

# CHILE POR UN TURISMO SUSTENTABLE



Manual de Buenas Prácticas

## TRANSPORTE TURÍSTICO



**SERNATUR**  
Ministerio de  
Economía, Fomento  
y Turismo

Gobierno de Chile

## CHILE, POR UN TURISMO SUSTENTABLE

Manual de Buenas Prácticas - Transporte Turístico

1ª Edición: Diciembre de 2013

ISBN: 978-956-8800-10-9

### EQUIPO REVISOR:

SERNATUR  
FEDETUR  
SUBSECRETARÍA DE TURISMO  
MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE

### DESARROLLADO POR:

Levantamiento de Contenidos  
Hernán Silva, Tecnología Sustentable LTDA  
Diseño del Manual  
Subdirección de Marketing, SERNATUR

### FOTOGRAFÍAS:

Banco de Imágenes SERNATUR  
SERNATUR, Región del Biobío  
SERNATUR, Región del Maule  
I. Municipalidad de Valparaíso  
Juan Jaeger  
Martín Edwards  
TURISTIKO © consultores  
Algunas de las fotografías de los Casos de Éxito,  
han sido proporcionadas directamente por los  
representantes de los establecimientos.

### AGRADECIMIENTOS ESPECIALES:

Agradecemos a la Unidad de Diseño de la Subdirección de Marketing por su gran dedicación y profesionalismo en el diseño digital del presente manual. También agradecemos a Turistiko Consultores por su apoyo en el desarrollo de algunas figuras, como también extractos de textos de la presente edición.

### 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](mailto:fiscalia@sernatur.cl) ).

### Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR

Av. Providencia 1550, Providencia, Santiago - Chile.  
Tel: (+56 2) 2731 8310 / (+56 2) 2731 8313  
Código postal 7500548  
E-mail: [sustentabilidad@sernatur.cl](mailto:sustentabilidad@sernatur.cl)  
[www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl)

### Federación de Empresas de Turismo de Chile - FEDETUR

Coimbra 110, Of 302, Las Condes, Santiago - Chile  
Tel: (+56 2) 2229 25 90  
Fax: (+56 2) 2220 24 21  
E-mail: [info@fedetur.org](mailto:info@fedetur.org)  
[www.fedetur.org](http://www.fedetur.org)



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

# CHILE

## POR UN TURISMO SUSTENTABLE



## Acrónimos

SERNATUR	: Servicio Nacional de Turismo
FEDETUR	: Federación de Empresas de Turismo en Chile
MMA	: Ministerio del Medio Ambiente
CNCA	: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
INE	: Instituto Nacional de Estadísticas
SERCOTEC	: Servicio de Cooperación Técnica
CONAF	: Corporación Nacional Forestal
OMT	: Organización Mundial de Turismo
ENT	: Estrategia Nacional de Turismo
CEQUA	: Centro de Estudios del Cuaternario de Fuego-Patagonia y Antártica
CGTS	: Consejo Global de Turismo Sustentable
DS	: Decreto Supremo
FESUB	: Ferrocarriles Suburbanos de Concepción
GEI	: Gases de Efecto Invernadero
LBV	: La Bicicleta Verde
MERVAL	: Metro de Valparaíso
MTT	: Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones
O	: Tour Operadores
ONG	: Organización No Gubernamental
P	: Empresas de Transporte Público
RSE	: Responsabilidad Social Empresarial
T	: Empresas de Transporte de Turistas
TFS	: Transporte Fluvial Sustentable

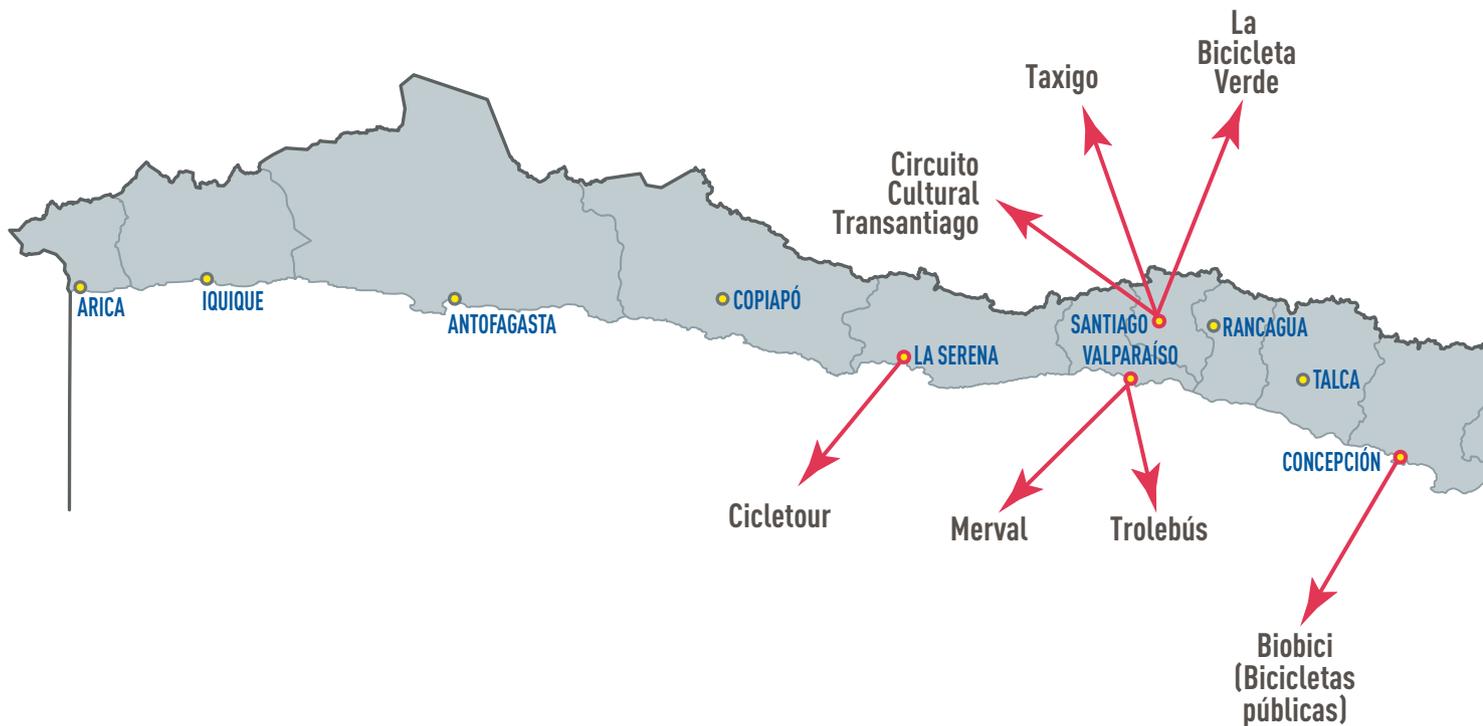


## índice

<b>Presentación FEDETUR</b>	<b>4</b>
<b>Panorámica con Casos de Éxito de Empresas de Transporte Turístico en Chile</b>	<b>6</b>
<b>Definiciones Iniciales</b>	<b>8</b>
El Camino de la Sustentabilidad	8
¿Qué son las Buenas Prácticas?	8
¿Qué es el Manual de Buenas Prácticas para Servicios de Transporte ligados al Turismo y a quién está dirigido?	10
¿Para qué sirve el Manual de Buenas Prácticas?	11
Transporte y Turismo	12
Transporte y Movilidad	13
<b>Contexto</b>	<b>14</b>
Estrategia Nacional de Turismo	14
Turismo y Transporte en Chile	16
Índice de Competitividad en Viajes y Turismo	17
<b>Ámbito Económico</b>	<b>18</b>
Viabilidad Económica	21
Prosperidad Local	23
Generación de Empleos a Nivel Local	24
Trato preferencial a los residentes	25
Empleo de Calidad	27
Calidad y Satisfacción del Visitante	28
Política de Abastecimiento	31
Abastecimiento de Combustibles/ Energías	31
Abastecimiento de Lubricantes y Detergentes	31
Abastecimiento de alimentos/envoltorios	32
Abastecimiento de vestuarios y accesorios	32
<b>Ámbito Sociocultural</b>	<b>34</b>
Contribución al Desarrollo Local	37
Bienestar de la Comunidad	38
Desarrollo de Oferta con Elementos Culturales	40
Protección del Patrimonio Histórico - Cultural	42
<b>Ámbito Medioambiental</b>	<b>44</b>
Gestión del Agua	49
Gestión de la Energía	50
Gestión de los Residuos	54
Conservación de la Biodiversidad	56
Reducción de la Huella de Carbono	60
Fuentes de Información	63



# Panorámica con Casos de Éxito\* de Servicios de Transporte Turístico en Chile.



Los Casos de Éxito ilustrados en la Panorámica, son definidos según la experiencia de cada Establecimiento en la implementación de Criterios de Sustentabilidad.





## EL CAMINO DE LA SUSTENTABILIDAD

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 y gestión 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, y se agrupan según los tres ámbitos de la sustentabilidad: "económico", "socio-cultural" y "medioambiental".

Para efectos del presente manual, entenderemos por "Buenas Prácticas", aquellos principios de sustentabilidad a los que la institución o empresa turística debe aspirar, siendo éstos las directrices básicas para que las iniciativas de cualquier tamaño se vuelvan más sustentables. El desafío es que las empresas de transporte ligadas al turismo opten por operar considerando el cumplimiento de dichas Buenas Prácticas.

## ¿QUÉ SON LAS BUENAS PRÁCTICAS?

Las Buenas Prácticas son un conjunto coherente de acciones, posibles de ser realizadas en diversos ámbitos y que conducen a la obtención de resultados positivos, tanto para quién las aplica como también para su entorno. Implementar Buenas Prácticas en el turismo no implica necesariamente un gasto o inversión, pero sí la voluntad de ejecutar acciones de manera planificada y sistemática.

Las Buenas Prácticas adoptadas por las empresas prestadoras de servicios de transporte ligadas al turismo – sean terrestres, acuáticas (marítimas-fluviales-lacustres) o aéreas–, contribuyen a generar un equilibrio que concilia el crecimiento económico de un territorio a través del turismo, con el cuidado del medio ambiente y la puesta en valor de las tradiciones y valores socio-culturales de las comunidades locales en los destinos turísticos.



## Informarse

### Tomar conciencia

Comprender los riesgos del Cambio Climático y como éstos afectan al turismo, especialmente en ambientes costeros y de montaña. La sociedad global es cada día más consciente sobre la necesidad de proteger el medio ambiente, valorar la diversidad cultural y realizar negocios de manera responsable.

### Informarse

Todo lo que se necesita saber sobre la sustentabilidad y de cómo ponerla en práctica se encuentra disponible a través de publicaciones, campañas y sitios web, entre otras fuentes.

### Ver las Oportunidades

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



## Actuar

### Paso 1: Comprometerse

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

### Paso 2: Actuar

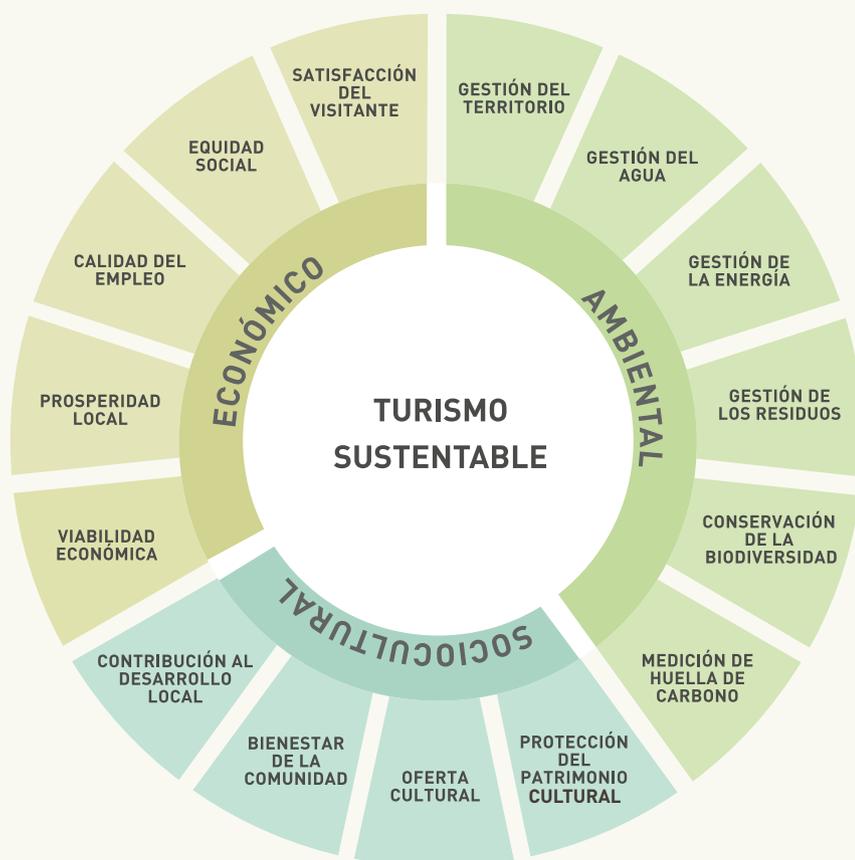
- Implementar las Buenas Prácticas
- Registrar los resultados
- Involucrar a otros actores

### 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





## ¿QUÉ ES EL MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA TRANSPORTE TURÍSTICO Y A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

El presente manual es una herramienta práctica que identifica y caracteriza buenas prácticas de las empresas prestadoras de servicios de transporte ligadas al turismo en Chile.

Su objetivo principal es incentivar a las empresas de transporte ligadas al turismo en Chile, a incorporar buenas prácticas en el funcionamiento de los servicios que prestan, tanto en la gestión como en la operación.

Con el fin de caracterizar los distintos servicios, y como parte del presente manual, las empresas del rubro han sido agrupadas en tres tipologías:

La gama de empresas de transporte de pasajeros ligadas al turismo en Chile es amplia. Para estos efectos, se revisarán algunos aspectos de cada uno de ellos por separado, diferenciando aquellos de naturaleza terrestre (trenes, metro, trolebús, buses, mini buses, automóviles, todo-terrenos, taxis, taxi colectivos, funicular, teleférico, ascensores, motocicletas, servicios de trekking, cabalgatas y servicios de bicicletas), naturaleza acuática "marino-fluvial-lacustre" (cruceiros, veleros, yates, lancheros, transbordadores, bote y servicios de arriendo de kayak), como también naturaleza aérea (aviones, avionetas, planeador, ala delta, helicópteros, globo aerostático y parapente).

### 1. Empresas de transporte público:

Agrupar a aquellos servicios de transporte vinculados al turismo, que prestan servicios abiertos y que eventualmente los turistas podrían utilizar.

**EMPRESAS DE TRANSPORTE PÚBLICO**  
Servicios de Transporte utilizados por público general y turistas

P

### 2. Empresas de transporte de turistas:

Agrupar a aquellos servicios de transporte vinculados al turismo que prestan servicios dirigidos exclusivamente al traslado de turistas.

**EMPRESAS DE TRANSPORTE DE TURISTAS**  
Servicios exclusivos de Transporte de Turistas (excursiones, giras, circuitos y traslados)

T

### 3. Tour Operadores:

Agrupar a aquellas empresas operadoras de turismo que como parte de los servicios que prestan, incluyen servicios de transporte a turistas.

**TOUR OPERADORES**  
Servicios exclusivos de Transporte de Turistas cuyo propietario es un Tour Operador

O



El presente manual es una guía práctica, tanto para quienes administran las empresas de transporte ligadas al turismo en Chile, es decir, propietarios, concesionarios, gerentes, administradores, entre otros, como también, para quienes operan los servicios de transporte y brindan servicios directos a los pasajeros, tales como, choferes, pilotos, tripulantes, servicio a bordo, entre otros. También resultará útil para los usuarios de los distintos sistemas de transporte ligados al turismo.

Con el presente manual se finaliza la edición de la Serie "Chile, por un Turismo Sustentable", en la cual el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), la Federación de Empresas de Turismo de Chile (FEDETUR), la Subsecretaría de Turismo, y el Ministerio del Medio Ambiente, han trabajado durante los años 2011-2013, buscando sensibilizar y concientizar a actores claves de Chile, sobre la importancia de alcanzar un desarrollo turístico sustentable.

## ¿PARA QUÉ SIRVE EL MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS?

La finalidad del presente manual es sensibilizar y concientizar a las empresas de transporte asociadas al turismo en Chile, a adoptar buenas prácticas en el funcionamiento de sus empresas, tanto en la gestión, como en la operación de sus servicios.

Previo a esta edición se han desarrollado otros seis manuales dirigidos a servicios de:

- Alojamiento
- Turístico
- Tour Operadores
- Municipalidades
- Servicios de Alimentación
- Congresos, Ferias y Eventos
- Manual genérico "Sector Turístico"

Para descargarlos visite: [www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl)  
[www.fedetur.org](http://www.fedetur.org)

Entender e incorporar buenas prácticas contribuye a disminuir los impactos negativos de su actividad, satisfacer mejor las necesidades de los visitantes, hacer partícipes de los beneficios a las comunidades locales y mejorar la calidad del servicio de transporte ligado al turismo. Dicho de otro modo, muchas de estas medidas contribuyen a que la experiencia de viaje sea satisfactoria, segura y socio-ambientalmente responsable.



## TRANSPORTE Y TURISMO

La clave de la relación que se produce entre los conceptos de turismo y transporte son los **desplazamientos**, ya que el turismo surge a partir de un desplazamiento voluntario y temporal de un individuo o un grupo de personas, fuera del lugar de residencia habitual. Aquellas personas que se desplazan persiguen esencialmente fines recreativos, de descanso, cultura o salud, y crean una red de relaciones que fomentan el desarrollo económico y cultural que beneficia al destino, contribuyendo a su desarrollo.

La finalidad de los servicios de transporte, sea de tipo público o privado, ligados al turismo, es brindar desplazamientos confortables, económicos, seguros y rápidos, entre otros.

En este contexto, Chile ha experimentado un desarrollo creciente de las industrias prestadoras de servicios de transporte ligado al turismo (aérea, terrestre, marítima, fluvial y lacustre). El factor común a todas ellas ha sido el modelo económico nacional que fomenta la competencia, en donde el Estado apoya con el desarrollo de infraestructura, sistemas y marcos regulatorios. A lo anterior, se suman los avances que proveen la ciencia y la tecnología, aspectos que Chile ha aprovechado dada su condición de país abierto a los mercados mundiales y el fomento a la innovación desde el mercado nacional. Todo esto, ha permitido contar con servicios de transporte que poseen flotas de baja antigüedad y, en general, servicios de información y comunicaciones que utilizan los desarrollos disponibles.

Lo que busca destacar este Manual, son aquellas experiencias que, más allá de la prestación de un buen servicio de traslado, sean casos donde la empresa involucrada haya incorporado prácticas ejemplares en materias de sustentabilidad.



## TRANSPORTE Y MOVILIDAD

Se entenderá por transporte de personas, al traslado de un lugar a otro utilizando servicios de transporte que utilizan sistemas e infraestructura especializada. Por otro lado, se entenderá por movilidad, a la capacidad y posibilidad de desplazarse para acceder a servicios, trabajo u ocio. En este sentido, queda claro que el concepto de movilidad es más amplio e incluye al de transporte.

La movilidad tiene como objeto de preocupación a las personas, para efectos de este Manual serán los turistas, por lo que la experiencia del viajero pasa a ser el foco de su acción. El transporte en cambio centra su atención en las infraestructuras, sistemas y servicios que los trasladan.

Considerando lo anterior, cabe mencionar que este manual se enfocará exclusivamente en el análisis de los servicios de transporte y, en particular, en aquellos servicios ligados al turismo.





## ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO

La visión de la actual Estrategia Nacional de Turismo (ENT) establece que “Al 2020, Chile será reconocido como un destino turístico de clase mundial, siendo admirado y conocido por poseer una oferta atractiva, variada, sustentable y de alta calidad”<sup>2</sup>.

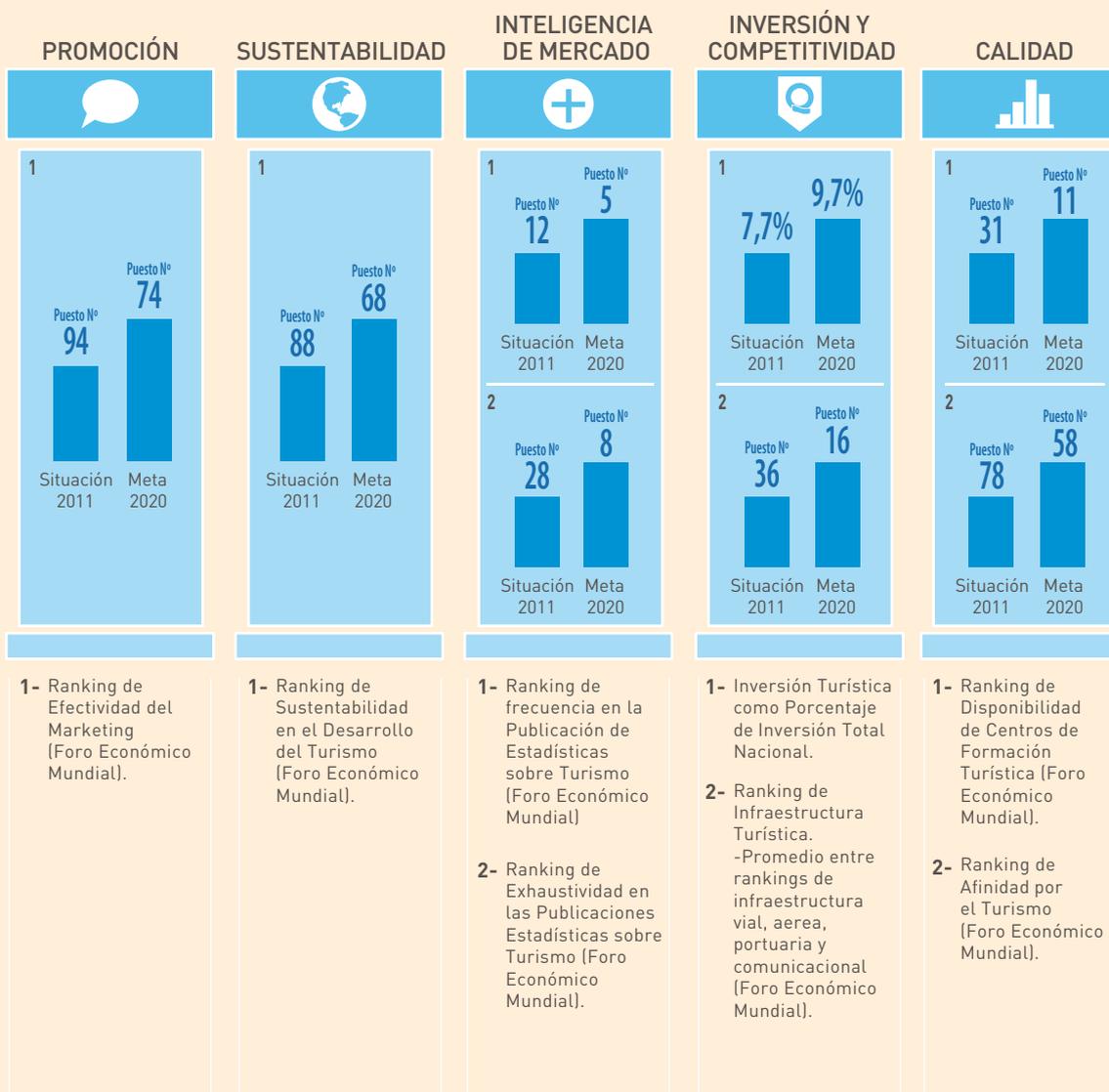
La industria del turismo tendrá un carácter estratégico y prioritario en el desarrollo económico del país, asegurará la prosperidad de las localidades y regiones donde está inserta, y contribuirá a una mayor equidad social, equilibrio regional y a la superación de la pobreza. En relación a lo anterior, el turismo será el principal promotor de la conservación del medio ambiente y del patrimonio y la identidad cultural de las comunidades.

Chile asumirá el liderazgo turístico en la región, convirtiéndose en un destino reconocido y admirado en todos aquellos aspectos en que posee ventajas distintivas como belleza natural, autenticidad, gastronomía, seguridad, calidad de su oferta, sustentabilidad y profesionalismo. Todo esto, sumado a una institucionalidad política-económica estable que contribuirá a forjar una potente y valiosa identidad de Chile como destino turístico.

En este contexto, la estrategia propone 5 pilares fundamentales, siendo el más relevante para efectos de este manual, la sustentabilidad.

<sup>2</sup> Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020 [Subsecretaría de Turismo, Chile 2013].

## 5 PILARES



Fuente: Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020



# TURISMO Y TRANSPORTE EN CHILE

Toda actividad turística está, de un modo u otro, relacionada con medios de transporte, pues según la OMT “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (2001).

En este contexto, todo turista generalmente utiliza algún medio de transporte para acceder al destino que desea visitar. Para responder a esas necesidades, Chile cuenta con diversos tipos de servicios de transporte que facilitan los traslados del turista, facilitando con ello, su llegada hacia diversos destinos. A continuación, se detallan estos últimos agrupados según categoría (Terrestre- Acuático-Aéreo), los cuales se encuentran ligados al turismo.

Estos medios de transporte son utilizados con distinta intensidad por los turistas nacionales e internacionales que visitan las diversas zonas del país. En este sentido, un punto de partida es conocer las cifras de ingreso de turistas relacionados con el turismo receptivo, el cual es entendido como el que se produce dentro de un país, cuando llegan a él visitantes residentes de otras naciones. El turismo emisor se refiere a todos aquellos viajes que realicen los habitantes de un territorio hacia otros lugares: del mismo país o fuera de él.

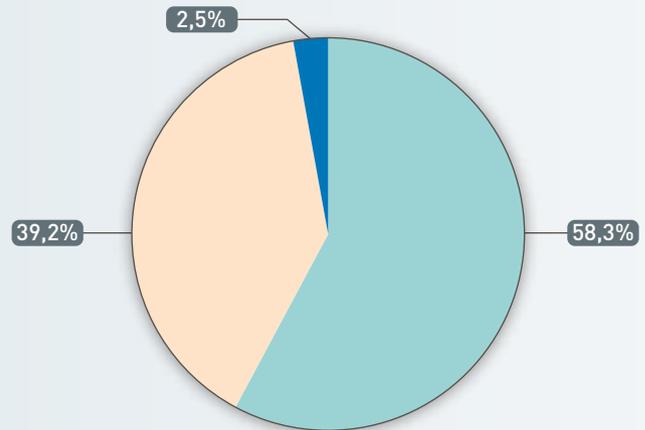
<sup>3</sup> *Policía Internacional contabiliza los turistas extranjeros llegados a Chile por nacionalidad y no incluye a los chilenos que residen en el exterior y que visitan Chile. Asimismo, incluye a los turistas ingresados por puertos marítimos.*

<sup>4</sup> *Turismo-Informe Anual 2011, INE-SERNATUR ([http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario\\_de\\_publicaciones/pdf/turismo\\_2011.pdf](http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario_de_publicaciones/pdf/turismo_2011.pdf))*

## Turismo Receptivo

Según datos proporcionados por la Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional, durante el año 2011 ingresaron al país un total de 3.069.792 turistas extranjeros, observándose un crecimiento de un 11,0% en comparación al año anterior.<sup>3</sup> Las principales vías que utilizan los turistas extranjeros para ingresar al país son: Terrestre (58,3%), Aéreo (39,2%) y Marítimo (2,5%)<sup>4</sup>

Gráfico N° 1  
Medios de transporte utilizados por los turistas extranjeros para ingresar al país durante el año 2011

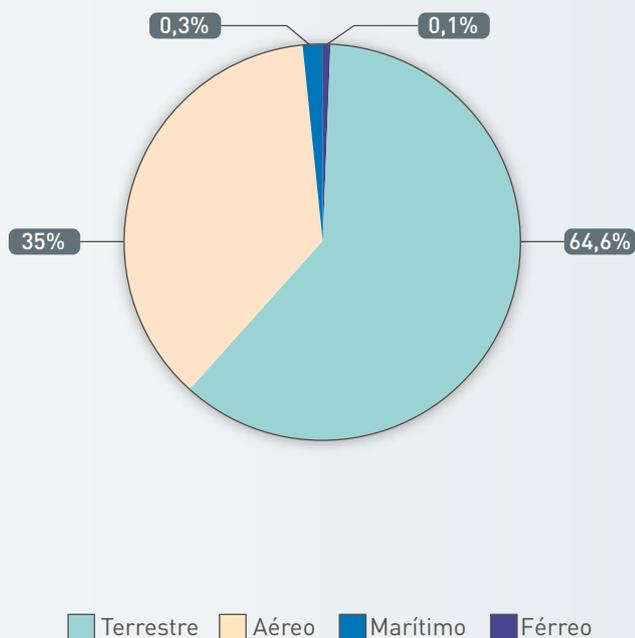


Terrestre Aéreo Marítimo

## Turismo Emisivo

El año 2011 se contabilizaron 3.724.118 salidas de chilenos al extranjero, cifra que representa un incremento del 10,6% respecto del flujo observado el año 2010. Cabe señalar que el 64,6% de las salidas de chilenos se efectuaron por vía terrestre, el 35,0% por vía aérea, el 0,3% por vía marítima y, el 0,1% por vía férrea.

Gráfico N° 2  
Medios de transporte utilizados por los chilenos para salir de Chile durante el año 2011



## Índice de Competitividad en Viajes y Turismo

Por otro lado, según el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo o Índice de Competitividad Turística del 2011, que mide parámetros que hacen atractivo el desarrollar o invertir en negocios en el sector de viajes y turismo, Chile se ubicó en el puesto N° 57 a nivel mundial, siendo N° 9 del continente, N° 6 de América Latina y el N° 2 de Sudamérica.<sup>5</sup> En este sentido, la principal crítica al desempeño del país en este sector es: "La competitividad de Chile se vería reforzada mediante la mejora de sus infraestructuras de transporte y de turismo y por un mayor énfasis en el desarrollo de la industria de una manera ambientalmente más sostenible"<sup>5</sup>.

Dicho lo anterior, el desarrollo de este manual recobra mayor sentido, teniendo en consideración que es, en definitiva, una herramienta concebida directamente para incentivar mejoras ambientales económicas y sociales más sustentables relacionadas con los servicios de transporte turístico en Chile.



<sup>5</sup> Blanke, Jennifer, y Thea Chiesa (2011) [en inglés, PDF]. *Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 - Table 4: The Travel & Tourism Competitiveness Index 2011: The Americas*. Ginebra: World Economic Forum. pp. 14-15. ISBN 978-92-95044-96-8. Consultado el 16 de junio de 2012.



CHILE, POR UN TURISMO SUSTENTABLE



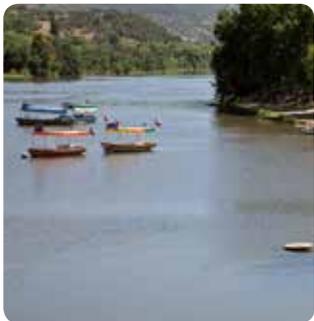
## ÁMBITO ECONÓMICO



UN SERVICIO DE TRANSPORTE TURÍSTICO SUSTENTABLE, DEBE CONOCER LAS NECESIDADES DE TRANSPORTE DE LOS RESIDENTES Y CONTRIBUIR A SU PROSPERIDAD LOCAL, DISEÑANDO PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE LES OTORGUEN BENEFICIOS.



## ÁMBITO ECONÓMICO



PROCURA QUE LOS **BENEFICIOS ECONÓMICOS DEL TURISMO**

SEAN PERCIBIDOS POR LA **COMUNIDAD LOCAL**

SU GESTIÓN DEBE CONSIDERAR **5 GRANDES TEMAS**



SE DISTRIBUYAN DE MANERA **AMPLIA Y EQUITATIVA**



SE MANTENGAN EN EL **LARGO PLAZO**



DE FORMA TANGIBLE  
(+ empleos, equipamiento, servicios)

PARTICIPANDO DEL DESARROLLO



VIABILIDAD ECONÓMICA



PROSPERIDAD LOCAL



EMPLEO DE CALIDAD



CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE



POLÍTICA DE ABASTECIMIENTO

El ámbito económico es uno de los tres ámbitos que aborda la sustentabilidad, y en particular, vela porque 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 que son parte de los destinos turísticos.

Siguiendo lo sugerido por la OMT y el CGTS, el ámbito económico considera los siguientes cinco aspectos de sustentabilidad:

- **Viabilidad Económica.**
- **Prosperidad Local.**
- **Empleo de Calidad.**
- **Calidad y Satisfacción del Visitante.**
- **Política de Abastecimiento.**

A continuación, se describirá cada uno de los siguientes aspectos descritos previamente. Se recomendarán buenas prácticas posibles de ser implementadas según el tipo de transporte turístico.



### VIABILIDAD ECONÓMICA

Para que la actividad turística sea sustentable, debe ser viable en el tiempo y garantizar estabilidad a sus trabajadores, residentes locales y usuarios.

Los negocios de transporte ligados al turismo son fundamentales para que la comunidad local obtenga beneficios directos o indirectos del desarrollo del turismo.

La viabilidad económica con visión de mediano y largo plazo, es un elemento clave para asegurar la sustentabilidad de los servicios de transporte. Ésta debe estar compuesta por la estabilidad y el crecimiento económico de las empresas de

transporte, aprovechar al máximo el potencial y la competitividad de los destinos turísticos, e internalizar los costos de mitigación de impactos ambientales y socio-culturales preferentemente, producto de su operación.

Las empresas que prestan servicios de transporte ligado al turismo, para garantizar su viabilidad económica deben, en primer lugar, dar cabida a la realización de estudios previos que permitan obtener información concreta del territorio sobre el cual se basarán las decisiones que configurarán la estrategia del negocio. Para ello deben considerar:

**Oferta y competencia:** ¿Quién ofrece servicios similares en el territorio de operaciones y de qué forma?

**Demanda:** ¿Quiénes son los potenciales clientes que accederán al uso del servicio de transportes? En este sentido, la identificación de necesidades e incidencia en las mismas es clave para garantizar la exclusividad del servicio.

**Entorno:** Dar una exhaustiva revisión a la legislación y normativa vigente asociada al transporte y turismo, la economía del área, cultura, infraestructura y medioambiente.

**Capacidades y medios disponibles:** Análisis del perfil del personal y sus capacidades, servicios generales, instituciones aliadas, entre otras.





La viabilidad económica se produce a partir de una gestión responsable desde el ámbito interno de las empresas de transporte asociadas al turismo, así como en la relación que éstas tengan con el destino turístico (ámbito externo).

**Ámbito interno:** Para que un negocio de transporte público o privado vinculado al turismo perdure en el tiempo, es necesario desarrollar una planificación estratégica, una estrategia comercial y el monitoreo de dichos elementos. Mediante la aplicación de estos elementos, es requerido un análisis de los servicios a ofrecer, de los precios y la promoción de los servicios entregados.

Es clave la comprensión del mercado turístico que demanda sus prestaciones, y especialmente, de las necesidades particulares de los usuarios, al momento de tomar decisiones en torno a la estrategia del negocio.

**Ámbito externo:** El trabajo coordinado entre prestadores de servicios de transporte vinculados al turismo, sean tanto del sector público como del privado, posibilita mejoras en la conectividad de los territorios, beneficiando directamente a usuarios locales y visitantes.

### Elementos Clave para la Viabilidad Económica

#### Planificación Estratégica



#### Desarrollo de Estrategia Comercial



#### Monitoreo y Retroalimentación

Tener clara la misión y visión al largo plazo. Lo anterior, permitirá planificar estratégicamente se 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, Socio-Culturales y/o Ambientales

Planificar estratégicamente un negocio ligado a l transporte y consecuentemente al turismo, requiere conocer a cabalidad la estratégica de las 4 ps, que definen en profundidad variables tale como: (i) producto (ii) precio (iii) plaza y (iv) promoción

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 transporte tiene 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: ofertas en precios, imagen corporativa, paquetes promocionales, organización de eventos, etc.



**PRODUCTO** Es fundamental conocer y definir precisamente el producto o servicio que se quiere ofrecer. Para ello es importante que el empresario de transporte sepa cómo producirlo y cuente con personal capacitado para entregarlo, asegurando de esta forma los estándares de calidad que un cliente busca.



**PRECIO** En cuanto el empresario de transporte 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.



**PLAZA** En cuanto el empresario de transporte 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 de transporte. 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, ente otros.

Las empresas que prestan servicios de transporte ligados al turismo, deben incluir iniciativas que generen beneficios o externalidades positivas vinculadas al desarrollo sustentable de su destino. Para estos efectos deben tener en consideración la planificación, gestión, puesta en marcha y monitoreo de sus servicios.

#### Planificación:

Las tendencias de hoy, obligan a las empresas a ampliar su horizonte y considerar aspectos medioambientales y sociales en su operación y gestión. Lo anterior se traduce en la necesidad de incorporar elementos de sustentabilidad en su estrategia y planificación corporativa. Visto desde el punto de vista de transporte, se recomienda hacer más sustentable la planificación de los procesos asociados al servicio de transporte que brinda la empresa. También es recomendable incluir en las estrategias y procesos de planificación, alianzas con servicios complementarios que operen con políticas de sustentabilidad en su actividad.

#### Operación:

Implementar elementos sustentables en la operación de los servicios, tales como la optimización en los procesos de mantenimiento de los vehículos, optimizar el funcionamiento de motores, estiba y carga, capacitación a conductores para optimizar sus formas de conducción, promover el uso de provisiones orgánicas y biodegradables, premiar a usuarios que accedan o realicen combinaciones en bicicleta, entre otras.

#### Monitoreo:

Recopilar datos y procesar estadísticas de los aspectos relativos a la sustentabilidad y de las operaciones de la empresa. Construir indicadores e incorporarlos, de manera retroactiva, en las actualizaciones de las estrategias y planificación de las empresas. Evaluar los efectos de corto, mediano y largo plazo de la incorporación de estas medidas y sus efectos en la viabilidad económica de la empresa, en equilibrio con las mejoras en su imagen corporativa y competitividad.

En este sentido, las buenas prácticas apuntarán a producir una mayor satisfacción de los usuarios del servicio, mejorar la imagen de la empresa y su nivel de competitividad, lo cual derivará en ahorros potenciales en costos de la actividad, entre otros.



#### PROSPERIDAD LOCAL

Es un criterio que busca garantizar que el turismo esté bien integrado en la economía local y que se desarrolle de manera integral con los otros servicios característicos de un destino turístico.

Un turista no sólo interactúa con la empresa, sino que también con los servicios complementarios vinculados a su viaje, tales como, el supermercado local, los centros de artesanía, restaurantes, alojamientos, las casas de cambio, entre otros.

La valoración de los prestadores de servicios locales hacia las empresas que brindan servicios de transporte, se produce a partir del crecimiento económico que éstos aporten al territorio donde operan y de los beneficios que ellos perciban de dicho crecimiento. Aquellos negocios de transporte que enriquecen el perfil íntegro de los orígenes y destinos turísticos, contribuyen a la prosperidad local del destino turístico donde operan.

Existen dos aspectos clave por medio de los cuales los servicios de transporte pueden contribuir a la prosperidad local de un destino turístico: a) Generación de empleos y b) Trato preferencial a los residentes.



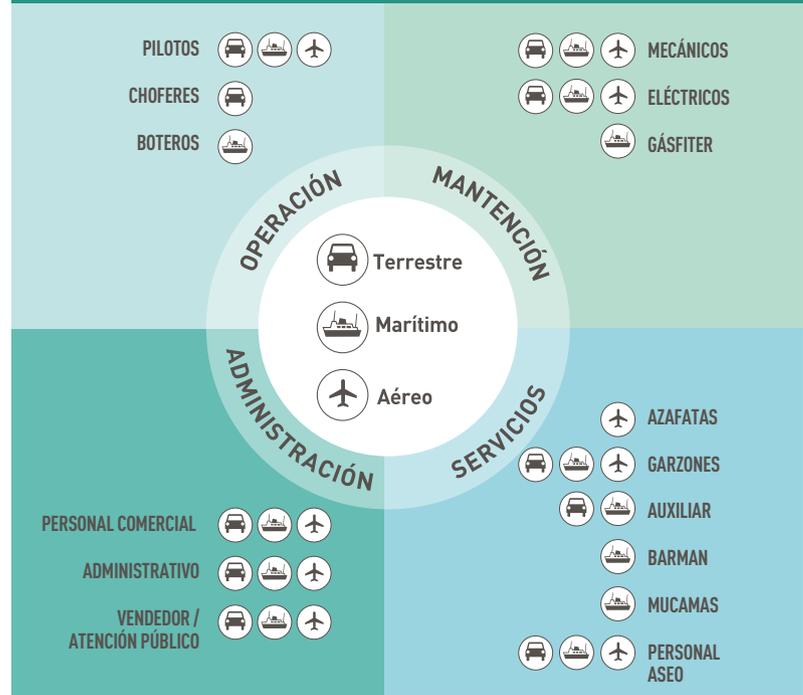


### a. Generación de empleos a nivel local

Los servicios turísticos en Chile, generan aproximadamente 280.000 empleos, lo cual representa un 3,7% de la fuerza de trabajo a nivel nacional (Estudio del Empleo SERNATUR 2011). En la figura se logra diferenciar entre algunos de los empleos generados que son comunes a todos los tipos de transporte de Chile, como también otros específicos para algunos de ellos.

Considerando lo anterior, las recomendaciones dirigidas a las empresas prestadoras de servicios de transporte ligados al turismo apuntan a lo siguiente:

### TIPOS DE EMPLEOS GENERADOS POR EMPRESAS DE TRANSPORTE TURÍSTICO



### BUENAS PRÁCTICAS PARA CONTRIBUIR A LA PROSPERIDAD LOCAL

Priorizar la contratación de mano de obra local.

Implementar políticas y estrategias de empleo estable y competitivo en los destinos turísticos.

Promover instancias de capacitación y desarrollo dirigidas a los habitantes, en pos de la mantención de los destinos turísticos.

Promover el desarrollo de insumos competitivos en los destinos turísticos.

Priorizar la compra de insumos en los destinos turísticos.

Establecer alianzas estratégicas comerciales u operacionales con empresas en los destinos turísticos.

Las empresas de transporte pueden también contribuir a difundir información (de forma previa y durante los viajes) sobre la oferta turística disponible en los destinos en que ellas operan.

## b. Trato preferencial a los residentes

En muchos de los destinos turísticos, la demanda de servicios de transporte puede ser la única alternativa de movilidad para el residente local. Es por ello que la aplicación de políticas y estrategias que los favorezcan, contribuirá a la mejora de la calidad de vida de los mismos, generando mejoras de imagen corporativa y competitividad al prestador del servicio de transporte. Desde el punto de vista turístico, este tipo de acciones son bien valoradas y pueden contribuir a aumentar la demanda por parte de este segmento de usuarios si además son correctamente promocionadas. En este contexto, se indica a continuación algunas buenas prácticas que pueden ser implementadas:



### BUENAS PRÁCTICAS PARA DAR UN TRATO PREFERENCIAL A LOS RESIDENTES

Venta a residentes y trabajadores de planes anuales, semestrales y/o mensuales de viaje con tarifas rebajadas.

Oferta gratuita o a tarifas reducidas de medios de transporte a escolares o adultos mayores locales, durante la baja o media temporada.

Implementar alianzas con operadores turísticos locales para cofinanciar servicios que permitan mejorar las frecuencias y coberturas.

Implementar alianzas con operadores turísticos locales para cofinanciar beneficios tarifarios a trabajadores locales vinculados a servicios turísticos.

Implementar alianzas con operadores turísticos locales para cofinanciar beneficios tarifarios a personas con discapacidad y tercera edad.





## SUBSIDIO A TARIFAS DE SERVICIOS DE ZONAS AISLADAS

### Comuna de Quinchao, Región de Los Lagos



#### Trato preferencial a los residentes

Servicio de Transporte: **Acuático**

Medio de Transporte: **Transbordadores**

Tipología (P-T-O): **P-T**

Sitio Web:

<http://www.gob.cl/informa/2012/06/28/transportes-rebaja-en-un-60-tarifas-de-servicios-de-zonas-aisladas-en-quinchao-e-implementa-13-nuevo.htm>



El servicio consiste en la implementación de 13 nuevos servicios de transporte público marítimo para los habitantes de las diez islas que forman parte de la comuna de Quinchao, los cuales se trasladaban a la capital comunal, Achao, en embarcaciones privadas, pagando tarifas de \$ 5.000, ida y vuelta. Hoy, esa cifra se redujo a \$ 2.000.

La medida nació como parte de los más de 430 subsidios de zonas aisladas que está implementando el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones en todo el país, con recursos de la Ley Transantiago para regiones.

Se sabe la importancia que tienen los servicios de transporte público en zonas aisladas para los chilenos. Por eso, el Ministerio dedica recursos para mantener y fortalecer estos servicios, que sin este apoyo no podrían existir, debido a su alto costo y baja demanda, pero que son tan vitales para muchas familias que dependen de ellos para abastecerse y realizar sus actividades normales (Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, 2012).

Producto de lo anterior, los habitantes de las Islas de Quinchao, en la Provincia de Chiloé (Región de Los Lagos), se están beneficiando con aumento en la frecuencia de viajes, tarifas reducidas, pasajes gratuitos para estudiantes y traslados más cómodos y seguros.

Con estos nuevos servicios implementados por el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT), los habitantes de Quinchao cuentan con un sistema de transporte regular que generará un trato preferencial a los residentes, lo cual les garantizará mejores condiciones de seguridad y comodidad a un menor costo mejorando con ello su calidad de vida.





## EMPLEO DE CALIDAD

El empleo de calidad se produce cuando confluyen un conjunto de condiciones laborales sobre el trabajador que implican libertad, equidad, seguridad y dignidad, en la que los derechos son respetados, con remuneración adecuada y protección social.

El empleo es con certeza una de las dimensiones más importantes de la vida, pues no solo representa el principal medio para la generación de ingresos, sino que además ocupa la mayor proporción del tiempo en la vida y sobre todo dignifica y ofrece una oportunidad de desarrollo profesional. Los servicios de transporte asociados al sector turístico producen un gran número de puestos de trabajo. En este sentido, es tarea de los empleadores sentar las condiciones que aseguren el empleo de calidad hacia sus trabajadores.

Una baja en la calidad del empleo afecta la productividad en el corto plazo, impactando negativamente en la rentabilidad del negocio y arriesgando la sostenibilidad del crecimiento en el mediano plazo.<sup>6</sup>

Todo aquel empleador de servicios de transporte que considere la implementación de buenas prácticas

laborales, que garanticen un empleo de calidad, debería considerar recomendaciones como las que se sugieren a continuación:

1	Seguridad y prevención de riesgos.	
2	Ética laboral.	a) Erradicación del trabajo infantil y el trabajo forzoso. b) Trato digno y justo en el empleo.
3	Ingresos y beneficios asociados al empleo.	a) Ingresos percibidos por el trabajador. b) Ingresos monetarios adicionales (bonos).
4	Horarios de trabajo y equilibrio entre el trabajo y la vida privada.	a) Conformación de horarios de trabajo. b) Organización de los tiempos de trabajo. c) Estímulo a la calidad de vida privada.
5	Seguridad del empleo y protección social.	a) Estabilidad y permanencia del empleo. b) Beneficios de protección social.
6	Diálogo social que favorezca la relación entre empleador y operador.	
7	Desarrollo, entrenamiento de habilidades, capacitación continua y posibilidades de desarrollo profesional al interior de la empresa.	
8	Relaciones de trabajo y motivación.	

Cabe mencionar además, que la calidad del empleo es un concepto relativo y multidimensional. Cuando se habla de calidad en un puesto de trabajo, se hace referencia tanto a aspectos monetarios, como no monetarios. Aquellos operadores de transporte que integren a las comunidades en su planificación y operación, a través de una sólida base de empleos, contribuyen al desarrollo turístico sustentable del destino.



### BUENAS PRÁCTICAS PARA OFRECER EMPLEO DE CALIDAD

- Administrar y difundir estándares de seguridad de calidad internalizados y aplicados por los directivos y trabajadores.
- Aplicar políticas y evaluaciones de evaluación de trato laboral.
- Aplicar políticas y evaluaciones explícitas de no discriminación e inclusión.
- Aplicar políticas y evaluaciones explícitas de incentivo al buen desempeño y al vínculo laboral.
- Aplicar políticas y evaluaciones explícitas permanentes de mejoras en las condiciones de trabajo.
- Aplicar políticas y evaluaciones explícitas permanentes de desarrollo personal y profesional.

<sup>6</sup> Chacaltana, J. 2002. *Restricciones a la generación de empleo en el sector turístico*. Centro de Estudios para el Desarrollo y la Participación, Lima.



## CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE

La calidad y satisfacción del visitante se refiere a las condiciones funcionales y operativas que permiten disfrutar de una experiencia segura, satisfactoria y completa durante el viaje del visitante hacia el destino turístico escogido.

El principio básico que garantiza el funcionamiento de un negocio que brinda servicios de transporte vinculado al turismo se centra en los clientes. Dicho servicio debe configurarse a la medida de los usuarios, de forma que se ajuste y dé cumplimiento a sus necesidades y expectativas, ya sea de forma individual o colectiva. De esta manera se da paso a la calificación y valoración del servicio.

Para brindar un servicio de calidad, las empresas de transporte deben elaborar estrategias para conocer al cliente y construir un perfil completo de sus necesidades a través de diferentes medios e instrumentos que pueden requerir de una inversión económica.

La adopción de medidas evaluativas que busquen mejorar la experiencia vivida por los visitantes antes, durante y después de la entrega del servicio, está ligada a la búsqueda de satisfacción del visitante.



## BUENAS PRÁCTICAS PARA LA SATISFACCIÓN DEL VISITANTE <sup>7</sup>

Contar con personal capacitado para resolver problemas de forma eficiente.

Brindar un trato personalizado y cordial al usuario.

Evaluar periódicamente la calidad de los servicios entregados.

Monitorear la satisfacción de los pasajeros.

Brindar seguridad, confianza y garantía a los usuarios.

Proveer un eficiente servicio de post-venta.

Integrar buenas prácticas sustentables.

Dar a conocer los compromisos medioambientales de la empresa.

Hacer partícipes a los usuarios de las mejoras continuas de la empresa.

Fomento a la incorporación de una cultura ambiental.

Atención de calidad a los usuarios.

Implementar soluciones efectivas a problemas y requerimientos.

Estandarización de los servicios ofrecidos.

Incluir innovaciones.



<sup>7</sup> Manual de Buenas Prácticas para Turismo Sostenible, Perú, 2006

Atributos que componen la calidad del servicio de transporte

**ATRIBUTOS  
QUE COMPONEN  
LA CALIDAD  
DEL SERVICIO**



Puntualidad



Seguridad



Confiabilidad



Amabilidad



Comodidad



Higiene



Calidad de la  
información

Elaboración: TURISTIKO@consultores -2012





## TRASLADO DE BICICLETAS EN TREN Merval

### Valparaíso, Región de Valparaíso



#### Calidad y satisfacción de los visitantes

Servicio de Transporte: **Terrestre**

Medio de Transporte: **Tren Urbano**

Tipología (P-T-O): **P-T**

Sitio Web: [www.metro-valparaiso.cl](http://www.metro-valparaiso.cl)



El servicio consiste en la posibilidad de subir bicicletas los días sábado, domingo y festivos a los vagones del servicio tren de Merval que opera en la Región de Valparaíso a lo largo de toda su red de metro. El sistema contempla la compra de una tarjeta especial para los ciclistas usuarios del sistema a un costo de \$4.500, su duración es indefinida y su uso es intransferible.

Esta iniciativa corresponde a un plan piloto, el cual es monitoreado y evaluado, tanto por la empresa, como por las organizaciones interesadas y ciclistas de la zona. La capacidad de los coches admite hasta un máximo de 4 bicicletas por vagón, dos en la parte de adelante y dos en la parte de atrás. Originalmente el espacio destinado era sólo para la mitad y a lo largo de su puesta en marcha se logró aumentarlo al doble. Esto refleja el verdadero interés de la empresa por la integración modal. En este sentido, Merval se ha constituido en el primer servicio de transporte público en Chile que incorpora activamente a la bicicleta como parte de su propio servicio.

La medida nació como una iniciativa ciudadana, fuertemente promocionada a través de las redes sociales, la cual fue posteriormente internalizada por la empresa y perfeccionada mediante un trabajo conjunto, al que luego sumaron organizaciones de ciclistas de diversos lugares de la región.

Este tipo de medidas, permiten agregar e integrar al viaje en tren, nuevas etapas de viajes en bicicleta, tanto para acceder al origen del trayecto del Merval, como para trasladarse desde el destino del trayecto en tren hacia nuevos destinos. De esta manera, esta integración modal ayuda a eliminar etapas de viajes que antes se realizaban utilizando medios de transporte motorizados cambiándolos por un medio no contaminante como es la bicicleta.

Es posible que el plan pueda crecer en la medida que vaya aumentando la demanda y en la medida que se produzcan aumentos de frecuencias en el servicio tren o se implementen flotas de mayor capacidad.





## POLÍTICA DE ABASTECIMIENTO

La política de abastecimiento se refiere a la forma cómo se planifica y gestiona la cadena de provisión de las empresas, la cual comprende a todas las actividades relacionadas con la provisión de bienes básicos para la operación del servicio. Generalmente los servicios de transporte en Chile deben abastecerse al menos de (a) combustibles/energías (b) lubricantes/detergentes (c) alimentos/envoltorios y (d) vestuarios/accesorios.

En la siguiente figura se indica un conjunto de insumos más sustentables para las empresas de transporte ligados al turismo en Chile, de manera de adoptar buenas prácticas que contribuyan a la sustentabilidad.

Abastecimiento sustentable para Servicios de Transporte Ligados al Turismo

<b>Combustibles / Energía</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biodiesel</li> <li>• Electricidad</li> <li>• Gas Natural</li> <li>• Energía Solar</li> </ul>	<b>Lubricantes / Detergentes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biodegradables</li> <li>• Orgánicos</li> </ul>
<b>Alimentos / Envoltorios</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Locales</li> <li>• Orgánicos</li> <li>• De la estación</li> <li>• Reciclables</li> </ul>	<b>Vestuarios / Accesorios</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fabricación local/nacional</li> <li>• Identidad local</li> <li>• Reciclables</li> <li>• Biodegradación</li> </ul>

Fuente: Turistiko Consultores 2012

### a.- Abastecimiento de Combustibles/ Energías

- Al adquirir o arrendar nuevos vehículos, botes o aeronaves, considerar elementos tales como la eficiencia del combustible, disminución de las emisiones de gases de efecto invernadero (por ejemplo, elegir vehículos eléctricos, motores que utilizan bio-combustibles, híbridos, combustión de biodiesel y bio-queroseno en la aviación, cuando sea posible); asimismo aspectos como la seguridad y comodidad de los pasajeros y la generación de ruido.
- Privilegiar el uso de energías renovables no convencionales, como la solar. Estas pueden ser utilizadas de forma complementaria para el transporte. Un ejemplo de ello es el taxi fluvial solar en la ciudad de Valdivia, Región de Los Ríos. ( Ver página 52 )
- Abastecerse de proveedores que aplican prácticas sustentables reconocidas y visibles en el ámbito socio-cultural y económico.

### b.- Abastecimiento de Lubricantes y Detergentes

- Escoger productos y servicios ambientalmente certificados.
- Incentivar a proveedores a que cuenten con productos certificados en materia ambiental.
- Preferir productos biodegradables y de fabricación natural.
- Notificar a los proveedores que su política de abastecimiento priorizará los productos que apliquen criterios de sustentabilidad.



### c.- Abastecimiento de alimentos/envoltorios

- Preferir productos de origen local.
- Escoger productos vegetales y frutícolas de la estación.
- Preferir productos orgánicos libres de pesticidas.
- Priorizar los productos de alimentación que cuentan con menor envoltorio.
- Escoger los productos con empaques reciclables, re-utilizables y/o biodegradables.

### d.- Abastecimiento de vestuarios y accesorios

- Adquirir ropa institucional fabricada con materiales reutilizados. Por ejemplo: Polares Eco producidos a partir de plástico PET reciclado, lana orgánica merino y tejidos de algodón.
- Escoger productos locales y/o nacionales al momento de abastecerse de uniformes y accesorios (almohadas, frazadas, entre otros).
- Contemplar la compra de productos, uniformes y accesorios, con identidad local de los destinos en sus diseños.
- Escoger productos reciclables y/o biodegradables.

En términos generales, se recomienda revisar que todos los productos y servicios que se adquieran, cumplan con criterios de sustentabilidad, para lo cual, es conveniente seguir los siguientes pasos:

- Elaboración de una política interna de abastecimiento.
- Evaluación general de los proveedores.
- Creación de un plan de acción.
- Establecer un monitoreo y evaluación del progreso alcanzado.





## LA BICICLETA VERDE



### Santiago, Región Metropolitana

#### Política de Abastecimiento

Servicio de Transporte: **Terrestre**

Medio de Transporte: **Bicicleta**

Tipología (P-T-O): **T-O**

Contacto: [info@labicicletaverde.cl](mailto:info@labicicletaverde.cl)

Sitio Web: [www.labicicletaverde.cl](http://www.labicicletaverde.cl)



La Bicicleta Verde LBV es una empresa que opera tours por viñas, por la ciudad de Santiago y Valparaíso basados en los principios del turismo sustentable.

El compromiso adquirido por LVB es causar el menor impacto ambiental y aportar a la cultura local, contribuyendo además a generar ingresos y puestos de trabajo a la comunidad local. En este sentido, al operar en base a los principios del turismo sustentable, se ven directamente beneficiadas tanto la comunidad local, como las empresas de turismo, como los viajeros.

La empresa se fundó a partir del emprendimiento de Joel Martínez y Peter Murphy, dos ciclistas que decidieron impulsar un modelo de negocio basado en el uso de la bicicleta, la promoción del desarrollo local, la realización de tours únicos hacia zonas rurales vitivinícolas y sectores estratégicos de la ciudad de Santiago y la realización de circuitos de caminatas basadas en pagos voluntarios, tanto en Valparaíso, como en Santiago, denominados Tours4Tips.

La política de abastecimiento de esta empresa es un aspecto a destacar, esto debido a que sus proveedores son principalmente pequeñas empresas locales, con quienes trabajan para desarrollar sus rutas.

El agua que se bebe en los tours es proporcionada por Late, una empresa sin fines de lucro. La utilidad generada por la venta del agua es entregada a fundaciones sociales de reconocido prestigio que realiza obras concretas que van en directo apoyo de niños en riesgo social. Los desayunos son provistos por un servicio denominado Tía Ruth, una vendedora del sector donde opera la empresa. Las bicicletas son suministradas por Gama, una empresa local.

Todo esto le valió a LBV ser galardonada por SERNATUR por el aporte que realiza al Turismo Sustentable y la Conciencia Turística. Además cuenta con el Sello de Calidad Turística.





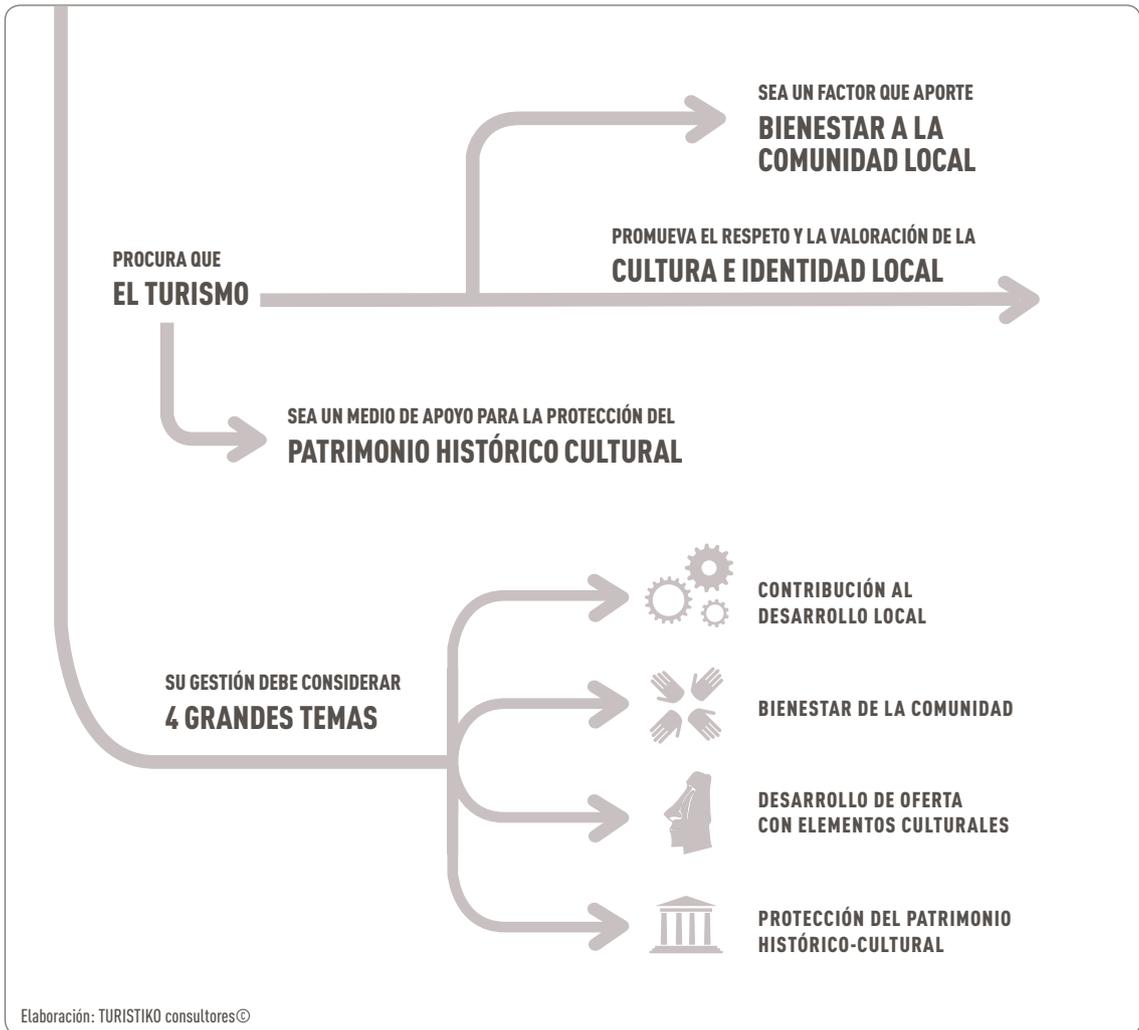
## ÁMBITO SOCIOCULTURAL



LOS SERVICIOS DE  
TRANSPORTE PUEDEN  
CONTRIBUIR A PONER EN  
VALOR Y DIFUNDIR EL  
PATRIMONIO TANGIBLE  
E INTANGIBLE DE LOS  
DESTINOS TURÍSTICOS EN  
LOS CUALES OPERAN.



## ÁMBITO SOCIOCULTURAL



El ámbito socio-cultural de la sustentabilidad turística, hace referencia a la importancia de hacer partícipes de los beneficios y decisiones en turismo a las comunidades locales, a la vez que poner en valor sus tradiciones y costumbres, fomentando su conservación y perdurabilidad en el tiempo.

Una creciente proporción de turistas planifican sus viajes y eligen sus destinos con el fin último de conocer e interactuar con comunidades locales, sus lenguas, tradiciones, valores, gastronomía, festividades y religiones, entre otros. Muchos visitantes están dispuestos a pagar más con el fin de experimentar auténticamente las culturas locales y sus raíces, especialmente si tienen la oportunidad de ser protagonistas y no meros espectadores de las mismas.

Siguiendo lo sugerido por la OMT y el CGTS, el ámbito económico considera los siguientes cinco aspectos de sustentabilidad:

#### (I) Contribución al Desarrollo Local

#### (II) Bienestar de la Comunidad Local

#### (III) Desarrollo de Oferta con Elementos Culturales

#### (IV) Protección del Patrimonio Histórico-Cultural

A continuación, se describirá cada uno de los siguientes aspectos descritos previamente, describiendo Buenas Prácticas asociadas y entregando para algunos de ellos, casos de éxito que han sido recopilados de diversas fuentes de información.



### CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO LOCAL

Cuando se habla de “local”, se hace referencia a un territorio con una identidad que lo distingue de otros y en el cual las personas realizan su vida cotidiana.

Contribuir al desarrollo local dice relación con las acciones directas del prestador de bien o servicio en favor de la comunidad local, en términos de generación de empleo, activación de la economía de pequeña y mediana escala, atracción de recursos para mejoramiento de bienes públicos, entre otros. Esta contribución al desarrollo local se ve reflejada tanto en aspectos económicos como socio-culturales, permitiendo el fortalecimiento de la identidad local y la conservación de las tradiciones y la cultura.

Los agentes que brindan servicios de transporte turístico en forma sustentable, y que incorporan un enfoque socio-cultural, potencian la calidad de vida de la población local, principalmente porque sus servicios mejoran la accesibilidad y conectividad de los territorios.

Asimismo, una mirada empresarial que incluya herramientas óptimas dirigidas hacia los habitantes del territorio y los visitantes, deriva en el fortalecimiento de condiciones de igualdad y justicia social, tanto de oportunidades, como de convivencia entre los actores locales.

Una empresa de transporte turístico puede contribuir al desarrollo local, por ejemplo por medio de la implementación de programas de Responsabilidad Social, facilitando las condiciones para traslado prioritario de residentes, ofreciendo mejoras para la infraestructura local, entre otros.



Se recomienda considerar acciones que vinculen la prestación de servicios de transporte turístico, con aspectos socio-culturales de las distintas localidades asociadas, tales como las que se incluyen a continuación:

- Oferta de servicios especiales para atender traslados vinculados a eventos culturales de interés turístico, tales como: fiestas religiosas, costumbristas o festividades destacadas.
- Incorporación en la publicidad y folletería de la empresa de elementos que destaquen la identidad socio-cultural de los destinos turísticos atendidos por los servicios de transporte.
- Incluir elementos socio-culturales de las localidades asociadas a destinos turísticos en las imágenes corporativas de los servicios de turismo relacionados.
- Aportes económicos para desarrollo de programas de fortalecimiento de identidad socio-cultural.



### BIENESTAR DE LA COMUNIDAD

Bienestar de la comunidad se refiere al conjunto de factores (económicos, socio-culturales y medioambientales) que impactan en la calidad de la vida de las personas y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que dan lugar a la tranquilidad y satisfacción humana, evitando la degradación o explotación social o medio-ambiental.

Las empresas e instituciones que prestan servicios de transporte ligados al turismo, aportan al bienestar de la comunidad, si prestan servicios de transporte de calidad y adoptan buenas prácticas orientadas a no alterar la vida cotidiana de los residentes, tales como evitar ruidos molestos, contaminación por olores, emanación de residuos tóxicos, derrames de combustibles y/o materiales peligrosos. Más aún, si incorporan en sus operaciones a los actores locales, ofreciéndoles empleo de calidad, beneficios y otros.

La principal recomendación respecto de este criterio de sustentabilidad es procurar mantener las condiciones de vida de los residentes lo más auténticas posibles, evitando amenazar, explotar o degradar los atractivos naturales del destino turístico y la calidad de vida de los residentes. A continuación, se proponen buenas prácticas que pueden ser adoptadas por los empresarios del sector para contribuir al bienestar de la comunidad<sup>8</sup>.



### BUENAS PRACTICAS PARA EL BIENESTAR DE LA COMUNIDAD

Facilitación de transporte de personas u objetos, ya sea de manera permanente o ante eventos específicos.

Donar tiempo o el uso de los vehículos, barcos, aeronaves o instalaciones de apoyo a un proyecto comunitario.

Contratar personal local y ofrecer prácticas a alumnos para que aumenten su experiencia laboral.

Asegurar que los manuales operacionales incluyan procedimientos para la reducción del ruido, especialmente en las operaciones de mantenimiento.

Controlar los niveles de ruido de la maquinaria, incluyendo por ejemplo silenciador y el mantenimiento regular.

Alentar a los clientes para comprar productos y servicios locales (por ejemplo, establecer acuerdos de colaboración comercial con otras empresas locales).

Apoyar activamente otros negocios relacionados con el turismo (por ejemplo, generar ofertas conjuntas a clientes, con operadores locales, en modalidad de paquetes para destino específico).

Las empresas de transporte turístico, que ofrecen servicios de cine o video, transmitan en sus vehículos y/o en las salas de espera y terminales, mensajes relacionados con la sustentabilidad turística (oferta cultural, buenas prácticas, entre otros).

Conocer, fomentar y difundir los valores culturales locales, por ejemplo a través de la entrega de folletos o calendarios de actividades artísticas, culturales y turísticas, a los usuarios del servicio de transporte.

<sup>8</sup> TRANSPORT OPERATORS SUSTAINABILITY GUIDE. New Zealand Ministries of Tourism and Environment. 2009



## Concepción, Región del Biobío



### Bienestar de la Comunidad

Servicio de Transporte: **Terrestre**

Medio de Transporte: **Bicicleta**

Tipología (P-T-O): **P-T**

Contacto: [informaciones@fesub.cl](mailto:informaciones@fesub.cl)

Sitio Web: [www.biotren.cl](http://www.biotren.cl)



Biobici es un servicio de bicicletas públicas gratuito impulsado por Ferrocarriles Suburbanos de Concepción (FESUB) S.A. Las estaciones en la que se encuentra disponible el servicio son la Estación Concepción la cual opera con préstamos diurnos y la estación San Pedro de la Paz y Estación Hualqui, las cuales operan con préstamos diurnos y nocturnos. Los préstamos y las devoluciones se realizan dentro del horario en que opera Biotrén.

El usuario puede acceder a este servicio, previa inscripción en la oficina de Atención al Cliente, ubicada en la Estación de Concepción, lugar donde el interesado firma un acuerdo en el que se responsabiliza del cuidado de la bicicleta mientras esté en su poder.

La iniciativa se origina a partir de la necesidad de ampliar el acceso a nuevas formas de movilidad para los habitantes de Concepción, con el fin de que ésta forme parte del servicio de transporte el cual apunta a desincentivar el uso del transporte particular, generándose así una alternativa de descongestión paralela al transporte en tren y buses. Esta iniciativa constituye un aporte al bienestar de los habitantes de la región del Biobío, específicamente a aquellos usuarios del Biotrén de la ciudad de Concepción y San Pedro de la Paz.

Resulta de interés destacar este tipo de iniciativas que trascienden a la operación de un servicio de transporte propiamente tal y que se integran física, operacional y tarifariamente con otros servicios de transporte no contaminantes. Este tipo de estrategias ayudan a expandir la cobertura y los beneficios a los usuarios de una manera sustentable.

A medida que el servicio de Biotrén se expanda y la experiencia piloto de "Biobici" demuestre su éxito, será inminente su ampliación hacia otras estaciones que componen la red de trenes del Gran Concepción.





## DESARROLLO DE OFERTA CON ELEMENTOS CULTURALES

El desarrollo de oferta con elementos culturales se entiende como la incorporación de productos turísticos culturales, de tipo tangible o intangible, en los servicios de transporte. Si bien este no es el foco comercial de los servicios de transporte, se puede resaltar el valor de las tradiciones locales a partir de la puesta en práctica de acciones de bajo costo, pero de alto impacto, en la imagen que los visitantes construyen, tanto sobre la empresa, como de los habitantes y el territorio donde opera el servicio de transporte. Proporcionar información a los visitantes sobre el acceso a productos, tradiciones y fiestas, sitúa el foco en los valores locales.

SERNATUR en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), lanzaron a fines del año 2012, un calendario cultural informativo sobre aproximadamente 800 eventos que se desarrollan en diferentes temporadas a lo largo de Chile. En este sentido, los empresarios del sector del transporte pueden contribuir con la difusión de los eventos, así como también pueden difundir oportunamente información relacionada con los atractivos turísticos, culturales y regionales, que puede ser extraída desde la página web de SERNATUR y del CNCA (para mayor información revisar [www.chileestuyo.cl](http://www.chileestuyo.cl) y <http://www.cultura.gob.cl/>).

A continuación se sugieren buenas prácticas que pueden ser implementadas por los empresarios para dar cumplimiento a este criterio de sustentabilidad:



### BUENAS PRÁCTICAS PARA DESARROLLO DE OFERTA CON ELEMENTOS CULTURALES

Destinar un día del mes o año para ofrecer circuitos culturales.

Proyectar durante los viajes videos que difundan información relevante sobre los atractivos culturales de Chile y su calendarización.

Distribuir información cultural de los destinos, como por ejemplo el actual calendario cultural, desarrollado por SERNATUR y el CNCA.

Crear productos turísticos como tours, que permitan conocer la oferta cultural nacional.



## CIRCUITO CULTURAL

### Santiago, Región Metropolitana



#### Desarrollo de Oferta con Elementos Culturales

Servicio de Transporte: **Terrestre**

Medio de Transporte: **Buses Urbanos**

Tipología (P-T-O): **P-T**

Sitio Web: [www.transantiago.cl](http://www.transantiago.cl)



El servicio consiste en un recorrido denominado Circuito Cultural, que se implementa con buses de transporte público de Santiago. Es una iniciativa impulsada por el Ministerio de Transportes y el Consejo de Cultura, que se encuentra en funcionamiento desde el año 2011, el cual permite unir, en un único recorrido con 18 paradas, más de un centenar de puntos de interés histórico y cultural para Santiago.

Este recorrido que se realiza con buses de Transantiago de la empresa Alsacia y está disponible todos los días domingos de 10:00 a 18:30 horas y su costo es equivalente al pago de un pasaje único con la tarjeta BIP. Los estudiantes pagan tarifa escolar y los niños menores de 12 años viajan gratis. Quienes usan este recorrido reciben a bordo del bus una pulsera distintiva que les permite, durante ese día, subir y bajar del recorrido las veces que quieran, sin tener que pagar la tarifa del servicio nuevamente. Algunos de los principales lugares que se pueden visitar son: Quinta Normal, Centro Cultural Matucana 100, Planetario, Centro Cultural La Moneda, Centro Cultural Gabriela Mistral, Museo de Bellas Artes, Parque Forestal, Barrio Lastarria, barrio Brasil, Cerro San Cristóbal, Estación Mapocho, entre otros.

Este tipo de servicios permiten a los ciudadanos y turistas acceder de una manera fácil y de bajo costo a los centros patrimoniales de una forma eficaz, utilizando los recorridos de transporte público, los cuales a su vez promueven la movilidad sostenible, generándose así una actividad sustentable.

Prácticas de desarrollo de oferta con elementos culturales adoptadas por Transantiago, a través de la empresa de buses Alsacia, podrían ser incorporadas por los servicios de transporte masivo en otras ciudades del país, con el fin de fomentar la responsabilidad de generar acceso a puntos de interés histórico y cultural.





## PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-CULTURAL

Se entenderá por protección del patrimonio histórico-cultural, al conjunto de acciones que permiten preservar patrimonio tangible e intangible acumulado a lo largo del tiempo, que define la memoria colectiva y reafirman la identidad de una comunidad, región o país.

Dentro de los objetos tangibles, es posible reconocer los museos, las casas patrimoniales, calles, barrios históricos, parques y otros, que tengan un valor que sea atractivo desde un punto de vista histórico, estético, antropológico, etnológico, artístico y científico para Chile.

En tanto, el patrimonio intangible, está directamente ligado a tradiciones, fiestas y celebraciones, entre otros. Ambos tipos de patrimonio han sido catastrados a nivel nacional, y dan cuenta de los atractivos turísticos de Chile definidos en el catastro de atractivos turísticos de SERNATUR (para mayor información revisar [www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl)).

Si bien el patrimonio es extenso, los empresarios del transporte ligado al turismo en Chile, sobre todo, a nivel local o rural, pueden ser clave para difundir el mismo entre los residentes locales y también visitantes, publicitando su valor, como también fomentando su conservación. A continuación se presentan una serie de buenas prácticas que orientan al empresario sobre cómo cumplir con este criterio:

Con relación al criterio de “protección del patrimonio socio-cultural”, se detecta una situación especial, cuando el (los) servicio(s) de transporte pasan a ser el atractivo turístico para el visitante. Este es por ejemplo el caso de los ascensores-funiculares de Valparaíso, los troles de Valparaíso, el ramal de tren Talca - Constitución, los museos del automóvil, o del ferrocarril, entre otros.



### BUENAS PRÁCTICAS PARA DESARROLLO DE OFERTA CON ELEMENTOS CULTURALES

Participación de la empresa apoyando el rescate o conservación patrimonial, apoyando a través de financiamiento, horas/profesional entre otras formas.

Fomentar su conservación y restauración, mediante información publicitaria, la cual esté disponible al turista para su lectura.

Difusión del patrimonio tangible e intangible en medios de comunicación utilizados por la empresa.

Difusión de buenas prácticas a ser implementadas por los visitantes cuando consideran entre sus viajes, la visita de patrimonio tangible o intangible de Chile.



## CIRCUITO CULTURAL

### Valparaíso, Región de Valparaíso



#### Protección del Patrimonio Histórico - Cultural

Servicio de Transporte: **Terrestre**

Medio de Transporte: **Trolebús**

Tipología (P-T-O): **P-T**

Sitio Web: [www.trolebusesdechile.cl](http://www.trolebusesdechile.cl)



El trolebús es un bus eléctrico, alimentado por una catenaria de dos cables superiores desde donde toma la energía eléctrica mediante dos astas, destacándose por ser una solución limpia y eficiente al desplazamiento diario de sus usuarios. El trolebús no hace uso de vías especiales o rieles en la calzada, por lo que es un sistema flexible. Cuenta con neumáticos de caucho en vez de ruedas de acero en rieles.

En el año 1953 se dio inicio al primer recorrido de trolebuses en la comuna de Valparaíso, siendo éste, el sistema de transportes más moderno en el Chile de aquella época, al operar con máquinas de última generación provenientes de Estados Unidos. Su ruta inicial comprendía el tramo Barón – Plaza Victoria, el cual se extendió rápidamente, interconectando posteriormente la comuna de Valparaíso con la vecina Viña del Mar. Aquello fue debido a la gran demanda y efervescencia que generó entre los habitantes el contar con un medio de transporte moderno, limpio y seguro, que debido a sus grandes dimensiones, podía transportar a gran cantidad de pasajeros. Posteriormente, la introducción de buses petroleros y por decisiones de la administración política vigente, condujeron al servicio de trolebuses hacia su inminente desaparición, los cuales dejaron de circular en el periodo comprendido entre 1981 y 1982.

El presente caso de éxito ha sido seleccionado en favor de la protección del patrimonio histórico y cultural, debido al fuerte arraigo patrimonial que presenta a nivel regional, nacional e internacional el trolebus, el cual es fortalecido por el respeto e interés que los habitantes y visitantes demuestran al utilizar este medio de transporte aún vigente. Este servicio representa una alternativa económica para los usuarios, los cuales se movilizan a través de rutas predefinidas, estables y de confianza. Por lo mismo, el trolebús es considerado una alternativa sustentable que es parte de la inamovible postal que comúnmente es asociada Valparaíso para Chile.





CHILE, POR UN TURISMO SUSTENTABLE



## ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL



LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE TURÍSTICO PUEDEN CONTRIBUIR AL CUIDADO MEDIOAMBIENTAL, IMPLEMENTANDO DIVERSAS BUENAS PRÁCTICAS RELACIONADAS ENTRE OTROS, CON EL MANEJO EFICIENTE DE LA ENERGÍA, AGUA Y RESIDUOS SÓLIDOS-LÍQUIDOS.



## ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL



PROCURA QUE  
**EL TURISMO**

PROMUEVA LA CONSERVACIÓN DE LA  
**BIODIVERSIDAD**

HAGA UN USO RACIONAL Y EFICIENTE DE LOS  
**RECURSOS NATURALES**

**REALICE UN MANEJO RESPONSABLE**  
DE LOS DESPERDICIOS QUE GENERA

SU GESTIÓN DEBE CONSIDERAR  
**5 GRANDES TEMAS**



GESTIÓN DEL AGUA



GESTIÓN DE LA ENERGÍA



GESTIÓN DE LOS RESIDUOS



CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD



MEDICIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO



El ámbito medioambiental es el tercero que integra la sustentabilidad turística.

Los principales impactos de los servicios de transporte turístico son la contaminación del aire, contaminación acústica, contaminación de las aguas y residuos, entre otros.

En este contexto, las buenas prácticas sustentables en transporte ligado al turismo contribuyen a disminuir los impactos negativos de la actividad y sus externalidades, y los empresarios del rubro deben reconocer la importancia de incorporar medidas que favorezcan que el traslado de personas sea una experiencia placentera, segura y sustentable, sin dañar el medioambiente.

Implementar buenas prácticas en el ámbito medioambiental, contribuye adicionalmente a mejorar la imagen de cada empresa y atrae visitantes y consumidores que prefieren servicios sustentables.

A continuación, se resumen algunas de las razones que justifican la incorporación de buenas prácticas de parte del empresariado<sup>9</sup>:

#### Razones que justifican la incorporación de buenas prácticas medioambientales

<b>Razones Empresariales</b>	Mayor satisfacción para los clientes que redunde en beneficio y rentabilidad para la empresa
	Mejor imagen ambiental de la empresa
	Ahorro en diferentes costos de la actividad
	Se conserva la calidad del ambiente y la calidad de los servicios que otorga la empresa que benefician a la actividad turística en su conjunto
	Logra atraer visitantes comprometidos con la sustentabilidad
<b>Razones de Seguridad y salud</b>	Seguridad para los clientes
	Seguridad para los empresarios y empleados
	Seguridad y calidad de vida para los residentes
<b>Razones de ética ambiental</b>	El problema ambiental involucra a toda la ciudadanía <small>fuente: Plan Nacional de Calidad Turística - Perú 2010</small>
	La diversidad natural y cultural tiene un valor más allá de lo económico
	Las próximas generaciones tienen el derecho de gozar de un ambiente sano y equilibrado

<sup>9</sup> Plan Nacional de Calidad Turística del Perú, Manual de Buenas Prácticas Ambientales para el servicio de transporte



Si siguiendo lo sugerido por la OMT y el CGTS, en el ámbito medioambiental debieran considerarse los siguientes cinco aspectos:

(I) Gestión del Agua

(II) Gestión de la Energía

(III) Gestión de los Residuos

(IV) Conservación de la Biodiversidad

(V) Medición de la Huella de Carbono

A continuación se revisará en detalle cada uno de los aspectos antes expuestos y se repasarán buenas prácticas que pueden ser aplicadas por los empresarios de transporte turístico en Chile.



Gestión del Agua



Gestión de los Residuos



Medición de la Huella de Carbono



Gestión de la Energía



Conservación de la Biodiversidad



## GESTIÓN DEL AGUA

Se entenderá por gestión del agua, al conjunto metodológico de acciones y normas que conducen a un adecuado manejo técnico, administrativo y legal del recurso como parte de toda la cadena asociada a la prestación del servicio de transporte. Considerando que la distribución del agua no es la misma para todo el territorio nacional, y teniendo en cuenta que es un elemento esencial para el turismo, es importante cuidarla, especialmente en zonas donde existen problemas de abastecimiento y contaminación tanto de los cuerpos de agua continentales como marinos.

El agua, como recurso, es un aliado de los empresarios o instituciones de servicio de transporte ligado al turismo. Una adecuada gestión del agua es un indicador de sustentabilidad y cuidado del medio ambiente, además demuestra que la zona donde efectúa sus operaciones está calificada para recibir visitantes sin que ello produzca daños irreversibles a su ecosistema.

Los crecientes procesos de urbanización residencial a lo largo de todo Chile, han obligado a expandir redes de agua potable y de sofisticar los equipos y herramientas asociadas al sistema que permite su funcionamiento.

Contar con un sistema adecuado de gestión del agua permite elevar la imagen de la empresa o institución asociada al transporte ligado al turismo.

En el transporte, una de las actividades que genera mayor consumo de agua es el lavado de los vehículos, sobre todo si se trata de vehículos de gran tamaño. Sin embargo, utilizando los equipos adecuados, esta agua se podría volver a utilizar.

Actualmente existen empresas de lavado que ahorran al menos un 50% de consumo de agua, combinando distintas modalidades de lavado dependiendo de las características del trabajo a realizar, desde uso de mangueras con pistola donde se utiliza bajo caudal hasta lavado en seco, donde no se utiliza agua.

A continuación se propone un conjunto de recomendaciones respecto a esta materia:

### Consumo responsable de agua en la empresa<sup>10</sup>

- Evaluar el uso actual de agua para determinar los patrones de consumo y las áreas más susceptibles de ser mejoradas en términos de consumo de agua.
- Controlar el consumo diario, semanal o mensual de agua para cada área del negocio (por ejemplo: talleres, baños, oficinas), para identificar cualquier consumo anormal.
- Revisar si hay fugas (por ejemplo: a través de un monitor de consumo, revisión regular de los grifos, inodoros, válvulas y tuberías).
- Utilizar dispositivos de ahorro de agua: son sencillos de instalar y de bajo costo (instalar en sistema de doble descarga, duchas de ahorro y sensores infrarrojos en excusados y lavamanos).

### Utilización responsable de agua en la mantención de las flotas, especialmente en la limpieza de los vehículos.

- Aplicar prácticas de uso eficiente del agua para el lavado de vehículos, embarcaciones y aeronaves (por ejemplo, mangueras de bajo volumen y alta presión con pistola activada por el usuario).
- En la medida que sea posible, usar métodos de limpieza en seco (como barrer o pasar la aspiradora) para pisos de talleres y zonas exteriores.
- Para el caso de los terminales de buses y cruceros, instalar un sistema de acumulación de aguas lluvias - para acumular el agua de los techos de los edificios en tanques (utilizar para el estanque de baños, limpieza en húmedo o riego).

<sup>10</sup> *TRANSPORT OPERATORS SUSTAINABILITY GUIDE. New Zealand Ministries of Tourism and Environment.2009.*



## GESTIÓN DE LA ENERGÍA

Se entenderá por gestión de la energía al conjunto de acciones y normas que conducen a un adecuado manejo técnico, administrativo y legal del recurso. Considerando que el sector transporte consume grandes volúmenes de energía, se torna relevante generar medidas que apunten en la disminución del consumo de energía, traducida concretamente en una reducción de costos de operación para la empresa disminuyendo los impactos y externalidades en el medioambiente.

La Estrategia Nacional de Energía 2012 – 2030<sup>11</sup>, define que el sustantivo crecimiento de Chile debe ir acompañado de mayor cantidad en el suministro de energía, pues es un insumo esencial para la sociedad en general, en efecto, la falta de esta, es una limitante para el crecimiento socioeconómico y sustentable del país.

Dentro del Plan de Acción 2012 – 2020, contenido en la propuesta, se encuentra el Sello de Eficiencia Energética, el cual busca, identifica y premia a aquellas empresas líderes en el desarrollo de eficiencia energética a nivel nacional según el sector productivo en que operen, y que pongan en práctica la implementación de sistemas de gestión energética, cantidad y tipo de proyectos desarrollados y la reducción proporcional en el consumo de la misma. En el sector transporte, se recolectarán y sistematizarán los datos sobre el uso de la energía, incentivando mayor eficiencia en el transporte de pasajeros, promoviendo, además un sistema de etiquetado de vehículos y una fijación de estándares mínimos de eficiencia energética para éstos.

La demanda en el uso de servicios de transporte ligado al turismo ha aumentado y los patrones de movilidad han cambiado, es por ello que hay una gran necesidad de mejorar la eficacia y eficiencia energética en el transporte ligado al turismo. Contar con transporte turístico sustentable, es una oportunidad en el mercado, ya que los usuarios están cada vez más conscientes de la necesidad de un desarrollo que se adecúe a las necesidades del medioambiente.

Los servicios de transporte asociados al turismo, se abastecen de energía tanto para el uso de sus instalaciones, para la gestión del servicio (oficinas, talleres, bodegas entre otros.), como para el funcionamiento de vehículos terrestres, embarcaciones o aeronaves.

<sup>11</sup> Estrategia nacional de Energía 2012 – 2030 [2012], Ministerio de Energía, Chile.  
Documento descargable en <http://www.minenergia.cl/documentos/estudios/estrategia-nacional-de-energia-2012.html>

En este sentido, se presentan a continuación una serie de recomendaciones de buenas prácticas:

### Consumo responsable de energía<sup>12</sup>

- Evaluar el uso actual de energía para determinar los patrones de consumo y las áreas más susceptibles de ser mejoradas en términos de eficiencia energética, según tipo de vehículo, normas internacionales, otros.
- Continuar monitoreando el consumo de energía tanto en las instalaciones como el consumo de los vehículos (diaria, semanal o mensualmente), para identificar cualquier consumo anormal y cuantificar ahorros en energía.
- Trabajar en conjunto con el personal para identificar e implementar Buenas Prácticas para el ahorro de energía (apagar los equipos cuando no estén en uso, por ejemplo).

### Dispositivos y técnicas de ahorro de energía.

- Maximizar la eficiencia de los sistemas de calefacción, ventilación y aire acondicionado (aislar, instalar persianas, limpiar regularmente y reemplazar filtros y utilizar los controles de termostato programable).
- Asegurar que los ventiladores, motores y equipos eléctricos, son los adecuados para las necesidades de operación, y se encuentren en buen estado para maximizar un uso eficiente de la energía (mantener bombas y ventiladores limpios, las correas alineadas, entre otros).

### Eficiencia en uso de combustible<sup>13</sup>

- Monitorear el consumo de combustible para todos los vehículos, buques o aeronaves, y estimar el ahorro de combustible que se logra.
- Considerar la eficiencia cuando se está conformando o reemplazando una flota, encontrando un equilibrio entre las ventajas de una solución única (por ejemplo, vehículos, embarcaciones o aeronaves de capacidad estándar), versus una solución diversa de acuerdo a las funciones o tareas para los cuales serán utilizados, es decir, por ejemplo, una combinación de tamaños o capacidades (más pequeños y otros más grandes), de los vehículos, barcos/aviones.
- Seleccionar sistemas de combustión más limpia: la mayoría de los motores de combustible deben tener una combustión eficiente para reducir la contaminación de hidrocarburos.
- Exigir que todos los conductores/capitanes realicen un programa de formación inicial incluyendo aspectos medioambientales, y posteriormente otorgarles una capacitación continua para actualizar sus conocimientos; estos programas permitirán mejorar la seguridad y el uso eficiente de combustible en la conducción (por ejemplo, esto podría vincularse con el programa de control del combustible y generar incentivos para el ahorro de combustible).
- Calibrar todos los motores de forma regular, de acuerdo con las especificaciones del fabricante, para mantener los motores funcionando al máximo de su rendimiento.
- Mantener la presión de los neumáticos recomendada en los vehículos, y cuando sea posible, instalar sensores inalámbricos de presión de los neumáticos, que muestren la presión en el tablero de instrumentos del vehículo.
- Buscar mecanismos para optimizar las rutas de viaje para reducir el kilometraje, el uso de combustibles y las necesidades de mantenimiento del vehículo.

12-13 *TRANSPORT OPERATORS SUSTAINABILITY GUIDE.*  
New Zealand Ministries of Tourism and Environment, 2009.



## TAXIS FLUVIALES

### Valdivia, Región de los Ríos



#### Gestión de la energía

Servicio de Transporte: **Acúatico**

Medio de Transporte: **Taxi Acúatico**

Tipología (P-T-O): **P-T**

Sitio Web: [www.solaresdevaldivia.cl](http://www.solaresdevaldivia.cl)



En el mes de abril de 2013 comienza a operar en la ciudad de Valdivia la empresa denominada Transporte Fluvial Sustentable (TFS). Su servicio consiste en taxis que operan a lo largo del río Calle Calle, cuyas naves son impulsadas por energía solar.

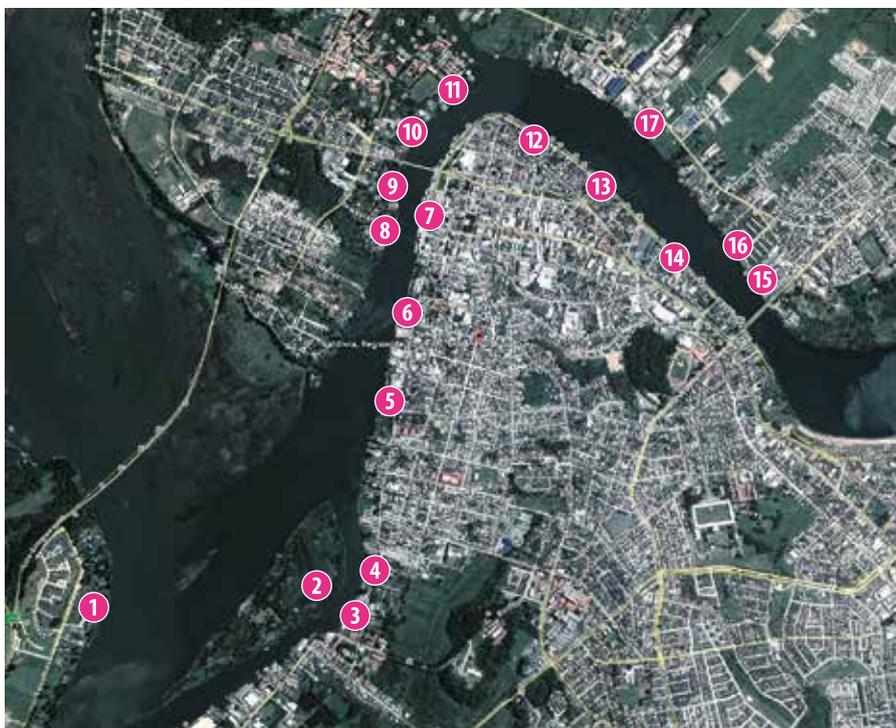
Para la prestación de este servicio, se desarrolló un plan maestro que define un conjunto de muelles a través de los cuales estos taxis pueden dejar o tomar pasajeros. Los puntos de prestación de servicio para esta primera etapa son: Vialidad en las Ánimas, el Terminal de Buses en la Costanera, Los Castaños en Isla Teja y el Muelle de la Peña en el Sector de General Lagos.

La iniciativa nace como un emprendimiento privado, en donde el Estado juega un rol subsidiario. Corresponde a un servicio de transporte cero emisiones.



Al sumarse como alternativa modal y de conectividad al Sistema de Transporte Urbano de la ciudad, permite eliminar viajes que antes se efectuaban en vehículos motorizados tradicionales. Adicionalmente, al aprovechar el río como vía de traslado, la trayectoria del traslado es más corta, lo cual reduce significativamente la longitud de los viajes tradicionales, generando importantes beneficios en términos de ahorro de tiempos y consumo de combustibles.

El plan maestro contempla el funcionamiento en el futuro de 17 muelles, los cuales se irán construyendo en la medida que existan fondos públicos o privados que apoyen el desarrollo de la iniciativa. Y en la medida que se consolide la materialización del Barrio Cívico de Valdivia hacia el sector de Collico, el servicio podría crecer hasta alcanzar 25 muelles.



- 1 Silos de Torobayo
- 2 Islote Haverbeck
- 3 UACH Miraflores
- 4 Hotel Naguilán
- 5 Univ. San Sebastián 1
- 6 La Peña
- 7 Muelle Schuster
- 8 Los Castaños
- 9 Barrio Flotante
- 10 Univ. San Sebastián 2 (Phoenix)
- 11 Usach 2
- 12 Costanera 1
- 13 Costanera 2
- 14 Terminal de Buses
- 15 Vialidad
- 16 Inacap
- 17 Hotel Villa del Río



## GESTIÓN DE RESIDUOS

Se entenderá por gestión de residuos al conjunto de acciones y normas que conducen a un adecuado manejo de estos residuos incluyendo su recolección, transporte, reciclaje y disposición final.

La acumulación de residuos es una grave amenaza al turismo, pues produce contaminación visual y sanitaria. Los servicios de transporte ligado al turismo deben contribuir a reutilizar y reciclar responsablemente los residuos que deriven de su actividad.

Los servicios de transporte pueden ser generadoras de tres grandes categorías de residuos: (a.) aguas residuales (b.) residuos sólidos y (c.) residuos peligrosos. A continuación se presentan recomendaciones de buenas prácticas para cada uno de ellos.

### a. Gestión de aguas residuales<sup>14</sup>

- Usar detergentes y compuestos desengrasantes de degradación rápida para reducir las emulsiones de aceites y otros hidrocarburos.
- Instalar unidades de lavado en base a agua (en lugar de solvente), para el desengrasado de motores y piezas.
- Usar jabón biodegradable, es menos costoso de operar y más seguro.
- Asegurar que las aguas residuales de los sistemas de sanitarios portátiles, sean manipuladas y eliminadas de forma segura (por ejemplo, a lugares de descarga designados) y autorizados.
- Para el caso de las embarcaciones, contar con Plantas de Tratamiento de Aguas Servidas, autorizadas tanto en su diseño como funcionamiento, por la Autoridad Marítima de Chile. El objetivo es que los residuos orgánicos generados en navegación sean debidamente tratados con reactores y decantadores biológicos.
- Para el caso de las embarcaciones, contar con Plantas de Tratamiento de Aguas Olorosas, lo que permite tratar todos los residuos peligrosos generados, producto del funcionamiento propio de los motores, los cuales deben ser guardados en envases herméticos y entregados en Puerto para su transporte, tratamiento y disposición final.

### b. Gestión de residuos sólidos<sup>15</sup>

- Elegir entre las siguientes opciones de gestión para cada flujo de residuo: disminuir, reutilizar, reciclar, compostar. Comprobar con regularidad los progresos y los costos.
- Proveer recipientes claramente etiquetados para residuos reciclables, no reciclables y residuos peligrosos a separar y vincularlos a servicios de recolección autorizados.
- Proveer a los pasajeros de bolsas y contenedores de material biodegradables para los alimentos.
- Realizar campañas en los vehículos de transporte tendientes a generar conciencia turística ambiental, con la reducción de residuos. Incentivar por ejemplo: rellenar botellas plásticas con agua potable, eliminación de residuos en los lugares adecuados, propender a generar sectores diferenciados para la basura, entre otros.
- Siempre que sea posible, comprar productos a proveedores que proporcionan un servicio de recogida, reutilización o reposición de los contenedores (envases reutilizados por el proveedor).
- Reducir el uso de artículos de oficina agotables, por ejemplo, imprimir a doble cara, reutilizar el papel, comprar productos recargables, utilizar registros electrónicos en lugar de papel.

### c. Gestión de residuos peligrosos<sup>16</sup>

- Mantener un inventario actualizado de los residuos peligrosos utilizados y almacenados, y asegurar que todos los contenedores están claramente identificados, de acuerdo a la normativa vigente.
- Desplegar un letrero con la información de seguridad de acuerdo a lo estipulado por el fabricante, detallando las precauciones a seguir relacionadas a la salud, seguridad y medio ambiente.
- Definir y delimitar el lugar donde las sustancias peligrosas se utilizarán, y capacitar al personal en los procesos de manipulación de sustancias. Establecer un lugar de almacenamiento de residuos peligrosos, de acuerdo a la normativa vigente (DS 148).
- Usar dosificadores automáticos para productos químicos de limpieza, de manera de garantizar una manipulación segura y que se utilicen las cantidades correctas de productos químicos para cada tarea. Siguiendo esta misma línea, mantener todas las sustancias peligrosas, por ejemplo, desinfectantes, aceites, combustibles, detergentes, venenos, solventes, soluciones alcalinas, soluciones ácidas y drene partes que pueden contener contaminantes, en áreas bien delimitadas, cubiertas y selladas, de acuerdo a la normativa vigente (DS78).
- Asegurar que las sustancias peligrosas que son reguladas por la legislación, por ejemplo, solventes, gasolina, gas licuado, amoniaco, cumplan con los controles específicos aplicables. Pedir recomendaciones y asesoría a sus proveedores.
- Utilizar equipos que estén libres de la presencia de HCFC y CFC
- Convertir los equipos existentes en equipos que usen productos químicos de bajo Potencial de Agotamiento del Ozono (PAO) o de cero PAO. Pida asesoría a ingenieros en refrigeración.
- Buscar sistemas de recogida y reciclaje de lubricantes (aceite, petróleo, etc.) ya utilizados y productos relacionados, tales como: de la transmisión (aceite de engranajes, aceite hidráulico, aceite del diferencial y de la dirección asistida), refrigerantes, filtros de aceite y combustible, lámparas compactas fluorescente, soluciones cáusticas (a partir del lavado del radiador) y baterías.
- Asegurar de que todos los fluidos de la mantención de los vehículos, barcos o aviones (por ejemplo, de los motores, radiadores, transmisiones, diferenciales, líneas y mangueras, núcleos de calefacción, aparatos de aire acondicionado) se recojan en contenedores para una posterior disposición adecuada de los mismos.
- Asegurar que se hayan establecido planes para prevenir derrames y planes de limpieza tanto para las mantenciones como para la recarga de combustible, y que todo el personal relacionado está capacitado en esos procedimientos.
- Instalar una unidad de para recuperar el solvente de residuos de pintura y para reutilización de artículos de operaciones de limpieza.
- Asegurar de que las partes que puedan contener asbestos (por ejemplo, frenos, embriagues y empaquetaduras) sean manejados y eliminados de acuerdo con los requisitos legales (por ejemplo, etiquetado, en doble bolsa, húmedos, de acuerdo con los requisitos establecidos por la Autoridad Sanitaria).
- Contar con un Programa Anual de simulacros de emergencias, donde se establezcan los procedimientos de mitigación de los riesgos ambientales, planificados a través de Planes de Contingencia de Preparación y Respuesta ante Situaciones de Emergencias Medioambientales (tales como: derrame de hidrocarburos, incendios, explosiones, entre otros).



### CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

Se entenderá por conservación de la biodiversidad, la mantención de la variedad y variabilidad entre organismos vivos y los espacios ecológicos que estos mismos organismos habitan y conforman. Cabe destacar que la conservación de diversas especies en el presente está en peligro, debido en parte, a la explotación irresponsable de los territorios y sus recursos naturales. Por lo mismo, proteger la biodiversidad va más allá de un tema económico, pues un ecosistema en su estado natural favorece su capacidad productiva, la disminución de desastres naturales y la purificación de aire y agua, además de la provisión de comida, combustibles y fibras.

Los servicios de transporte ligados al turismo pueden aportar a la conservación de la biodiversidad a partir de las siguientes áreas (a.) apoyar iniciativas de conservación lideradas por Organizaciones no Gubernamentales (ONG's), fundaciones o comunidades locales con recursos financieros y horas/profesional (b.) Política de protección del medio ambiente (c.) Difusión material que contribuya a sensibilizar y concientizar a los visitantes y (d.) Control del nivel de impacto por acercamiento del medio de transporte.



A continuación se incluye un conjunto de recomendaciones asociadas a cada uno de los aspectos anteriormente mencionados.

#### **a. Apoyar iniciativas de conservación lideradas por ONGs, fundaciones o comunidades locales con recursos financieros y horas/profesional**

- Participación de la empresa apoyando el rescate o conservación de la biodiversidad, apoyando a través de financiamiento, transporte de pasajeros o carga u otras formas.
- Difundir entre los clientes eventos que tengan como fin la conservación de la biodiversidad y puedan calzar con sus itinerarios.
- Realizar convenios con ONG's y otras instituciones para facilitar transportes y realizar campañas (por ejemplo limpieza de playas).



#### **b. Política de protección del medio ambiente**

- Trabajar asociativamente con otras empresas turísticas y la comunidad, para implementar iniciativas locales que contribuyan a la conservación de la biodiversidad.
- Proporcionar a los clientes la oportunidad de reducir las emisiones derivadas de los viajes, mediante el financiamiento de proyectos de plantación de árboles nativos.
- Difusión de material que contribuya a sensibilizar y concientizar a los visitantes
- Apoyar e incentivar programas de difusión y conciencia turística medioambiental, conservación de la biodiversidad local en terminales, transportes y vehículos a través de videos o afiches.
- Promover los productos naturales locales, por ejemplo frutos de la estación, yerbas medicinales, otros.
- Difundir entre sus medios de comunicación links de instituciones ligadas a la conservación de los territorios donde operan.
- Difundir videos y otro material que destaque acciones en conservación de la biodiversidad local.

#### **c. Control del nivel de impacto por acercamiento del medio de transporte**

- Impedir la mortalidad por atropello, colisión con vehículos u otras causas, que afectan a un amplio número de especies, ya sean terrestres, asociadas a medios acuáticos o especies que vuelan.
- Impedir las perturbaciones originadas por el efecto de los contaminantes, el ruido, la iluminación o los vertidos accidentales.



## CRUCEROS

Punta Arenas, Región de Magallanes y Antártica Chilena



### Conservación de la Biodiversidad

Servicio de Transporte: **Acuático**

Medio de Transporte: **Crucero**

Tipología (P-T-O): **P-O**

Sitio Web: [www.australis.com](http://www.australis.com)





El servicio consiste en cruceros que viajan por la parte más austral del país, entre Punta Arenas y Ushuaia. Sus operaciones se ejecutan de manera tal que se minimice cualquier acción que pueda poner en peligro o dañe el medio ambiente, debido a que la política de la compañía así lo establece.

Cruceros Australis es una empresa consciente de los equilibrios ecológicos necesarios de mantener entre las actividades del hombre y la belleza y abundancia de la naturaleza. La política es de una protección ambiental responsable, siendo uno de los objetivos empresariales el impedir la contaminación de cualquier especie en las operaciones, así como provocar el mínimo impacto en los lugares en el que se realizan las excursiones. Una de las principales preocupaciones es no afectar el ecosistema de la flora endémica de la región ni alterar ningún proceso en la reproducción de la fauna que se concentra en el área. Cruceros Australis y sus empleados obedecen la reglamentación aplicable tendiente a prevenir la contaminación o el daño ambiental a la tierra, mar y aire en donde se ejecuten sus actividades. Los barcos cumplen con las regulaciones Nacionales e Internacionales para la protección del medio ambiente (SOLAS, Marpol, entre otras.)

Este servicio de transporte, se preocupa por los efectos que pueden ocasionar la actividad turística en la conservación de las áreas naturales y culturales, ya que se trabaja en un área natural prístina y casi no tocada por el hombre. Por lo anterior, se evita un turismo masivo, las excursiones son guiadas por expedicionarios que han sido previamente capacitados para entregar información real, con fundamento científico. Se actualiza constantemente la información científica, para entregar los datos más reales posibles a los turistas y se capacita constantemente al Equipo de Expedición en todas las áreas necesarias.

Actualmente la compañía se adhiere a los convenios nacionales e internacionales sobre cuidado y protección del medio ambiente, conservación del patrimonio cultural, natural y el desarrollo sustentable de la actividad turística. Con la Corporación Nacional Forestal (CONAF), institución encargada de la protección de Áreas Silvestres Protegidas, se firmó un convenio de cooperación para la protección y la implementación del Parque Nacional Alberto De Agostini, Parque Nacional Cabo de Hornos y el Monumento Natural Los Pingüinos, en "acciones de mantenimiento, conservación y protección de los lugares visitados, tanto de su flora como fauna, preservando siempre el estado natural e indómito de la naturaleza". Con CEQUA, Centro de Estudios del Cuaternario de Fuego-Patagonia y Antártica, se firmó convenio de cooperación científica y turística para el desarrollo de un turismo científico sustentable de alto nivel, que entregue información de primera fuente a los turistas, los cuales tendrán la oportunidad de ser parte y apreciar los procedimientos de las expediciones científicas que se desarrollen en los viajes del crucero.

Este tipo de medidas, permiten fomentar sistemas de evaluación y monitoreo de la biodiversidad a largo plazo, para utilizarlos como indicadores de sostenibilidad en los sitios de visita, promover el intercambio de investigación científica que contribuya a la conservación y uso turístico sostenible y, divulgar los resultados de investigación científica a fin de generar una mayor conciencia ambiental para el desarrollo del turismo sustentable.

Las prácticas de protección ambiental adoptadas por Cruceros Australis, siendo ellas de un alto estándar, deberían ser incorporadas por otras empresas del rubro, con el fin de fomentar la responsabilidad social – empresarial de generar la conservación de la biodiversidad.



## REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO

Se entenderá por reducción de la huella de carbono al conjunto de acciones y normas que conducen a una disminución de los gases de efecto invernadero (GEI) emitidos producto del uso de combustibles fósiles, 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 combustibles fósiles son recursos naturales limitados y relativamente caros, además, su combustión genera sustancias contaminantes que se emiten a la atmósfera. Además, la combustión también produce la emisión de otros contaminantes que afectan a la salud y el medio ambiente.

### Huella de Carbono

El uso de carbón, gas natural o aceite para la generación de electricidad, calor o transporte, emite dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) y otros gases contaminantes hacia la atmósfera. Esas emisiones diarias son las que componen la huella de carbono. A través del ejercicio de cálculo de la huella de carbono se identifican las principales fuentes de emisiones de GEI.

La reducción de la huella de carbono es el conjunto de acciones y normas que conducen a una disminución de los GEI emitidos hacia la atmósfera, producto del uso de forma directa o indirecta por un individuo, empresa u organización, o la suma de todos ellos.

#### Además, se plantean una serie de medidas relacionadas con la conducción:

- Arrancar sin pisar el acelerador
- Utilizar la 1era marcha sólo para arrancar
- Inflar los neumáticos con nitrógeno seco
- Cambiar de marcha lo antes posible
- Mantener una velocidad uniforme
- Moderar la velocidad
- Utilizar la marcha por inercia
- Realizar la detención del vehículo en marchas largas
- Apagar el motor en detenciones de más de un minuto
- Reducir la velocidad en curvas
- Evitar cargas innecesarias en el vehículo
- Controlar el uso de accesorios en el vehículo
- Regular el aire acondicionado
- Capacitar a los conductores sobre una conducción eficiente

El Observatorio de la Sostenibilidad de España<sup>17</sup>, propone las siguientes recomendaciones de buenas prácticas para reducir la huella de carbono en los medios de transporte:

- Elegir vehículos eficientes en el consumo de energía: al adquirir un vehículo es importante considerar su calificación energética. Mientras menos combustible consuma, mayor es el ahorro económico a futuro.
- Valorar vehículos que utilizan otras formas de energía: este mercado se ha introducido en Chile de forma lenta. Es de esperar, que en el corto plazo, se cuente con un amplio abanico de posibilidades que representen una alternativa a los motores de combustión altamente contaminantes.
- Elegir vehículos de dimensiones adecuadas a las necesidades reales: los vehículos de mayor tamaño, presentan un mayor consumo. Siempre el uso que se le dará debe definir la decisión en la compra.
- Optimizar rutas: a la hora de planificar rutas, es conveniente estudiar los antecedentes del consumo de combustible y hacer una planificación que reduzca su uso.
- Utilizar dispositivos de ahorro de combustible: los dispositivos que monitorean las revoluciones, el control de cruce, indicadores de cambio de marcha y limitadores de velocidad, contribuyen a una conducción eficiente.
- Realizar revisiones periódicas al vehículo: los cambios de filtros y aceites deben realizarse con la regularidad establecida por el fabricante.
- Comprobar el estado de los neumáticos al menos una vez al mes: las pérdidas de presión en los neumáticos inciden drásticamente en el aumento del consumo de combustible y en la seguridad de los pasajeros.

<sup>17</sup> [http://www.sostenibilidad-es.org/sites/default/files/\\_Recursos/Publicaciones/manual\\_transporte\\_final.pdf](http://www.sostenibilidad-es.org/sites/default/files/_Recursos/Publicaciones/manual_transporte_final.pdf)



## BICITAXIS

### La Serena, Región de Coquimbo



#### Reducción de la Huella de Carbono

Servicio de Transporte: **Terrestre**

Medio de Transporte: **Bicicleta**

Tipología (P-T-O): **P-T**

Contacto: [itrujillo@cicletour.com](mailto:itrujillo@cicletour.com)

Sitio Web: [www.cicletour.com](http://www.cicletour.com)

Los bicitaxis son triciclos que cuentan con capacidad máxima para 2 pasajeros junto a un operador.



En el caso de Cicletour, el triciclo ha sido fabricado con plástico y cuenta con un motor eléctrico con autonomía de 60 km aproximadamente, que se carga en 7 horas. Este tipo de motor no sustituye la acción de pedalear, sino que contribuye a la aceleración en momentos clave como el inicio de la marcha, viento en contra o la subida de pendientes, también ayuda a evitar la sobrecarga física del operador. Los bicitaxis funcionan a pedales, esto quiere decir que no se considera un vehículo motorizado, ya que la propulsión es humana y no depende del motor.

Esta innovadora iniciativa es un emprendimiento familiar gestado por Ignacio y Maximiliano Trujillo. En septiembre del año 2011, en un viaje a San Francisco, Estados Unidos, se impresionaron por el sistema de transporte basado en triciclos, los cuales inmediatamente visualizaron en la ciudad de La Serena. Al volver, presentaron una propuesta a la Secretaría Regional de Transportes de la región, quién decidió apoyar la iniciativa.

El primer Cicletour fue financiado con ahorros personales y fue concebido de forma experimental en un taller de bicicletas. En dicha oportunidad lograron poner en funcionamiento dos Cicletour mecánicos, los cuales para operar requerían de un gran esfuerzo. Fue en agosto de 2012 cuando postularon esta idea emprendedora a un capital semilla del Servicio de cooperación técnica (SERCOTEC), consiguiendo tres millones de pesos para importar dos vehículos desde China.

Este tipo de iniciativa constituye un aporte para mejorar la calidad de vida de los habitantes y potencia la reputación de La Serena en materia de turismo y cuidado ambiental, poniendo a disposición de los usuarios un medio de transporte ecológico, seguro y de bajo costo.

La fidelización por parte de los usuarios de este tipo de medios de transporte va en alza debido a la excelente reputación que este servicio se ha creado dentro de La Serena, permitiendo incluso el traslado, por largos trayectos a personas con discapacidad, adultos mayores, mujeres embarazadas y niños.



## TAXIGO

### Santiago, Región Metropolitana



Criterio de Sustentabilidad:  
**Reducción de la Huella de Carbono**

Servicio de Transporte: **Terrestre**

Medio de Transporte: **Taxi**

Tipología (P-T-O): **P-T**

Contacto: **info@taxigo.cl**

Sitio Web: **www.taxigo.cl**



TaxiGo es una nueva propuesta de taxis amigables con el medio ambiente, que busca a través de la innovación, la eficiencia y las buenas prácticas, reducir la Huella de Carbono de sus clientes, a través del incentivo el mercado chileno de manera cercana, visible y entretenida.

TaxiGo se presenta como una alternativa que colabora de manera real a solucionar la problemática de transporte y contaminación de la ciudad, influyendo de manera positiva en la mentalidad de sus clientes, la que creen que finalmente es la única solución sustentable en el largo plazo.

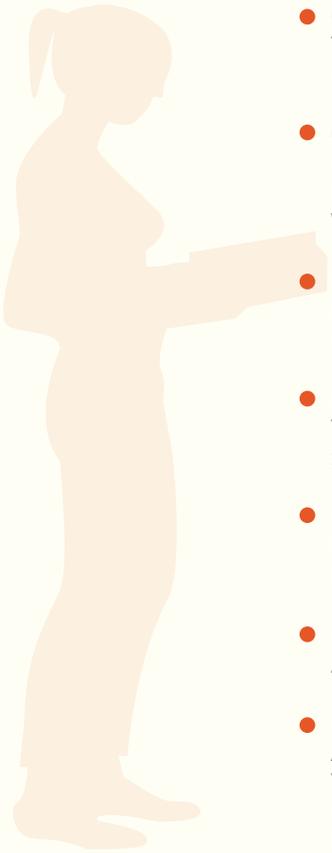
La empresa presenta 4 factores principales de innovación, que en su conjunto forman un producto nuevo:

- **Sustentabilidad ambiental:** pioneros a nivel latinoamericano en utilizar planes de medición, neutralización y reducción de emisiones de CO2 de viajes en taxi. La neutralización se materializa a través de la compra de bonos de carbono.
- **Tecnología:** primeros en Latinoamérica en utilizar Taxis Híbridos, además de Internet a bordo y el diseño de un nuevo software de gestión de pasajeros.
- **Buenas prácticas y cultura organizacional:** incentivo a clientes sobre el uso de medios de transporte no motorizados, como la caminata o la bicicleta, además de campañas comunicacionales de sensibilización y entrega de información del mercado del carbono. La empresa se muestra a la ciudad mediante sus "puertas verdes".
- **Modelo de negocio sustentable:** La empresa financia a sus taxistas para que sean dueños de sus taxis, creando nuevos emprendedores.



## FUENTES DE INFORMACIÓN

- **BEST PRACTICES IN THE CRUISE LINE SECTOR.** RENEWABLE ENERGY IN TOURISM INITIATIVE. COLORADO, USA, 2008.
- **CHACALTANA, J.** RESTRICCIONES A LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO. CENTRO DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO Y LA PARTICIPACIÓN, LIMA. 2002.
- **FICHA PEDAGÓGICA N°3, CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD.** GOBIERNO REGIONAL ATACAMA, CONAF, CONAMA, SAG, CHILE.
- **GOOD PRACTICE GUIDE ON PLANNING FOR TOURISM.** DEPARTMENT FOR COMMUNITIES AND LOCAL GOVERNMENT, LONDRES, 2006.
- **GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS, EMPRESAS DE TRANSPORTE LIGADO AL TURISMO.** RAINFOREST ALLIANCE & USAID. WASHINGTON 2011.
- **HACIA UNA ECONOMÍA VERDE.** GUÍA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA ERRADICACIÓN DE LA POBREZA.
- **LAS INICIATIVAS DE DESARROLLO LOCAL, TIPOLOGÍA Y RASGOS PRINCIPALES.** CURSO SOBRE DESARROLLO LOCAL.
- **LOS MEDIOS DE TRANSPORTE EN LA CIUDAD. UN ANÁLISIS COMPARATIVO.** ECOLOGISTAS EN ACCIÓN, ESPAÑA, 2007.
- **MAKING TOURISM MORE SUSTAINABLE.** A GUIDE FOR POLICY MAKERS.
- **MANUAL DE BUENAS PRACTICAS AMBIENTALES PARA EL SERVICIO DE TRANSPORTE LIGADO AL TURISMO TERRESTRE.** MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO, PERU. LIMA 2010.
- **MANUAL DE BUENAS PRACTICAS EN GESTIÓN DE SERVICIO PARA EMPRESAS DE TRANSPORTE LIGADO AL TURISMO TERRESTRE.** MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO, PERU. LIMA 2010.
- **MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES EN EL TRANSPORTE.** CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE, JUNTA DE ANDALUCÍA.
- **MANUAL DE CÁLCULO Y REDUCCIÓN DE HUELLA DE CARBONO PARA ACTIVIDADES DE TRANSPORTE POR CARRETERA.** OBSERVATORIO DE LA SOSTENIBILIDAD EN ESPAÑA.
- **MANUAL PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD ECONÓMICA DE PROYECTOS.** PROARCA/CAPAS, ESPAÑA.
- **PROYECTO: REGLAMENTO APLICABLE A LA TRANSPORTACIÓN TURÍSTICA DE PUERTO RICO.** COMPAÑÍA DE TURISMO DE PUERTO RICO, ÁREA DE TRANSPORTACIÓN TURÍSTICA. SAN JUAN, 2003.
- **RETHINKING THE ROLE OF TRANSPORTATION IN TOURISM.** PROCEEDINGS OF THE EASTERN ASIA SOCIETY FOR TRANSPORTATION IN STUDIES, AUSTRALIA, 2005.
- **TOURISM FOR NATURE & DEVELOPMENT.** A GOOD PRACTICE GUIDE. CONVENTION OF BIOLOGICAL DIVERSITY.
- **TRANSPORT OPERATORS SUSTAINABILITY GUIDE.** NEW ZEALAND MINISTRIES OF TOURISM AND ENVIRONMENT. 2009.



«Autorizada su circulación en cuanto a los límites y fronteras actuales de Chile, por Resolución N° 508 del 22 de noviembre de 2013 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