

CHILE

POR UN TURISMO SUSTENTABLE

Manual de
Buenas Prácticas

TOUR OPERADORES



SERNATUR
Ministerio de
Economía, Fomento
y Turismo

Gobierno de Chile

CHILE, POR UN TURISMO SUSTENTABLE

Manual de Buenas Prácticas - Tour Operadores

1ª Edición: diciembre de 2011

ISBN: 978-956-8800-04-8

CRÉDITOS:

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

EQUIPO REVISOR:

SERNATUR

FEDETUR

DESARROLLADO POR:

TURISTIKO® consultores

www.turistiko.cl

FOTOGRAFÍAS:

Banco de Imágenes SERNATUR

Banco de Imágenes Turismo Chile

Andes Nativa

Escuela de Guías de la Patagonia

Gastón Cañimir

Juan E. Jaeger

Martín Edwards

TUI Travel

TURISTIKO® consultores

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO®

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

Servicio Nacional de Turismo - SERNATUR

Av. Providencia 1550, Providencia, Santiago - Chile.

Tel: (+56 2) 731 8310 / (+56 2) 731 8313

Código postal 7500548

E-mail: contacto@sernatur.cl

www.sernatur.cl

Federación de Empresas de Turismo de Chile - FEDETUR

Coimbra 110, Of 302, Las Condes, Santiago - Chile

Tel: (+56 2) 229 25 90

Fax: (+56 2) 220 24 21

E-mail: info@fedetur.org

www.fedetur.org



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

Esta publicación ha sido posible gracias al aporte de

transbank[™]
APOYANDO NEGOCIOS

CHILE

POR UN TURISMO SUSTENTABLE







ÍNDICE

Panorámica de Chile	6
Sustentabilidad en los Tour Operadores	8
Manual de Buenas Prácticas para Tour Operadores	10
¿Qué son las Buenas Prácticas?	10
¿Qué es el Manual de Buenas Prácticas y a quién está dirigido?	11
¿Para qué sirve el Manual de Buenas Prácticas?	11
Ámbito Económico	12
Introducción	14
Viabilidad Económica	14
Prosperidad Local	15
Empleo de Calidad	16
Calidad y satisfacción del visitante	18
Política de abastecimiento	19
Ámbito Sociocultural	22
Introducción	24
Contribución al desarrollo local	26
Desarrollo de oferta con elementos culturales	28
Bienestar de la comunidad	30
Protección del patrimonio histórico-cultural	31
Ámbito Medioambiental	32
Introducción	34
Gestión del territorio turístico	34
Gestión del agua	35
Gestión de la energía	36
Gestión de los residuos	37
Conservación de la biodiversidad	39
Medición de la Huella de Carbono	41
Política de Sustentabilidad	42
Buenas Prácticas para guías turísticos	44
Fuentes Adicionales de información	50
Glosario de conceptos	51



PANORÁMICA DE CHILE

EL TURISMO EN CIFRAS

3,23%
Aporte del turismo al PIB⁴

135.436
Empleo Directo y Formal⁵

2.771.053
Turistas Internacionales⁶

CHILE, PAÍS TRICONTINENTAL

17.094.275
habitantes¹

756.096 km²
Superficie insular
y continental

1.250.000 km²
Superficie antártica

USD 203.925
millones PIB 2010²

USD 14.982
PIB per cápita³



Elaboración: TURISTIKO consultores©

AREAS SILVESTRES PROTEGIDAS

16 millones
de hectáreas protegidas públicas¹⁰

20%
del territorio nacional¹¹

35
Parques Nacionales¹³

500 áreas
protegidas privadas¹²

49
Reservas Nacionales¹³

16
Monumentos Naturales¹³

1,6 millones
de Has. protegidas privadas¹⁵

1.816.916
visitantes al SNASPE en 2010¹²

9
Reservas de la Biosfera¹⁶

USD 2.039,8
Millones en divisas por turismo⁷

> 6.500.799
Flujo anual turistas nacionales⁹



CLIMAS

- Semiárido
- Desértico
- Templado
- Tundra y Estepa
- Polar

SERVICIOS TURÍSTICOS POR CATEGORÍA

(Actividades Características del Turismo, SERNATUR)

TIPO DE SERVICIO	Cant
Alojamiento	4.784
Restaurantes y Similares	3.490
Agencias de Viajes y Tour Operadores	1.347
Servicios de Turismo Aventura	2.099
Servicios de Guías de Turismo	1.446
Transporte Interurbano	391
Transporte Marítimo	86

PATRIMONIO Y CULTURA

5 sitios declarados
Patrimonio de la Humanidad¹⁷

1.226
Monumentos Nacionales
declarados desde 1925¹⁸

PUEBLOS ORIGINARIOS¹⁹

4.647 (0,67%)
RAPANUI

604.349 (87,3%)
MAPUCHE

48.501 (7%)
AYMARA

21.015 (3,04%)
ATACAMEÑO

Fuentes:

¹ INE, 2010.
Proyección de Población 2010.
^{2,3} Banco Central de Chile, 2010. Balanza de Pagos.
⁴ SERNATUR, 2010. Estimación PIB Turístico año 2010 y su evolución desde el año 2003
⁵ SERNATUR 2006, Turismo y Empleo en Chile.
^{6,7} SERNATUR 2010, Comportamiento del Turismo Receptivo en Chile.
⁹ SERNATUR 2009, Comportamiento

del Turismo Interno.
^{10, 11, 12, 13} CONAF 2010, Estadísticas de visitantes al SNASPE
^{14, 15} CODEFF, 2010
^{16, 17} UNESCO, 2011.
¹⁸ CONSEJO DE MONUMENTOS NACIONALES, 2010. Listado de Monumentos Nacionales.
¹⁹ INE. Censo 2002, Características Sociales y Culturales.



SUSTENTABILIDAD EN LOS TOUR OPERADORES

Los tour operadores son un eslabón clave en la cadena del turismo, por el rol que cumplen en la estructuración de productos turísticos y en su posicionamiento en los mercados a través de cadenas de distribución. Por consiguiente, la capacidad que tienen de influir en el desarrollo de un turismo más sustentable es amplia, pues tienen una relación con prácticamente todas las actividades y productos que forman parte de la oferta turística. Además, su accionar es efectivo, al tener una capacidad de influir sobre los flujos de visitantes que llegan a un destino y por el poder de compra que tienen frente a los proveedores locales.

Los tour operadores pueden y deben aprovechar esta “doble condición” para aportar en la promoción de un turismo que difunda e incorpore prácticas sustentables, tanto a nivel de prestadores de servicios, como del destino en su conjunto.

Son diversos los ejemplos de tour operadores que han incentivado a otros actores a incorporar la sustentabilidad en sus prácticas de operación habituales, utilizando de manera efectiva los beneficios que su rol articulador les otorga. Chile, en este sentido, no debe ser la excepción y éste es el objetivo del presente Manual.

A nivel mundial el sector turístico está experimentando una **creciente demanda** por productos y servicios que incorporen prácticas sustentables. Estudios señalan, un 89% de los viajeros ingleses señala que la industria del turismo debiese ser más sustentable. Asimismo, un 81% declara que ante iguales condiciones de precios, siempre preferirá los productos o servicios

con características sustentables¹. Por otra parte, un **36% señala estar dispuesto a pagar más por la sustentabilidad²**. Esta tendencia puede traer grandes beneficios a los destinos y las comunidades locales y los tour operadores son quienes más pueden aportar a incentivar la adopción de normas voluntarias y buenas prácticas orientadas a la sustentabilidad del turismo.

Otro estudio basado en una encuesta a 6 mil turistas internacionales arrojó como resultado que potencialmente **uno de cada cinco turistas solicitaría un viaje sustentable**. Del universo de entrevistados, que abarcó turistas de Reino Unido, India, Brasil, Rusia, Alemania y Suiza, el 22% afirmó que la sustentabilidad es uno de los criterios al momento de elegir un destino³.

La integración de la sustentabilidad al negocio de los tour operadores posee dos aristas: a) deben considerar los aspectos económicos, socioculturales y medioambientales para manejar su propia empresa; b) deben tener estos aspectos en cuenta al momento de desarrollar los programas turísticos y de escoger a sus proveedores. Las prácticas sustentables abarcan desde la adquisición y uso de los materiales de oficina y la contratación de servicios turísticos de terceros hasta la relación con sus clientes y los destinos.

El actuar del tour operador dentro de sus áreas de acción debe apuntar a implementar acciones que promuevan el turismo sustentable, protejan el medioambiente y los recursos culturales y beneficien a la comunidad local en el destino, pues de la conservación de estos factores dependerán sus actividades en el futuro.

¹ Tansat Air, 2009

² PNUMA Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

³ Instituto de Turismo de la Universidad de Lucerna, Suiza



Informarse

Tomar conciencia

Comprender los riesgos del Cambio Climático y cómo 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 fuentes adicionales de información (pág. 50).

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.

EL CAMINO DE LA SUSTENTABILIDAD



Actuar

Paso 1: Comprometerse

- Elaborar una Política de Sustentabilidad (*ver pag.42*)
- Identificar los ámbitos de acción
- Comprometer al resto del equipo

Paso 2: Actuar

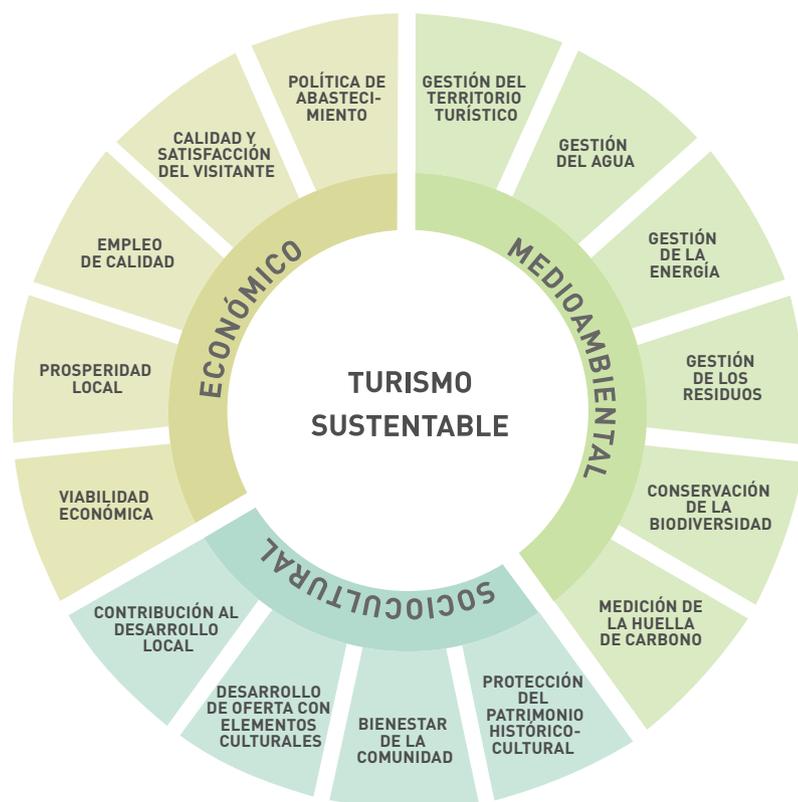
- Implementar las Buenas Prácticas
- Registrar los resultados
- Involucrar a otros actores

Paso 3: Comunicar

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

Paso 4: Evaluar

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





MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA TOUR OPERADORES

¿Qué son las Buenas Prácticas?

Las buenas prácticas son acciones para **prevenir, corregir y/o mejorar** ciertos aspectos del desa-

rrollo turístico. Se pueden aplicar en todas las áreas de servicios y operación de la empresa.

Adoptarlas y ponerlas en práctica contribuye económica, sociocultural y ambientalmente el emprendimiento y a las comunidades locales. Algunos de sus beneficios son:

- Disminuir costos variables.
- Fomentar mayor competitividad en las empresas, debido al mejoramiento en la calidad de su servicio y responsabilidad con el medio ambiente y comunidades locales.
- Concientizar a clientes, personal y proveedores acerca de la importancia de tener una visión de sustentabilidad.
- Desarrollar y fomentar buenas relaciones dentro de la comunidad local y con comunidades aledañas.
- Proteger y conservar el medio ambiente y sus recursos naturales.





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

Simbología

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

Checklist

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

-  Baja
-  Media
-  Alta

Al igual que cada Manual de la serie “Chile, por un Turismo Sustentable”, su estructura cubre los tres ámbitos de la sustentabilidad: económico, sociocultural y medioambiental. Para cada uno de ellos se entregan recomendaciones, casos de éxito, consejos, referencias, fuentes adicionales de información y un listado de acciones a la manera de “checklist”, con el fin de facilitar su utilización y contribuir así al logro de sus objetivos en materia de sustentabilidad.

Este **Manual de Buenas Prácticas** está dirigido a todos los tour operadores (TT. 00). que operan en Chile, independiente de su tamaño o localización, quienes encontrarán una guía orientadora para la contratación de los múltiples servicios que requieren aplicando criterios de sustentabilidad. Se incluye un capítulo dirigido especialmente a guías de turismo, en el que se tratan las características, condiciones y cualidades que los operadores deben exigir de estos en forma general y de manera puntual en los casos de guías de ecoturismo y turismo aventura.

¿Para qué sirve el Manual de Buenas Prácticas?

El Manual es de utilidad tanto para los TT.00. como para sus proveedores, puesto que orienta a ambos acerca de las

condiciones óptimas para lograr una operación sustentable. Sirve a las autoridades locales, en tanto les permite identificar áreas de acción para maximizar los beneficios derivados de la presencia de tour operadores y de los turistas en los destinos que ellas administran. Finalmente es de utilidad a las comunidades locales, que deben involucrarse en la gestión y monitoreo de las operaciones turísticas para asegurar su sustentabilidad.



ÁMBITO ECONÓMICO



UN TOUR OPERADOR RESPONSABLE CONOCE A SUS PROVEEDORES, SABE CUALES SON SUS POLÍTICAS Y SE PREOCUPA DE ESTABLECER UN PLAN DE TRABAJO CONJUNTO PARA LA APLICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS.

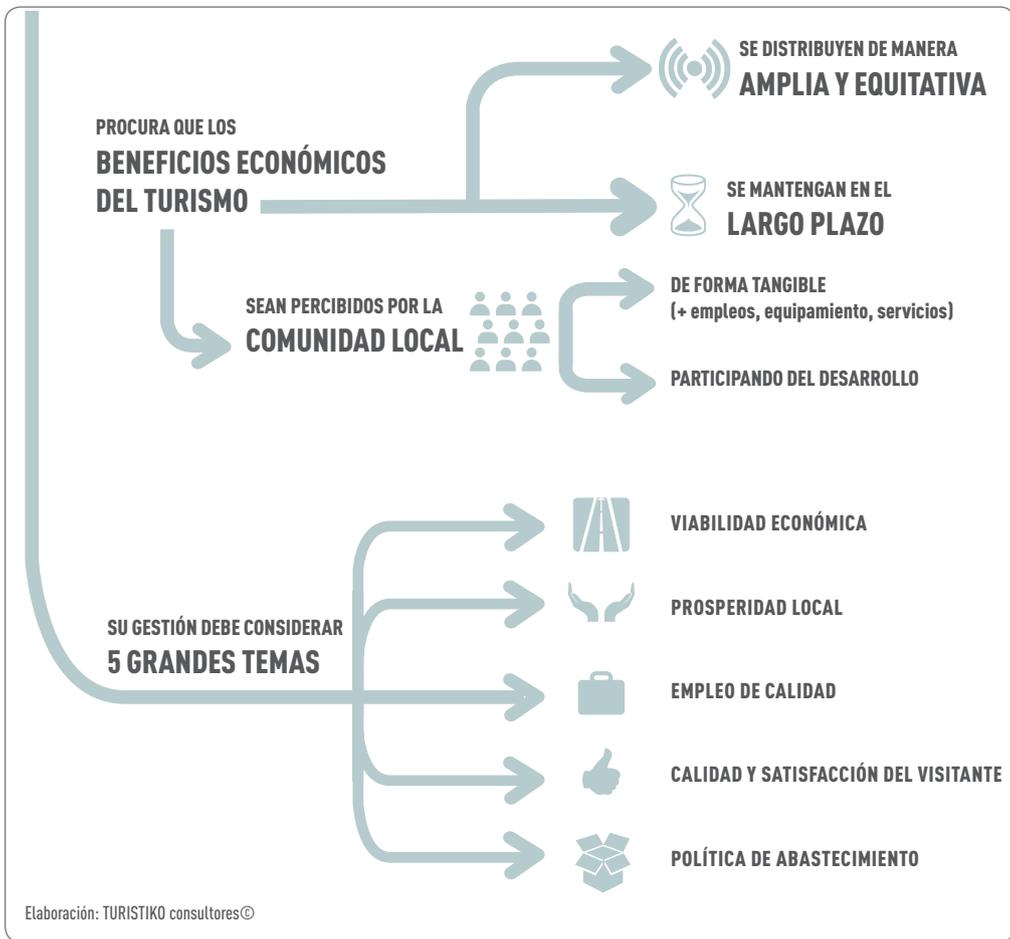


INTRODUCCIÓN

El turismo es un factor importante en el desarrollo económico de un destino y el papel que tienen los tour operadores en el auge de esta actividad es clave. Por un lado, es uno de los principales promotores de un destino, pues a través de la oferta de sus paquetes turísticos llegan a un gran número de turistas. Y, por otro, son los especialistas en reunir los servicios y productos que ofrece el destino y que serán los que utilice el viajero.

El trabajo del tour operador se enfoca en ser un sistema integrado que permite brindar a los turistas un producto o servicio de calidad en un determinado lugar, el que pudo ser escogido por el visitante u ofrecido por el operador. Aplicar buenas prácticas en las actividades del tour operador será beneficioso tanto para su gestión interna como para el desarrollo del destino.

ÁMBITO ECONÓMICO



VIABILIDAD ECONOMICA

Los negocios turísticos exitosos y gestionados con una visión de largo plazo son fundamentales para la sustentabilidad económica de los destinos y en particular para que la comunidad local obtenga beneficios tangibles del desarrollo del turismo.

La viabilidad económica se compone de tres condiciones esenciales:

- Comprensión del mercado turístico
- Evaluación Económica
- Mantener e impulsar un destino atractivo
- Dar apoyo al negocio

+ Mayor información disponible en Manual de Buenas Prácticas, Sector Turístico. (Pág. 19)

Los negocios turísticos exitosos son fundamentales para que la comunidad local obtenga beneficios tangibles del desarrollo del turismo.



PROSPERIDAD LOCAL.

El rol que juegan **los tour operadores** en esta área es fundamental, ya que son ellos los que, en gran medida, tienen en sus manos la decisión de ofrecer programas y productos turísticos de un determinado destino a los viajeros. Paralelo a esto, los operadores **pueden incentivar la generación de nuevos y mejores negocios turísticos**, originados y gestionados por la comunidad local, pues tienen la capacidad de demandar insumos y servicios para incorporar a sus programas y definir ciertos requisitos específicos para estos.

Lo anterior contribuye al desarrollo económico local, pues una vez que los operadores crean oferta en un destino, requieren de una serie de productos y servicios que, idealmente, pueden ser provistos por empresas o personas de la comunidad local.

Para que los operadores realicen una real contribución a la economía local deben tener en consideración las siguientes recomendaciones:

- Al seleccionar proveedores, preferir y respaldar a aquellos de origen local y/o establecidos en la propia localidad, incluyendo su oferta de bienes y servicios en los programas o paquetes turísticos que se ofrecen a los turistas.
- Preferir los prestadores de servicios que empleen personal local.
- Identificar y colaborar en programas de desarrollo local.
- Si el volumen de clientes finales lo justifica, contribuir a la generación de una oferta local de productos y servicios turísticos que ellos o los turistas requerirán.

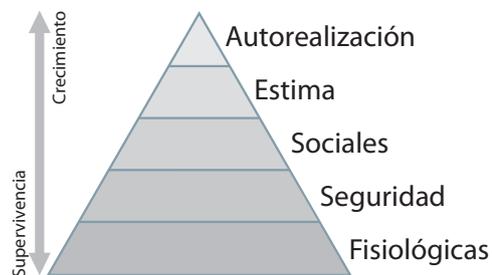


- Capacitar a núcleos familiares, estableciendo una relación contractual con todos ellos, beneficia económicamente a toda la familia y reduce el ausentismo por problemas familiares.
- Es importante interesarse por las inquietudes, necesidades y problemas de la comunidad. Participar en reuniones comunitarias es una buena instancia para conocer los temas relevantes. Además, ayuda a estrechar lazos con la comunidad.





- Desarrollar programas recreativos que incluyan a los empleados y a sus familias. Pueden estar orientados a salud, deportes, caminatas o excursiones, entre otros.



La Pirámide de Maslow, plantea una teoría acerca de la jerarquía de las necesidades humanas y sugiere que conforme se satisfacen las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide).



EMPLEO DE CALIDAD

Como en todas las áreas, la relación contractual que se da entre los tour operadores y sus trabajadores debe desarrollarse de forma legal y ética, respetando siempre los derechos y deberes de ambas partes y velando por el bienestar de todos los trabajadores.

Además de cumplir estas normas con sus propios trabajadores, los tour operadores deben velar por que sus proveedores también las cumplan. Un trato justo y digno hacia el empleado mejora su estado de ánimo, contribuye a que tenga una buena actitud hacia la empresa y hacia los turistas y favorece la reputación del establecimiento, entre otros beneficios.

Algunos aspectos a considerar por los tour operadores a la hora de contratar prestadores de servicios son los siguientes:

- Verificar que se pagan remuneraciones justas y se cumple con la legislación laboral.
- Incorporar equidad de género en las políticas de contratación de personal.
- Conocer su política de capacitación al personal.
- Incentivar la creación del Área de Recursos Humanos.

Capacitación del personal

Contar con personal capacitado trae consigo una serie de beneficios para todos los actores del turismo, ya que permite que quienes trabajen en sus distintas áreas se actualicen y adquieran nuevos conocimientos y capacidades. **Personal capacitado mejora la calidad del servicio prestado a los turistas**, aumenta la productividad laboral y por ende la competitividad de las empresas y del destino.

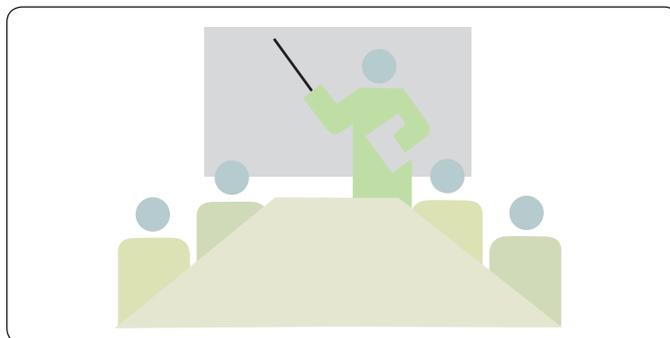
La capacitación es un elemento muy valioso al interior de la organización ya que contribuye a:

- Minimizar los errores de procedimiento y mejorar el desempeño.
- Mejorar las relaciones entre los trabajadores y fomentar el trabajo en equipo.
- Mejorar la calidad del servicio.
- Aumentar el compromiso de los empleados con la organización.
- Optimizar los procesos operativos y administrativos.
- Crear una sensación de seguridad al visitante al ver estos que son atendidos por personas preparadas.

El tour operador debe incentivar a los proveedores a establecer un plan de capacitación continua y solicitarlo al momento de contratar sus servicios. Además, debe establecer planes similares al interior de su propia organización.



- Al momento de dictar un curso de capacitación se debe tener en cuenta la cultura, el puesto y el grado de instrucción de quienes la recibirán.
- Se puede premiar al trabajador que mejor realiza su trabajo instruyéndolo para que capacite a los demás trabajadores.



Al capacitar se debe procurar que:

- El plan considere las áreas de especialización relevantes para generar experiencias de calidad.
- El plan responda a las necesidades de desarrollo de la empresa y de sus propios trabajadores.
- Los trabajadores se mantengan actualizados sobre las opciones de capacitación que se ofrecen, a través de pizarras, reuniones periódicas o carteles informativos.
- El personal sea motivado por medio de campañas y competencias, y que sea premiado por sus logros después de la capacitación.
- Se informe oportunamente de posibilidades y franquicias de capacitación otorgadas por el Estado u otras organizaciones (Ejemplo: Becas de Ingles de CORFO, Becas Chile, SENCE, OTIC, entre otros.)





SELO DE
Calidad
Turística



En Chile la industria turística ha desarrollado un Sistema de Calidad para los Servicios Turísticos, donde tanto empresas como personas naturales pueden certificar sus servicios una vez que han cumplido los requisitos establecidos en una norma, mediante la auditoría de un organismo certificador independiente, que es reconocido por SERNATUR quien, finalmente, entrega el Sello de Calidad Turística. Este sello permitirá al prestador de servicios generar confianza en sus clientes y promover adecuadamente sus servicios (www.calidadturistica.cl).



CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE

Los tour operadores deben identificar cuáles son las necesidades, deseos y expectativas de los turistas, que servirán de pautas para confeccionar los paquetes turísticos.

La calidad de un servicio es, en gran medida intangible, pero puede ser evaluada. El visitante es quien califica la calidad de un servicio de acuerdo al nivel de satisfacción percibido luego de su experiencia en el destino. Es tarea del tour operador conocer este nivel, lo que podrá hacer a través de encuestas o cuestionarios propios o de los realizados por el prestador de los servicios. Es importante que la medición se realice en forma sistemática, permitiendo comparaciones en el tiempo y con otros operadores, implementando a corto plazo las mejoras a partir de las opiniones, críticas y reclamos recibidos de los clientes.

Brindar un servicio de calidad se traducirá en un cliente satisfecho y para lograr esto es necesario:

- Se puede dar al turista más de lo que se ofrece. Siempre es bueno sorprenderlo gratamente con detalles que no fueron mencionados en el programa, como la entrega de un elemento práctico para su viaje [bolsa, guía de turismo, comida, souvenirs].
- La atención que recibe el turista por parte de los empleados de la organización es fundamental para fidelizarlo como cliente. Ciertos estudios señalan que un 68% de los turistas deja de ser cliente si observa una actitud de indiferencia por parte de un empleado de la empresa.
- Conocer las necesidades y expectativas de los visitantes.
- Diseñar programas que entreguen una experiencia integral que vaya más allá de la necesidad básica.
- Recoger la percepción de los clientes en relación a los servicios recibidos, a través de cuestionarios, a fin de someter al establecimiento a una evaluación por calidad, precio, atención y profesionalismo, entre otros.
- Ofrecer al visitante la posibilidad de dar recomendaciones o sugerencias.
- Dar una información clara y de fácil comprensión sobre los servicios y productos que se ofrecen.



POLÍTICA DE ABASTECIMIENTO

La cadena de abastecimiento de los tour operadores comprende a los proveedores de todos los bienes y servicios (contratados directa o indirectamente) que intervienen en la entrega de un producto turístico a los consumidores. Esta involucra diversos prestadores de servicios, algunos esenciales como alojamiento, alimentación, transporte y excursiones, junto a otros secundarios como artesanía, souvenirs, producción de alimentos y gestión de residuos.

La gestión de la cadena de abastecimiento es un ámbito de acción determinante para conseguir una operación turística sustentable, que puede traer consigo beneficios para los operadores, los proveedores, los clientes y el destino en su totalidad.

Los pasos esenciales a considerar para asegurar una gestión sustentable de la cadena de abastecimiento de un tour operador son:

- **Establecer una Política de Abastecimiento Sustentable**, que comunique con claridad a potenciales proveedores cuáles son las condiciones y criterios bajo las cuales el operador requerirá los bienes o servicios de un determinado prestador.
- **Establecer un Sistema de Monitoreo**, que contribuya a verificar el cumplimiento por parte de sus proveedores en la implementación de los criterios establecidos.
- **Acompañar a los proveedores en la implementación y cumplimiento de los criterios de sustentabilidad.** Muchos tour operadores trabajan en conjunto con sus proveedores durante el proceso de incorporación de criterios de sustentabilidad en la prestación de sus servicios. Este proceso puede tardar en consolidarse entre 2 a 3 años en algunos casos. El



- En la medida que el operador conozca el funcionamiento de su proveedor, podrá apoyarlo en materias específicas que resulten en una mejor prestación del servicio.
- Para facilitar la comprensión de los criterios de sustentabilidad por parte de los proveedores, el operador puede dividir los contratos por temas, haciéndolos más manejables. Por ejemplo, es posible realizar anexos específicos respecto a la utilización de productos orgánicos o no contaminantes.

acompañamiento también incluye la sensibilización acerca de la sustentabilidad e implementación de las acciones entre los proveedores, buscando demostrarles como ésta afecta positivamente en su desempeño.

- **Integrar criterios de sustentabilidad en los contratos con los proveedores.** Una vez que la Política de Abastecimiento ha sido comunicada y el operador ha acompañado el proceso de implementación de buenas prácticas en la gestión del proveedor, es hora de formalizar los acuerdos en materia de sustentabilidad. Esto se hace generalmente a través de la incorporación de un apéndice específico dentro del contrato general de abastecimiento, en el cual se fijan las condiciones para ambas partes. El proveedor deberá enfocarse en el cumplimiento de los criterios establecidos por el operador y éste, por su parte, realizará los pagos en plazos breves, que ayuden al proveedor a mantener su liquidez.



ANDES NATIVA

Comuna de Puerto Montt, Región de Los Lagos

Andes Nativa es un tour operador receptivo con base en la ciudad de Puerto Montt, cuya gestión abraza los principios del turismo sustentable, haciéndolo de manera muy concreta. La empresa visualiza la importancia de satisfacer a clientes cada vez más exigentes en términos de sustentabilidad, razón por la cual mantiene una permanente atención sobre las buenas prácticas aplicadas por tour operadores de todo el mundo.

Por otra parte, Andes Nativa es el único tour operador nacional que forma parte de la "Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development" (TOI), organismo apoyado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), por la Organización Mundial del Turismo y por UNESCO. Dicha afiliación les ha aportado un flujo de información y experiencia relevante para el mejoramiento continuo de sus propias operaciones.



Con el objetivo de aumentar la conciencia entre sus proveedores, la empresa desarrolló un sistema que permite identificar, desarrollar y apoyar a aquellos proveedores interesados en mejorar su desempeño económico, ambiental y sociocultural.

Una herramienta fundamental en este sistema fue el diseño de un completo cuestionario que cubre los criterios más relevantes para un turismo sustentable, identificando el estado actual del desempeño de cada proveedor en la materia, aportando de esta forma una evaluación inicial. El cuestionario se ha enfocado en elementos medibles y acordes con los procesos y tecnologías disponibles actualmente.

HOTELES	EXCURSIONES	GUIAS
Política de Sustentabilidad	Manejo de las excursiones	Existe perfil del Guía turístico
Emisiones/ huella de carbono	Forma de atención de los guías	Los guías son locales
Tratamientos de agua y desechos orgánicos	Prevención y Reacción en casos de accidentes	Se evalúa periódicamente a los guías
Consumo de agua	Emisiones y desechos	Se contrata guías certificados
Consumo de energía	Gestión Ambiental	Los guías manejan idiomas
Consumo de productos	Entorno Socioeconómico	Los guías se comportan respetuosamente con el medio ambiente y las comunidades
Servicios de Transporte		Los guías orientan el comportamiento de los visitantes
Acondicionamiento de la habitación		Se incentiva a los guías a perfeccionarse
Comunicación y participación		
Impresos e informaciones		
Entorno Socioeconómico		
Contribución al desarrollo cultural		



CERTIFICACIÓN SOBRE EL MEJOR DESEMPEÑO ACTUAL Andes Nativa otorga el "Certificado de turismo sustentable" con su respectivo sello a sus proveedores con los mejores resultados. Este certificado compromete a Andes Nativa, por su parte, a una promoción preferencial de estos productos, dentro del periodo de vigencia de un año.

REPORTE Y ASESORÍA En base a las mismas informaciones, Andes Nativa entrega un completo informe a los proveedores sobre el resultado de su encuesta, con una evaluación detallada de cada respuesta y con sus sugerencias sobre las áreas que aun necesitan un mayor desarrollo.

ACORDAR ACCIONES Y METAS En conjunto con cada proveedor, se definen las futuras acciones que mejorarán el desempeño sustentable dentro del periodo de un año. Esta acción está muy personalizada, en el sentido de considerar la situación y las posibilidades de cada proveedor en forma especial.

MONITOREO Y DIFUSIÓN Cada elemento nuevo que el proveedor logra incorporar en su operación será reconocido, almacenado y posteriormente difundido periódicamente entre la clientela internacional de Andes Nativa. Así, los proveedores disponen de una herramienta adicional para comunicar sus avances hacia los tour operadores extranjeros, y hacia una clientela cada vez más interesada en este tema.



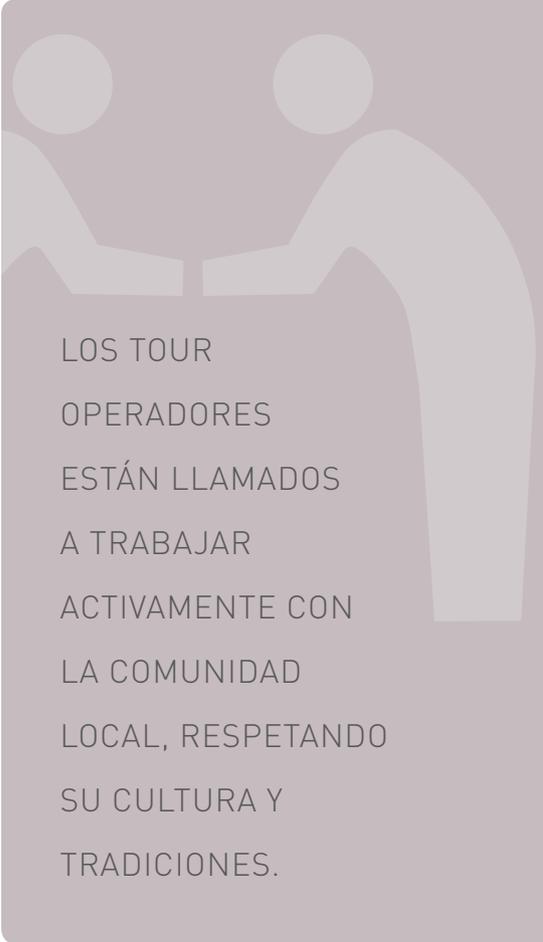
✓ Acciones para la sustentabilidad en el Ámbito Económico

Dificultad

Preferir proveedores locales y que empleen personal de la comunidad.	+		
Capacitar al personal e incentivar que los proveedores lo hagan.	+		
Seleccionar para sus operaciones destinos que sean sustentables.	+		
Diseñar paquetes de vacaciones sustentables.	+		
Desarrollar una política de sustentabilidad y un plan de acción para ponerla en práctica.	+		
Establecer alianzas con los proveedores locales.	+		
Respetar los derechos laborales de los empleados.	+		
Educar al personal sobre las prácticas sustentables.	+		
Remunerar justamente a los empleados e incentivar a que otras empresas también lo hagan.		++	
Incentivar la sustentabilidad en sus proveedores.		++	
Promocionar vacaciones sustentables.		++	
Proteger los derechos de los clientes.		++	
Dar la posibilidad a los clientes de expresar su satisfacción en relación a los servicios recibidos.		++	



ÁMBITO SOCIOCULTURAL



LOS TOUR
OPERADORES
ESTÁN LLAMADOS
A TRABAJAR
ACTIVAMENTE CON
LA COMUNIDAD
LOCAL, RESPETANDO
SU CULTURA Y
TRADICIONES.



ÁMBITO SOCIOCULTURAL



INTRODUCCIÓN

La actividad turística que se desarrolla en un destino trae consigo una serie de factores que interfieren, positiva o negativamente, en la comunidad residente. Tener en cuenta y aplicar buenas prácticas socioculturales, colabora a que esta intervención impacte de manera positiva en la localidad y se transforme en un aporte para ella.

Para lograr la sustentabilidad en este ámbito es esencial que exista un compromiso por parte de todos los actores que participan en la actividad, pues acá se ven involucrados de una u otra forma gran parte de quienes conviven en el destino.

Por su parte, los tour operadores tienen una doble misión: adoptar las buenas prácticas al interior de su empresa y velar por que su gestión a la hora de realizar sus programas respete la cultura del destino; y, además, deben verificar que los proveedores con los que trabajan también lo hagan.



SITIOS DECLARADOS PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD EN CHILE

Oficinas Salitreras de Humberstone y Santa Laura

Año de inscripción 2005, presente en la lista de Patrimonio en riesgo.
Vestigios de arqueología industrial.

Parque Nacional Rapa Nui

Año de inscripción 1995.
Grandiosas formas arquitectónicas y esculturales esculpidas en piedras.

Casco Histórico de Valparaíso

Año de inscripción 2003.
Ejemplo notable del desarrollo urbano y arquitectónico de finales del siglo XIX.

Campamento Minero de Sewell

Año de inscripción 2006.
Ciudad minera construida a más de 2.000 metros de altitud en la Cordillera de los Andes.

Iglesias de Chiloé

Año de inscripción 2000.
19 iglesias construidas enteramente en madera, ejemplo único de arquitectura religiosa.



● (Acuerdo de 1998)



- Se puede aprender de la experiencia, por lo que es recomendable visitar a otras comunidades que ya hayan recibido turistas para conocer sus acciones.
- Capacitar como guías turísticos a gente de la comunidad hará más atractivo el producto para los visitantes y generará trabajo en la comunidad.



CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO LOCAL

Los beneficios derivados de la actividad turística deben ser percibidos por la comunidad de la manera más amplia y equitativa posible. Para ello es importante que los tour operadores adopten ciertas prácticas que, por un lado, tengan a los locales como actores principales en la interacción entre turistas y prestadores de servicios y, por otro, que garanticen que gran parte de los beneficios económicos generados en el lugar permanezcan en la localidad.

Para contribuir a este objetivo, es necesario que los tour operadores:

- Privilegien la contratación de guías turísticos y personal local.
- Incluyan en sus itinerarios paradas en locales comerciales pertenecientes a la comunidad.
- Se apoyen y reciban sugerencias de la comunidad al momento de seleccionar los atractivos que se visitan dentro de la zona.
- Ofrezcan, en la medida que sea posible, souvenirs y artesanías fabricados localmente y de forma sustentable.
- Orienten a los proveedores locales sobre la demanda turística actual del operador y las tendencias futuras del mercado.
- Orienten a los proveedores locales sobre aspectos socioculturales que constituyen un valor o atractivo que debe cuidarse y promoverse.



ESCUELA DE GUÍAS DE LA PATAGONIA

Comuna de Coyhaique, Región de Aysén



La Escuela de Guías de la Patagonia (2003) es una institución privada, sin fines de lucro que a través de la aplicación de un modelo educativo enfocado principalmente en la formación de Guías de Naturaleza, busca consolidar un enfoque de desarrollo basado en la colaboración entre las organizaciones, la comunidad y los servicios públicos. El propósito es la realización de tareas estratégicas, necesarias para lograr un desarrollo turístico de largo plazo vinculado a los espacios naturales.

La institución tiene como tarea potenciar a los habitantes locales para insertarse exitosamente en la industria del turismo de naturaleza y en las Áreas Silvestres Protegidas. Además, ofrece experiencias y conocimientos con altos estándares de seguridad y manejo de expediciones, cumpliendo con las normas del Sistema de Calidad para los Servicios Turísticos impulsado por SERNATUR.

En sus expediciones, la Escuela utiliza los servicios prestados por diversos proveedores de las comunidades que se visitan, tales como:

- Abastecimiento en pequeños mercados comunitarios.
- Hostales y restaurantes.
- Contratación de porteadores locales y sus animales de carga.

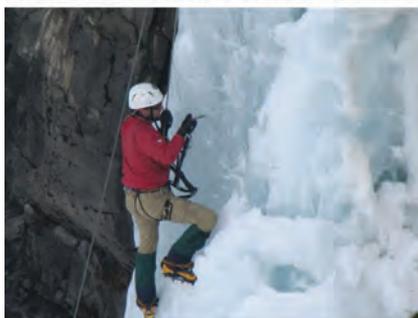


La institución elabora y postula proyectos a fondos públicos, abordando materias concretas y relevantes para el turismo sustentable. Uno de ellos es el proyecto Apoyando el desarrollo sustentable de cabalgatas en Áreas Silvestres Protegidas, motivado por la estrecha vinculación entre dicha actividad y el turismo comunitario, pero tomando en consideración los fuertes impactos que éstas tienen sobre senderos y otras áreas.

El proyecto es ejecutado en conjunto con instituciones públicas (CIEP, INDAP, CONAF), así como con operadores Turísticos de Villa Cerro Castillo. El objetivo es implementar y poner en marcha un plan para mejorar las actividades de cabalgata en áreas protegidas, disminuyendo y controlando el impacto de su actividad sobre el medio ambiente y asegurando la seguridad y la calidad para los visitantes, a la vez que se promueve la cultura del uso del caballo.

Las acciones concretas del proyecto son:

- Elaboración de un calendario educativo sobre técnicas de cabalgatas y cuidado de los caballos.
- Desarrollo y aplicación de una metodología de Capacidad de Carga o de Límite de Cambio Aceptable, para su implementación y realizar monitoreos sistemáticos en el tiempo.
- Capacitaciones de guías para mejorar las prácticas de actividades de cabalgata. Estos cursos incluyen el desarrollo del currículo y un manual de buenas prácticas, a cargo de académicos de la Escuela, guías locales y CONAF.
- Actividades de extensión con la comunidad y difusión del proyecto, de sus avances y resultados.





- Generalmente, las personas de mayor edad de la comunidad saben historias o cuentos locales. Invítelos a recopilarlas y editarlas o a realizar presentaciones y compartir sus relatos con los visitantes.



DESARROLLO DE OFERTA CON ELEMENTOS CULTURALES

Muchas veces el mayor atractivo de un destino es su cultura y, por lo mismo, sus visitantes buscan vivir experiencias lo más auténticas y apegadas al estilo de vida de los lugareños. Por esta razón, los tour operadores deben desarrollar programas y productos que contengan estos elementos, y trabajar con prestadores de servicios locales que aporten estos valores propios de su cultura.

A través de una oferta turística de este tipo los tour operadores contribuyen al rescate y la difusión de las tradiciones y manifestaciones más valiosas de cada localidad.

Para lograr que las experiencias de los visitantes sean realmente auténticas, los operadores tienen que tener en consideración los siguientes puntos:

- Ofrecer programas o actividades que estén apegados a la realidad y que no resulten ser un montaje preparado para el turista (folclorización de la oferta turística); por ej. respetar las fechas originales de los actos y ceremonias de la comunidad. Es importante que el operador no induzca en la comunidad receptiva prácticas o requerimientos que los aleje de sus costumbres y cotidianidad, pensando en un supuesto beneficio para el turista.
- Respetar la capacidad de acogida local. Tratándose de pequeñas localidades a visitar, evitar generar un volumen de visitantes que pueda alterar significativamente las costumbres locales.
- Promover entre sus clientes el respeto de costumbres, creencias y tradiciones locales cuando visitan una localidad.

DYNAMIC TOURS

Marruecos



Desde 1992, este importante operador mayorista ha generado asociaciones profesionales vinculadas a la montaña y el turismo rural. La compañía ha realizado un proceso de planificación estratégica dirigida a sus clientes europeos, enfocando sus operaciones en un turismo sustentable. En 2000, desarrollaron para sus guías un Código para los Guías de Montaña y Desierto como un medio para generar conciencia acerca de su rol de enlace entre los viajeros y el operador, en cuanto a:

- Problemas medioambientales.
- Impactos económicos de los grupos en un área específica.
- Asignación de recursos financieros generados por la actividad turística para la preservación de especies y del patrimonio local.
- Desarrollo social y económico de las áreas visitadas.

Además de detallar las responsabilidades de los guías respecto a los viajeros, el Código establece pautas en temas como: criterios de calidad, control y gestión de residuos, comportamiento con personas locales, contribución a la preservación y restauración de sitios culturales, justa distribución de las ganancias y contribución a la economía local a través de compras de los viajeros a cooperativas locales.

El Código se desarrolló en base a los resultados de una auditoría realizada a los equipos de guías de desierto y de montaña de la empresa. Para apoyar su implementación, la empresa organizó sesiones de capacitación (cada uno recibe dos semanas anuales de entrenamiento), enfocadas en fortalecer aspectos específicos de sus contenidos, entre ellos: procedimientos de bienvenida, conservación de flora y fauna en áreas protegidas, perfeccionamiento de los comportamientos de observación e interpretación de los viajeros, procedimientos de rescate en la montaña y conservación de la herencia rural. El costo total del programa, incluyendo cinco sesiones de entrenamiento, fue de US\$70,000.

Durante cada gira el guía emite un informe del viaje (usando un formato único) que es evaluado por los gerentes de marketing y de operaciones. En cada uno de los tours los guías se reúnen con autoridades y otros actores locales para transmitirles la importancia de la sustentabilidad y para conocer los proyectos que se están realizando en la localidad y las posibles acciones para apoyarlos.



- Alto grado de conciencia entre las autoridades locales sobre los beneficios de un desarrollo turístico bien controlado en áreas frágiles.
- La cooperación entre la empresa, sus clientes y las comunidades locales han ayudado a conseguir un nivel de operación turística muy poco invasivo en las áreas visitadas, incluyendo la recolección y tratamiento de residuos y otros programas medioambientales.



- Instale pizarras informativas donde la comunidad pueda pegar afiches y promociones de sus actividades sociales o las que se desarrollan en comunidades vecinas.



BIENESTAR DE LA COMUNIDAD

El trabajo de los tour operadores, y de la actividad turística en general, puede y debe traducirse en mejoras concretas para la calidad de vida de la comunidad. Esto porque para ofrecer el programa y, posteriormente, recibir a los turistas, el destino tiene que contar con servicios e infraestructura eficientes y que cumplan al menos con los requerimientos básicos para satisfacer las expectativas de los visitantes durante su estadía. Así logrará que los productos turísticos se conviertan en verdaderas experiencias turísticas. Estos servicios e infraestructura también van en beneficio de la comunidad, ya que consisten principalmente en redes viales, transporte, comercio, abastecimiento de agua potable y energía, alcantarillado, recolección de residuos, entre otros.

Por otro lado, para no alterar el bienestar de la localidad, los tour operadores deben preocuparse de que sus programas y los prestadores de servicios que colaboran en ellos velen por la comunidad en la que se desenvuelven, es decir que respeten la cultura, tradición y patrimonio local.

Otras formas de colaborar son:

- Apoyando los emprendimientos turísticos de la comunidad. Difundiendo servicios locales existentes.
- Incluyendo en los programas opciones de voluntariado en tareas de desarrollo local o de conservación.
- Incorporando información sobre la comunidad local y los pueblos originarios, si hubiese, en los folletos o promociones del destino.



- Para contribuir a la conservación del Patrimonio las empresas pueden destinar un porcentaje de las utilidades a proyectos de conservación y revalorización de la cultura o patrimonio local.



PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-CULTURAL

Los tour operadores pueden jugar un rol activo en la conservación, rescate y difusión del patrimonio histórico-cultural de un destino, ya que tienen, por una parte el poder para difundir en sus programas destinos con alto valor patrimonial y, por otro, el deber de manejar responsablemente las visitas, de manera que éstas no impacten negativamente en el patrimonio de la localidad.

Con el fin de proteger el patrimonio del destino, los tour operadores pueden poner en práctica las siguientes medidas:

- Capacitar a los guías para que puedan explicar a los visitantes la cultura, costumbres y tradiciones locales.
- Capacitar a los guías y comunidad local en las leyes y normativas que protegen el patrimonio cultural
- Entregar a los guías las herramientas necesarias para manejar adecuadamente el comportamiento de los turistas, para que sean respetuosos con la comunidad.
- Promocionar y desarrollar programas que incluyan elementos y manifestaciones culturales propias.
- Procurar que los visitantes transiten por áreas y rutas definidas.



✓ Acciones para la sustentabilidad en el Ámbito Sociocultural	Dificultad		
Colaborar en programas de desarrollo local.	+		
Identificar valores, bienes y lugares de interés de la región donde realiza su gestión.	+		
Respetar las áreas sensibles o privadas de la comunidad.	+		
Considerar la opinión de la comunidad al momento de seleccionar los sitios que se visitarán durante el programa.	+		
Realizar actividades apegadas a las tradiciones del lugar y no creadas con el fin de atraer más turistas.	+		
Procurar que el número de visitantes no altere el normal desarrollo de la comunidad.	+		
Promover entre los visitantes el respeto por las costumbres y tradiciones del lugar.		++	
Capacitar al personal sobre las costumbres y tradiciones locales para que estos las transmitan a los visitantes.		++	
Financiar un programa de responsabilidad social orientado al rescate y difusión de las tradiciones locales.			+++



CHILE, POR UN TURISMO SUSTENTABLE



ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL



LA PRESERVACIÓN
DE LAS CUALIDADES
AMBIENTALES DE UN
DESTINO DEBE SER
UNA PREOCUPACIÓN
PERMANENTE DE LOS
TOUR OPERADORES.



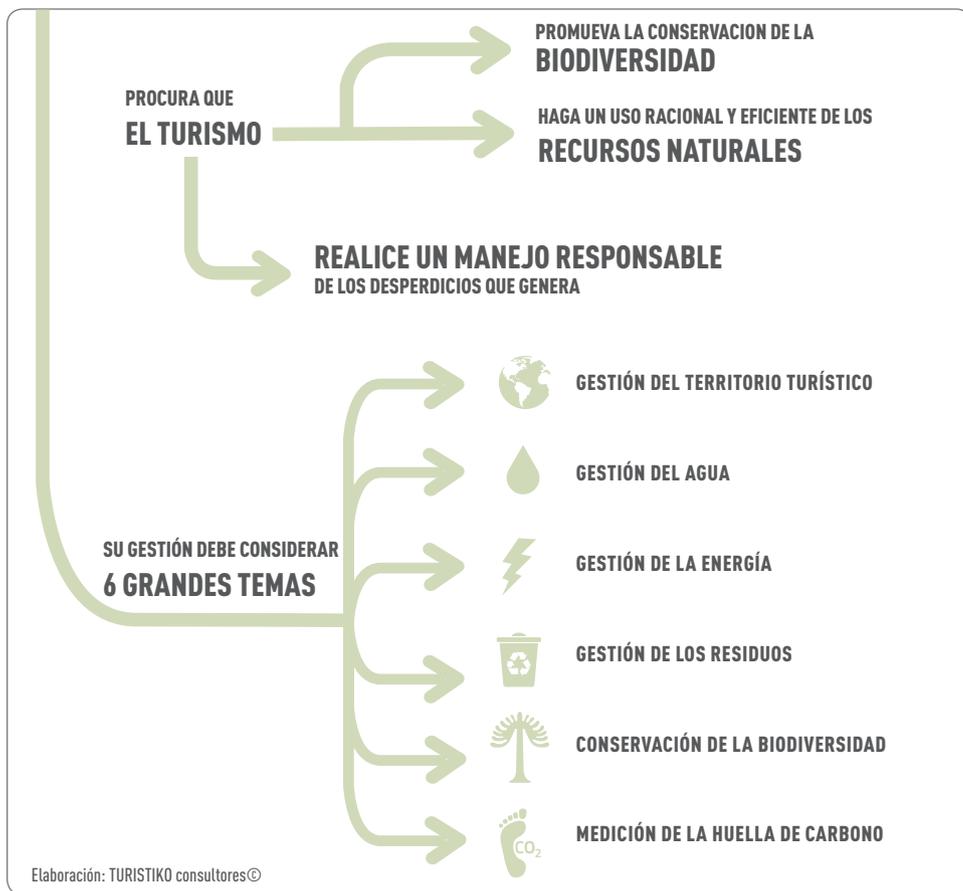
INTRODUCCIÓN

Como ya se ha visto en puntos anteriores, la llegada de los turistas a un destino trae consigo una serie de beneficios para la localidad, pero también puede producir impactos medioambientales negativos. El aumento de la población flotante puede alterar el suministro de los servicios básicos, como agua, energía, espacios públicos, estacionamientos y otros, e incrementar la acumulación de residuos, ante lo cual la conservación de la naturaleza y la biodiversidad pueden verse amenazadas.

Para proteger y cuidar el medioambiente, los tour operadores deben considerar dos caminos: uno que los lleva a cumplir con las buenas prácticas al interior de su propia empresa y otro que los conduce a trabajar con prestadores de servicios que las cumplan. En relación a este último punto, los operadores pueden requerir a sus proveedores desarrollar un manual de buenas prácticas ambientales, o pueden optar por trabajar con quienes ya cuentan con uno.



ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL



GESTION DEL TERRITORIO TURÍSTICO

La gestión del territorio es importante porque permite armonizar los intereses de uso y consolidar una identidad en los destinos, a través de la implantación de códigos que les aportan un carácter diferenciador.

El rol de los tour operadores en una adecuada gestión del territorio turístico, tiene su foco en las áreas geográficas específicas donde desarrollan sus actividades y en las cuales deben poner especial atención a la mantención y el mejoramiento de elementos como la arquitectura, el equipamiento y el paisaje, elementos que en conjunto forman parte de la identidad de un destino. Aunque su capacidad de influir en estos ámbitos muchas veces no es directa, es importante que los TT.OO. mantengan una comunicación entre ellos y con las autoridades respecto a los temas relevantes relacionados con la gestión del territorio turístico.

+ Mayor información disponible en Manual de Buenas Prácticas Municipales.



- Dejar bien cerradas las llaves y arreglar las goteras es vital para cuidar el agua, ya que una gota de agua por segundo son 30 litros de agua perdidos al día.
- Cuando se instale un pozo séptico, éste debe estar a una distancia mínima de 50 metros de ríos, lagos, aguas subterráneas, entre otros y su instalación debe cumplir la normativa vigente.

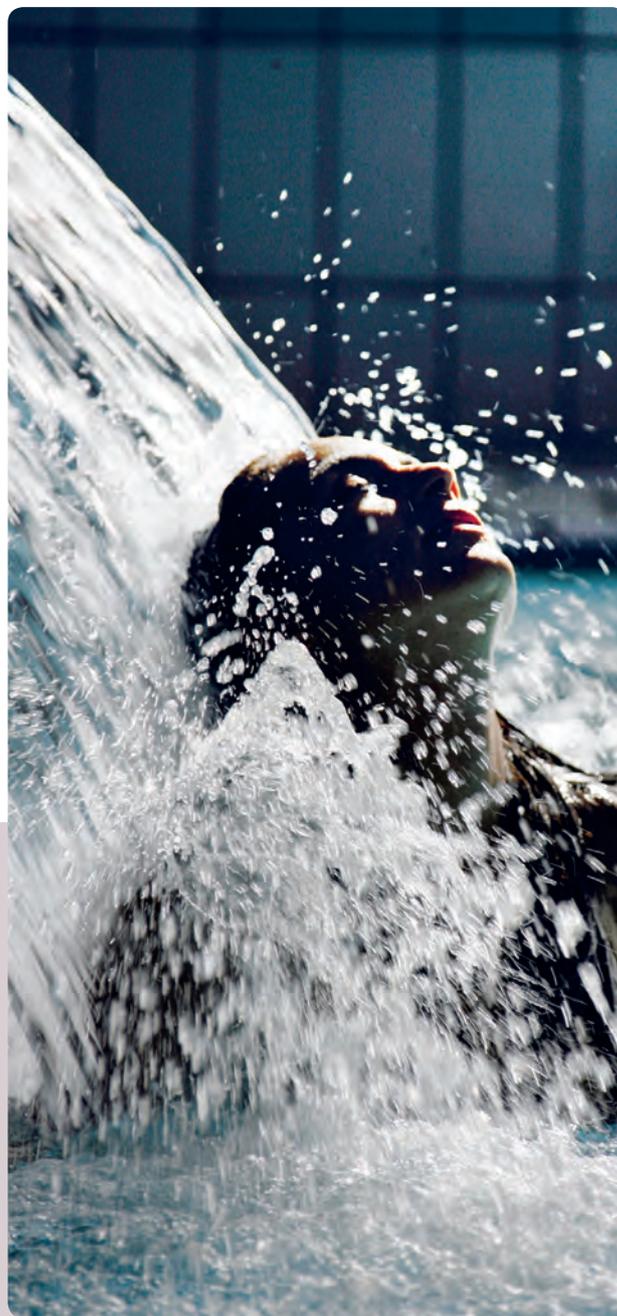
GESTIÓN DEL AGUA

En cualquier lugar del mundo el agua es un elemento vital que hay que cuidar. Más aun en zonas con problemas de abastecimiento y donde la llegada de turistas aumenta particularmente durante los períodos de mayor escasez.

Las principales preocupaciones del turismo en torno al agua son la contaminación y el consumo irresponsable. La contaminación afecta directamente al turista, pues no podrá consumir ni utilizar este recurso con confianza. También afecta al destino en su conjunto, ya que las aguas contaminadas pueden dañar su imagen. Por su parte, el consumo irresponsable, afecta a todo el planeta y en particular al destino.

Para incentivar un uso responsable del agua entre sus proveedores, los tour operadores pueden recomendar o exigir la implementación de diversas medidas, tales como:

- Realizar la mantención periódica de las instalaciones hídricas.
- Evitar fugas y goteras.
- Conocer, registrar y monitorear el consumo de agua en cada día, semana y mes.
- Educar a clientes y empleados sobre la importancia del agua, su conservación y uso.
- Racionalizar y reducir su consumo, utilizando mecanismos, sistemas y complementos disponibles en el mercado que permiten un uso más eficiente.
- Monitorear sistemáticamente la calidad de las aguas utilizadas y servidas.





- Considere la contratación de una auditoría energética para su empresa como punto de partida para implementar un plan de ahorro de energía. Esta le permitirá establecer áreas potenciales de ahorro y verificar, mediante el monitoreo sistemático, que los consumos se van reduciendo.
- Recuerde apagar la pantalla de los computadores, pues cada uno equivale a apagar una ampolleta de 75 watts.
- Cree conciencia entre sus empleados sobre la necesidad de ahorrar energía.
- Ponga anuncios en zonas claves para apagar luces innecesarias.



GESTIÓN DE LA ENERGÍA

El sector turístico consume gran cantidad de energía, por lo que cada día más se deben buscar formas para reducir el consumo o buscar fuentes de energía renovables y así colaborar con el medio ambiente y ahorrar en costos energéticos.

Además, es importante destacar que cada vez son más los turistas que eligen destinos que cuentan con una infraestructura y prácticas ambientalmente sustentables, por lo que adoptar medidas de ahorro energético podría atraer a más visitantes.

Entre las medidas de eficiencia energética que los tour operadores pueden recomendar o solicitar a sus proveedores, se encuentran las siguientes:

- Aprovechar al máximo la luz natural.
- Usar ampolletas de bajo consumo.
- Instalar reguladores de intensidad y sensores de movimientos.
- Controlar y reducir el consumo energético en cocinas, aire acondicionado, lavanderías, secadoras, ascensores y otros equipos eléctricos.
- Llevar un registro mensual del consumo por tipo de energía, utilización y costo.
- Realizar mantenencias periódicas de los artefactos eléctricos.
- Si es posible, contar con fuentes propias de energía renovable, o preferirla si la empresa proveedora lo permite.



- Use papel reciclado para la confección de su papelería (tarjetas de presentación y folletería, entre otros).
- Una pila puede contaminar hasta 50 metros a la redonda. Usar pilas recargables ayuda a disminuir esta contaminación. Disponga de un contenedor especial para pilas usadas para uso de empleados y clientes.



GESTIÓN DE LOS RESIDUOS

La llegada de los turistas trae consigo una mayor acumulación de residuos sólidos, los que dispuestos inadecuadamente pueden provocar efectos negativos, tales como la contaminación de las aguas y/o el suelo, perjudicar la salud de los residentes y amenazar la biodiversidad, entre otros.

De ahí la importancia de contar con métodos eficientes de separación, recolección y disposición de residuos, diseñados de acuerdo a la cantidad y tipos de desperdicios generados. Un buen manejo de los residuos por parte de los TT.OO. aportará a mantener una imagen atractiva del destino y de los lugares donde realizan sus actividades.

Es de suma importancia que tanto los tour operadores como sus proveedores apliquen buenas prácticas en gestión de residuos, tales como las que se mencionan a continuación:

- Comprando sólo lo necesario.
- Escogiendo productos con poco empaque.
- Prefiriendo envases retornables o reciclables.
- Disminuyendo el uso de bolsas plásticas.
- Manteniendo y reparando los artículos que aún se pueden utilizar.
- Usando más de una vez las bolsas de papel y plástico.
- Ideando de manera creativa, usos alternativos a los envases y materiales que ya no se utilizan.
- Separando los residuos que se generan, al menos en reciclables y no reciclables.
- Promoviendo la recolección selectiva de residuos en todo lugar.
- Contactándose con empresas recicladoras para que puedan recolectar los residuos que se han separado.
- Reciclado y reutilizando, en la medida de lo posible, el papel y cartón.
- Elaborando compost (abono orgánico) con los residuos de comidas, especialmente vegetales.





TUI NORDIC y Blue Village Hotel

Europa



TUI Nordic, uno de los operadores líderes en Europa y otros continentes, ha establecido una relación íntima con los hoteles "Blue Village" para integrar las prácticas de sustentabilidad como parte de los **requisitos de calidad**. Esta relación se enfoca particularmente en la promoción de hoteles medioambiental y socialmente responsables y en la difusión de dicha información a los clientes.

A todos los hoteles Blue Village contratados por Tui Nordic se les exige haber implementado las prácticas correspondientes a hotelería prescritas en el Código de Conducta para el Viaje y la Industria de Turismo de la WWF, y el Código de Conducta contra la Explotación Sexual Comercial de Menores en Viajes y Turismo (aspectos ya incorporados en las **normas de calidad** para alojamiento turístico en Chile).

Los hoteles deben difundir entre sus clientes acerca de las conductas de un **"Turista Responsable"**. Esta información debe estar disponible en el área de la recepción y en cada habitación.



Para facilitar su implementación, los gerentes de cada hotel fueron capacitados en relación a los contenidos de los **Códigos de Conducta**. Los hoteles supervisan su propia implementación e informan regularmente al Departamento de Concepto de TUI Nordic. Cada hotel también informa sobre sus avances y lecciones aprendidas en una conferencia anual, la que les da una excelente oportunidad de intercambiar visiones y experiencias.

En términos de comunicación, TUI Nordic incluye información acerca de las prácticas de turismo responsable de cada hotel Blue Village, a través de sus catálogos y su sitio web.



La inclusión de elementos medioambientales y sociales en el concepto Blue Village ha tenido un efecto positivo en la imagen de los hoteles. Los estudios han demostrado que sus clientes valoran ese compromiso activo y consideran que la información relacionada es muy importante.

Implementando Sistemas de Gestión Ambiental, los hoteles han logrado también **reducir sus costos operacionales**, por ejemplo bajando su consumo de agua y energía.

El concepto de calidad total de Blue Village también ha generado beneficios a TUI Nordic, generando reservas cada vez más adelantadas, reforzando su reputación y logrando una mayor satisfacción y lealtad de los clientes.





- En los viajes nocturnos de buses turísticos, los conductores deben tener especial cuidado con los animales silvestres que circulan entre carreteras y caminos. Generalmente, se les puede reconocer por la luz de los focos que se reflejan en sus ojos.
- La interpretación de la flora y fauna durante las excursiones, además de ser un valor agregado al servicio contribuye a la educación ambiental de los visitantes y a generar conciencia sobre la importancia de la conservación.



CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

Tanto los tour operadores como las organizaciones ligadas al turismo deben desarrollar sus acciones de una manera alineada con la protección de los recursos naturales y la conservación de la biodiversidad, ya que muchas veces son éstas las que constituyen el mayor atractivo de un destino. Por esta razón, es recomendable que los tour operadores implementen medidas que contribuyan a mitigar el impacto turístico sobre la biodiversidad local y también favorezcan el desarrollo y la conservación del medio.

Para contribuir a estos objetivos, los tour operadores deben aplicar las siguientes recomendaciones :

- Incentivar a los prestadores de servicios locales a apoyar proyectos de conservación en forma sistemática y voluntaria.
- Dar a conocer en sus programas los esfuerzos que se hacen para la conservación de la biodiversidad a nivel local.
- Respaldar iniciativas locales de conservación con aportes financieros.
- Complementar sus programas y ofertas turísticas con información acerca de la flora y fauna del destino, destacando aquellas especies que se encuentra en estado de vulnerabilidad y/o peligro de extinción.





PREMIER TOURS

Europa



Premier Tours, un operador turístico estadounidense que se especializa en viajes de safari a África, selecciona los alojamientos que utiliza en parques nacionales y reservas privadas (campamentos y casas de campo), considerando el compromiso que éstos tengan con las prácticas sostenibles diarias, y que además operan con un enfoque de apoyo a la conservación y a la participación de la comunidad local. Este enfoque garantiza la protección del medio ambiente, la creación de empleos y la obtención de otros beneficios para las comunidades locales, así como la entrega de experiencias de calidad para sus clientes.

Los campamentos, albergues y reservas son seleccionados en base a una serie de criterios, favoreciendo a aquellos que:

- Emplean ecologistas a tiempo completo, cuyo trabajo es asegurar que los campamentos operen bajo estándares de mínimo impacto.
- Generan electricidad a través de paneles solares.
- No permiten la caza, ofreciendo en cambio safaris fotográficos.
- Proveen de un beneficio directo o indirecto a las comunidades locales y/o proyectos de conservación.
- Disponen todos sus residuos sólidos de manera correcta y en lugares autorizados.



Para maximizar el éxito de este enfoque, Premier Tours ha adoptado una estrategia de evaluación de sus proveedores de servicios, realizando visitas frecuentes a los destinos para actualizar la información sobre las instalaciones y verificar el cumplimiento de las normas ambientales.

La opinión de los clientes también es un factor clave para saber si los criterios se aplican de forma constante y son evidentes para los turistas, obteniéndose principalmente a través de cuestionarios.

Para comunicar la filosofía Premier Tours a los clientes, los folletos de la compañía incluyen una explicación de la misma y de los ámbitos donde se aplica. Asimismo, se les informa sobre las donaciones que la empresa realiza con los pagos que ellos realizan



La Política de Premier Tours se ha traducido en beneficios para los lugares y para la empresa. En los destinos, los beneficios han incluido la creación de fondos de desarrollo comunitario para zonas rurales, proyectos de protección del medio ambiente y una planificación de largo plazo de la industria del turismo, pensando en las generaciones futuras.

Los beneficios percibidos por la empresa son:

- La imagen de la empresa se ha visto fortalecida considerablemente, lo que le ha valido reconocimientos de importantes medios, tales como Conde Nast y otros, donde figura como "Altamente Recomendado". Esto ha determinado un aumento notorio en la demanda por los servicios de la empresa, así como la generación de nuevos y mejores negocios.
- La empresa presenta una muy baja rotación de personal gracias al ambiente motivacional que se vive al interior de la organización. Esto tiene un impacto notorio en la calidad de la experiencia que se entrega a los clientes, dado que cada miembro del equipo sabe bien qué hacer y cómo hacerlo.



MEDICIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO

El cambio climático es uno de los mayores desafíos a los que se enfrenta la humanidad, afectando a todas las áreas geográficas, a todos los individuos y empresas, y en definitiva, al futuro del planeta.

La Organización Mundial de Turismo estima que el sector es responsable por el 5% de las emisiones de GEI del planeta, siendo el transporte y el alojamiento las actividades con mayor incidencia en dicha cifra. La aviación comercial por su parte, es responsable del 2% de las emisiones globales de GEI, en tanto el sector alojamiento genera el 21% de las emisiones totales del sector turismo (PNUMA).

La huella de carbono es el cálculo de la suma de los gases de efecto invernadero (GEI) emitidos, directa o indirectamente, por un individuo, empresa, organización o por el destino en su totalidad, la cual tiene serios efectos en el cambio climático.

Los GEI son medidos a través de un inventario de emisiones asociadas a los procesos productivos, con el fin de identificar concretamente estrategias y acciones para su disminución y compensación, lo que contribuye a que las organizaciones sean entidades

ambientalmente responsables.

Los tour operadores, si bien no son responsables directos por la emisión de cantidades importantes de Gases de Efecto Invernadero (GEI), si pueden tener un impacto importante en la reducción de éstas, a través de la implementación de políticas de proveedores que incorporen criterios de sustentabilidad ambiental.

De esta forma un tour operador podrá privilegiar la contratación de empresas de transporte, alojamiento, alimentación y excursiones que consideren criterios ambientales en sus operaciones, buscando reducir impactos derivados del transporte de pasajeros y provisiones (emisión de CO2), a través del uso eficiente del agua y la energía, de la reducción de embalajes y otros aspectos.

Finalmente, los tour operadores podrán compensar sus emisiones directamente a través de la adquisición de Bonos de Carbono o apoyando iniciativas de conservación o reforestación. Asimismo pueden ofrecer a sus clientes la posibilidad de compensar las emisiones realizadas durante su estadía, a través de los mismos mecanismos recién señalados.



✓ Acciones para la sustentabilidad en el Ámbito Medioambiental	Dificultad		
Utilizar los recursos naturales de manera moderada y responsable.	+		
Revisar y arreglar ductos de agua y gas con el fin de evitar goteras y fugas.	+		
Monitorear el consumo de agua diario, semanal y mensual.	+		
Minimizar el uso del papel, por ejemplo imprimiendo sólo lo estrictamente necesario.	+		
Evitar el uso de insumos con exceso de embalaje.	+		
Utilizar ampollitas de bajo consumo.	+		
Instalar carteles en lugares estratégicos que les recuerde a los empleados apagar las luces.	+		
Utilizar contenedores reciclables.	+		
Organizar programas de conciencia ambiental.		++	
Elaborar material promocional utilizando materiales que no dañen el medio ambiente.		++	
Diseñar un programa de reciclaje de los desechos provenientes de excursiones y toures.		++	



POLÍTICA DE SUSTENTABILIDAD

¿QUÉ ES?

Es un documento que describe la visión, misión y valores fundamentales de una organización en relación con la sustentabilidad, además de proveer una estructura sobre la cual establecer metas, objetivos y planes de acción para un desarrollo sustentable.



¿Por qué es importante contar con una Política de Turismo Sustentable?

Para responder a la creciente demanda de los consumidores por viajes más “éticos” y “verdes”. El cambio favorable en la actitud de los consumidores hacia la sustentabilidad significa que la demanda está aumentando para este tipo de viajes, junto al deseo de vivir experiencias auténticas.

Pero es también una obligación de la sociedad moderna en cualquier campo de actividad.

Reducir los impactos negativos del turismo y maximizar los impactos positivos puede traer significativas ventajas comerciales para una empresa, que van desde el ahorro de costos y el cumplimiento por adelantado de nor-

mativas, hasta un incremento de los beneficios y en el valor y reputación de la marca.

Finalmente, contar con una Política clara de turismo sustentable sirve para desarrollar planes anuales de acción eficaces, cuyos resultados podrán ser medidos año a año.

Para redactar una Política de Turismo Sustentable se deben considerar cinco pasos sencillos. El documento debe estar escrito en formato simple y sobretodo, conciso.

1 Declarar la Misión. Ésta puede ser una declaración general que expresa la posición de la empresa en relación a la sustentabilidad. Puede indicar el tipo de compañía que se aspira a ser, explicando por qué se desea realizar cambios en la manera de operar el negocio. Es importante que esta declaración pueda ser recordada por las personas y por lo tanto no debe ser más extensa que dos o tres líneas.

2 Analizar la situación actual. Observar lo que la empresa está hacien-

do actualmente por la sustentabilidad. Comunicar los elementos de valor, indicando si actualmente se está cumpliendo con estándares formales. Este análisis servirá para entender dónde se está actualmente y en qué áreas se deben dar los siguientes pasos.

3 Analizar cada área del negocio y como ésta afecta al sistema. Escribir la visión y los objetivos y las acciones de mejoramiento sugeridos para cada área, los que posteriormente permitirán informar sobre los logros alcanzados en cada área.

4 Incluir el “cómo”: todos los objetivos y metas deben ser medibles. Se debe explicar cómo se va a lograr cada meta, estableciendo medidas cuantita-

tivas para poder monitorear los progresos.

5 Revisar las metas anualmente. Las metas deben ser revisadas cada año o período de trabajo, publicando los resultados obtenidos en la memoria del año siguiente. Es importante que dichos reportes se encuentren disponibles en línea e impresos en forma sustentable, tanto como sea posible. De la misma forma en que se analizan las finanzas, se debe analizar la pertinencia de los objetivos que se trazaron, así como la efectividad de las acciones que se tomaron para cumplirlos. De acuerdo a este análisis se deberán establecer las metas para el siguiente periodo.

Durante el desarrollo del presente Manual se detectó la casi total ausencia de Políticas de Sustentabilidad en los tour operadores nacionales. A lo largo de este documento se ha resaltado la importancia que tienen los operadores en el camino hacia lograr un turismo más sustentable. Hacemos un llamado energético a las empresas operadoras de turismo en Chile a sumarse a este desafío ineludible que nos presenta la sustentabilidad.



BUENAS PRÁCTICAS PARA GUÍAS DE TURISMO



ROL DEL GUÍA PARA ALCANZAR UN TURISMO MÁS SUSTENTABLE

El guía es un agente fundamental en el desarrollo del turismo, ya que es quien establece una relación directa con el visitante y el encargado de articular una experiencia turística de calidad. A través de información clara e interesante, es responsable de transmitir a los turistas las riquezas culturales y naturales del destino y de transformar su estadía en una experiencia memorable. Esto es muy importante, ya que si el balance de los turistas es positivo al regresar a sus lugares de origen se convertirán en difusores del destino, lo que podría traducirse en un efecto multiplicador de nuevos visitantes.

Dentro de las clasificaciones de guías que existen se distinguen:

- **Guías de naturaleza o de ecoturismo:** los también llamados guías de turismo verde, son aquellos que están especializados en recursos naturales y que centran su trabajo en actividades al aire libre, a través de circuitos de caminatas, paseos a caballo, etc.
- **Guías de zonas patrimoniales:** estos funcionarios son especializados en la historia, los sitios, museos y piezas arqueológicas que dan cuenta de ella.

Para ser reconocido como guía turístico es necesario cumplir con las exigencias que establecen las normas de calidad turística. Estas se encuentran disponibles en www.calidadturistica.cl

ATRIBUTOS GENERALES DE UN BUEN GUÍA DE TURISMO

Presentación personal

El guía de turismo es visible, es quien trabaja cara a cara con el turista, por lo que su presentación personal es un punto en el que se debe tener especial consideración. Además, se debe tener en cuenta que un aspecto cuidado y limpio refleja una actitud positiva.

Es importante que el guía vista de acuerdo a los factores que presenta el entorno en el que está inmerso y que está determi-

nado por condiciones climáticas, geográficas o culturales, entre otras. En los casos en que los turistas reciban recomendaciones de vestimenta por cualquiera de estos factores, el guía debe vestir de manera consecuente. Por ejemplo, si se les solicita a los visitantes usar manga larga para evitar picaduras de insectos, el guía también debe adoptar este vestuario y no debería vestir manga corta.

Otros aspectos a considerar en relación a la presentación personal son:

- Mostrarse aseado.
- Portar la credencial de identificación.
- Utilizar un lenguaje correcto.
- Asistir a los visitantes siempre con una actitud de agrado.

Información

El guía debe ser una persona informada. Debe ser capaz de otorgar a los visitantes la información necesaria sobre los atractivos que se visitan y debe ser capaz de contestar las posibles preguntas de los turistas.

Como punto de partida, el guía debe informar sobre las restricciones que pueden existir en los lugares visitados y sus normas, con el fin de velar por la seguridad de los turistas y la conservación del lugar.

La información sobre los atractivos y los distintos puntos de interés debe ser entregada en forma clara, precisa y amena, permitiendo a los turistas hacer preguntas y contestándolas cordialmente.

Para lograr esto, el guía debe instruirse, capacitarse y actualizar sus conocimientos continuamente.

Trato al visitante

El guía de turismo se relaciona directamente con el visitante, por lo que debe conocer y entender cuáles son sus necesidades para no sólo cumplir con sus expectativas sino que también superarlas.



Se debe tener en cuenta que los turistas están en el origen de las normas de calidad, pues éstas se elaboran desde sus sugerencias y necesidades.

Es importante que el guía conozca previamente, detalles generales de los turistas que atenderá. Saber nacionalidad, edad, sus preferencias y limitaciones contribuirá a entregar un servicio más personalizado y eficaz.

Manejo de grupos

Los guías tratan con diferentes perfiles de turistas y no todos los grupos presentan las mismas características ni pueden ser tratados de la misma forma. Por esta razón, es importante que tengan la capacidad de adaptarse a ellos con el fin de entregar la misma información a todos de forma precisa.

Para descartar malos entendidos y evitar problemas al principio del tour, el guía debe señalar cuál es el itinerario y los tiempos estimados para llegar a y permanecer en cada lugar. Además ese es el momento para conocer cuáles son las expectativas que tienen los turistas con respecto al tour y así poder manejarlo de una forma que permitirá cumplir con éstas.

Otros aspectos a considerar son:

- Supervisar al grupo para evitar que alguno de sus miembros pueda cometer acciones que alteren o deterioren el lugar.
- Tener la capacidad de identificar a personas ajenas al grupo y establecer si deben ser invitadas a retirarse con el fin de seguir con el normal desarrollo del tour y de resguardar la seguridad de sus integrantes.
- Portar algún artículo distintivo que lo haga visible fácilmente, como una bandera o un letrero, sobre todo en caso de grupos numerosos.
- Procurar que el tamaño del grupo no sea más grande del que se puede manejar.



Seguridad

Cada tour o expedición es distinto uno de otro y no se puede predecir qué va a suceder en ellos. Es responsabilidad del guía contar con los elementos necesarios que le permitan auxiliar o resolver en primera instancia una posible eventualidad. Un botiquín, linterna y cortaplumas, son elementos que siempre debe portar.

Por otro lado, es fundamental que el guía tenga pleno conocimiento de los lugares por donde se realiza la excursión y vele por que los caminos, senderos o aguas no sean peligrosos y los turistas no corran riesgos.

Idealmente el guía debe estar capacitado en primeros auxilios y antes de cada expedición debe verificar que cuenta con los elementos de seguridad adecuados. Por ejemplo: si el tour contempla excursiones por agua, el bote debe tener salvavidas. Por el contrario, si la excursión contempla cerros o partes montañosas es necesario portar cuerdas.

Además, es importante que el guía participe de un plan de emergencia que le permita saber cómo actuar ante determinadas situaciones o accidentes.

Para ello debe estudiar y determinar cuáles podrían ser estos posibles accidentes en cada salida y cuáles serían los pasos a seguir si se presentaran.

También debe preocuparse de que los establecimientos que se visitan o utilizan durante cada excursión cuenten con una infraestructura que resguarde la seguridad del visitante.

El guía no debe consumir alcohol ni sustancias ilícitas que puedan interferir en su correcto desempeño, ya que puede poner en riesgo su integridad física y la de los turistas.

Por último, un buen guía debe velar por la seguridad de las objetos personales de los turistas otorgándoles recomendaciones y verificando que no hayan dejados objetos dentro de los transportes que conducen el tour.

BUENAS PRÁCTICAS PARA GUÍAS DE TURISMO

Ámbito sociocultural

El guía debe ser capaz de transmitir a los turistas los valores, costumbres y tradiciones locales. Para ello debe haberse instruido sobre la cultura local en la que se desenvuelve recibiendo capacitaciones, estudiando material bibliográfico o consultando sobre la idiosincrasia local con antiguos pobladores.

A su vez, debe incentivar a los anfitriones del destino al buen trato con los visitantes, para que se pueda establecer una relación basada en el respeto y la valoración de las culturas.

Por otro lado, el guía debe participar en la difusión y conservación de los sitios arqueológicos de la zona, informándose sobre ellos, involucrándolos en sus circuitos, recopilando material anexo que contribuya a la entrega de información y procurando que los turistas respeten el sitio evitando su deterioro.



✓ Acciones para guías

- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| Estudiar, a través de diferentes medios, las culturas locales. | <input type="checkbox"/> |
| Dar a conocer a la comunidad local el origen de los turistas y las razones por la cual visitan el destino. | <input type="checkbox"/> |
| Enseñar a los locales qué prácticas, como por ejemplo pedir dinero al turista, no son adecuadas. | <input type="checkbox"/> |
| Concientizar a los turistas sobre el derecho que tiene la población local a mantener su privacidad. | <input type="checkbox"/> |
| Indicar a los turistas que regalar dulces o dinero no aporta, sino que crea una mala costumbre entre los locales. | <input type="checkbox"/> |
| Velar porque los turistas respeten los sitios arqueológicos. | <input type="checkbox"/> |
| Impedir que se extraigan piezas arqueológicas de los sitios. | <input type="checkbox"/> |
| Incentivar a los turistas a que compren artesanía e invitar a la comunidad a que muestren su arte. | <input type="checkbox"/> |
| Contemplar dentro del circuito paradas en puntos de venta de artesanía u otros productos locales. | <input type="checkbox"/> |
| Incentivar al consumo de jugos y alimentos hechos con ingredientes locales. Verificar que estén correctamente elaborados. | <input type="checkbox"/> |



Ámbito Medioambiental

El guía es quien muestra y promueve los atractivos turísticos de un destino procurando conducir a los visitantes siempre por el camino del cuidado y la conservación del medioambiente y la biodiversidad, transformándolos así en parte del desarrollo sustentable del lugar.

Para cumplir un correcto rol dentro del ámbito medioambiental el guía debe:

- Conocer y cumplir las regulaciones ambientales vigentes en el destino.
- Lograr que los turistas respeten los recursos naturales y culturales del lugar, a la vez que disfrutan de la experiencia.



✓ Acciones para guías

Evitar dar comidas o bebidas en envases plásticos o desechables que no sean biodegradables.

No dejar que los turistas arrojen basura a través del recorrido. Recoger los desechos que encuentre durante el desarrollo de este.

Contar con un lugar donde dejar la basura en los casos que no existan basureros durante el recorrido.

Utilizar pilas y baterías recargables y recolectar aquellas que los turistas vayan a desechar.

Evitar que los turistas se salgan de los senderos o recorridos establecidos y pongan en riesgo la flora y fauna.

Velar porque los turistas no provoquen ruidos ni realicen conductas que puedan perturbar la fauna.

Identificar los lugares aptos para caza y pesca, así como los recursos en veda u otra restricción.

Evitar que los turistas se lleven recuerdos del lugar como flores, plantas o restos arqueológicos.

Vigilar que los visitantes no dejen huellas negativas en el lugar, como grabados en árboles, muros o rocas.

Revisar que los transportes que se usan durante el circuito se encuentren en buenas condiciones y no contaminen.

GUÍAS DE ECOTURISMO

El ecoturismo tiene como principios fundamentales la visita responsable hacia sitios naturales, la participación activa de la comunidad local en las actividades relacionadas y la incorporación de la educación e interpretación ambiental del lugar como parte del producto. De esta forma, el ecoturismo se ha transformado en una herramienta válida para la conservación de la naturaleza y el desarrollo de la comunidad.

Bajo este precepto, el guía de ecoturismo debe tener como horizonte el guiar y educar a los visitantes promoviendo la conservación del medio y procurando que la población local se involucre en este actuar y obtenga beneficios de él, tanto social como económicamente.

Al realizar su gestión es importante que el guía de ecoturismo tenga en consideración los siguientes puntos:

- Velar porque las actividades contempladas durante el tour o excursión sean amigables con el medio ambiente. Es decir, que no incluyan contaminantes ni compuestos químicos.
- Educar y concientizar a los visitantes sobre la importancia de la flora y fauna para el medio en general y para la comunidad local.
- Enseñar a los visitantes sobre la cultura local del lugar en que se desarrollan las actividades.
- Promover el intercambio cultural entre visitantes y locales para generar un espacio de aprendizaje.
- Hacer partícipe a la comunidad de las actividades turísticas, de modo de permitirles un beneficio en su desarrollo económico y cultural. La comunidad puede integrarse a los proyectos ecoturísticos y pueden enriquecer el atractivo del destino, al mismo tiempo que prestan servicios a los visitantes.





FUENTES ADICIONALES DE INFORMACIÓN

UNODC – PATA (2010), Code of Conduct for Safe & Honourable Tourism. Nueva Delhi, India.

Ecotourism Australia (2009), Respecting our Culture Program (ROC), Certification Criteria. Australia.

Rainforest Alliance (2009), Herramientas para el Turismo Sostenible Alianzas con tour operadores: Por una cadena de proveedores sostenibles. San José, Costa Rica.

SERNATUR (2008), Introducción al Servicio de Guía De Turismo. Santiago, Chile.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) – Tour Operators Initiative TOI (2007), Turismo y Montaña: Guía práctica para gestionar los impactos sociales y medioambientales del turismo de montaña.

Rainforest Alliance (2007), Juego de Herramientas para Promover y Desarrollar el Turismo Sostenible en América Latina: Tour Operadores. San José, Costa Rica.

The Travel Foundation (2007), Making Sustainable Excursions a Reality: A practical guide to creating and operating more sustainable excursions. Bristol, Inglaterra.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) – Tour Operators Initiative TOI (2005), Integrating Sustainability into Business: A Management Guide for Responsible Tour Operations. Paris, Francia.

UNESCO - Centro del Patrimonio Mundial (2005), Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial. Paris, Francia.

Tour Operators Initiative TOI (2004), Compromiso de los Tour Operadores en la Cadena De Abastecimiento: Tres pasos hacia la sustentabilidad. Paris, Francia.

Tour Operators Initiative TOI (2003), Sustainable Tourism: The Tour Operators' Contribution. Paris, Francia.

WEB DE INFORMACIÓN

- Best Practice Gateway - WTTTC
<http://www.accor.com/uploads/static/earthguest/en>
- Federación de Empresas de Turismo de Chile
www.fedetur.org
- International Tourism Partnership
<http://www.tourismpartnership.org/>
- Organización Mundial de Turismo
www.unwto.org
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)
www.unep.org
- Servicio Nacional de Turismo
www.sernatur.cl
- Sistema Nacional de Calidad para los Servicios Turísticos
www.calidadturistica.cl
- The Travel Foundation
<http://www.thetravelfoundation.org.uk/>
- The Travel Foundation – Greener Tour Operators
http://dev.thetravelfoundation.org.uk/green_business_tools/greener_tour_operators/
- The World Federation of Tourist Guide Association
www.wftga.org
- Tour Operators Initiative
www.toi.org
- Turismo Patrimonial, para Conservar lo Nuestro
<http://www.rainforest-alliance.org/multimedia/heritagetourism>



GLOSARIO DE CONCEPTOS

Actores del turismo: Autoridades, operadores turísticos, empresas, trabajadores, organizaciones sociales e instituciones públicas y privadas vinculadas directa e indirectamente con la actividad turística.

Atractivos: Recursos materiales e inmateriales del territorio que motivan el desplazamiento turístico hacia el destino.

Calidad: Es la propiedad de los bienes y servicios que permite que los productos satisfagan las necesidades y expectativas razonables de los visitantes en función del valor que reciben y perciben en el marco de la sustentabilidad.

Calidad del empleo: Condiciones laborales que implican libertad, equidad, seguridad y dignidad, en la que los derechos son respetados, con remuneración adecuada y protección social.

Comercio justo: representa una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores. Este ofrece a los productores un trato más justo y condiciones comerciales más provechosas; les permite mejorar sus condiciones de vida y hacer planes de futuro. Para los consumidores, es una manera eficaz de reducir la pobreza a través de sus compras diarias.

Contaminación: Acción y efecto de introducir cualquier tipo de influencia física, química o biológica en un medio a niveles más altos de lo normal, que puede ocasionar daño en el sistema ecológico produciendo un desequilibrio.

Desarrollo local: Convergencia entre agentes locales que interactúan dentro de

los límites de un territorio, componiendo estrategias para impulsar objetivos comunes con el fin de elevar la calidad de vida y el bienestar de la población local.

Desarrollo sustentable: Desarrollo que satisface las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas.

Destino turístico: Lugar del territorio en el que se encuentra al menos un atractivo que motiva la visita al territorio, compuesto por los equipamientos necesarios para los visitantes así como la infraestructura que une al destino con los mercados emisores.

Eficiencia energética: Capacidad de los equipos para conseguir el mayor rendimiento con el menor consumo de energía.

Energía limpia: Fuentes de energía cuyo modo de obtención o uso no emite subproductos que puedan incidir negativamente en el medio ambiente.

Equipamiento: Conjunto de estructuras físicas administradas por la actividad pública o privada donde se prestan los servicios básicos para el visitante.

Experiencia turística: Sensaciones y conocimientos que se obtienen por la práctica de actividades turísticas.

Impacto ambiental: Efectos que una acción humana produce en el medio ambiente.

Patrimonio: Conjunto de bienes materiales e inmateriales de la cultura y la naturaleza, valorados por segmentos

significativos de la sociedad, a los cuales se les asignan valores simbólicos del pasado, del presente y visión de futuro.

Punto limpio: Instalación para el depósito de residuos segregados que no se gestionan a través del servicio municipal que recolecta.

Reciclar: Transformación de los residuos, dentro de un proceso de producción, para su fin inicial o para otros fines.

Reducir: Principio básico para el manejo de residuos, consiste en evitar el consumo excesivo de productos, sobre todo los que generan residuos difíciles de reciclar.

Residuo: Según la Real Academia de la Lengua, el término residuo significa lo que resulta de la descomposición o destrucción de una cosa; parte o porción que queda de una cosa (dicha denominación ha desplazado a la acepción "basura").

Reutilizar: El empleo de un producto usado para el mismo fin para el que fue diseñado originariamente.

Turismo Social: Comprende todos aquellos instrumentos y medios, a través de los cuales se otorgan facilidades para que las personas de recursos limitados, jóvenes, personas con capacidades diferentes y adultos mayores viajen con fines recreativos, deportivos y/o culturales en condiciones adecuadas de economía, accesibilidad, seguridad y comodidad.

TURISTIKO[®]
consultores 

«Autorizada su circulación en cuanto a los límites y fronteras actuales de Chile, por Resolución N° 558 del 16 de diciembre de 2011 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