

CHILE POR UN TURISMO SUSTENTABLE

Manual de Buenas Prácticas

**SERVICIOS DE
ALIMENTACIÓN**



SERNATUR
Ministerio de
Economía, Fomento
y Turismo

Gobierno de Chile

CHILE, POR UN TURISMO SUSTENTABLE

Manual de Buenas Prácticas - Servicios de Alimentación
1ª Edición: agosto de 2012
ISBN: 978-956-8800-06-2

CRÉDITOS:

Esta publicación fue realizada gracias al aporte de TRANSBANK S.A.

EQUIPO REVISOR:

SERNATUR
FEDETUR
SUBSECRETARÍA DE TURISMO
MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE

DESARROLLADO POR:

TURISTIKO® consultores
www.turistiko.cl

FOTOGRAFÍAS:

Banco de Imágenes SERNATUR
Banco de Imágenes Turismo Chile
Juan E. Jaeger
Martín Edwards
Antoinette Bruno
Guillermo Canales
Electrolux
TURISTIKO® consultores

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO®

Los contenidos de este manual no pueden ser reproducidos total o parcialmente, sin la autorización de SERNATUR. Las solicitudes y consultas sobre los derechos de reproducción deben ser dirigidas a la Fiscalía del Servicio Nacional de Turismo [fiscalia@sernatur.cl].

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR

Av. Providencia 1550, Providencia, Santiago - Chile.
Tel: (+56 2) 731 8310 / (+56 2) 731 8313
Código postal 7500548
E-mail: contacto@sernatur.cl
www.sernatur.cl

Federación de Empresas de Turismo de Chile - FEDETUR

Coimbra 110, Of 302, Las Condes, Santiago - Chile
Tel: (+56 2) 229 25 90
Fax: (+56 2) 220 24 21
E-mail: info@fedetur.org
www.fedetur.org



Este Manual ha sido impreso en papel reciclado para proteger el medio ambiente.

Esta publicación ha sido posible gracias al aporte de

transbank[™]
APOYANDO NEGOCIOS

CHILE

POR UN TURISMO SUSTENTABLE



ACRÓNIMOS

APL	- Acuerdo de Producción Limpia
CGTS	- Consejo Global de Turismo Sustentable
CORFO	- Corporación de Fomento de la Producción
CPL	- Consejo de Producción Limpia
DIBAM	- Dirección de Archivos, Bibliotecas y Museos del Estado
DOM	- Dirección de Obras Municipales
FEDETUR	- Federación de Empresas de Turismo de Chile
FOSIS	- Fondo de Solidaridad e Inversión Social
GEI	- Gases de Efecto Invernadero
INDAP	- Instituto de Desarrollo Agropecuario
INN	- Instituto Nacional de Normalización
MMA	- Ministerio del Medio Ambiente
MO	- Mercado Orgánico
MTD	- Mejores Técnicas Disponibles
OMT	- Organización Mundial del Turismo
ONG	- Organismo No Gubernamental
ONU	- Organización de las Naciones Unidas
PIB	- Producto Interno Bruto
RSE	- Responsabilidad Social Empresarial
SENCE	- Servicio Nacional de Capacitación y Empleo
SERCOTEC	- Servicio de Cooperación Técnica
SERNATUR	- Servicio Nacional De Turismo
SSL	- Servicio de Salud
UNESCO	- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
WBCSD	- World Business Council for Sustainable Development





Restaurant Solar de Villaseca

ÍNDICE

Acrónimos	2
Presentación	4
Panorámica de Platos Típicos de Chile	6
El Camino de la Sustentabilidad	8
Manual de Buenas Prácticas para Servicios de Alimentación 10	10
¿Qué son las buenas prácticas?	10
¿Qué es el Manual de buenas prácticas y a quién está dirigido?	11
¿Para qué sirve el Manual de buenas prácticas?	11
El rol de los Servicios de Alimentación en la sustentabilidad turística	12
Patente de Turismo para Servicios de Alimentación	13
Herramientas para la Gestión Sustentable de los Servicios de Alimentación	16
Ámbito Económico	26
Introducción	29
Viabilidad Económica	30
Prosperidad Local	32
Empleo de Calidad	34
Calidad y Satisfacción del Visitante	38
Política de Abastecimiento	40
Ámbito Socio-cultural	44
Introducción	47
Contribución al Desarrollo Local	48
Bienestar de la Comunidad	50
Desarrollo de Oferta con Elementos Culturales	52
Protección del Patrimonio Histórico-Cultural	54
Ámbito Medioambiental	58
Introducción	61
Gestión del Agua	62
Gestión de la Energía	65
Gestión de los Residuos Sólidos	69
Conservación de la Biodiversidad	74
Medición de la Huella de Carbono	76
Fuentes Adicionales de Información	78
Glosario de Conceptos	79



PANORÁMICA DE PLATOS TÍPICOS DE CHILE

CAZUELA

Elaborada con una presa de carne o de pollo, más verduras variadas: zapallo, choclo, papa. A veces se le añade arroz, chuchoca u otras verduras.



CALAPURKA

Sopa picante que contiene maíz grande papas, carne de todo tipo, (llamo, pollo, cordero), zanahoria, rocotos y otras verduras. Se usa principalmente para tomarla en el amanecer después de una fiesta.



EMPAANADA DE PINO AL HORNO

Ligera masa rellena de carne picada o molida, huevo, aceituna, pasas, cebolla, y variados condimentos que hacen recordar nuestras raíces por su original preparación.



PASTEL DE CHOCLO

El pastel de choclo es un plato preparado con una pasta horneada de granos tiernos de choclo (maíz), a la que se suele agregar aromáticas hojas de albahaca.



ASADO NORTINO

Carne de alpaca cocida en cocina a leña.



CEVICHE

Ceviche es una forma de preparar pescado que consiste en sumergir un alimento, generalmente crudo, en jugo de limón durante un cierto tiempo.



CALDILLO DE CONGRIO

Platos típico del litoral de todo el país. Para cocinarlo se hierve primero el congrio y luego se le añaden los demás ingredientes, entre los que se cuentan cebollas, papas, zanahorias, tomates, ají de color, pimientos y otras especias, además de vino blanco.



CHANCHO EN PIEDRA

Se denomina "Chancho en Piedra" por la acción de chancar o moler los ingredientes en una piedra. Los ingredientes los integran una mezcla de tomate con bastante ají verde, ajos, aceite neutro, perejil.



POROTOS CON RIENDA

Típicamente éstos se preparan con cuero de chancho, chicharrones o en su defecto longaniza, hay otros que agregan acelga y así se puede ir descubriendo muchas variantes.



VALDIVIANO

Se caracteriza por su exquisito caldo que conjuga el tradicional charqui (carne seca de caballo), las dulces papas y el sabroso ají de color, entre otros condimentos.



“En el mar tormentoso de Chile vive el rosado congrio, gigante anguila de nevada carne. Y en las ollas chilenas, en la costa, nació el caldillo grávido y succulento, provechoso”.

Fragmento, Oda al caldillo de Congrio, Pablo Neruda

HUMITAS

Alimento de origen andino, se prepara moliendo los granos de maíz fresco o choclo junto con cebolla picada y albahaca hasta obtener una masa. La masa va envuelta en hojas tiernas del choclo y se cocinan en agua con sal.



CURANTO CHILOTE

Es una cocción compuesto por una variedad de mariscos y pescados, carne de cerdo, ave, además de papas y verduras, se prepara en un hoyo con piedras calientes y luego se tapa con hojas de Nalcas, es un plato cracterístico de la Isla Grande de Chiloé.



CORDERO PATAGÓNICO

El cordero patagónico es emblemático de la patagonia. Su sabor y textura son incomparables.



CHARQUICÁN

Plato mapuche que se preparaba con charqui de guanaco, a veces de caballo. De allí su nombre charquicán. Actualmente se prefiere prepararlo con carne fresca de vacuno.



PANTRUCAS

Es una masa hecha con harina de trigo, huevo y agua que se cortan bien delgadas y se cuecen en un caldo de carne o de verduras.



TEMUCO
VALDIVIA

PUERTO
MONTT

COIHAIQUE

PUNTA ARENAS



*"Acuerdo de 1998"

Elaboración: TURISTIKO@consultores -2012



MILCAO

Se hace en base de papas ralladas, las que son previamente estrujadas hasta dejar la ralladura bien seca, es unida a otra cantidad de papas cocidas y molidas. Se forma así una masa a la que se le pone sal y manteca. Su cocción puede ser al horno o en manteca bien caliente.



CHAPALELE

Pan hecho de harina cruda que se cuece en agua con sal y tiene la forma de una sopaipilla cuadrada. Se come con miel al desayuno.



ATÚN PASCUENSE

El atún de Isla de Pascua pretende ser el segundo producto marítimo nacional en contar con la denominación de origen para su comercialización, por lo cual la especie fue inscrita en el registro de Indicación Geográfica del Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi).



LANGOSTA DE JUAN FERNÁNDEZ

La pesca y la degustación de la langosta tienen fama mundial. La tradición de la pesca de langostas ha alimentado a un gran número de generaciones de pescadores y ha hecho famoso su plato típico isleño.



EL CAMINO DE LA SUSTENTABILIDAD



Informarse

Tomar conciencia

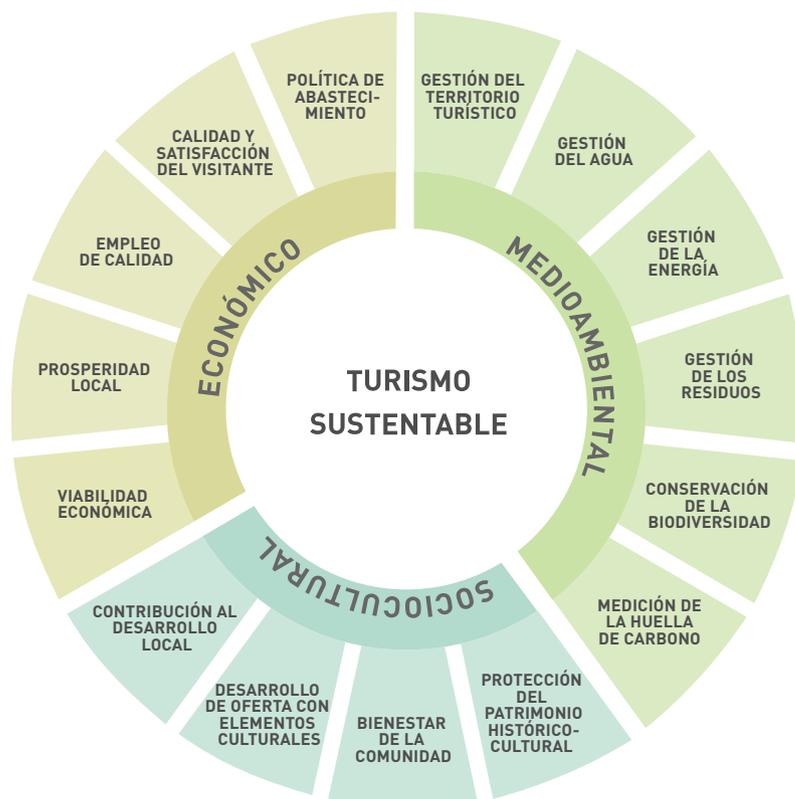
Los servicios de alimentación pueden cumplir un rol importante en elevar la sustentabilidad del turismo chileno, haciendo un uso eficiente de los recursos naturales, respetando las comunidades locales y su cultura, gestionando negocios responsables y con visión de largo plazo y especialmente creando experiencias culinarias auténticas y de calidad.

Informarse

Este manual ha sido desarrollado consultando múltiples fuentes de información, cada una de ellas con información valiosa en relación a la sustentabilidad de los servicios de alimentación. Para mayor información se sugiere ver *Fuentes Adicionales de Información* [pág. 78].

Ver las oportunidades

Adoptar prácticas de sustentabilidad permite ahorrar recursos, ser más competitivos frente a las exigencias del mercado y comunicar una imagen positiva del establecimiento gastronómico.





Actuar

Paso 1: Comprometerse

- Elaborar una Política de Sustentabilidad
- Identificar los ámbitos de acción
- Comprometer al resto del equipo

Paso 2: Actuar

- Implementar las buenas prácticas
- Registrar los resultados
- Involucrar a otros actores

Paso 3: Comunicar

- Informar las acciones realizadas
- Destacar los logros obtenidos
- Comunicar nuevos planes

Paso 4: Evaluar

- Analizar los resultados de un período
- Evaluar cumplimiento de metas
- Rediseñar acciones
- Incorporar nuevas prácticas

El **Camino de la Sustentabilidad** plantea los principales pasos que cualquier organización y/o empresa vinculada al turismo debe realizar para avanzar hacia una operación sustentable.

La **figura de la “Rueda del Turismo Sustentable”**, se basa en los criterios sugeridos por el **Consejo Global de Turismo Sustentable (CGTS)**, apoyado desde su creación por la **Organización Mundial del Turismo (OMT)**. Dichos criterios han sido adaptados a la realidad nacional para ser implementados por los diversos actores del sector, tanto públicos como privados.



MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN

¿Qué son las Buenas Prácticas?

Por buenas prácticas se entiende un conjunto coherente de acciones, posibles de ser realizadas en diversos ámbitos y que conducen a la obtención

de resultados positivos, tanto para quienes las aplican como para su entorno. Implementar buenas prácticas no implica necesariamente un gasto o inversión, sino sobre todo una voluntad de hacer las cosas de manera planificada y sistemática.

Las buenas prácticas adoptadas por los servicios de alimentación, **-sean ellos restaurantes gastronómicos o de hoteles, cadenas de comida rápida, servicios de alimentación institucional, bares, cafeterías y otros,-** contribuirán a alcanzar un equilibrio que concilia el crecimiento económico de la localidad a través del turismo, el cuidado del medio ambiente, y la inclusión y puesta en valor de las tradiciones y valores socio-culturales de las comunidades locales.

Algunos de los beneficios que resultan de la implementación de buenas prácticas por parte de los servicios de alimentación son los siguientes:

- La aplicación de buenas prácticas para la gestión de la energía y el agua puede contribuir a reducir los costos variables mensuales de los establecimientos gastronómicos;

- En términos medioambientales, la separación y el reciclaje de materias orgánicas puede contribuir a reducir hasta en un 50% la cantidad de basura diaria generada por un establecimiento, lo que a su vez, podría contribuir a generar abono para la vegetación y jardines propios;
- Al trabajar con comunidades locales y hacerlas parte de los beneficios generados por el establecimiento, se pondrán en valor sus tradiciones y valores socio-culturales, atrayendo a visitantes que valoran estos aspectos;
- El fomento y crecimiento de la actividad turística con gastronomía basada en productos locales, posicionará al destino como un territorio atractivo, con identidad y sustentable para los viajeros;
- La conservación de la naturaleza en el entorno de los establecimientos gastronómicos mejorará la experiencia de los visitantes a la vez que garantizará la perpetuidad del turismo, que se basa en los recursos naturales;
- Reducir, Reutilizar y Reciclar residuos sólidos (3R), evitará su acumulación y consecuentemente, la contaminación de los ecosistemas naturales.



¿Qué es el Manual de Buenas Prácticas y a quién está dirigido?

Simbología

-  Tip
-  Checklist
-  Caso de Éxito
-  Descripción del Caso
-  Buenas Prácticas Implementadas
-  Resultados Obtenidos

Checklist

Las acciones descritas en los checklist se presentan categorizadas en 3 niveles de dificultad respecto a su implementación (Inversión v/s Retorno).

-  Baja
-  Media
-  Alta

Al igual que cada Manual de la serie “**Chile, por un Turismo Sustentable**”, el presente documento está orientado a los **3.626 Servicios de Alimentación registrados por SERNATUR en Chile**, independientemente de su tamaño, localización y/o nivel de desarrollo turístico. Entre los servicios de alimentación se incluyen bares, restaurantes, casinos de comida, mercados y ferias, empresas de catering y locales de comida rápida, entre otros.

Los contenidos del Manual se presentan de acuerdo a los tres ámbitos que involucra la sustentabilidad: económico, socio-cultural y medioambiental. Cada ámbito se describe en detalle, entregándose recomendaciones específicas para implementar las buenas prácticas. Se incluyen casos de éxito, consejos, referencias, fuentes adicionales de información y un cuadro con un listado de acciones a realizar (checklist).

Previo a este Manual, se han desarrollado otros cuatro, que proponen buenas prácticas a ser implementadas por actores del turismo, tales como **Servicios de Alojamiento Turístico, Tour Operadores y Municipalidades (para descargarlos visite las páginas web del Servicio Nacional de Turismo o de la Federación de Empresas de Turismo de Chile (www.sernatur.cl; www.fedetur.org).**

¿Para qué sirve el Manual de Buenas Prácticas?

Este Manual sirve de guía a los empresarios gastronómicos, gerentes y trabajadores de establecimientos de servicios de alimentación, en el aprendizaje e implementación de buenas prácticas necesarias para alcanzar la sustentabilidad turística de Chile.



El Rol de los Servicios de Alimentación en la Sustentabilidad Turística



Trabajo en huerto propio.

La cadena de valor del turismo es una de las más amplias si se compara con cualquier otro sector económico o industria. En el desarrollo del turismo se ven involucrados una gran diversidad de actores que influyen de algún modo u otro en la experiencia del visitante, desde que éste toma la decisión de viajar.

Los establecimientos que proveen servicios de alimentación son parte de esta extensa cadena de valor, poniendo a disposición de los visitantes una serie de servicios, tales como: desayunos, almuerzos, comidas, degustaciones y eventos gastronómicos, entre otros. En cada una de estas instancias se nutre la experiencia del visitante, pudiendo ser influida de manera positiva y/o negativa por los servicios de alimentación.

Las últimas tendencias en Chile y el mundo sugieren que los visitantes cada día exigen mayores compromisos con la sustentabilidad turística. Estos visitantes para poder disfrutar del turismo en el presente sin comprometer su goce por futuras generaciones, velan y se preocupan por conciliar el equilibrio entre el desarrollo económico de la actividad, el cuidado medioambiental y la puesta en valor de las comunidades locales, sus valores y tradiciones.

De este modo, los servicios de alimentación pueden contribuir a la sustentabilidad turística de un destino o región e inclusive de un país, de diversas formas. Para estos efectos, el presente manual es un instrumento de apoyo que según las realidades propias de cada establecimiento, entrega una gama de buenas prácticas y casos de éxito, que pueden proponer la forma más ad-hoc para comenzar con su implementación.



PATENTES DE TURISMO PARA SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN

Los servicios de alimentación que desarrollan actividades relacionadas con turismo pueden postular a una Patente de Turismo. Esta es una patente de alcoholes otorgada por las Municipalidades a los servicios de alojamiento y/o alimentación que hayan sido declarados necesarios para el turismo por el Presidente de la República, previo informe favorable del Ministerio del Interior (en relación a la Ley de Alcoholes) y SERNATUR. La tramitación se efectúa en la Municipalidad que corresponda, la cual remite los antecedentes al Ministerio del Interior quien, luego de obtenidos los informes respectivos, dicta una Resolución firmada por orden del Presidente de la República, declarando que el Establecimiento solicitante es necesario para el turismo.

+ Para mayor información acercarse a oficinas de SERNATUR en todo Chile.

SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN

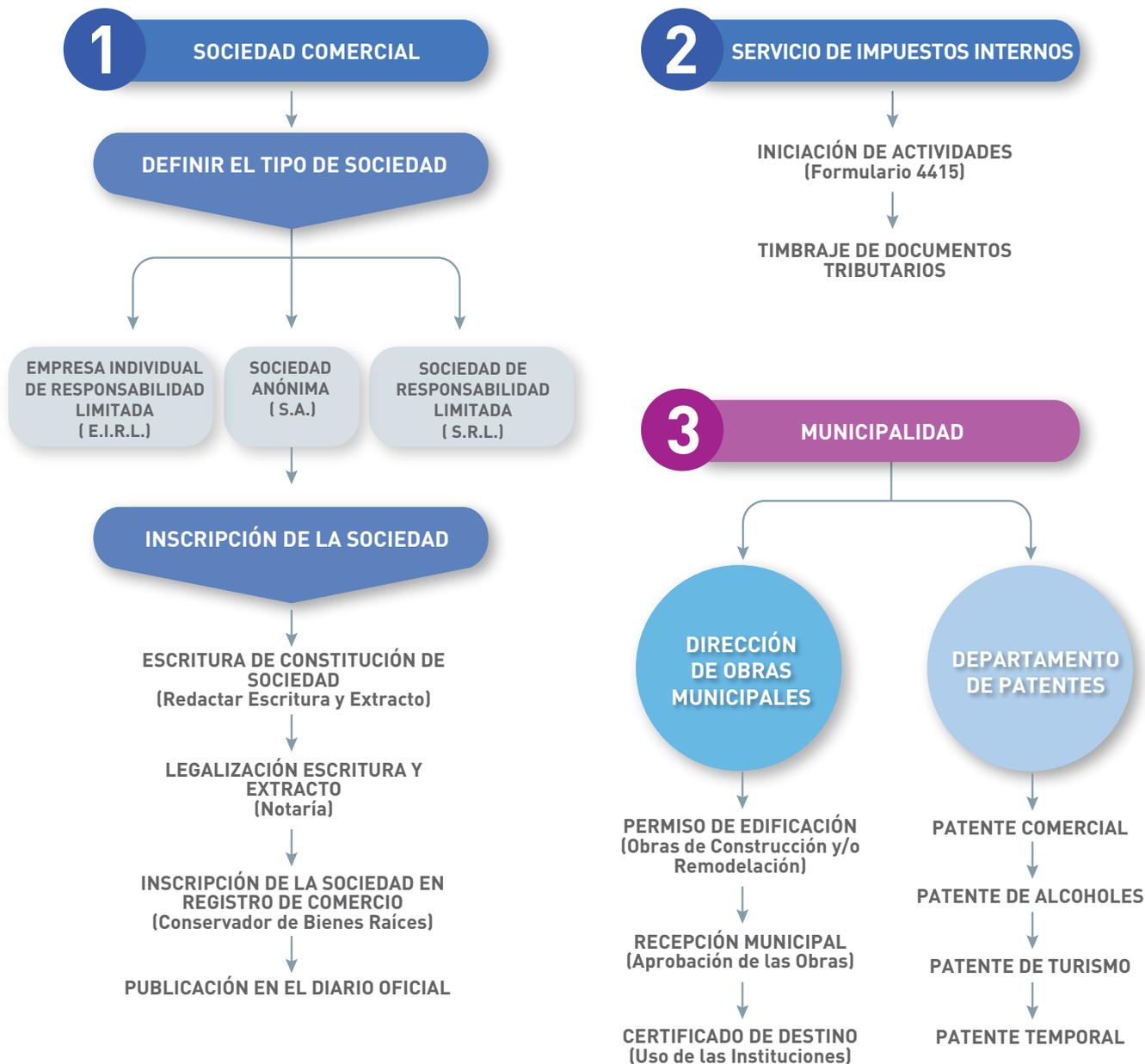
TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS	SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN	
	Bares y Cafés	Empresas de Catering
	Restaurantes	Mercados
	Casinos de comida	Festivales Gastronómicos
	Locales de comida rápida	Banqueteras
Patios de comida	Pastelerías y Chocolaterías	



Patatas de Jaiba

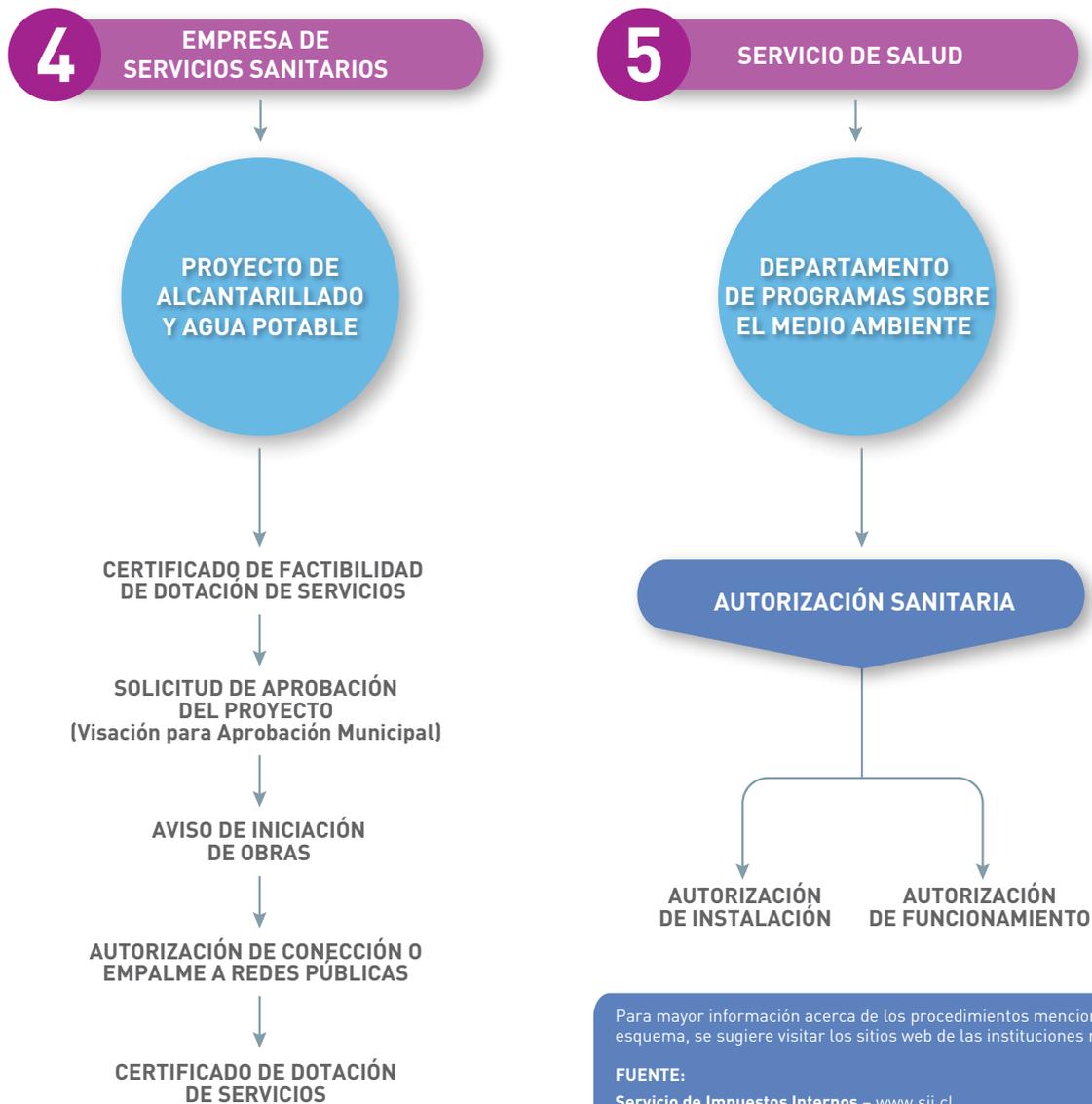


MAPA DE ACCIONES LEGALES PARA COMENZAR UN NEGOCIO GASTRONÓMICO EN CHILE LIGADO A TURISMO



● Etapa de Tramitación del Proyecto

● Etapa de Ejecución del Proyecto



Elaboración: TURISTIKO@consultores -2012

Para mayor información acerca de los procedimientos mencionados en este esquema, se sugiere visitar los sitios web de las instituciones mencionadas:

FUENTE:

Servicio de Impuestos Internos – www.sii.cl

Servicio Nacional de Turismo – www.sernatur.cl

Servicio de Salud y Medio Ambiente – www.sesma.gob.cl



HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN SUSTENTABLE DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN

A continuación se presentan una serie de **herramientas disponibles** para que los empresarios gastronómicos las implementen gradualmente y gestionen sus establecimientos hacia la **sustentabilidad turística**.



Verificación de cumplimiento de APL

1 ACUERDOS DE PRODUCCIÓN LIMPIA

Los **Acuerdos de Producción Limpia (APL)** son administrados por el **Consejo de Producción Limpia (CPL)** y se definen como “Convenio celebrado entre un sector empresarial, empresas y los organismos públicos con competencia en las materias del Acuerdo, cuyo objetivo es aplicar Producción Limpia a través de metas y acciones específicas” (NCh. 2796. Of2003). Se caracterizan por estar suscritos por una asociación empresarial representativa del sector y por cada empresa individualmente, así como por cada institución pública competente en las materias comprometidas en el Convenio y se establecen en un plazo determinado para cumplir las metas y acciones.

El objetivo general de los **APL** es servir como un instrumento de gestión para mejorar las condiciones productivas, ambientales, de higiene, seguridad laboral, eficiencia energética, uso del agua, entre otros. Su modo de funcionamiento considera la interacción de empresas pertenecientes a sectores productivos específicos que suscriben el **APL**, y buscan generar sinergia y economías de escala para el logro de los objetivos acordados.

Con relación a turismo, hace algunos años

ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN LIMPIA JERARQUÍA DE DECISIONES



se desarrollaban **APL** para Servicios Gastro-nómicos y/o Sector Hotelero. Posteriormente ambas tipologías de **APLs** se fusionaron en sólo uno, denominado **APL en Turismo**. A partir del año 2012, el **CPL** comenzará a implementar **APL** denominados “**Turismo Sustentable**” que se diferencian de los otros, por cuanto consideran también criterios socio-culturales.

Para mayor información visitar:
<http://www.produccionlimpia.cl/link.cgi/Acuerdos%28APL%29/>



Cocinas Solares



PRINCIPALES
ASPECTOS
ABORDADOS
POR UN APL



Uso eficiente de los recursos naturales (agua, energía)



Valorización de residuos (lo que evita su disposición final)



Manejo y tratamiento adecuado de residuos sólidos y líquidos



Control de vectores y olores



Control de ruido en los procesos productivos



Comprometer la utilización de combustibles limpios



Sustitución de insumos tóxicos



Diseño arquitectónico integrado al paisaje local



Promover el uso y manejo adecuado de plaguicidas



Implementación de Buenas Prácticas



Higiene e Inocuidad de los Alimentos



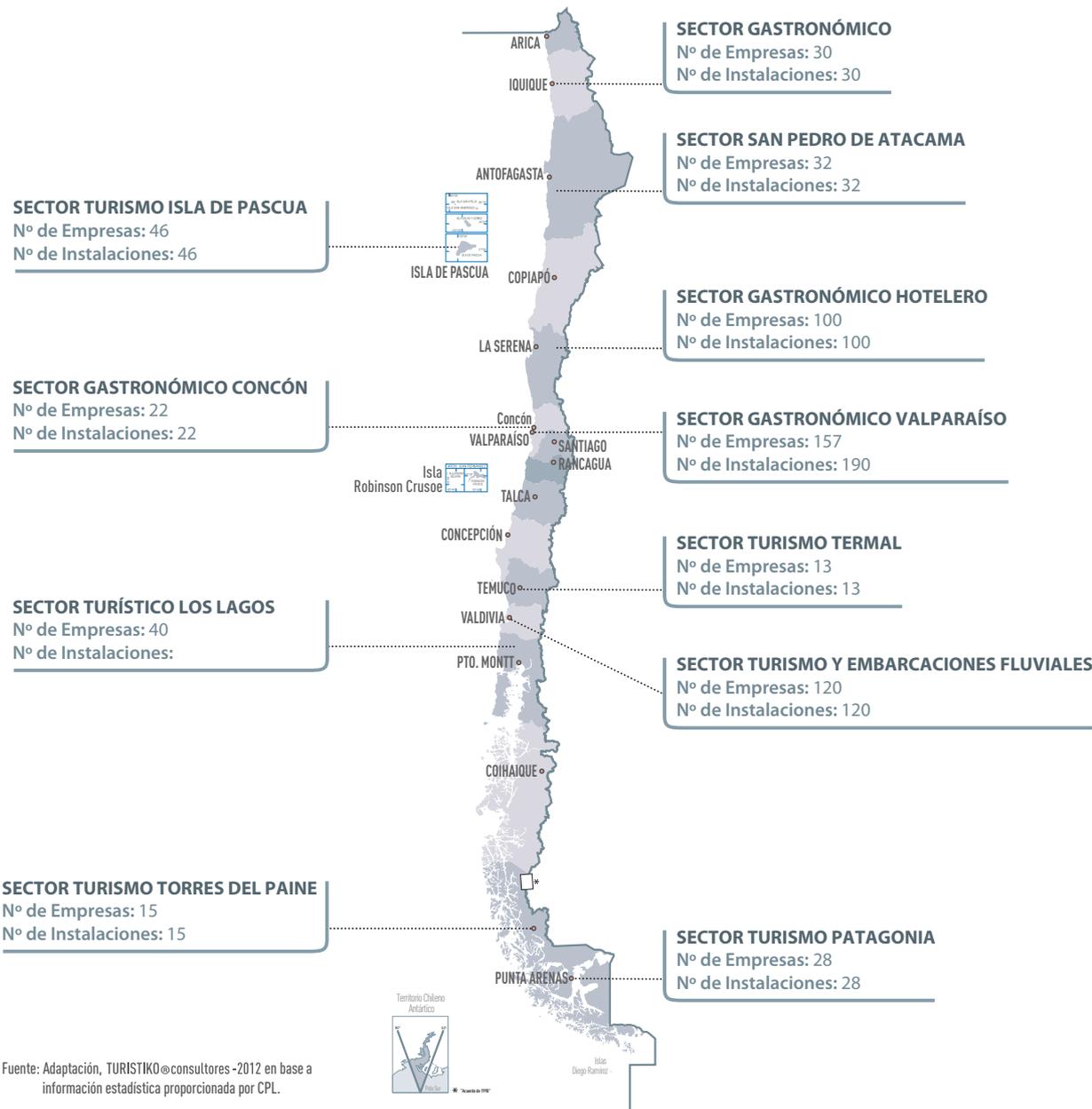
Higiene y Seguridad Laboral



Capacitación del personal

APL IMPLEMENTADOS EN CHILE (2004 - 2012)

Sectores Gastronómico, Hotelero y Turístico



Fuente: Adaptación, TURISTIKO@consultores-2012 en base a información estadística proporcionada por CPL.



2 GUÍAS DE MEJORES TÉCNICAS DISPONIBLES

Las Mejores Técnicas Disponibles (MTD) son un conjunto de técnicas aplicadas a procesos de diversos sectores

productivos que se demuestran más eficaces para alcanzar un elevado nivel de protección medioambiental, siendo a su vez aplicables en condiciones económicas y técnicas viables.

MEJORES	TÉCNICAS	DISPONIBLES
Las técnicas más eficaces para alcanzar un alto nivel general de protección del medio ambiente en su conjunto y de la salud de las personas.	La tecnología utilizada, junto con la forma en que la instalación esté diseñada, construida, mantenida, explotada y paralizada.	Las técnicas desarrolladas a una escala que permita su aplicación en el contexto del correspondiente sector productivo, en condiciones económicas y técnicamente viables.

Fuente: Consejo de Producción Limpia - www.produccionlimpia.cl
Elaboración: TURISTIKO@consultores -2012

EL CPL ha publicado un conjunto de Guías de MTD con temáticas atinentes a los Servicios de Alojamiento Turístico y Alimentación. Se recomienda acceder a ellas en: www.produccionlimpia.cl/link.cgi/Documentos/GuiasyManuales



3 POLÍTICA DE SUSTENTABILIDAD DE LA EMPRESA

Los Criterios Globales de Sustentabilidad Turística sugieren a cualquier establecimiento que desee avanzar hacia una mayor sustentabilidad de sus operaciones y gestiones diseñar e implementar una Política de Sustentabilidad.

Esta debe contener al menos los compromisos y acciones propios del establecimiento al corto, mediano y largo plazo. La Política de Sustentabilidad de una empresa, es un instrumento guía, que ordenará las acciones en base a un objetivo

común y conocido por todos los directivos y trabajadores del establecimiento.

Esta Política debe ser aprobada por la Alta Gerencia del Establecimiento a la vez que revisada y actualizada periódicamente. Para mayor información sobre cómo desarrollar una Política de Sustentabilidad para una empresa del rubro gastronómico, se recomienda revisar el primer manual de la serie **“Chile por un Turismo Sustentable”**, disponible en www.sernatur.cl y www.fedetur.org.

4 DIAGNÓSTICO DE ECO-EFICIENCIA

El término, está basado en el concepto de crear más bienes y servicios utilizando menos recursos y generando menos residuos y contaminación.

Desarrollar un diagnóstico de Eco-Eficiencia permitirá al empresario gastronómico conocer su situación base actual, para poder planificar acciones futuras que lo conduzcan hacia la sustentabilidad turística, en cualquiera de sus ámbitos: Económico, Socio-cultural y Medioambiental.



Utilización de energía solar en cocina

Algunos de los compromisos y acciones que deben quedar estipulados en una Política de Sustentabilidad son los siguientes:

- Priorizar una cadena de suministro sustentable, eligiendo a su vez proveedores alineados con la sustentabilidad en todos sus ámbitos;
- Implementar buenas prácticas al interior y exterior del establecimiento, cubriendo todos los ámbitos de la sustentabilidad;
- Fomentar una Gestión Empresarial con planes de acción consistentes con la sustentabilidad turística y que esté abierta a retroalimentarse en base a los nuevos cambios que van sugiriendo las tendencias mundiales;
- Incentivar la interacción con instituciones públicas y privadas líderes en temáticas de sustentabilidad.



ETAPAS PARA EL DESARROLLO DE UN DIAGNÓSTICO DE ECOEFICIENCIA

1 CREAR UN COMITÉ INTERNO DE ECO-EFICIENCIA

2 REALIZAR UN DIAGNÓSTICO

3 GENERAR UN PLAN DE TRABAJO

4 IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO

5 MONITOREO

6 MEJORAS

7 COMUNICACIÓN Y RECONOCIMIENTO

CREAR UN COMITÉ INTERNO DE ECO-EFICIENCIA:

- En este grupo deben participar representantes de las diversas áreas del establecimiento, especialmente aquellas en las cuales se registra un mayor consumo de agua y energía y las que generan mayores volúmenes de residuos sólidos y/u orgánicos.

REALIZAR UN DIAGNÓSTICO:

- Recoger información sobre el consumo de energía y agua, identificando el consumo para cada área del establecimiento. Para esto se podrán estudiar las boletas y/o registros de pago;
- Identificar los tipos y volúmenes de residuos generados;
- Realizar un inventario de los equipos utilizados en el establecimiento y sus características de eficiencia energética;
- Identificar prácticas laborales contrarias a la Eco-Eficiencia.

GENERAR UN PLAN DE TRABAJO:

- El Plan de trabajo debe establecer al menos: el diagnóstico para cada problema, las **medidas** que se adoptarán, los **responsables** de hacerlo, el **ahorro esperado**, la **inversión necesaria** de realizar y los **plazos** en los cuales se espera obtener resultados.

IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO:

- La Implementación del Plan debe iniciarse registrando las fechas en que se comienzan a aplicar las diversas medidas y registrando lo más frecuentemente posible los consumos de agua, energía y generación de residuos. Los responsables de cada área o incluso de cada tarea deberán dar cuenta de sus registros periódicamente al Comité.

MONITOREO

- Los registros de consumo, generación de residuos y las buenas prácticas implementadas deberán ser analizados por el Comité al menos una vez entre las fechas de inicio y término del Plan, con el fin de medir la efectividad de las prácticas aplicadas y corregir a tiempo errores o anomalías en la medición.
- Una vez finalizado el período de implementación del Plan, éste deberá ser analizado en su totalidad, detectando si se cumplieron las metas definidas al comienzo, los errores y aciertos del proceso y las oportunidades de mejora que retroalimentarán un nuevo período de implementación.

MEJORAS

- Una vez analizados los resultados y procedimientos del Plan implementado será tiempo de plantear una nueva etapa de implementación que integre las mejoras resultantes de las experiencias adquiridas durante el periodo anterior.

COMUNICACIÓN Y RECONOCIMIENTO

- Es fundamental que los resultados de las acciones implementadas sean comunicados a todos los integrantes del establecimiento, reconociendo a las personas y/o equipos que mejores resultados alcanzaron.
- Los gerentes del establecimiento deberán poner énfasis en la importancia de la participación, así como crear incentivos para incrementarla gradualmente. Si los logros del período fueron positivos, ellos deben ser celebrados como un éxito de todos.
- Finalmente, se deberán comunicar los desafíos para el nuevo período, así como los cambios que se llevarán a cabo en la implementación de buenas prácticas



Restaurant Eco-eficiente



INSTITUCIÓN	INSTRUMENTOS	DESCRIPCIÓN
CORPORACION DE FOMENTO DE LA PRODUCCION (CORFO)	Capital Semilla	Este subsidio apoya a emprendedores innovadores en el desarrollo de sus proyectos de negocios, mediante el cofinanciamiento de actividades para la creación, puesta en marcha y despegue de sus emprendimientos.
	Crédito CORFO Micro y Pequeña Empresa	Crédito que financia inversiones y capital de trabajo de micro y pequeños empresarios . Se otorga a través de instituciones financieras no bancarias con recursos de CORFO.
	Programa de Apoyo a la Búsqueda de Financiamiento	Este programa tiene como objetivo apoyar proyectos y oportunidades de negocio de micro, pequeñas y medianas empresas de todo Chile, brindando servicios de asesoría y apoyo para la búsqueda de socios estratégicos y de financiamiento.
	Programa de Apoyo al Entorno Emprendedor (PAE)	Este programa tiene como objetivo potenciar y dinamizar el entorno emprendedor a través del cofinanciamiento de programas que generen habilidades y competencias en personas o empresas que permitan promover la creación y desarrollo de nuevos negocios con alto potencial de crecimiento.
	Programa de Emprendimientos Locales (PEL)	Este programa tiene como objetivo apoyar a los emprendedores de una localidad para que mejoren su gestión, desarrollen sus competencias y capacidades y puedan acceder a nuevas oportunidades de negocios. Para ello, se trabaja con grupos de entre 10 y 20 emprendedores. Contempla una fase de diagnóstico, la elaboración de un plan de negocios y el diseño e implementación de un plan de trabajo, que incluye capacitaciones, consultorías, asistencia técnica e inversiones.
	Programa de Apoyo a la Inversión Tecnológica	Este programa tiene por objetivo apoyar la materialización de proyectos de inversión tecnológica con potencial de generación de externalidades positivas, que tengan por objeto la producción de bienes o servicios que contemplen el uso intensivo de tecnologías probadas.
	Programa de Preinversión en Eficiencia Energética	Este programa tiene como objetivo apoyar a las pequeñas y medianas empresas para que optimicen el consumo energético y reduzcan los costos asociados a su uso. Para ello, cofinancia estudios o consultorías que les permitan identificar diversas alternativas de inversión y evaluarlas técnica, económica y financieramente.
	Gestión de la Innovación en Empresas Chilenas	El objetivo de esta línea de financiamiento es apoyar el desarrollo de capacidades de gestión de innovación, que promuevan una cultura que facilite y fomente el proceso de generación de ideas y conocimiento, y su transformación en proyectos que agreguen valor en la empresa.
	Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP)	Este programa tiene como objetivo apoyar proyectos de empresas que busquen mejorar la calidad y productividad de sus proveedores. De esta manera, la "empresa líder" o demandante debe presentar una estrategia de desarrollo para un grupo de sus empresas proveedoras, el cual debe estar compuesto por un mínimo de 10 empresas si pertenecen al sector silvoagropecuario o cinco empresas si son de otros sectores productivos.



Para mayor información sobre los instrumentos de apoyo que brinda el Estado en materia de Producción Limpia, se sugiere visitar: www.produccionlimpia.cl/link.cgi/instrumentos

INSTITUCIÓN	INSTRUMENTOS	DESCRIPCIÓN
	Fomento a la Calidad (FOCAL)	Este programa tiene como objetivo apoyar a pequeñas y medianas empresas en la implementación y certificación en normas asociadas a mejorar la gestión o calidad de un producto o servicio, de tal manera que puedan demostrar a sus clientes, proveedores y al entorno en general, que cumplen con estándares reconocidos nacional e internacionalmente.
SERVICIO DE COOPERACIÓN TÉCNICA (SERCOTEC)	Capital Semilla Empresa	Tiene como objetivo el crecimiento y consolidación de la micro y pequeña empresa. La finalidad es un aumento de ventas, aumento de empleo, acceso a nuevos mercados, mejora de procesos.
	Capital Semilla Emprendimiento	Tiene como objetivo promover y apoyar la generación de nuevos negocios. La finalidad es el número de empresas formalizadas con mejores capacidades de gestión.
	Asesorías Empresariales	Servicios de asistencia técnica orientados a micro y pequeñas empresas, que buscan mejorar sus procesos productivos y/o de gestión, a través de la asesoría prestada por un consultor experto.
	Formación Empresarial	Servicios de formación empresarial, orientados a emprendedores/as, micro y pequeños/as empresarios/as, cuyo propósito es entregar conocimientos en temas de su interés, así como también instalar capacidades y/o habilidades empresariales que permitan contribuir a una adecuada puesta en marcha y/o desarrollo de sus negocios.
	Promoción y Canales de Comercialización	Servicios orientados a micro y pequeños/as empresarios/as, que busquen promocionar, difundir y/o comercializar sus productos o servicios a través de su participación en ferias o eventos.
INSTITUTO DE DESARROLLO AGROPECUARIO (INDAP)	Turismo Rural	El Programa de Turismo Rural tiene por finalidad generar condiciones de apoyo para promover acciones de asesoría, capacitación y promoción de los emprendimientos de los usuarios o potenciales usuarios que se dedican a este rubro.
FONDO DE SOLIDARIDAD E INVERSIÓN SOCIAL (FOSIS)	Yo Emprendo Semilla	Apoyo en la implementación de un plan de negocios que incluye capacitación, acompañamiento y asesoría técnica y capital semilla para iniciar el emprendimiento.
	Yo Emprendo	Apoyo para aumentar los ingresos, potenciando capacidades y mejorando la gestión del negocio, incluye capacitación, acompañamiento y asesoría técnica, apoyo a la comercialización y capital semilla para poner en marcha o fortalecer el negocio.



ÁMBITO ECONÓMICO



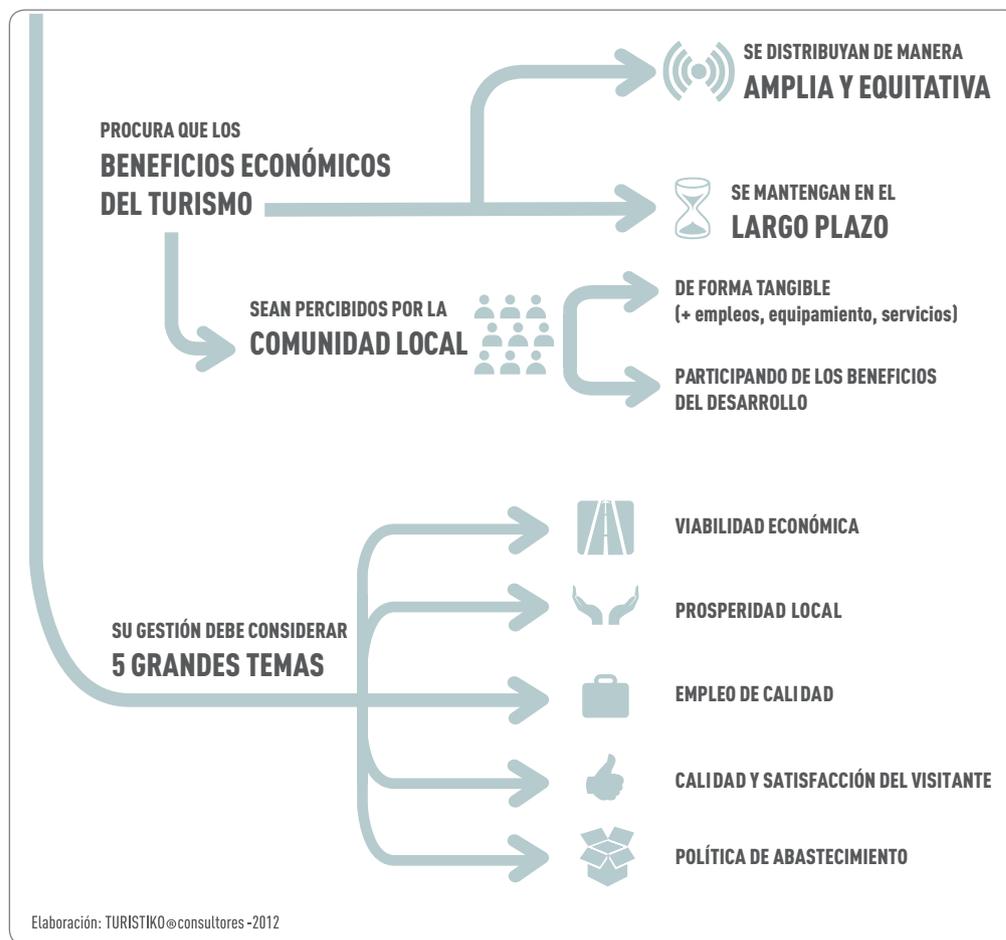
Mercado Fluvial, comuna de Valdivia

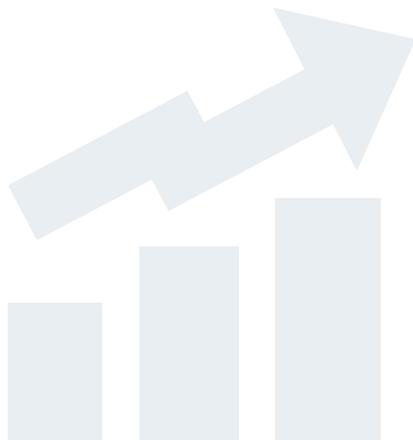
BENEFICIOS
ECONÓMICOS
PERDURABLES EN
EL TIEMPO, QUE
SEAN ACCESIBLES A
TODOS LOS ACTORES
INVOLUCRADOS
Y DISTRIBUIDOS
EQUITATIVAMENTE, CON
ESPECIAL ÉNFASIS EN
LAS COMUNIDADES
LOCALES.



Rosa Mosqueta

ÁMBITO ECONÓMICO





INTRODUCCIÓN

El ámbito económico es uno de los tres ámbitos que aborda la sustentabilidad y en general vela por que el turismo genere beneficios económicos perdurables en el tiempo, que sean accesibles a todos los actores involucrados y distribuidos equitativamente, con especial énfasis en las comunidades locales.

Este ámbito considera los siguientes cinco grandes temas: (1) Viabilidad Económica; (2) Prosperidad Local; (3) Empleo de Calidad; (4) Política de Abastecimiento; y (5) Calidad y Satisfacción del Visitante.

A continuación revisaremos cada uno de los criterios antes mencionados describiendo buenas prácticas que contribuirán a alcanzarlos con éxito en un menor período de tiempo. Para algunos de ellos, se exponen también casos de éxito que han sido recopilados en base a información entregada por diversos servicios de alimentación a lo largo del país.

+ Para conocer los lineamientos que sugiere el CGTS en relación al Ámbito Económico se sugiere revisar el Manual de Buenas Prácticas, Sector Turístico (pág 12).



Mercado La Recova, comuna de La Serena



Sandías de Paine



Trabajo en equipo y planificación estratégica



VIABILIDAD ECONÓMICA

El desarrollo turístico de un destino particular debe ser bien planificado de modo que se asegure su permanencia y viabilidad económica en el tiempo. El turismo es una de las actividades económicas de mayor transversalidad, implicando a una gran diversidad de actores que vuelcan sus actividades económicas hacia el turismo y por lo mismo, su bienestar se torna dependiente de este sector. De este modo, es fundamental que la actividad se desarrolle con una visión de sustentabilidad económica de largo plazo, la que debe estar fundamentada en una adecuada planificación, a escala de destino, servicios y también en coordinación entre los actores.

Entre los servicios turísticos que pueden ser ofrecidos dentro de cada destino, se encuentran los servicios de alimentación. Estos pueden ser por ejemplo restaurantes, bares, pastelerías, cafés y muchos otros. Independientemente de su figura, todo Servicio de Alimentación, debe desarrollarse bajo un marco planificado y estratégico que le permita ser viable en el tiempo. Para esto, ahondaremos más en tres temáticas particulares, que influyen directamente en la viabilidad económica del negocio y guiarán al empresario gastronómico en las acciones necesarias para alcanzarla y asegurar su éxito.

ELEMENTOS CLAVES PARA LA VIABILIDAD ECONÓMICA

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Todo servicio gastronómico debe tener clara su misión y visión al largo plazo. Lo anterior le permitirá planificar estratégicamente su negocio lo que fomentará su viabilidad económica en el tiempo. Es también fundamental tener claros los objetivos estratégicos que se persiguen, diferenciando entre aquellos relacionados con el cumplimiento de Metas económicas, por ejemplo: ventas netas mensuales y márgenes de utilidad; Metas sociales, por ejemplo contratación de personal con determinadas características y opción de capacitación; Metas de Inversión, entre otros.



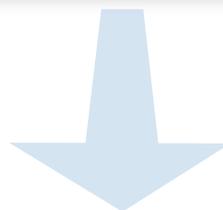
DESARROLLO DE ESTRATEGIA COMERCIAL

Planificar estratégicamente un negocio ligado a la gastronomía y consecuentemente turismo, requiere conocer a cabalidad la estrategia de las 4Ps, que definen en profundidad variables tales como (i) Producto (ii) Precio (iii) Plaza y (iv) Promoción..



MONITOREO Y RETROALIMENTACIÓN

Toda Planificación Estratégica y Estrategia Comercial deben ser revisadas al menos una vez al año. Las tendencias en turismo son dinámicas, especialmente en relación a las preferencias de los turistas. Generalmente los Servicios de Alimentación tienen una imagen de marca definida que se traduce en una oferta de productos clara y un tipo de atención al público. Independiente de esta homogeneidad en el tiempo, siempre es recomendable realizar pequeñas innovaciones del tipo: diseño de menús, decoración de mesas y organización de eventos, entre otros.



PRODUCTO

Es fundamental conocer y definir precisamente el producto o servicio que se quiere ofrecer. Para ello es importante que el empresario gastronómico sepa cómo producirlo y cuente con personal capacitado para entregarlo, asegurando de esta forma los estándares de calidad que un cliente busca. En cuanto un cliente se enfrenta a una mala experiencia, será muy difícil lograr que retornen a buscar el mismo servicio



PRECIO



En cuanto el empresario gastronómico ha definido el producto a ofertar, debe analizar los elementos y condiciones necesarias para producirlo a la vez que los costos asociados a cada uno de ellos. Una vez que se conoce el costo de producción, es necesario se analicen posibilidades para reducirlos, sobre todo aquellos que son del tipo variable. Finalmente y en cuanto ya se sabe cuál es el mínimo precio a cobrar, se debe relacionar el mismo con el tipo de consumidor al que se apunta.



PLAZA

En cuanto el empresario gastronómico sabe qué producto ofertar, estimó su precio y reconoce el perfil del/los potencial(es) consumidores, es necesario seleccionar el mejor lugar en el cual se podría ubicar el negocio gastronómico. Idealmente este debe ser frecuentado por los potenciales consumidores a la vez que ojalá, esté estratégicamente ubicado con relación a sus competidores y oportunidades y amenazas detectadas en puntos anteriores.



PROMOCIÓN



La estrategia promocional es fundamental para la viabilidad económica de su negocio. Si éste está focalizado al turismo, se recomienda realizar Convenios con Guías especializadas en turismo que son distribuidas por diferentes canales por medio de los cuales los turistas podrán identificar sus servicios. Se recomienda también contar con una página web propia, diseñar cartas de menús innovadoras y actualizadas, entre otros.



Duraznos de la zona central



Empresario gastronómico trabajando con agricultor



PROSPERIDAD LOCAL

Garantizar que los beneficios económicos se mantengan en el lugar en el que se incurrieron los gastos es un principio importante del desarrollo de un turismo más sustentable. Se trata en parte de garantizar un crecimiento turístico equilibrado, aunque también de mantener los procesos para maximizar los gastos por visitante y reducir las fugas, así como desarrollar vínculos con la economía local. El hecho de que los turistas, y las empresas que les sirven, realizan un gran número de adquisiciones a diversos proveedores (tour operadores, empresas de alimentación, servicios de transportes, guías, etc.) significa que existen a menudo muchas oportunidades para aumentar el nivel de ingresos que se retienen localmente.

La prosperidad local significa garantizar que el turismo está bien integrado en la economía y que se desarrolla junto con otros sectores. También es importante evitar una dependencia excesiva del turismo, garantizando al mismo tiempo que sea una fuente de ingresos estable en el largo plazo. En términos de sustentabilidad, los servicios de alimentación pueden influir directamente en la prosperidad local del destino donde se

insertan, así como en la calidad de vida de las comunidades con las cuales coexisten.

Algunas buenas prácticas que pueden implementar los empresarios gastronómicos para incrementar la prosperidad local son las siguientes:

- Priorizar la contratación de mano de obra proveniente de la comunidad local, localidades aledañas y/o residentes;
- Ofrecer posibilidades de capacitación a su personal, potenciando el crecimiento de sus habilidades y técnicas;
- Ofrecer productos y beneficios para las comunidades locales y residentes;
- Implementar medidas que contribuyan a la sustentabilidad del Establecimiento, pero también del destino en el cual éste se inserta (por ejemplo puntos limpios);
- Organizar y difundir actividades recreativas e informativas, convocando a la participación de comunidades locales y residentes.

RESTAURANT LA SAZÓN

Comuna de Cañete, Región del Biobío



A comienzos de 2001, Carlos Beltrán, quien anteriormente había sido administrador de algunos servicios de alimentación, decide independizarse y crear "La Sazón". En un comienzo ofrecieron una carta normal con carnes y pescados, pero muy pronto comenzarían a combinar ingredientes locales con técnicas gastronómicas mapuches, fusionadas a las distintas corrientes culinarias provenientes de colonos de la zona.

Fue así como nació el Estofado Pehuén, el primer plato intercultural de La Sazón, que contiene changles, piñones, verduras y carne. De ahí en más ha sido una sucesión de innovadoras combinaciones de productos que dan vida a la más diversa y creativa oferta de GASTRONOMIA INTERCULTURAL.



Los propietarios del lugar se han preocupado constantemente de implementar buenas prácticas en la gestión de La Sazón, tanto en términos de identidad como de procesos. Algunas de éstas son:

- Desde los comienzos se ha hecho un trabajo sistemático de investigación y rescate tanto de productos como de preparaciones locales, sustentando lo gastronómico en sobre elementos culturales, históricos y emocionales;
- Se han profesionalizado y estandarizado los procesos de elaboración de sus platos, con la ayuda de cocineros experimentados; Esto asegura un estándar de calidad en la entrega del producto;
- Han desarrollado una red de proveedores de productos de recolección y cultivo que son componentes de la cocina intercultural y que venden sin intermediarios, lo que permite una retroalimentación técnica y cultural así como también un comercio justo;
- Aun con la participación de profesionales del rubro en el desarrollo integral del negocio, se han preocupado de que la totalidad de sus trabajadores sean de la comuna o provincia, dándole las mayores oportunidades a quienes vienen de los sectores rurales;
- Han desarrollado para la atención de eventos a nivel nacional una puesta en escena temática intercultural de mesones bufet con elementos propios de la cultura mapuche y criolla campesina.



- Actividad económica sustentable
- Demanda sostenida de los servicios públicos a nivel regional
- Reconocimiento a nivel regional, nacional e internacional
- Requerimientos para asesorías, capacitaciones y charlas en el ámbito de la gastronomía intercultural



FUENTE: Restaurant La Sazón, Cañete.



Empleo digno y de calidad



EMPLEO DE CALIDAD

La puesta en marcha de un Servicio de Alimentación generará nuevas plazas laborales, las cuales bajo el marco de la sustentabilidad turística, debiesen ser ocupadas preferentemente por residentes de la comunidad local. Si bien en ocasiones resulta difícil satisfacer las condiciones laborales requeridas para determinados puestos de trabajo al interior de los territorios donde se desarrolla el negocio, se pueden generar las condiciones adecuadas para capacitar a la población local y brindarle esa oportunidad futura.

En paralelo, se recomienda a todo empresario gastronómico fomentar un grato ambiente laboral para sus trabajadores y en la medida que el negocio crezca en el tiempo y genere mayores beneficios, éstos debieran ser también percibidos por el personal. **Para efectos de este criterio, se consideran relevantes los siguientes cuatro temas:**

- a** SEGURIDAD LABORAL
- b** COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE
- c** TRABAJO EN EQUIPO
- d** COMERCIO JUSTO

(a) SEGURIDAD LABORAL

Todo Servicio de Alimentación tiene áreas de riesgo que deben ser controladas para evitar accidentes, daños y/o problemas de salubridad que afecten al personal como también a los consumidores finales. A continuación se sugieren buenas prácticas posibles de aplicar para propiciar la seguridad laboral del personal, segmentadas según tres temas específicos:

1 Accidentes Laborales

- Capacitar al personal de cocina en lo relacionado al uso de elementos corto-punzantes y materiales volátiles;
- Contar con un botiquín acondicionado para accidentes laborales y emergencias médicas;
- Establecer un convenio con algún establecimiento de salud cercano al cual se pueda recurrir cada vez que se registre un accidente;
- Desarrollar y difundir entre los empleados los protocolos de acción cada vez que se registre un incidente y/o accidente.

2 Daños en equipos, productos e instalaciones

- Capacitar al personal sobre el cuidado que se debe otorgar a los equipos, productos e instalaciones del establecimiento;
- Capacitar al personal sobre el correcto uso de los equipos, cuidados especiales a considerar y periodicidad de mantención;
- Designar un encargado para monitorear la condición de cada uno de ellos y en caso de detectar irregularidades, informarlas a tiempo;
- Concientizar al personal acerca de su responsabilidad en el cuidado de los equipos, productos e instalaciones.

3 Regulaciones relacionadas a salubridad de los alimentos

- Capacitar al personal sobre las condiciones óptimas y legales exigidas por el Ministerio de Salud para el mantenimiento de los alimentos;
- Difundir entre el personal los protocolos de salubridad específicos a seguir en relación a los diferentes productos y servicios ofrecidos;
- Planificar la adquisición de todo producto requerido para cumplir con los estándares de salubridad necesarios (mantención de la cadena de frío e inocuidad alimentaria).



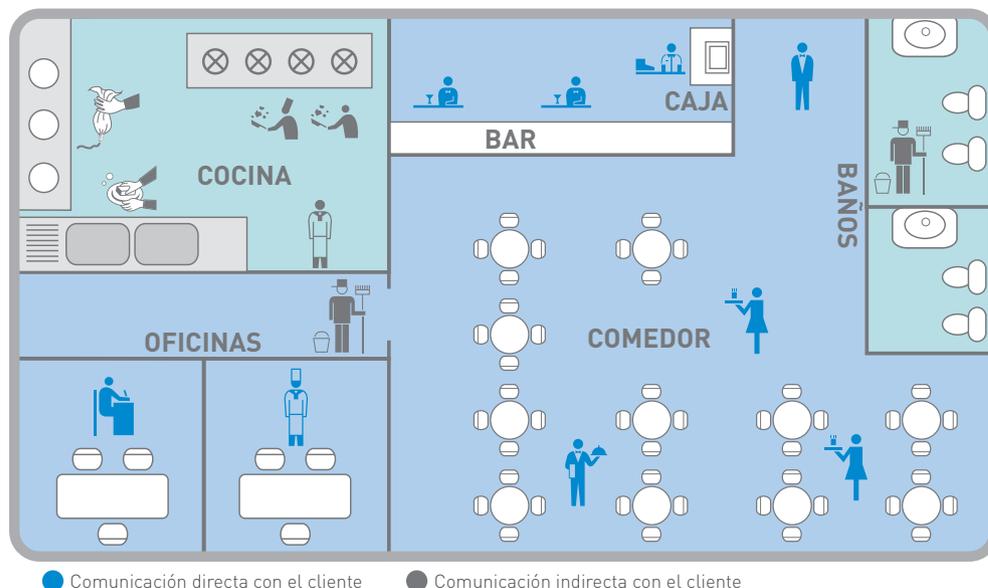
Programa Turismo Social, comuna de Maipú



ESTRUCTURA FUNCIONAL DE UN SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

-  Gerente /Administrador
-  Maitre
-  Garzones(as)
-  Cajero(a)
-  Bartender
-  Chef Ejecutivo
-  Chef de Turno
-  Cocineros(as)
-  Auxiliar de Cocina
-  Repostero(a)
-  Coperos(as)
-  Personal de Aseo

Elaboración: TURISTIKO@consultores-2012



(b) COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE (activa y pasiva)

Comunicación Activa: Dentro de todo Servicio de Alimentación, hay personal que se comunica directamente con los clientes y otros que no (*ver figura superior*). En específico y con relación a los primeros, es fundamental que sean capacitados para lograr comprender y satisfacer las necesidades de los clientes y turistas, especialmente para el caso de restaurantes y bares ubicados en destinos y puntos de alta afluencia turística. En éstos se recomienda fomentar el dominio de más de un idioma por parte del personal, a la vez que procurar que los mismos conozcan a cabalidad los productos ofrecidos, su disponibilidad y composición. En caso de ofrecer productos locales de Chile y/o específicos del destino en cuestión, se recomienda capacitar al personal sobre su procedencia y preparación, a modo de poder informar al consumidor sobre tales detalles.

Comunicación Pasiva: Los instrumentos para difusión de información entre los potenciales clientes, tales como cartas de Menú, Páginas Web y/o cualquier otro, deben ser diseñados velando por lograr una comunicación efectiva con el cliente, basada en mensajes claros, fidedignos y atractivos.

Como primera instancia y en el entendido que el negocio tiene un foco turístico, se recomienda que todos estos instrumentos se presenten en al menos dos idiomas (español e inglés). Resulta especialmente atractivo para los clientes de servicios de alimentación que se ubican en zonas de pueblos originarios, incluir los nombres de los platos y/o productos ofrecidos en lengua local, así como también incorporar una breve historia sobre su origen, usos tradicionales y preparación, entre otros.



- En Chile es usual que ante una buena atención y servicio la propina corresponda al 10% del consumo total.



Trabajo en equipo

(c) Trabajo en Equipo

Los establecimientos de alimentación deben fomentar el trabajo en equipo entre su personal, sobre todo teniendo en consideración que los sueldos de sus garzones, dependen en gran parte de las propinas recibidas. La forma de dividir el monto de propinas acumulado algunas veces es definida directamente por el propio personal y en otras por los propietarios y/o administradores. En cualquier caso, se recomienda al empresario gastronómico definir los protocolos a seguir y estar informado de las relaciones entre su personal, evitando distribuciones desiguales en los ingresos.

Al no estar regulada en Chile la designación de propinas, el empleador puede hacer sugerencias a sus clientes, pero dejando en claro que la propina no es obligatoria y es sólo para premiar el buen servicio y mejorar la calidad de vida del personal.

(d) Comercio Justo

El Comercio Justo es una forma alternativa de comercio promovida por ONGs, la ONU y movimientos sociales y políticos, que propugnan una relación comercial más justa entre productores y consumidores. Los principios que defiende el comercio justo son:

- Los productores forman parte de cooperativas u organizaciones voluntarias y funcionan democráticamente;
- Se busca la manera de evitar intermediarios entre productores y consumidores finales;
- Se rechaza la explotación infantil;
- Se promueve la igualdad de género;
- Se trabaja con dignidad, respetando los derechos humanos;
- El precio que se paga a los productores permite condiciones de vida dignas;
- Los compradores generalmente pagan por adelantado para evitar que los pequeños productores tengan que buscar otras formas de financiarse, muy costosas para ellos;
- Se valora la calidad y la producción sustentable;
- Se promueve el cuidado del medio ambiente;
- Se informa a los consumidores acerca del origen del producto.



Muestra de Productos Locales



Para mejorar el servicio en su establecimiento, se recomienda consultar el Manual de Servicio para Hoteles y Restaurantes "Juntos Podemos", disponible en la web:

www.hsu.cl/prod_productos1a.php?IdProducto=23



Una entrega de calidad



CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE

La calidad de un Servicio de Alimentación tiene relación directa con la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. Para cumplir con éstas, se recomienda contar con una Política de Servicio que puntalice y describa los compromisos en relación a la calidad del servicio y los productos que se ofrecen.

La Política, debe enfatizar los siguientes puntos:

- Poner gran esfuerzo en brindar una experiencia culinaria de calidad;
- Los alimentos deben ser producidos, manipulados y elaborados cumpliendo altos estándares de higiene y salubridad;
- Ofrecer una justa relación entre precio y calidad;
- Ofrecer un servicio personalizado, profesional y amable;
- Diseñar e implementar instalaciones cómodas, decoradas apropiadamente y seguras;
- Cuidar que los servicios higiénicos tengan equipamientos con ahorro energético y de agua y que estén permanentemente limpios;
- Adquirir productos agrícolas que provengan de cultivos sustentables (ojalá orgánicos y certificados), sean frescos y de buena calidad;

- Procurar que los espacios de manipulación y almacenamiento de alimentos se mantengan limpios y libres de plagas;
- Ofrecer comidas variadas que incorporen productos locales y alimentos con alto nivel nutritivo;
- Implementar infraestructura para personas con capacidades reducidas, niños(as), embarazadas y/o adultos mayores.

La Satisfacción del Visitante es fundamental

para lograr lealtad de marca e incrementar el consumo en el tiempo. Los clientes, al visitar un Establecimiento no sólo buscan comer un buen plato de comida, sino que también esperan recibir una atención profesional, dedicada y amable que aporte a la experiencia culinaria.

Es fundamental que el visitante viva una experiencia segura, satisfactoria y completa en el establecimiento escogido y sea tratado sin discriminaciones de ningún tipo. Es necesario ver la atención de los clientes como un deber y comprobar la satisfacción y calidad del servicio, por ejemplo, a través de la habilitación de Encuestas de Satisfacción del Cliente, a las cuales se puede acceder directamente en el Establecimiento y/o a través de una página web.

RESTAURANT NEPTUNO

Comuna de Iquique, Región de Tarapacá



Neptuno nace el año 2000 y desde entonces se ha posicionado entre los restaurantes de pescados y mariscos más reconocidos de Iquique. Actualmente cuenta con una variada carta, cuya influencia está marcada por la comida típica del norte de Chile y del sur del Perú, contando con diversos platos, postres y bar.

El Restaurante tiene una dotación total de 60 trabajadores, gran parte de los cuales han sido capacitados y motivados para que día a día entreguen el mejor servicio a todos los clientes.



Con el objetivo de mejorar su gestión de calidad e inocuidad alimentaria, a partir de 2005 se inicia el proceso de implementación de un Sistema de Gestión de Calidad con buenas prácticas de Manufactura, basado en los requisitos de la norma internacional ISO 9001 y Codex Alimentarius.

Es dentro de esta política que el Restaurante continúa en su proceso de mejora, implementando a partir de 2009 un Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), bajo los requisitos de la norma Chilena NCh 2861.

Neptuno cuenta con un estricto control de sus procesos de compra, recepción, almacenamiento, preparación y entrega de los alimentos con los que trabaja, a través de la implementación de Procedimientos Operativos Estandarizados (POE). Todo lo anterior con la finalidad de cumplir con los requisitos establecidos en las siguientes Normas y Reglamentos:

- ISO 9001:2008. Sistema de Gestión de Calidad – Requisitos;
- NCh 2909-2004. Sistema de Gestión – Requisitos fundamentales para la gestión Pyme;
- NCh 2861-2004. Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP);
- Reglamento Sanitario de Alimentos D.S 977;
- Codex Alimentarius.

A través de su Política de Calidad, el restaurant declara compromisos en aspectos tan relevantes como:

- Cumplir los requerimientos de nuestros clientes, del Sistema de Gestión de la Calidad, del Sistema de Gestión de identificación de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), de la legislación vigente que le aplica y otros que la organización suscriba;
- En la compra, traslado, recepción, almacenamiento, mantenimiento y preparación de los alimentos, a través de aplicación de los prerrequisitos HACCP, de tal forma de asegurar la inocuidad alimentaria;
- Mantener una capacitación permanente del personal;



- El emprendimiento del empresario, ha logrado que el Restaurant Neptuno sea reconocido dentro de los mejores a nivel regional por su calidad y servicio en la entrega a sus clientes, debido a la aplicación del Sistema de Gestión;
- Neptuno ganó el concurso “La Mejor Picada de Chile” organizado por el Consejo de la Cultura y Las Artes;
- Neptuno cuenta con la segunda patente turística a nivel regional entregada a un Restaurant por SERNATUR (2010).

FUENTE: Restaurant Neptuno





Venta de Productos Locales



POLÍTICA DE ABASTECIMIENTO

Uno de los aspectos fundamentales por medio de los cuales los servicios de alimentación pueden aportar a la sustentabilidad turística de un destino particular, es priorizando dentro de su cadena de abastecimiento a aquellos proveedores que apliquen buenas prácticas en sus operaciones y gestiones. Por ejemplo, aquellos que utilizan materiales reciclados, re-utilizan residuos sólidos, contratan personal local y producen alimentos orgánicos, entre otros.

En paralelo, es fundamental que todo empresario gastronómico genere una cadena de abastecimiento en donde se prioricen los productos suministrados por proveedores locales. Esto permitirá hacer partícipes a las comunidades locales y residentes de los beneficios que genera el turismo, a la vez que les ofrecerá posibilidades de reinvertir en sus negocios, hacerlos crecer e innovarlos, entre otros.

A continuación se presentan algunas buenas prácticas para lograr que su cadena de abastecimiento sea sustentable:

- Incluir dentro de la oferta gastronómica propia, productos de origen local, que cumplan con estándares de producción sustentable y en lo posible cuenten con certificaciones específicas (frutas, vegetales, especias, lácteos y cárnicos);

- Preferir aquellos productos naturales que estén libres de pesticidas y productos que sean sanos y naturales (no necesariamente orgánicos);
- Informar a los proveedores que el establecimiento favorece el consumo de aquellos productos que consideran criterios sociales y ambientales de sustentabilidad en su producción;
- Consumir alimentos de la estación, con esto se evita adquirir y consumir productos que necesariamente requieren de mayores gastos en traslados desde otras zonas de producción, congelamiento prolongado y/o también aquellos transgénicos que afectan el cuidado medioambiental;
- Priorizar el uso de productos biodegradables para la limpieza y desinfección en general, como también envoltorios reciclables o reutilizables, pinturas orgánicas y otros productos similares;
- Considerar todo el ciclo de vida del producto al momento de decidir la compra, verificando su procedencia, características ambientales y las posibilidades de realizar un manejo adecuado una vez que se convierte en residuo;
- Fortalecer y beneficiar a pequeños productores, prefiriéndolos por sobre los de mayor tamaño y ajenos al destino turístico.

MERCADO ORGÁNICO

Comunas de Vitacura, Las Condes y Providencia, Región Metropolitana



Las ganas por llevar productos orgánicos a la mayor cantidad de personas fue el principal objetivo para crear **Mercado Orgánico (MO)**, feria que reúne una diversidad de productos elaborados libres de fertilizantes, antibióticos y otros químicos.

Los productos provienen también de un amplio grupo de productores, los que por su cuenta tenían dificultades para ingresarlos al mercado. Así **MO** decide realizar una serie de eventos (ferias) a través de las cuales reunir una cantidad importante de oferta, para un segmento de consumidores cada vez más interesados en consumir productos orgánicos.



La primera feria se realizó en 2008, todos los sábados en la mañana, adonde los productores llegaban con sus frutas, verduras, huevos y despensas a atender a los clientes, muchos de los cuales siguen hasta hoy. Lo aprendido ahí sobre los gustos y preferencias de los consumidores fue clave para lo que vendría más adelante.

En una segunda etapa (Marzo de 2009) se realiza una alianza con una importante cadena de supermercados, abriendo una feria orgánica los días viernes y sábado al interior de sus locales de San Carlos de Apoquindo y La Dehesa. La experiencia fue más que gratificante dado que los clientes comprendieron que los precios no necesariamente eran más caros que los de los productos tradicionales.

Los buenos resultados llevan a los creadores a plantearse la necesidad de tener un lugar mucho más accesible y amplio, donde fuera posible encontrar la mayor oferta de productos y alimentos 100% orgánicos disponibles en Chile.

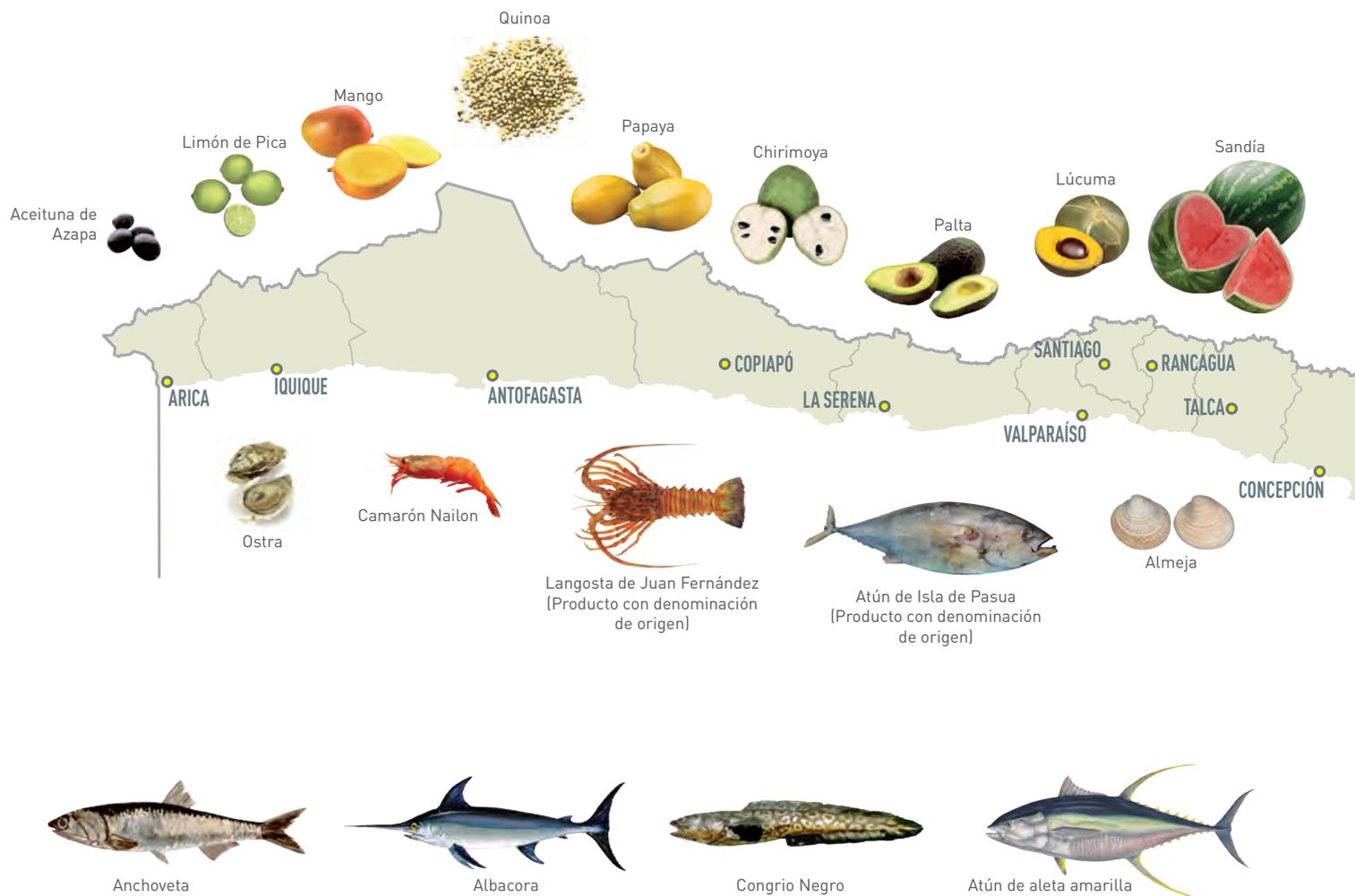


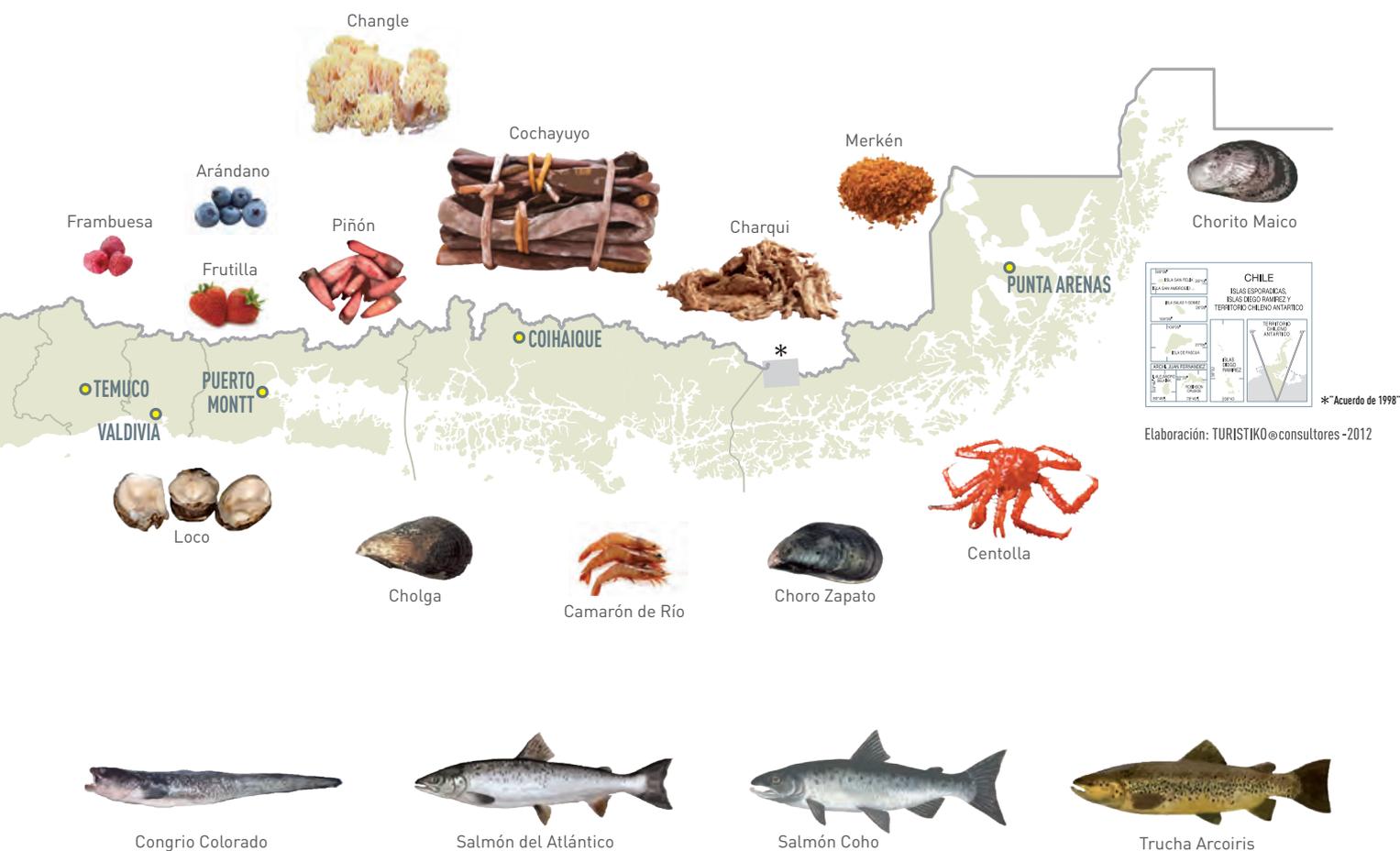
- En septiembre de 2009 la Municipalidad de Vitacura facilita un terreno para la realización de una feria de mayor tamaño, la que se ha mantenido hasta el día de hoy, los días sábado;
- En más de un año han pasado por MO casi 50 empresas distintas, la gran parte de ellas pequeñas y que han encontrado aquí un espacio para comercializar sus productos;
- En Octubre de 2011, la Municipalidad de Las Condes también se suma al proyecto y facilita un espacio en la concurrida Plaza Perú, para la instalación de una nueva feria;
- En Junio de 2012, MO realiza un nuevo convenio con el Museo de Artes Visuales (MAVI) para instalar una nueva feria orgánica en la Plaza Mulato Gil de Castro;
- Durante sus años de existencia MO ha sumado más y más productos, tales como vinos, telares, verduras y frutas. Su red de proveedores atiende a numerosos restaurantes y definitivamente se han generado buenos y nuevos negocios para los productores orgánicos.

FUENTE: Mercado Orgánico



PANORÁMICA DE ALIMENTOS TÍPICOS DE CHILE







ÁMBITO SOCIO-CULTURAL



Curanto en Hoyo, Puñuhuil, Isla Grande de Chiloé

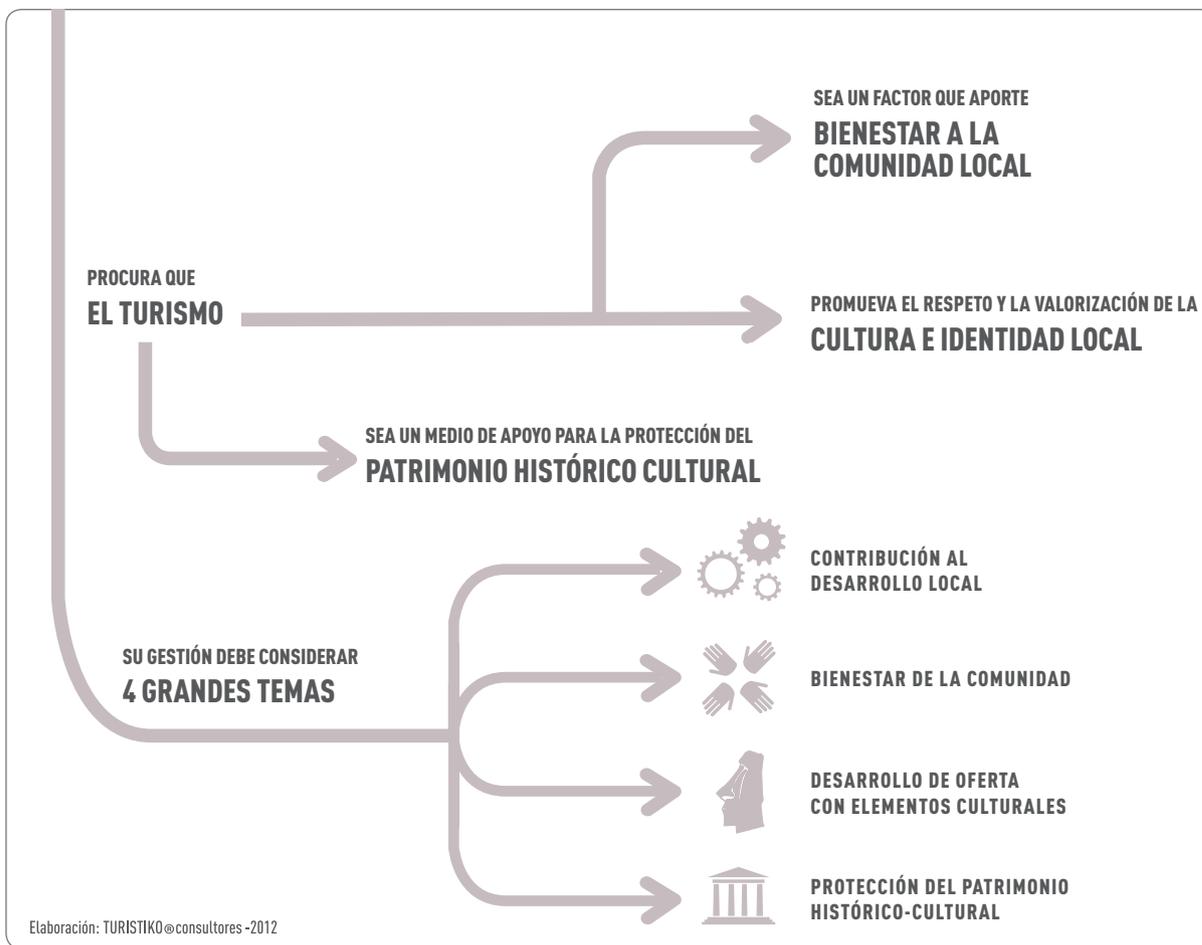
EN TÉRMINOS
SOCIO-CULTURALES,
LA SUSTENTABILIDAD
TURÍSTICA PROMUEVE
LA IMPORTANCIA
DE INTEGRAR A LAS
COMUNIDADES LOCALES
EN LOS BENEFICIOS
Y DECISIONES
RELACIONADAS CON LA
ACTIVIDAD



Condimentos típicos de Chile



ÁMBITO SOCIO-CULTURAL





INTRODUCCIÓN

El ámbito socio-cultural se refiere a la importancia de hacer que las comunidades locales sean partícipes de los beneficios y decisiones en torno al turismo, a la vez que poner en valor su patrimonio, tradiciones y costumbres, fomentando los valores culturales del turismo.

Una creciente proporción de turistas planifica sus viajes y elige sus destinos con el fin último de conocer e interactuar con comunidades locales, sus lenguas, tradiciones, valores, su gastronomía, sus festividades y religiones, entre otros. Muchos visitantes están dispuestos a pagar importantes sumas de dinero a fin de experimentar auténticamente las culturas locales y sus raíces, especialmente si tienen la oportunidad de ser protagonistas (junto a las comunidades) y no espectadores de las mismas.

En relación al ámbito socio-cultural, se consideran los siguientes cuatro criterios de sustentabilidad: (1) Contribución al Desarrollo Local; (2) Bienestar de la Comunidad; (3) Desarrollo de Oferta con Elementos Culturales; y (4) Protección del Patrimonio Histórico - Cultural.

A continuación se revisará cada uno de los criterios antes mencionados, describiendo buenas prácticas que contribuirán a alcanzarlos con éxito en un menor período de tiempo. Para algunos de ellos se exponen también casos de éxito recopilados en base a información entregada por diferentes establecimientos de alimentación del país.

+ Para conocer los lineamientos que sugiere el CGTS en relación al Ámbito Socio-Cultural se sugiere revisar el Manual de Buenas Prácticas, Sector Turístico (pág 12 y 13).



Presentación gastronómica Mapuche, Lago Budi



CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO LOCAL

Tal como se ha mencionado en secciones previas del presente manual, el turismo es una actividad que puede contribuir al desarrollo local en términos de generación de empleo, activación de la economía local y atracción de recursos para mejoramiento de bienes públicos, entre muchos otros.

En términos socio-culturales, la sustentabilidad turística promueve la importancia de integrar a las comunidades locales en los beneficios y decisiones relacionadas con la actividad. En este contexto y haciendo referencia específica a los empresarios gastronómicos, es importante que conozcan en profundidad los valores socio-culturales de las comunidades y territorios en donde desarrollan sus negocios, a modo de poder poner en valor sus tradiciones y costumbres.

La arquitectura, el diseño, la decoración, la señalética y publicidad exterior, el mobiliario, vajilla y mantelería de sus establecimientos, debiera ser acorde a los materiales y estilos locales y, en la medida de lo posible, procurar ser construida y equipada con mano de obra local. Los turistas, tanto extranjeros como nacionales, apreciarán más los espacios interiores y exteriores ambientados con productos locales, tales como artesanías, cuadros y textiles, entre otros. Esto no sólo llama gratamente la atención de los visitantes, quienes pueden aprender más de la cultura local, sino también en ocasiones se interesan por consultar más al propio personal y adquieren productos locales, producidos y comercializados por las propias

comunidades. Algunos restaurantes pueden incluso tener un rincón de venta de productos de la gastronomía y artesanía local para ofrecer a sus clientes.

En paralelo, los establecimientos de alimentación pueden contribuir a difundir las tradiciones culinarias locales, a partir de la incorporación de sus recetas y productos dentro de la oferta propia. Esta buena práctica es muy recomendada y logra atraer a visitantes nacionales e internacionales, que seleccionan destinos turísticos motivados por conocer y probar platos típicos de origen local. Lo anterior suma más valor cuando éstos son preparados por personal que forma parte de la propia comunidad e inclusive más aún, cuando los propios clientes observan la preparación de los platos.

Finalmente, un empresario gastronómico puede contribuir también al desarrollo local facilitando su establecimiento para el desarrollo de actividades culturales propias de las comunidades locales. También puede hacerlo destinando algún espacio para exponer muestras de productos realizados por los mismos (artistas, artesanos, poetas, historiadores y músicos).

Además, existen otros elementos como el nombre del establecimiento, su apariencia y letreros exteriores, la decoración del lugar y el diseño de la carta, entre otros, que pueden incorporar aspectos de la cultura de pueblos originarios de la región, ayudando así a su promoción y difusión.



Feria costumbrista en Castro



Café y turistas en Valparaíso

✓ Acciones para la sustentabilidad en el Ámbito Socio-cultural	Dificultad	
Generar plazas de trabajo al interior de su establecimiento que puedan ser cubiertas por miembros de las comunidades locales;	+	
Incorporar dentro de la oferta culinaria, recetas, materias primas y/o productos de origen local, (frutas, vegetales, especias, lácteos y cárnicos);		++
Diseñar y exponer menús que expliquen y difundan entre los visitantes el origen de los productos que están consumiendo. Idealmente estos menús debieran considerar traducciones de los nombres en lenguas autóctonas;	+	
Asignar espacios al interior del establecimiento para la exposición de productos generados por las propias comunidades locales, tales como artesanías y productos gastronómicos, entre otros;		++
Facilitar espacio del establecimiento para el desarrollo de actos culturales, que permitan difundirlos hacia a los visitantes, a la vez que ponerlos en valor entre los residentes;		++
Ambientar las instalaciones acorde al medio en que se encuentra, resaltando las costumbres, tradiciones y elementos propios de la zona;		+++
Fortalecer a los pequeños productores, impulsando el cultivo de productos requeridos por el establecimiento, sin dejar de lado las ventajas ambientales de una producción sostenible, con el compromiso de compra y promoción.		++
Investigar acerca de recetas autóctonas, propias de la cultura local;		+++
Rescatar técnicas de cocción antiguas y el uso de productos propios de la zona, complementando con métodos y técnicas actuales;	+	
Preparar platos con un predominio de productos de la zona, como por ejemplo pescados y mariscos de cada lugar;	+	
Decorar las mesas y diseñar las cartas, utilizando iconografías, materiales y motivos de la zona.	+	



Restaurante en San Pedro de Atacama



BIENESTAR DE LA COMUNIDAD

Toda empresa del rubro de los alimentos opera en un entorno social y cultural definido, al cual las empresas modernas deben contribuir a través de iniciativas de responsabilidad social. Las empresas gastronómicas pueden contribuir al diseño e implementación de políticas, programas y planes que permitan mejorar el nivel de vida de los trabajadores y de las comunidades locales, a través de varios mecanismos.

En el marco de una operación sustentable, es vital definir criterios claros sobre **igualdad de género, cumplimiento de la legislación laboral, trato justo a los trabajadores, pago de sueldos, seguridad social y jurídica al personal**. Adicionalmente, es importante identificar el aporte al desarrollo económico y social comunal que realiza la empresa, a la vez que estrategias para poner en valor las tradiciones y valores socio-culturales locales.

El turismo puede influir en el bienestar de la comunidad tanto de manera positiva como negativa. Es importante que los establecimientos de alimentación contribuyan a mantener y fortalecer la calidad de vida de las comunidades, evitando la degradación socio-cultural y medioambiental.

A continuación se exponen algunas formas mediante las cuales los empresarios gastronómicos pueden contribuir al bienestar de la comunidad:

- Generación de puestos de trabajo para los más jóvenes, que los incentive a mantenerse en sus lugares de residencia y a visualizar el turismo como una alternativa de trabajo futura;
- Creación de oportunidades de capacitación laboral, no sólo relacionadas directamente con la gastronomía, pero también con las tradiciones, disciplinas artísticas y deportivas entre otros;
- Fortalecimiento de la producción local, demandando y prefiriendo productos agrícolas y ganaderos locales, para la preparación de su carta – menú;
- Creación de una cadena de valor diversa que contribuya al bienestar local al expandir sus fuentes de abastecimiento y fomentar la competencia leal.

Un turismo mal gestionado puede también generar cambios negativos en un destino turístico (delincuencia, ruidos molestos, congestión vehicular), los que pueden afectar el bienestar de la comunidad. Por lo mismo es importante tener en consideración una serie de medidas que permitan evitarlos y de esta forma no perturbar la calidad de vida de los residentes.

A continuación se describen algunas recomendaciones para esto (checklist pág. siguiente):

VALLES VITIVINÍCOLAS DE CHILE



SAUVIGNON BLANC



CARMENÈRE



SYRAH



CABERNET SAUVIGNON



CHARDONNAY



PINOT

Elaboración: TURISTIKO@consultores -2012

✓ Acciones para la sustentabilidad en el Ámbito Socio-cultural Dificultad

Evitar la contratación de personal externo al destino, generando percepciones negativas por parte de las comunidades locales, a la vez que propiciando la llegada de nuevos hábitos culturales que pueden opacar las tradiciones y valores socio-culturales locales;

+

Evitar la producción de una oferta alimenticia que pueda resultar dañina y ajena a las comunidades locales (por ejemplo comidas rápidas), generando hábitos desordenados y perjudiciales, principalmente en los más niños y jóvenes.

+

Evitar que la arquitectura del establecimiento y diseño interior sea contrario a las tradiciones locales afectando e influyendo en el goce paisajístico natural.

++

Evitar la generación de residuos sólidos que pueden afectar la salud de las comunidades residentes, por ejemplo, a partir de la contaminación de las aguas.

++



Preparación en base a Quinoa

ELEMENTOS DE UNA OFERTA GASTRO-CULTURAL DE CALIDAD



DESARROLLO DE OFERTA CON ELEMENTOS CULTURALES

Un empresario gastronómico no sólo debe poner en valor las tradiciones locales a partir de sus ofertas culinarias, sino que también lo puede hacer difundiendo entre sus visitantes la cultura local, a través de un calendario de fiestas y eventos tradicionales o de la difusión de actividades tales como danza, folklore, teatro y otras de índole artística, como muestras fotográficas y opciones de visitas turísticas culturales en las cercanías del establecimiento, entre otros. SERNATUR y el CNCA desarrollan y actualizan anualmente un calendario cultural, con fechas y breve descripción de los eventos más importantes desarrollados en Chile. Según la experiencia de otros países, esta oferta es cada vez más demandada por turistas que priorizan el turismo cultural por sobre otros.

A continuación se presenta un listado de acciones que pueden servir a los empresarios gastronómicos para contribuir a la puesta en valor de la cultura local:

Acciones para la sustentabilidad en el Ámbito Socio-cultural	Dificultad		
Es fundamental que todo empresario gastronómico conozca todos los atractivos culturales presentes en el destino turístico donde se inserta su establecimiento (se recomienda descargar el catastro de atractivos turísticos desde www.sernatur.cl , y focalizarse principalmente en los de categoría cultural).	+		
Se recomienda difundir las actividades culturales por diferentes medios, que sean visibles y accesibles a sus clientes, a la vez que puedan ser expuestos en más de un solo idioma (afiches, pizarras y otros);	+		
Cada vez que se ofrezca un producto culinario de origen local, complementar la oferta con una breve explicación del origen y producción del mismo;		++	
Hacer un constante seguimiento a las páginas web del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y del Consejo de Monumentos Nacionales, para estar al día con toda nueva información atingente al destino en el que operan;		++	
Conocer a cabalidad las formas de manifestación cultural local, a modo de estar bien informados cada vez que un cliente les consulte sobre posible actividades a realizar después de completar su comida;		++	
Los servicios de alimentación en conjunto con las autoridades locales y otras empresas turísticas pueden realizar eventos gastronómicos que además de difundir la tradición culinaria local, se conviertan en parte integrante de la oferta turística del destino;			+++

RESTAURANT KOKAVÍ

Comuna de Temuco, Región de la Araucanía



Llevar la comida con raíces Mapuche a la mayor cantidad de personas posible y en la Capital de La Araucanía, ese fue el sueño de Rosalino Moreno Catrilaf, quién en 2004 y sin ser un experto en el ámbito gastronómico, visualizó la oportunidad de insertarse en el medio de la ciudad, ofreciendo a todo público una serie de preparaciones culinarias basadas en recetas originarias de este Pueblo Originario.

El restaurant comenzó con sólo 4 mesas y 4 personas trabajando, pero nunca dejó de lado los elementos que le darían su identidad:

- Comida fresca y de calidad, hecha a partir de productos locales;
- Decoración rústica y con elementos pertenecientes al pueblo Mapuche, incluída la música;
- Ser una alternativa a los cientos de locales de comida rápida, a los cuales acudían principalmente los oficinistas de la ciudad de Temuco.



Armar un menú atractivo y auténtico a la vez fue uno de los grandes desafíos para Kokaví y entre los elementos que incorporaron en la carta se cuentan:

- Catuto a la pamesana
- Bife de Caballo
- Cazuela de ave y vacuno
- Muday (fermentado de trigo)
- Kinwakao y Merkén

Posicionar el restaurant entre los reacios oficinistas de Temuco requirió de un esfuerzo personalizado de los dueños del restaurant, quienes durante más de un año se dedicaron a invitar una a una a las personas que transitaban por fuera del local;

Para llegar a los turistas sus dueños realizaron con gran esfuerzo el material promocional con el cual se dirigieron a hoteles y operadores turísticos locales.



- Luego de 8 años de operación, **Kokaví es un ícono gastronómico de Temuco**, tanto para residentes como turistas. Guías turísticas internacionales tales como Lonely Planet lo califican como "mágico" e "imperdible";
- Actualmente el restaurant atiende más de 160 clientes diarios, con una capacidad de atención simultánea de 40 personas;
- El restaurant da trabajo a 15 personas, todas pertenecientes al pueblo Mapuche y las que cuentan con oportunidades de capacitación permanente en materias gastronómicas.

FUENTE: Restaurant KOKAVI, Temuco



Restaurant Patrimonial en Barrio Yungay, Santiago



PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-CULTURAL

UNESCO, en la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural (1972), describe los tres componentes del Patrimonio Cultural:

- **Los Monumentos:** obras arquitectónicas, de escultura o de pinturas monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia;
- **Los Conjuntos:** grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia;
- **Los Lugares:** obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.



Acciones para la sustentabilidad en el Ámbito Socio-cultural

Dificultad

Conocer los principales elementos del patrimonio tangible e intangible presentes en el destino y en los sectores aledaños al establecimiento. Para esto se recomienda en primera instancia informarse con las autoridades culturales de la localidad, con instituciones educativas y también conversar directamente con los pobladores locales;	+	++	
Consultar bibliografía local, que profundice en temas relacionados con patrimonio socio-cultural, a la vez que también aporte información detallada de las actividades y calendario de eventos;	+		
Ofrecer oportunidades de capacitación y empleo, especialmente para aquellos residentes que poseen un conocimiento socio-cultural extenso, generando las oportunidades para que lo traspasen a generaciones más jóvenes;		++	
Utilizar diferentes mecanismos para difundir entre los visitantes la oferta socio-cultural local, considerando páginas web, letreros, cartas de menús, folletería y otros.		++	

COCINA MAPUCHE MAPU IYAGL

Comuna de Curarrehue, Región de la Araucanía



Mapu Yyagl es un restaurante y escuela de Cocina Mapuche creado en 2006 por Anita Epulef y que convoca a conocer, valorar y compartir, sabores, saberes y prácticas ancestrales del pueblo Mapuche. Es un espacio de educación sobre la cultura mapuche, desde la mirada gastronómica, donde se incentiva al consumo de alimentos locales, la recolección y cultivo agroecológico, promoviendo así una economía justa, armónica y amigable con el medio ambiente.

El año 2005 Anita postula y se adjudica el proyecto FONDART "La búsqueda de un patrimonio mapuche" lo que le permitió hacer un recorrido no en busca de recetas, sino de mujeres con las cuáles conversar sobre los ingredientes que se utilizan en la cocina tradicional. Su idea era lograr identificar y diferenciar los productos locales de los introducidos, para de esa forma sintonizar con lo que aprendió tanto de su abuela como de su madre.



La cocina mapuche tiene su base en el medio ambiente, el bosque y las estaciones del año. Se come de acuerdo a lo que la naturaleza va dando. Brotes de coligüe en la primavera, frutas y verduras en el verano, semillas como las avellanas, la murta y los piñones en otoño y carne en el invierno cuando es poco lo que se puede recolectar.

El restaurante hace uso de productos silvestres, que son obtenidos de recolectores o cultivadores locales, allí se fortalece y trasmite el conocimiento culinario. Anita dedica tiempo para la conversación con las personas, explica cómo preparar los platos y por qué selecciona ciertos aliños, entre otras cosas.

En la preparación se integra pasado y presente. Se hace uso de la técnica tradicional mapuche del "fogón" (donde se realizan las características tortillas de rescoldo), así como también se utiliza la cocina a leña con horno y plancha. Mapu Iyagl es entonces una mezcla de técnicas y conocimientos.

Dentro de su oferta gastronómica destaca:

- **Kollof o empanada cochayuyo**
- **Multün al Merken o catutos con ají**
- **Ilo achawal eikin picü o cazuela de ave con trigo**
- **Gülo o brotes de quila**
- **Pisku o guiso típico de verduras, cereales y legumbre**

El éxito de Mapu Iyagl no solo se debe a la "buena mano de Anita" si no también a su constante capacitación. Ha participado de innumerables seminarios y charlas, donde cada conocimiento adquirido lo comparte con sus pares.



- Se rescatan y mantienen las tradiciones del pueblo Mapuche. Además se difunden y se dan a conocer las buenas prácticas que se implementan y que son parte de la cultura Mapuche;
- Anita Epulef ha recibido varios reconocimientos por su constante esfuerzo por conservar las costumbres Mapuche, siendo invitada como relatora a innumerables eventos;
- Participó en el desarrollo de un Manual de Gastronomía con identidad Local;
- Ha desarrollado muestras y charlas gastronómicas en Isla de Pascua, Italia y Suecia;
- El 2005 recibió el premio Toki de Plata "Mujer Emprendedora" de CONADI.
- Actualmente el restaurante atiende a visitantes provenientes de varias partes de la región y el mundo.
- A través del restaurant se han desarrollado festivales y actividades de carácter local contribuyendo al desarrollo y posicionamiento de la comuna hacia el turismo.

FUENTE: Restaurant Mapu Iyagl





Conocer el patrimonio material e inmaterial permitirá a los empresarios gastronómicos entregar una experiencia culinaria más completa a sus clientes, como también, poder participar de instancias que buscan protegerlo y ponerlo en valor.

PATRIMONIO CULTURAL DE CHILE



Iglesia Catedral de Chiloé

(1) PATRIMONIO TANGIBLE MUEBLE: comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Entre ellos cabe mencionar las obras de arte, libros manuscritos, documentos, artefactos históricos, grabaciones, fotografías, películas, documentos audiovisuales, artesanías y otros objetos de carácter arqueológico, histórico, científico y artístico. Se estima que en Chile existen más de dos millones de objetos o piezas muebles, los que se encuentran principalmente en museos, archivos y bibliotecas del Estado.

+ Para mayor información acerca de los museos, archivos y bibliotecas del Estado se recomienda visitar: www.dibam.cl

(2) PATRIMONIO TANGIBLE INMUEBLE: está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales. Estos bienes culturales inmuebles son obras o producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras (por ejemplo, un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (por ejemplo, un sitio arqueológico). La identificación del patrimonio arquitectónico y urbano de Chile ha sido realizada, en gran parte, por estudios universitarios. Sólo una parte de él goza de protección legal, mediante la aplicación de la Legislación de Monumentos Nacionales (Decreto Ley N° 651 de 1925, y Ley N° 17.288/1970).

+ Para conocer el mapa de los sitios declarados Patrimonio de la Humanidad en Chile se sugiere revisar el Manual de Buenas Prácticas, Sector Turístico (pág 35).



El CNCA se encuentra desarrollando un sistema de información para identificar y documentar el Patrimonio Inmaterial de Chile. Para mayor información visitar el sitio:

<http://sigpa.portalpatrimonio.cl/sigpa>

(3) EL PATRIMONIO INTANGIBLE: Está constituido por aquella parte inmaterial que reside en el espíritu mismo de las culturas. La noción de patrimonio intangible o inmaterial prácticamente coincide con la de cultura, entendida en el sentido amplio como “el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social” y que, “más allá de las artes y de las letras”, engloba los “modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”. A esta definición hay que añadir lo que explica su naturaleza dinámica, la capacidad de transformación que la anima, y los intercambios interculturales en que participa.

Algunos ejemplos son la poesía, los ritos,

+ El Programa Tesoros Humanos Vivos (CNCA) reconoce a personas y comunidades portadoras de manifestaciones valiosas del Patrimonio Cultural Inmaterial. Más información en: www.portalpatrimonio.cl/programas/thv

los modos de vida, la medicina tradicional, la religiosidad popular y las tecnologías tradicionales de nuestra tierra. Integran la cultura popular las diferentes lenguas, los modismos regionales y locales, la música y los instrumentos musicales tradicionales, las danzas religiosas y los bailes festivos, los trajes que identifican a cada región de Chile, la cocina chilena, los mitos y leyendas; las adivinanzas y canciones de cuna; los cantos de amor y villancicos; los dichos, juegos infantiles y creencias mágicas.

Con relación a ambos tipos de Patrimonio, es importante que cada empresario gastronómico los conozca, sepa identificarlos y ponerlos en valor para dar identidad a la oferta turística y culinaria de Chile, y también para estar preparado para entregar información turística a sus propios clientes.



Comunidad Coya del Río Jorquera



CHILE, POR UN TURISMO SUSTENTABLE



ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL



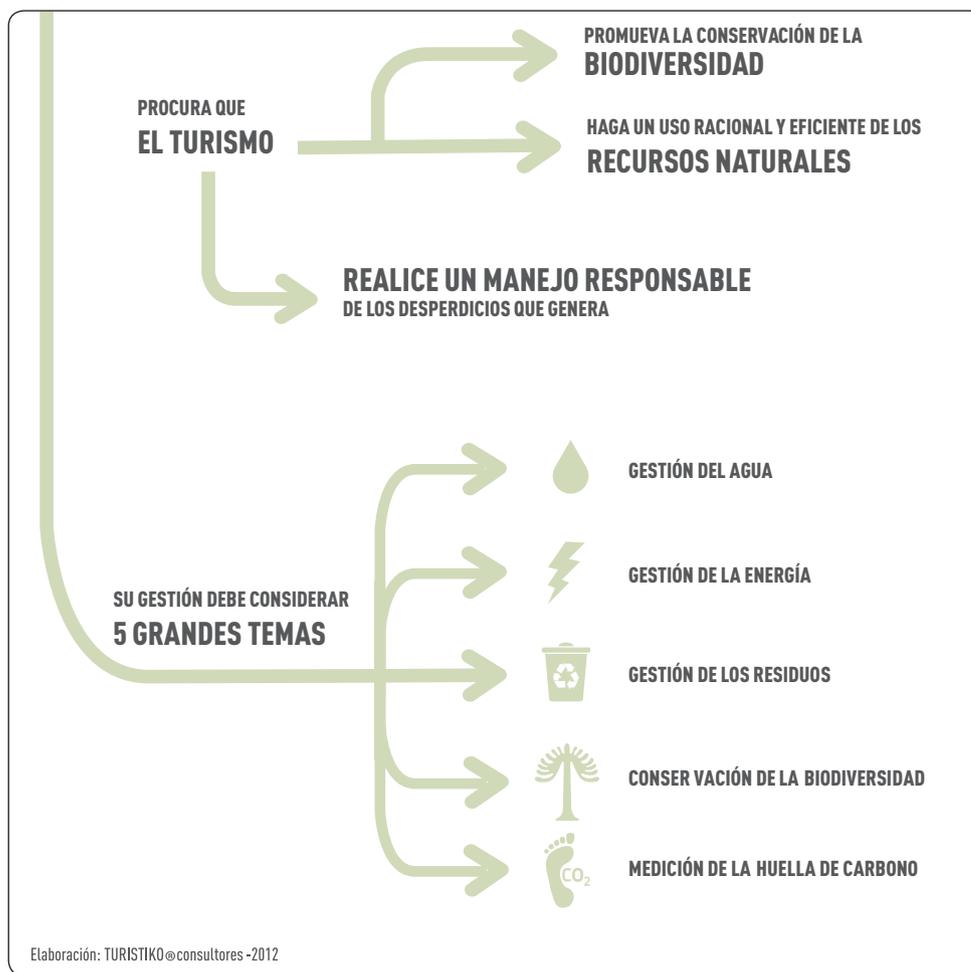
Viñedos del Valle de Colchagua, comuna de San Fernando

EN EL CASO PARTICULAR DE CHILE, ESTE ÁMBITO ES DE ESPECIAL RELEVANCIA, SI SE TOMA EN CONSIDERACIÓN QUE UN 69% DE LOS VISITANTES EXTRANJEROS LLEGAN AL PAÍS ATRAÍDOS POR CONOCER SUS RECURSOS NATURALES



Valle de La Muerte, comuna de San Pedro de Atacama

ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL





INTRODUCCIÓN

El ámbito medioambiental es fundamental para la sustentabilidad turística y muchas veces es erróneamente identificado como el único relevante, en desmedro de los ámbitos económico y socio-cultural, antes revisados. Trabajar por la sustentabilidad medioambiental es determinante ya que muchos tipos de turismo, tales como el turismo de naturaleza, turismo aventura, ecoturismo y otros, dependen de las riquezas naturales de cada destino para su desarrollo. En el caso particular de Chile, este ámbito es de especial relevancia, si se toma en consideración que un 69% de los visitantes extranjeros llegan al país atraídos por conocer sus recursos naturales. Consecuentemente, Chile busca convertirse en los próximos años en un destino reconocido a nivel mundial por el potencial que presenta para turismo de naturaleza.

Siguiendo los lineamientos que sugiere el **Consejo Global de Turismo Sustentable** (ver *Manual Sector Turístico pag.13*), con relación a este ámbito se consideran los siguientes cinco criterios de sustentabilidad: (1) Gestión del Agua (2) Gestión de la Energía (3) Gestión de los Residuos (4) Conservación de la Biodiversidad y (5) Medición de la Huella de Carbono.

A continuación se revisará cada uno de los criterios antes mencionados, describiendo buenas prácticas que contribuirán a alcanzarlos con éxito en un menor período de tiempo. Para algunos de ellos se exponen también, Casos de éxito que han sido recopilados en distintas regiones del país.



Vista al Valle de Colchagua



Ahorro y calidad del agua



GESTIÓN DEL AGUA

Gestionar adecuadamente el recurso agua es fundamental para alcanzar la sustentabilidad turística a escala de territorio como también a escala propia de los establecimientos de alimentación. Estos últimos utilizan el recurso en muchas de sus operaciones (lavado de materia prima, de loza y mantelería, duchas del personal, limpieza de mesas y pisos, riego de huertas y/o jardines, entre otros), en las cuales pueden implementar buenas prácticas, y así ser más sustentables.

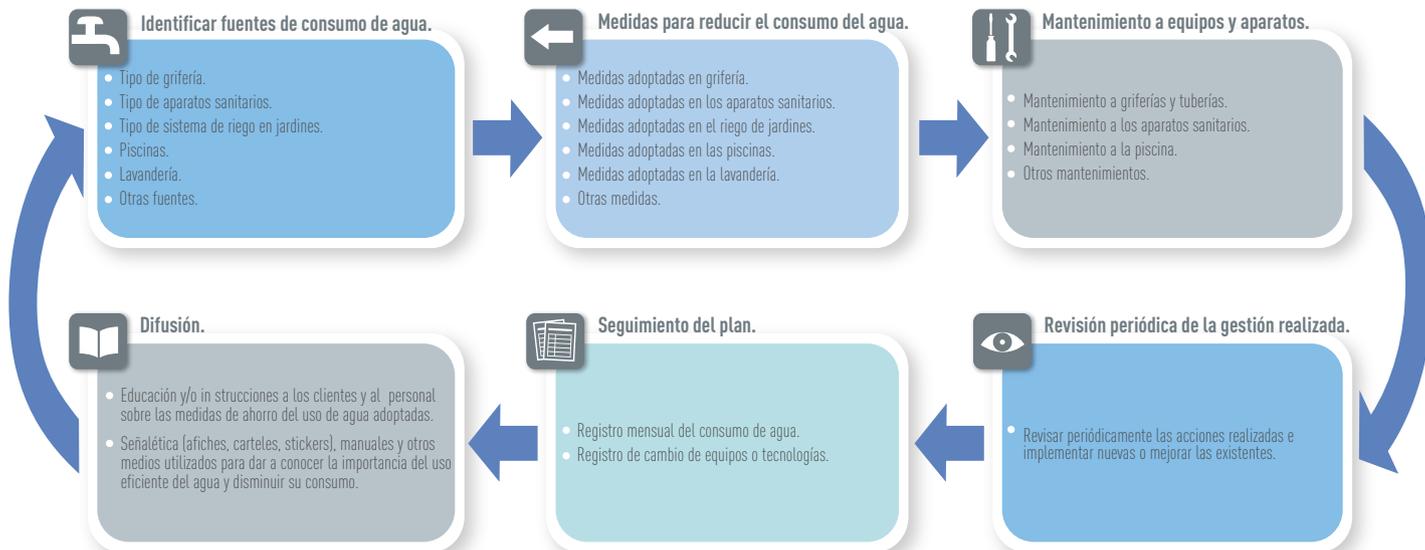
Para lo mismo, se recomienda desarrollar un Plan de Gestión del Agua, que sea actualizado, conocido y difundido por el personal y sugiera líneas de acción apoyándose en la información que entrega un diagnóstico base.

Para el desarrollo de este Diagnóstico base, se deben considerar al menos los siguientes seis temas:

- (1) Identificar fuentes de consumo del agua;
- (2) Describir las medidas actuales para reducir su consumo;
- (3) Describir las medidas de mantención a equipos y aparatos;
- (4) Describir planes de difusión de buenas prácticas;
- (5) Describir medidas de seguimiento y monitoreo.

Para mayor información revisar la siguiente figura:

PASOS PARA EL DESARROLLO DE UN DIAGNÓSTICO BASE QUE GUÍA AL USO SUSTENTABLE DEL RECURSO AGUA



Luego de desarrollado el diagnóstico base, el Establecimiento podrá detectar sus mayores brechas en términos de sustentabilidad y por lo mismo, diseñar un Plan de Gestión Sustentable del recurso, en base a los cinco siguientes temas específicos:

- (1) Identificar las fuentes de consumo;
- (2) Determinar las medidas para reducir el consumo (con inversión, costo cero y mantención);
- (3) Determinar el costo de implementación de las medidas;

- (4) Establecer el ahorro estimado para el periodo de medición;
- (5) Establecer plazos para el cumplimiento de las metas de ahorro;
- (6) Definir responsable de realizar el seguimiento.

A modo de facilitar el desarrollo del Plan de Gestión, se presenta a continuación una Tabla tipo que puede ser replicada y adecuada por cada empresario gastronómico, de acuerdo a sus necesidades específicas:

TABLA TIPO PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE GESTIÓN ASOCIADO AL RECURSO AGUA

TEMA	SUBTEMA	CONSUMO (m ³ ó \$)	COSTO	AHORRO ESTIMADO	PLAZO
Identificar fuentes de consumo de agua.	Cocina				
	Baños				
	Lavado				
	Riego				
	Otras fuentes (de acuerdo a la realidad de cada establecimiento)				
Medidas para reducir el consumo de agua (Requieren inversión)	Instalación de aireadores en griferías				
	Instalación de temporizadores y/o sensores infrarojos en griferías				
	Instalación de colector de aguas lluvias (fase de construcción)				
	Instalación de mecanismos de descarga parcial y completa (estanque del WC)				
	Instalar medidores de consumo por área				
Medidas para reducir el consumo de agua (Costo cero)	Mantener llaves cerradas sin dejar correr agua innecesariamente				
	Lavar vajilla en lavaplatos usando tapón sin dejar correr el agua				
	Utilizar aguas grises para labores de limpieza y riego				
	Otras fuentes (de acuerdo a la realidad de cada establecimiento)				
	Detección y reparación de fugas y/o goteras				
Mantenimiento a los equipos de consumo de agua	Limpiar y despejar tuberías y aparatos				
	Utilizar pistolas de alta presión para limpiezas especiales				
	Realizar un análisis de calidad del agua (baños y cocina al menos)				
	Etiquetar los parámetros de rendimiento óptimo en cada equipo				
Difusión.	Instalar afiches que recuerden las buenas prácticas a implementar				
	Comunicar al equipo los resultados obtenidos al final de cada periodo				
	Registro semanal de consumo de agua				
Monitoreo y Seguimiento	Registro de cambio de dispositivos o tecnologías				
	Registro de resultados al final del periodo				

Responsable _____ Fecha de Medición _____



A continuación se presentan una serie de **buenas prácticas** que podrán guiar al empresario gastronómico en la definición de acciones concretas para mejorar la eficiencia en el uso y consumo del agua.

Buenas Prácticas para una Gestión Eficiente del Agua	
CON RELACIÓN A LAS GRIFERÍAS.	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar perлизadores, economizadores, reductores y limitadores volumétricos de caudal en duchas, lavaplatos y lavamanos; • Utilizar grifería de tipo "monomando", ya que están diseñadas para evitar el goteo y posibilitan no volver a regular la temperatura del agua cada vez que se necesite agua caliente; • Utilizar grifería termostática o electrónica de activación por infrarrojos; • Utilizar grifería con temporizadores (supone ahorros entre un 20% y 40%);
CON RELACIÓN A APARATOS SANITARIOS EFICIENTES.	<ul style="list-style-type: none"> • En estanques de inodoros o WC, utilizar mecanismos con selección de descarga parcial (adecuada para retirar líquidos) y completa (adecuada para retirar sólidos), tales como: estanques con pulsador interrumpible, con tirador o con doble pulsador; • Utilizar urinarios con muy poca agua o sin ella, existen tecnologías basadas en trampa de olores, que permiten a los urinarios no consumir agua y que con una limpieza adecuada no huelan ni produzcan malas sensaciones; • Utilizar duchas de bajo consumo;
CON RELACIÓN A EQUIPOS EFICIENTES.	<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir equipos eficientes en el consumo de agua a nivel de electrodomésticos (lavadoras y lavavajillas) que dispongan de opciones de adaptación a la carga y niveles de suciedad; • Reducir los ciclos de lavado en la lavandería y utilizar la máquina a carga completa; • Utilizar pistolas de alta presión para limpiezas especiales.
APROVECHAMIENTO DE AGUAS NEGRAS, GRISES Y/O PLUVIALES.	<ul style="list-style-type: none"> • Instalar circuitos separadores³ para aguas negras y aguas grises³, reutilizando éstas últimas; • Las aguas grises al igual que las pluviales, se pueden utilizar para lavar pisos exteriores, llenar los estanques del inodoro o WC y regar los jardines, entre otros usos; • Utilizar jabones y productos biodegradables, que no contengan cloro ni fosfatos en su composición y emplear la dosis correcta propuesta por los fabricantes.
CONTROL Y REGISTRO DEL CONSUMO DE AGUA.	<ul style="list-style-type: none"> • Instalar contadores para el control de la instalación, además sirve para llevar un registro del consumo, detectar problemas, desvíos y fugas, entre otros; • Instalar estabilizadores de presión, el control y adecuación de presiones aporta un consumo ajustado a la necesidad y disminución de ruidos, entre otros; • Utilizar gestores o analizadores de consumo, los que permiten vigilar la red de agua y estar atento a cualquier problema no previsto como una fuga, un exceso de consumo, un reventón e incluso una demanda de agua catalogada como "no permitida".
OTROS TEMAS TRANSVERSALES	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar acciones periódicas de mantenimiento de cañerías y tubos; • No realizar algunas labores de cocina, lavado de verduras u otros con las llaves de agua corriendo; • Si se utiliza lavavajillas hacerlo siempre con carga completa; • No descongelar los productos dentro del agua sino que a temperatura ambiente; • Utilizar lavadoras de manteles y servilletas solo con carga completa; • Utilizar detergentes biodegradables para lavadoras de manteles y servilletas.

³ La reutilización de aguas grises, si no se considera en la fase de diseño, posteriormente suele ser inviable por los altos costos que implicaría al no estar preparada la estructura ni canalización de las instalaciones del establecimiento. ⁴ Aguas provenientes del lavamanos, duchas, lavaplatos y lavado de ropa.

GESTIÓN DE LA ENERGÍA

Gestionar adecuadamente la energía, al igual que para el caso del recurso agua, es fundamental para alcanzar la sustentabilidad turística a escala de territorio como también la propia de cada Establecimiento de Alimentación.

Al igual que para el caso anterior, previo a la implementación de buenas prácticas y diseño de un Plan de Gestión Energética, se recomienda realizar un Diagnóstico Base sobre el manejo y acciones de la empresa, siguiendo los siguientes pasos lógicos:

- (1) Identificar fuentes de consumo energético;
- (2) Revisar y describir el estado de las instalaciones;

- (3) Describir las medidas de eficiencia energética que están siendo implementadas;
- (4) Describir las medidas que se implementan para mantener los equipos relacionados con gestión energética;
- (5) Describir procedimientos para revisión periódica de la gestión realizada;
- (6) Describir las acciones de difusión de buenas prácticas hacia el personal;
- (7) Realizar los registros de seguimiento al Plan.

Para mayor información revisar la siguiente figura:



Revisión de las instalaciones

PASOS PARA EL DESARROLLO DE UN DIAGNÓSTICO BASE QUE GUÍA AL USO SUSTENTABLE DE LA ENERGÍA





Planta de Energía Solar

Luego de desarrollado el diagnóstico base, el Establecimiento podrá detectar sus mayores brechas en términos de sustentabilidad y por lo mismo, diseñar un Plan de Gestión Sustentable del recurso, en base a los cinco siguientes temas específicos:

- (1) Identificar las fuentes de consumo;
- (2) Determinar las medidas para reducir el consumo (con inversión, costo cero y mantenimiento);
- (3) Determinar el costo de implementación de las medidas;

- (4) Establecer el ahorro estimado para el periodo de medición;
- (5) Establecer plazos para el cumplimiento de las metas de ahorro;
- (6) Definir responsable de realizar el seguimiento.

A modo de facilitar el desarrollo del Plan de Gestión, se presenta a continuación una Tabla tipo que puede ser replicada y adecuada por cada empresario gastronómico, de acuerdo a sus necesidades específicas:

TABLA TIPO PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE GESTIÓN ASOCIADO AL RECURSO ENERGÍA

TEMA	SUBTEMA	CONSUMO (KW/h ó \$)	COSTO	AHORRO ESTIMADO	PLAZO
Identificar fuentes de consumo energético.	Iluminación				
	Refrigeración				
	Climatización				
	Electrodomésticos				
	Extractores				
Medidas para la eficiencia energética (Requieren inversión)	Instalación de lámparas y ampolletas eficientes (CFL-LED)				
	Instalación de sensores de movimiento (encendido y apagado automático)				
	Instalación de temporizadores (corte y encendido programado)				
	Instalación de placas fotovoltaicas				
	Adquisición de equipos eficientes (categoría A++)				
Medidas para la eficiencia energética (Costo cero)	Ajustar la potencia de los equipos según la necesidad de uso				
	Mantener cerradas las puertas de los refrigeradores				
	Utilizar los equipos de lavado con cargas completas				
	Desconectar los aparatos que no se están utilizando				
Mantenimiento a los equipos de consumo energético.	Mantener limpios vidrios y ventanales (aprovechar luz solar)				
	Limpiar lámparas y luminarias regularmente				
	Limpiar filtros de aire acondicionado				
	Limpiar extractores y ductos de ventilación				
	Regular potencia de equipos de frío y calor				
Difusión.	Detectar y reparar equipos en mal estado				
	Etiquetar los parámetros de rendimiento óptimo en cada equipo				
	Instalar afiches que recuerden las buenas prácticas a implementar				
Monitoreo y Seguimiento	Comunicar al equipo los resultados obtenidos al final de cada periodo				
	Registro semanal de consumo energético				
	Registro de cambio de equipos o tecnología				
	Registro de resultados al final del periodo				

Responsable _____ Fecha de Medición _____

RESTAURANT SOLAR DE VILLASECA

Comuna de Vicuña, Región de Coquimbo



Ubicado en la comuna de Vicuña, en el Valle de Elqui, este proyecto constituye una verdadera historia de esfuerzo e innovación. En 1988, la Municipalidad a través de un proyecto llamado "Contribución de la mujer de áreas rurales, al uso adopción y desarrollo de nuevas tecnologías cocinas solares" obtuvo recursos provenientes del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para implementar un sistema para la calefacción del agua a través de tecnología solar, debido al inminente agotamiento de la leña en el sector.

El proyecto se implementó y a través de los años, dichas mujeres dominaron cada vez más el funcionamiento de los aparatos solares y vieron en esto una oportunidad de para salir de la pobreza: crear un restaurant solar único en Chile. De ahí nace la idea de del "Restaurant Solar de villaseca", inaugurado en 2000 que muestra una historia llena de éxitos.



En 1996 un grupo de 25 mujeres y hombres de Villaseca obtiene personalidad jurídica como Asociación Gremial, con el fin de postular a fondos y proyectos, los cuales luego de sucesivos intentos permiten, en 2000, la inauguración del Restaurant, con una capacidad inicial para 16 personas;

Se construyen 10 hornos solares, utilizados para las distintas necesidades de una cocina abierta al público, vale decir, hervir agua, hacer pan, asar carnes y otros procesos;

Se inician los contactos con tour operadores locales para recibir parte de los visitantes que iban a conocer el Valle de Elqui y sus atractivos;



A la fecha, el Restaurant cuenta con más de 35 hornos solares, los que han sido perfeccionados con el paso del tiempo;

El establecimiento tiene una capacidad para recibir 160 personas simultáneamente y gran parte de los clientes son extranjeros que han tomado tours por el Valle de Elqui;

El negocio da trabajo a 31 personas, todos residentes de Villaseca.

FUENTE: Restaurante Solar de Villaseca



Finalmente, y con relación al recurso Energía y su gestión propiamente tal, a continuación se presenta una serie de buenas prácticas importantes de tener en consideración en términos de sustentabilidad turística, diferenciadas según macro temas:

Buenas Prácticas para una Gestión Eficiente de la Energía	
ILUMINACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar sistemas de iluminación eficientes como lámparas fluorescentes compactas (CFL), tubos fluorescentes (T5), lámparas LED y balastro electrónico, entre otros; • Sustituir las luminarias antiguas por otras más modernas y de mayor eficiencia; • Utilizar más de un tipo de luminaria, unas para la iluminación ambiental general y otras para iluminar de forma localizada; • Utilizar sistemas de control y regulación de la iluminación (dimmer, sensores de movimiento, interruptores tarjetas y horarios, otros); • Pintar las superficies de las habitaciones de colores claros y brillantes, ya que reflejan hasta un 80% de la luz incidente; • Instalar luminarias que funcionen con placas fotovoltaicas para la iluminación exterior;
COCINA.	<ul style="list-style-type: none"> • Etiquetar los equipos con su tiempo de calentamiento; • Utilizar equipos con mayor rendimiento energético; • Ajustar el extractor de aire en todo momento a la capacidad de extracción necesaria; • Mantener las puertas de los refrigeradores y cámaras frigoríficas cerradas el mayor tiempo posible y comprobar periódicamente que el cierre sea hermético; • Colocar cortinas de plástico en las puertas de las cámaras frigoríficas de mayor tamaño a modo de barrera térmica mientras las puertas están abiertas; • Comprar equipos eficientes sobre todo aquellos de mayor consumo como, hornos, otros elementos eléctricos de cocina y equipos de refrigeración;
LAVANDERÍA	<ul style="list-style-type: none"> • Recuperar calores residuales del agua caliente de los distintos ciclos de enjuague; • Utilizar las máquinas a carga completa, donde su rendimiento energético es mayor; • Producir agua caliente de forma centralizada, en lugar de realizarla en cada equipo. • Controlar la temperatura de los recintos (controlar el termostato, utilizar interruptores tarjetas para los clientes, otros);
CLIMATIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Zonificar las áreas a calefaccionar, para poder apagar selectivamente los equipos. • Instalar bombas de calor, calderas de baja temperatura o calderas de condensación; • Instalar válvulas termostáticas para limitar y regular la temperatura del agua caliente sanitaria (ACS) a consumo, evitando las pérdidas de agua caliente por ajuste de la temperatura de la llave; • Instalar sistemas de bajo consumo en duchas y baños disminuye el caudal de agua a calentar; • Dimensionar las calderas adecuando su potencia a la demanda y evitar sobredimensionamientos innecesarios.
ACONDICIONAMIENTO TÉRMICO.	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar doble vidrio en ventanas; • Aislar techos utilizando placas de yeso decorativas u otras; • Aislar el suelo utilizando una tarima de madera sobre materiales aislantes de poliestireno o poliuretano, entre otros; • Aislar las paredes creando una cámara de aire entre el material exterior y el interior;
MANTENIMIENTO DE LOS EQUIPOS.	<ul style="list-style-type: none"> • Para los sistemas de climatización, verificar que los termostatos trabajen adecuadamente, sustituir los filtros según las recomendaciones del fabricante, mantener limpias las superficies de los intercambiadores y rejillas entre otros; • Revisar la planta de calderas y los equipos de combustión regularmente, revisar los controles de funcionamiento de forma regular, verificar que todas las electroválvulas y compuertas abran y cierren completamente sin atascos y, detectar y reparar fugas de agua en conducciones, llaves y duchas, entre otros; • Limpiar las ventanas para obtener la máxima luz natural; • Limpiar lámparas y luminarias regularmente, y reemplazar según los intervalos recomendados por el fabricante;
APROVECHAMIENTO DE LA ENERGÍA SOLAR.	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la energía solar para generar energía eléctrica a través de placas fotovoltaicas; • Considerar la producción de ACS mediante la utilización de la energía solar a través de paneles termosolares;



GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS

La acumulación de residuos sólidos es una importante amenaza al turismo por cuanto contamina visual y materialmente. Para estos efectos, todo empresario turístico y en particular los relacionados con servicios de alimentación, pueden contribuir a reutilizar y/o reciclar envases y reducir su consumo, y para aprovechar la materia orgánica en la elaboración de compost o abono orgánico.

Un establecimiento de alimentación genera principalmente tres tipos de desechos, los que deben ser separados para facilitar el reciclaje.

Para mayor información revisar la siguiente figura:



Contenedor de Reciclaje para vidrio.

Asimismo, es importante considerar la clasificación y separación de los desechos a la hora de trabajar por la sustentabilidad, ya que, en un establecimiento de alimentación se generan tres tipos de desechos, que deben ser separados para facilitar el reciclaje.



Orgánicos

Aquellos de origen animal y vegetal. Estos son biodegradables por lo que se pueden descomponer sin perjudicar al ambiente. Acá están todos los restos de alimentos a excepción de las grasas.



Inorgánicos

Aquellos cuya degradación toma muchos más tiempo y pueden causar accidentes en el personal. Acá están los vidrios, cerámica, metales, escombros, vajilla, tetra pack y envases, entre otros.



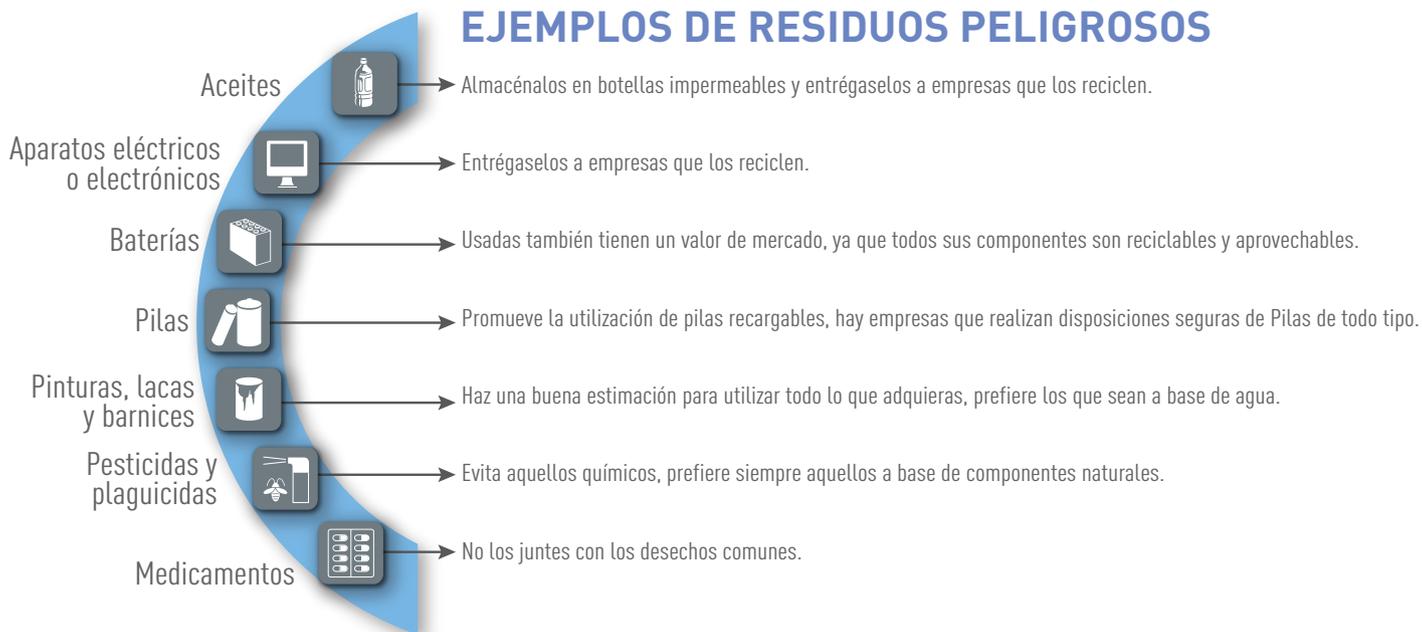
Peligrosos

aquellas sustancias o materiales que por sus características físicas, biológicas o químicas pueden ser nocivas para el medioambiente. Como por ejemplo, las grasas, diluyentes, pilas, químicos y productos de limpieza.



Reciclaje de Pilas

EJEMPLOS DE RESIDUOS PELIGROSOS



IMPORTANTE

- Haz un esfuerzo por no generarlos;
- No debes tirarlos al tarro de basura común ni menos por el alcantarillado;
- En caso de dudas busca consejos con el fabricante del producto en cuestión;
- Nunca incineres este tipo de residuos en un lugar no autorizado (las empresas cementeras generalmente están capacitadas para poder incinerar estos residuos);
- Este tipo de desechos deben ir a un relleno de seguridad, identificados y etiquetados de acuerdo a la clasificación y tipo de riesgo que establece la norma chilena oficial NCh2.190;
- Debes capacitar a tu personal sobre la correcta y segura forma de manipularlos.

AQUÍ ESTÁ COCO RESTAURANT

Comuna de Providencia, Región Metropolitana



En 2008, un incendio consumió por completo el restaurant del conocido chef Jorge "Coco" Pacheco, en la comuna de Providencia, Santiago. A pesar de que el lugar era un verdadero museo y no se pudo rescatar prácticamente nada, su dueño decidió ver una oportunidad en el siniestro y visualizó rápidamente que su nuevo restaurant se construiría de manera sustentable, recuperando antiguos materiales, incorporando nuevas tecnologías para la generación de energía renovable y principalmente implementando una serie de buenas prácticas por parte de todo el personal que trabajaba en el restaurant.



- El cuarenta por ciento de los materiales usados en la reconstrucción fueron reciclados, desde el piso rescatado de un antiguo gimnasio de Osorno, hasta las escaleras que llevan al segundo piso provenientes de un banco de la ciudad de La Unión, todo tiene una historia que vuelve a reinventarse;
- Detalles como individuales hechos de cuero de salmón que eliminan el empleo de manteles, y con ello, reducen el gasto de energía;
- Las maderas nuevas utilizadas provienen de bosques renovables;
- El apoyo a economías vulnerables, como aquellas de pequeños agricultores de la Araucanía, se refleja en la difusión constante sus productos en la cocina del restaurant;
- La implementación de soluciones energéticas como paneles solares, difusores de agua y sensores de movimiento para el encendido y apagado de luces;
- Los espacios cumplen estándares acústicos, lumínicos y de temperatura basados en parámetros internacionales que buscan el confort del ser humano, con un mínimo gasto de energía.



- Teniendo el actual restaurant un 40% más de capacidad que el anterior, consume sólo un 60% de la energía eléctrica que este requería anteriormente;
- Del 100% de la energía utilizada en el restaurant, un 35% proviene de la fuentes de energías renovables implementadas en la nueva construcción;
- La reputación del restaurant se ha fortalecido entre el público (principalmente extranjero) que reconoce en los esfuerzos por operar los negocios de manera más sustentable un valor agregado al producto;
- Las buenas prácticas impartidas al personal en relación al uso responsable del agua han permitido que se reduzca su consumo a una tasa anual del 7% en los últimos 3 años.

FUENTE: Restaurant Aquí está Coco



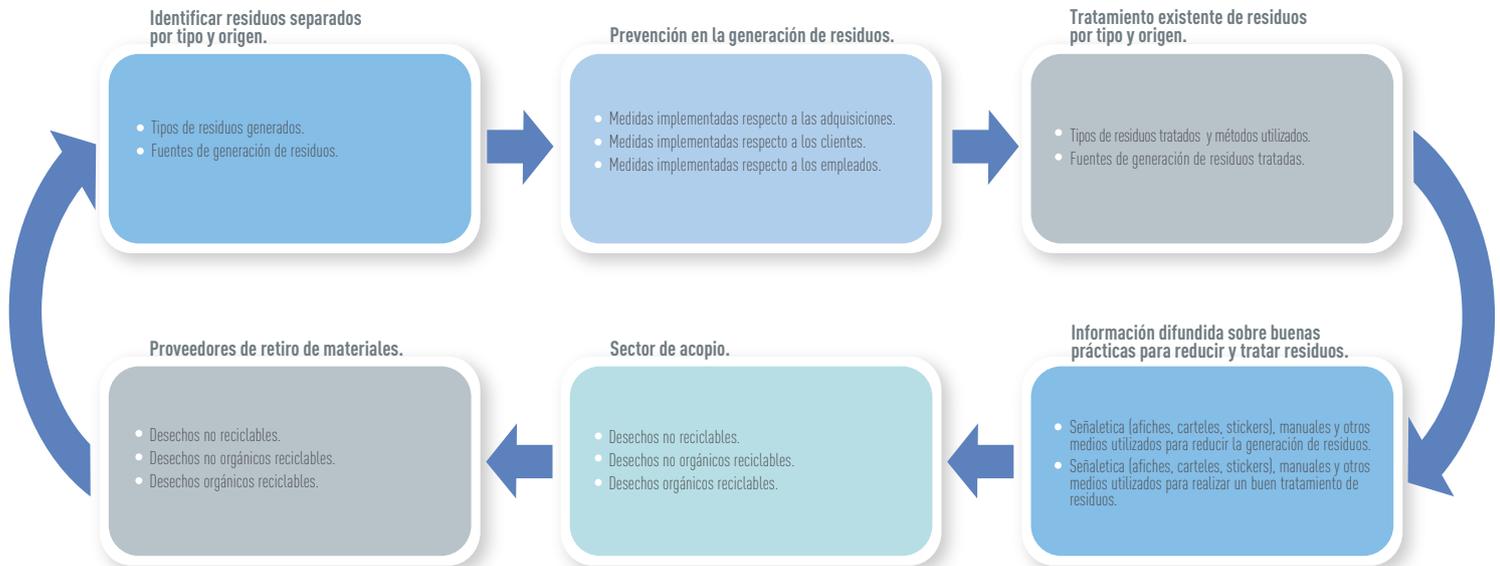
Al igual que para los casos de Planes de Gestión de la Energía y Agua, se recomienda a los empresarios de servicios de alimentación, en primera instancia diagnosticar su infraestructura y acciones enfocadas al tratamiento de Residuos y posteriormente diseñar un Plan de Acción que los acerque a la sustentabilidad de sus operaciones y el turismo en general.

Al realizar un Diagnóstico Base para el futuro desarrollo de un Plan de gestión de los Residuos Sólidos, se recomienda poner especial énfasis en los siguientes temas particulares:

- (1) Describir los tipos de residuos que se originan en el establecimiento;
- (2) Describir las acciones que se están realizando para prevenir la generación de residuos: re-utilización y reducción;
- (3) Describir las acciones que se están realizando para el tratamiento de residuos diferenciando según tipos;
- (4) Describir la cadena de retiro de los residuos sólidos acumulados;
- (5) Describir las condiciones básicas del sector de acopio;
- (6) Describir la información que se difunde a nivel interno con relación al tratamiento de los residuos sólidos.

Para mayor información revisar la siguiente figura:

PASOS PARA EL DESARROLLO DE UN DIAGNÓSTICO BASE QUE GUÍA A LA GESTIÓN SUSTENTABLE DE LOS RESIDUOS



Fuente: Guías de Apoyo Sistema Nacional de Distinción de Servicios Turísticos (SERNATUR 2012)

Luego de desarrollado el Diagnóstico Base, el Establecimiento podrá detectar sus mayores brechas en términos de sustentabilidad y por lo mismo, diseñar un Plan de Gestión Sustentable de los Residuos Sólidos acumulados, en base a las variables propuestas en la Tabla Tipo que se presenta a continuación:

TEMAS A REFERIRSE		PLAN DE GESTIÓN			
TEMA	SUBTEMA	OBJETIVO	RECURSOS	PLAZOS	RESPONSABLE
Identificar residuos separados por tipo y origen	Tipos de residuos generados.				
	Fuentes de generación de residuos.				
Prevención en la generación de residuos	Medidas implementadas respecto a las adquisiciones.				
	Medidas implementadas respecto a los clientes.				
	Medidas implementadas respecto a los empleados.				
Tratamiento existente de residuos por tipo y origen	Tipos de residuos tratados y métodos utilizados.				
	Fuentes de generación de residuos tratadas.				
Información difundida sobre Buenas Prácticas para reducir y tratar residuos	Señalética (afiches, carteles, stickers), manuales y otros medios utilizados para reducir la generación de residuos.				
	Señalética (afiches, carteles, stickers), manuales y otros medios utilizados para realizar un buen tratamiento de residuos.				
Sector de acopio	Desechos no reciclables.				
	Desechos no orgánicos reciclables.				
	Desechos orgánicos reciclables.				
Proveedores de retiro de materiales	Desechos no reciclables.				
	Desechos no orgánicos reciclables.				
	Desechos orgánicos reciclables.				
Otros	Otros.				

Para el caso particular de empresarios gastronómicos, es importante que tengan en consideración también los siguientes temas:

- Un Establecimiento de Alimentación genera inevitablemente una gran cantidad de desechos sólidos. Por lo mismo, un manejo sustentable de los mismos contribuirá a disminuir la contaminación del

destino y sus recursos naturales, como también valorizarlos para darles un nuevo uso.

En este sentido, las acciones deben estar orientadas a reducir, recolectar, separar, almacenar, reutilizar y dar una adecuada disposición final a estos desechos. **Para lograr esto, se deben considerar las siguientes acciones:**



Elaboración: TURISTIKO@consultores -2012



CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

Son muchas las acciones que un empresario gastronómico puede desarrollar para contribuir a la conservación de la biodiversidad local. Por ejemplo puede realizar aportes financieros a entidades de conservación, difundir información relacionada con la conservación de especies de flora y/o fauna catalogadas en categorías críticas de conservación, aportar iniciativas enfocadas a la educación ambiental de niños, jóvenes e inclusive adultos entre muchas otras opciones.

Se recomienda elaborar un Plan de Gestión de la Biodiversidad, con metas claras y definidas en el tiempo, responsables, recursos comprometidos entre otros.

Para mayor información revisar la Tabla Tipo presentada a continuación:



Parque Tantauco, comuna de Quellón

TEMAS A REFERIRSE		PLAN DE GESTIÓN A FUTURO			
TEMA	SUBTEMA	OBJETIVO	RECURSOS	PLAZOS	RESPONSABLE
Establecimientos	Tipo y procedencia de los productos utilizados.				
	Tipo de Proveedores.				
	Tipo de platos ofrecidos en la carta.				
	Tipo y procedencia de productos utilizados en baños y spa.				
	Tipo y procedencia de productos utilizados en la decoración de las instalaciones.				
Espacios de comercialización de productos locales	Tipo de productos que se venden.				
	Productores de los artículos a la venta.				
	Procedencia de los artículos a la venta.				
Terrenos y jardines (En caso de que aplique)	Materiales de elaboración de los productos.				
	Tipo de especies utilizadas en espacios exteriores y jardines.				
	Información con respecto a las especies utilizadas.				
	Tipo de iluminación de espacios exteriores y jardines.				
	Diseño de jardines y terrenos a los alrededores de las instalaciones.				
Destino en el que se localiza el establecimiento	Tipo de relación con actores locales ligados a la conservación de la biodiversidad.				
	Actividades realizadas en el destino que estén ligadas a la conservación de la biodiversidad.				
	Apoyo a iniciativas de conservación en el destino.				
	Material como folletería, paneles informativos, libros, manuales para dar a conocer la importancia de la conservación de la biodiversidad en el destino.				
	Disponibilidad de información acerca de las áreas silvestres protegidas públicas y privadas con acceso.				

RECOMENDACIONES GENERALES

A continuación se presentan una serie de buenas prácticas que podrán guiar al empresario gastronómico en el desarrollo del Plan de Gestión para la Conservación de la Biodiversidad.

Buenas Prácticas para la Conservación de la Biodiversidad	
RECOMENDACIONES GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar alimentos procedentes de fuentes sustentables, particularmente en el caso del pescado y los mariscos, los productos agrícolas y la carne de caza; • Introducir platos regionales preparados con alimentos de producción local en el menú; • Sensibilizar al personal sobre cuestiones de biodiversidad relativas a la producción y obtención de alimentos (pescado, mariscos y carne de caza); • Educar a los empleados para que ayuden a los clientes a entender y apreciar los alimentos procedentes de fuentes sostenibles e invitarles a que aporten sus ideas sobre la utilización de este tipo de alimentos; • Crear un huerto o invernaderos en los terrenos del establecimiento o en otro lugar e invitar a los clientes y proveedores a visitarlo; • Buscar proveedores que utilicen materiales y sistemas de empaquetado sostenibles; • Montar una pequeña exposición de productos locales o fotografías de la producción local de alimentos y utensilios utilizados en la recolección.
TERRENOS Y JARDINES (en caso de que aplique)	<ul style="list-style-type: none"> • Plantar especies autóctonas ya que son las que mejor se adaptan a las condiciones climáticas y a la disponibilidad de agua pluvial del lugar. Se recomienda comprar estas plantas en viveros locales y así brindarles un vital apoyo; • Comprobar que las plantas utilizadas en el recinto y los jardines del establecimiento no están clasificadas como especies invasoras; • Plantar árboles y arbustos autóctonos para crear zonas de sombra y nuevos hábitats. También se pueden cubrir cubiertas y muros con vegetación, lo cual contribuye al ahorro de energía; • Fomentar la presencia de especies silvestres en el establecimiento. Por ejemplo, se puede crear un jardín con especies silvestres o, en zonas urbanas de pequeño tamaño, proporcionar espacios adecuados para la anidación de las aves o cajas nido y/o cultivar plantas atractivas para las mariposas; • Siempre que sea posible, se recomienda dedicar una parte del terreno al establecimiento de una zona o reserva natural, ya que incluso espacios pequeños pueden ser muy importantes para las especies silvestres.
DESTINO	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar entre el personal y la clientela las actividades de recreación y las excursiones responsables y apoyar las iniciativas locales para la conservación de la biodiversidad; • Organizar campañas para la limpieza de hábitats locales, y participar en ellas; • Utilizar la contribución realizada por su establecimiento dedicando tiempo de su personal y otros recursos para aumentar el interés y apoyo de la comunidad respecto de la conservación de la naturaleza; • Trabajar con las organizaciones y las autoridades locales con los siguientes objetivos: <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizarlos acerca de la importancia y el valor de proteger la biodiversidad para el destino del hotel, sus comunidades y empresas. - Animarlos a designar áreas para la conservación de la biodiversidad y gestionarlas adecuadamente. - Animarlos a apoyar a las empresas locales cuyos productos y servicios tengan en cuenta el valor de la biodiversidad. • Apoyar los proyectos de organizaciones y autoridades que mejoren la biodiversidad y el turismo en lugares de interés para sus clientes: <ul style="list-style-type: none"> - Poner a disposición de las iniciativas locales de conservación el establecimiento y otras iniciativas de recaudación de fondos.



- El Ministerio del Medio Ambiente, en su página web, cuenta con una sección específica denominada “quiero mejorar mi huella”. Se recomienda revisarla y a partir de esta herramienta interactiva, diseñar la propia en base a los registros disponibles.
<http://www.mma.gob.cl/quieromejorarmihuella/>



MEDICIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO

La Huella de Carbono es el cálculo de los **Gases de Efecto Invernadero (GEI)** emitidos, directa o indirectamente, por un individuo, empresa, organización o por el destino en su totalidad, y que provocan, entre otras reacciones adversas, el cambio climático. Los **GEI** pueden ser medidos a través de un inventario de emisiones asociadas a los procesos productivos o de consumo de un Servicio de Alimentación, con el fin de identificar concretamente estrategias y acciones para su disminución y compensación.

Es recomendable para cualquier establecimiento gastronómico medir la huella de carbono. Lo anterior permite conocer el volumen de emisiones, y a su vez, implementar acciones para disminuirlas. Cuando los servicios de alimentación adopten esta buena práctica, podrán difundir los resultados y la iniciativa entre los actores relevantes del sector y por supuesto entre los clientes, lo que les permitirá mejorar su imagen.

Al medir la huella de carbono se debieran considerar al menos las emisiones relacionadas con los siguientes ítems:

- Consumo energético para la preparación de alimentos;
- Consumo energético para la iluminación y climatización del local;
- Consumo de Combustibles (diesel, gasolina, gas y otros);
- Uso de gases refrigerantes para conservar alimentos y para aire acondicionado;
- Uso de materias primas.

Todas estas mediciones están sujetas a la disponibilidad de registros de una institución y/o empresa, y se recomienda que las estimaciones sean anuales.

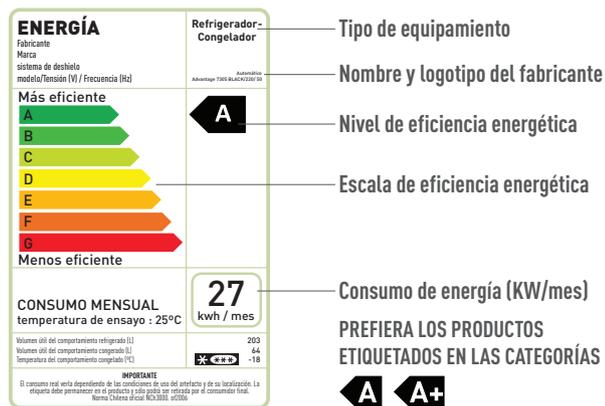
Entre las acciones que los servicios de alimentación pueden realizar para reducir sus emisiones se consideran algunas de las siguientes:

- Realizar una campaña interna entre los trabajadores para sensibilizar y transmitir buenas prácticas relacionadas con consumo energético, reciclaje y reducción en el uso de papel, entre otros;
- Cambiar equipos de alto consumo energético por otros de mayor eficiencia;
- Dar prioridad a combustibles menos contaminantes;
- Proveer estacionamientos para bicicletas, tanto para el personal como para los clientes;
- Realizar reciclaje de residuos sólidos y líquidos; Incentivar a través de campañas de sensibilización e información, la medición de la huella de carbono de otras empresas del sector, bajo un método uniforme establecido de común acuerdo;
- Ofrecer a los turistas la posibilidad de compensar su huella de carbono, por ejemplo, a través de programas de reforestación.

+ Existe una herramienta gratuita, confidencial y especialmente diseñada para Pymes, que le ayudará a conocer y reducir la HUELLA DE CARBONO de su empresa, haciéndola más consciente y activa frente al medioambiente. Más información en: www.huellapyme.cl

La disminución del consumo de energía se traduce concretamente en una reducción de costos de operación para la empresa.

ETIQUETA ENERGÉTICA



¿Qué es?

La etiqueta energética es una herramienta creada para entregar información clara, que le permita al consumidor determinar rápidamente qué producto es más eficiente, en términos de consumo eléctrico.

Además incluye otras características, por ejemplo, la vida útil en el caso de las ampolletas, y el consumo mensual del producto en el caso de refrigeradores.

¿Qué productos la incorporan?

En Chile, son 3 los productos obligados a llevarla.



Refrigeradores



Ampolletas Incandescentes



Lámparas Fluorescentes Compactas

LO QUE DEBE SABER SOBRE LAS AMPOLLETAS



La ampolleta incandescente (tradicional) es la más barata del mercado, sin embargo su vida útil es muy corta y su consumo, considerablemente mayor respecto a las LFC. Se prevé que en los próximos 10 años desaparezcan del mercado.

Son más caras que las corrientes, pero duran más horas y gastan menos energía. Encendidas 4 horas al día permiten ahorrar entre 25% y 30% de electricidad. Una ampolleta eficiente de 20 watts, ilumina lo mismo que una ampolleta común de 100 watts, y consume la quinta parte de la energía.

\$300	precio	\$1.900
1.000 horas aprox.	duración	8.000 horas aprox.
100 watts	consumo	20 watts
Diversos países las sacaron del mercado	atención	Contienen mercurio, lo que dificulta su reciclaje

Fuente: Ministerio de Energía, Gobierno de Chile
Elaboración: TURISTIKO@consultores-2012



FUENTES ADICIONALES DE INFORMACIÓN

Buenas Prácticas en Acción: Empresas de Alimentos y Bebidas. Rainforest Alliance. Quito, 2011.

Buenas Prácticas para el Turismo Sostenible, Guía para el pequeño y mediano empresario. Rainforest Alliance, San José, 2005.

Código Ético Global del Turismo. Organización Mundial del Turismo. Santiago, 1999.

Food & Wine Sustainability Guide. New Zealand Ministry of Tourism. Auckland, 2009.

Guía de Buenas Prácticas: Empresas de Alimentos y Bebidas. Rainforest Alliance. Quito, 2011.

Guía de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Comunidades de Latinoamérica. SNV y Rainforest Alliance. 2009.

Guía de Buenas Prácticas para un Turismo Sustentable. SERNATUR, Departamento de Planificación. Santiago, 2008.

Guía de Mejores Técnicas Disponibles para la Conservación de Alimentos en los Sectores de Alojamiento Turístico y Gastronomía. Consejo de Producción Limpia. Santiago, 2012.

Guía de Mejores Técnicas Disponibles para el Almacenamiento de Productos Alimenticios como Materia Prima en el Sector de Alojamiento Turístico y Gastronómico. Consejo de Producción Limpia. Santiago, 2012.

Guía de Mejores Técnicas Disponibles para la Recepción y Control de la Calidad de las Materias Primas en el Sector Alojamiento Turístico y Gastronómico. Consejo de Producción Limpia. Santiago, 2012.

Guía de Mejores Técnicas Disponibles para el Uso Óptimo de Aceites y Grasas de Fritura en el Sector Gastronómico y de Alojamiento Turístico. Consejo de Producción Limpia. Santiago, 2012.

Handbook on Tourism Destination Branding. Organización Mundial del Turismo y Comisión Europea de Turismo. Madrid, 2009.

Juntos Podemos. René Fischer, GORE Región Metropolitana y SERNATUR. Santiago, 2003.

Serie de Publicaciones: Cambio Climático; Eficiencia de los recursos; Desastres y conflictos; Gobernanza ambiental; Sustancias nocivas y desechos peligrosos; Gestión de los ecosistemas. PNUMA, París, 2003.

Gestión de la Saturación Turística en sitios de interés natural y cultural. Guía Práctica. Organización Mundial del Turismo. Madrid, 1999.

What the tourism industry can do to improve its performance? A manual for water and waste management. UNEP, Paris, 2003.

WEB DE INFORMACIÓN

- Asociación Chilena de Gastronomía
www.achiga.cl
- Blog Veo Verde
www.veoverde.com
- Consejo de Producción Limpia
www.produccionlimpia.cl
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
www.cnca.cl
- Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos
www.dibam.cl
- Federación de Empresas de Turismo de Chile
www.fedetur.org
- Mercado Orgánico
mercadorganico.wordpress.com
- Ministerio del Medio Ambiente
www.mma.gob.cl
- Organización Mundial del Turismo
www.unwto.org
- Patrimonio de la Humanidad en Chile
www.unesco.org
- Patrimonio Inmaterial de Chile
www.portalpatrimonio.cl
- Programa Arriba MiPyme
www.arribamipyme.cl
- Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente
www.pnuma.org
- Servicio Nacional de Turismo
www.sernatur.cl

GLOSARIO DE CONCEPTOS

Aguas grises: Aguas provenientes del lavamanos, duchas, lavaplatos y lavado de ropa.

Aguas negras: Aguas provenientes del inodoro o WC, también conocidas como “agua cloacal”.

Año de referencia: Año de operación en el cual se basarán los datos entregados, corresponde también a la línea base.

Bomba de calor: Sistema de climatización más eficiente que otros, diseñada preferentemente para obtener calor, pero por inversión del ciclo también puede proporcionar frío.

Balastro electrónico: Equipo auxiliar utilizado en tubos y lámparas fluorescentes, proporciona un arranque instantáneo sin pérdidas, por lo que su consumo energético es inferior al balastro convencional.

Caldera: Aparatos en los cuales la energía potencial de un combustible se transforma en utilizable (en forma de calor) mediante el calentamiento de un fluido, agua o aire, que circula por ella y que se utiliza para calefacción o producción de agua caliente sanitaria (ACS).

Caldera de baja temperatura: Tienen menos pérdidas de calor que las calderas convencionales. Están diseñadas para aceptar una entrada de agua a temperaturas menores a 40 °C.

Calderas de condensación: Recupera el calor del vapor de agua que se produce durante la combustión de los combustibles, consiguiendo rendimientos energéticos más altos.

Estabilizadores de presión: Garantiza un flujo de agua idéntico en ambas líneas de agua (fría y caliente) evitando los cambios bruscos de temperatura.

Estanque de inodoro o WC con doble pulsador: Permite seleccionar la cantidad de agua a descargar en función del botón utilizado, uno corresponde para la descarga completa y el otro corresponde a una descarga parcial.

Estanque de inodoro o WC con pulsador interrumpible: Una pulsación corresponde a una descarga completa y dos pulsaciones para descarga parcial.

Estanque de inodoro o WC con tirador: Al levantar y presionar hacia abajo el tirador se interrumpe la descarga, mientras que si se deja que baje el tirador solo, se produce la descarga completa.

Grifería electrónica de activación por infrarrojos: Ajusta la demanda de agua a la necesidad del usuario, activando el suministro e interrumpiéndolo según esté o no presente el usuario.

Grifería termostática: Mezcla automáticamente el agua fría con la caliente, para lograr la temperatura seleccionada por el usuario.

Grifo monomando: Permite una regulación del caudal para que en un primer movimiento no se logre la máxima abertura y se pierda gran cantidad de agua.

Indicadores: Método de medición de cumplimiento de las metas planteadas.

Interruptor o limitador volumétrico de caudal: Permite cortar y/o regular el agua, permitiendo reducir los consumos de agua mientras la persona se jabona o lava el pelo.

Lámpara: Es el elemento destinado a suministrar la energía lumínica.

Lámparas Fluorescentes Compactas (CFL): Reducen el consumo energético un 80% y su duración es entre 8 y 10 veces mayor que

lámparas convencionales o incandescentes.

Lámparas LED: Tienen una gran durabilidad (entre 30.000 y 50.000 horas) y su uso reduce el consumo de electricidad entre 40 y 90%.

Luminaria: Es el elemento donde va instalada la lámpara. Comprende todos los dispositivos necesarios para el soporte, fijación y protección de la lámpara.

Metas: Se refieren a cómo voy a hacerlo para cumplir con los objetivos planteados, se relaciona con el corto plazo y debe redactarse con elementos cuantitativos.

Objetivos: Se refieren a qué quiero hacer, se relaciona con el largo plazo.

Oportunidades: Cuando hay algo que aún no funciona a la perfección se dice que hay una oportunidad de mejora.

Perlizador: también llamado aireador, es un elemento dispersor que mezcla aire con agua, reduciendo así el consumo de agua.

Reductor volumétrico de caudal: Permite cortar y/o regular el agua, ahorra más del 40% del agua.

Paneles termosolares: Captan la energía solar para producir agua caliente.

Placas fotovoltaicas: Captan la energía solar para generar energía eléctrica.

Producción Limpia: es una estrategia de gestión productiva y ambiental, aplicada a las actividades productivas, con el objeto de incrementar la eficiencia, la productividad, reducir los riesgos y minimizar los impactos para el ser humano y el medio ambiente.

Tubos fluorescentes T5: Son más pequeños que los tubos convencionales (T10 y T12) y ahorran hasta un 50% más de energía.

TURISTIKO[®]
consultores 

«Autorizada su circulación en cuanto a los límites y fronteras actuales de Chile, por Resolución N° 277 del 8 de julio de 2012 de la Dirección Nacional de Fronteras y Límites del Estado». La edición y circulación de mapas, cartas geográficas u otros impresos y documentos que se refieran o relacionen con los límites y fronteras de Chile no comprometen, en modo alguno, al Estado de Chile, de acuerdo con el Art. 2° letra g del DFL N° 83 de 1979, del Ministerio de Relaciones Exteriores. TIRAJE: 10.000 ejemplares.



Gobierno
de Chile