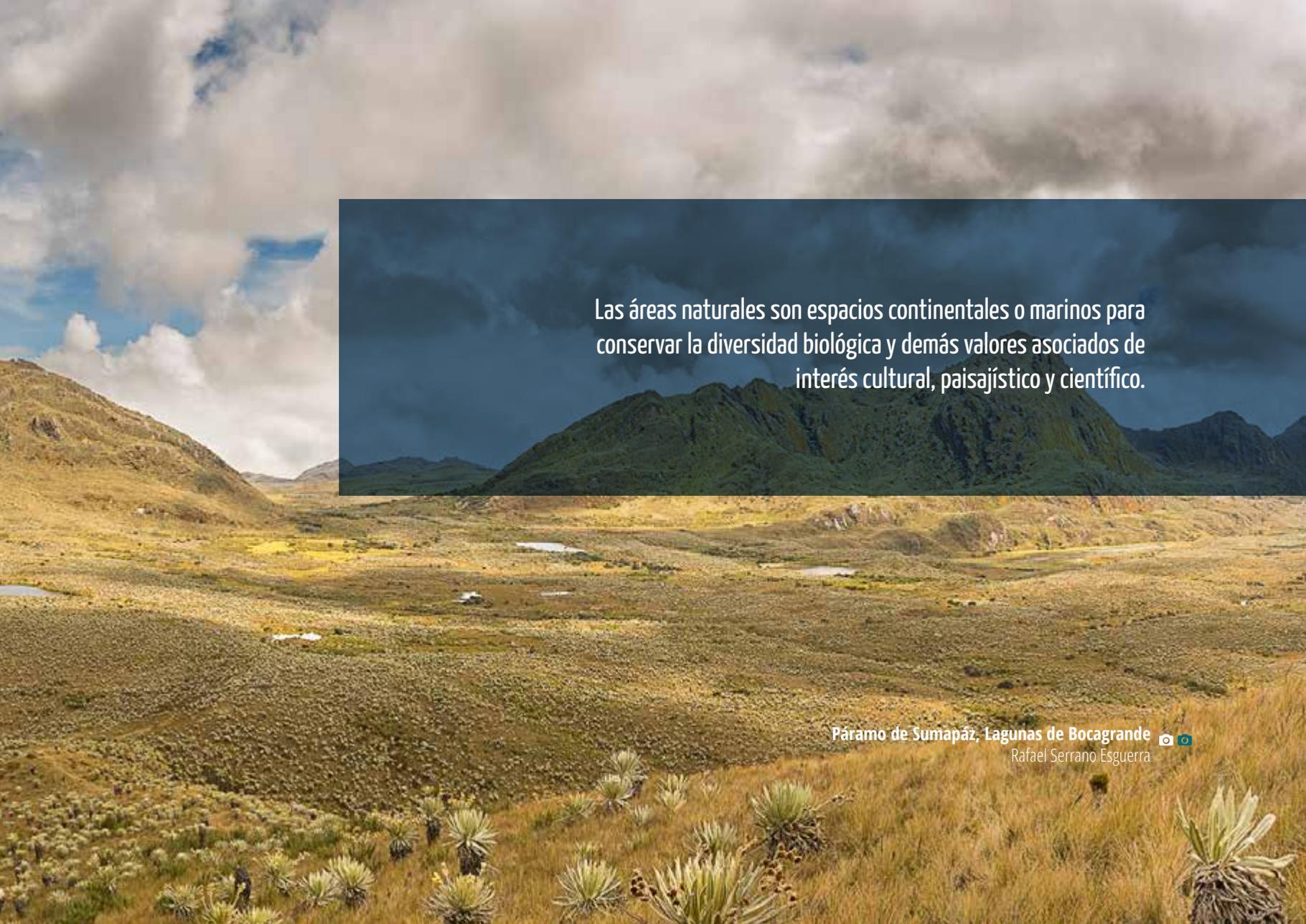
Velásquez, M.C. (2010). *Guía de buenas prácticas en actividades de ecoturismo para ecoturistas*. Bogotá: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial y Fundación Natura.



Las áreas protegidas conservan los paisajes y la biodiversidad y prestan servicios invaluable a la sociedad.

La Floresta, Boyacá  
Carlos Rosero



A landscape photograph of a páramo. In the foreground, there are several small, spiky plants with silvery-green leaves. The middle ground shows a vast, open plain with patches of yellow and green vegetation, interspersed with small, shallow water bodies (lagunas). In the background, there are large, rugged mountains under a sky filled with heavy, grey clouds. A dark blue rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing white text.

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

Páramo de Sumapáz, Lagunas de Bocagrande  

Rafael Serrano Esguerra

Esta guía es una iniciativa de:



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

Con el apoyo de:



Importante:
Esta publicación maneja QR, códigos de
respuesta rápida que le permitirán descargar
desde su dispositivo móvil esta publicación.