



Rainforest
Alliance

Buenas Prácticas para TURISMO SOSTENIBLE





Índice

| | | | |
|--|-----|---|-----|
| Presentación | III | | |
| Introducción | IV | | |
| Criterios globales de turismo sostenible | V | | |
| Ámbito Empresarial | | | |
| Introducción | 01 | | |
| 1. Gestión de la Sostenibilidad | 02 | | |
| 1.1 Política de Sostenibilidad | 02 | | |
| 1.2 Políticas Empresariales | 03 | | |
| 1.3 Planificación | 04 | | |
| 2. Gestión de la Calidad | 07 | | |
| 2.1 Procesos y Procedimientos | 08 | | |
| 2.2 Administración y Dirección | 09 | | |
| 2.3 Suministros y Proveedores | 10 | | |
| 2.4 Monitoreo y acciones correctivas | 12 | | |
| 3. Gestión de Recursos Humanos | 15 | | |
| 3.1 Manuales y procedimientos | 16 | | |
| 3.2 Capacitación de personal | 17 | | |
| 3.3 Evaluación de desempeño | 18 | | |
| 4. Gestión Financiera y Contable | 21 | | |
| 4.1 Sistema Financiero y Contable | 21 | | |
| 4.2 Presupuestos | 22 | | |
| 5. Gestión de seguridad | 24 | | |
| 6. Gestión de Comunicación y Mercadeo | 27 | | |
| 6.1 Comunicación | 27 | | |
| 6.2 Mercadeo | 28 | | |
| Manténgase informado | 31 | | |
| | | Ámbito Socio-Cultural | |
| | | Introducción | 35 |
| | | 1. La empresa turística contribuye al desarrollo local de su comunidad. | 36 |
| | | 2. La operación turística aporta al respeto a las culturas y poblaciones locales | 42 |
| | | 3. La empresa y la comunidad deben emprender acciones que favorezcan el rescate y la protección del patrimonio histórico-cultural | 50 |
| | | 4. La empresa y la comunidad ofertan actividades culturales como parte del producto turístico | 57 |
| | | Manténgase informado | 60 |
| | | Ámbito Ambiental | |
| | | Introducción | 63 |
| | | 1. Calentamiento Global | 64 |
| | | 2. Recurso Agua | 68 |
| | | 3. Recurso Energía | 72 |
| | | 4. Biodiversidad | 78 |
| | | 5. Biodiversidad en los Jardines | 81 |
| | | 6. Áreas Naturales Protegidas y de Conservación | 84 |
| | | 7. Reservas Naturales Privadas | 88 |
| | | 8. Contaminación | 91 |
| | | 9. Desechos Sólidos | 95 |
| | | 10. Educación ambiental | 100 |
| | | Manténgase informado | 103 |
| | | Implementando Buenas Prácticas | |
| | | Otros enlaces de interés general para las empresas turísticas | 108 |
| | | Referencias | 108 |
| | | Glosario | 111 |
| | | Créditos | 117 |

Prólogo

Aunque el término turismo es relativamente nuevo (la palabra turismo fue usada por primera vez en 1811), el turismo como actividad (es decir, viajar para fines recreativos o por placer) es muy antiguo. Se asocia con el deseo de visitar y conocer nuevos lugares, personas, civilizaciones y también con entretenimiento, bienestar y educación. Sin embargo, desde Ulises y sus largos viajes, los exploradores del antiguo mundo y el nuevo y los pioneros de viajes organizados, muchas cosas han cambiado y el turismo se ha convertido en una industria. La rápida expansión del turismo ocurrió después de la década de 1950 y desde entonces el alto nivel de crecimiento de los viajes y el turismo, comparable con el aumento de la producción durante la revolución industrial, estableció una industria que hoy en día es el sector empresarial con mayor actividad económica en el mundo.

Debido a que es una industria tan grande, el turismo es examinado muy de cerca en términos de sus impactos sobre el ambiente, la cultura y las sociedades. Algunas opiniones apuntan al poder del turismo de contribuir al crecimiento económico, mientras que otras enfatizan los impactos negativos sobre los ecosistemas, las sociedades indígenas y el patrimonio cultural. Es difícil atribuir una sola característica negativa o positiva al turismo en términos de su relación con el desarrollo sostenible. El turismo no es sólo bueno o sólo malo, puede ser ambos de acuerdo a cómo se planea, desarrolla y maneja y la buena manera de hacerlo se llama "turismo sostenible". Todavía existe confusión con respecto a qué es el turismo sostenible y cómo una compañía lo puede promover. Para los empresarios turísticos, probablemente es repetitivo hablar de turismo

sostenible, pero es emocionante poner en práctica lo que se dice e involucrarse en actividades que pueden transformar sus negocios y darles una nueva ventaja competitiva.

Esta publicación presenta las prácticas de las compañías que hicieron lo que dijeron y fueron exitosas, prácticas que pueden ser fácilmente implementadas por otras compañías y que pueden ayudarles a ser sostenibles y rentables. El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente está apoyando organizaciones para internalizar el turismo sostenible en sus agendas, programas de trabajo y actividades. La Alianza para Bosques es un socio muy importante del PNUMA en estos esfuerzos y siempre es un placer dar la bienvenida a un nuevo resultado del trabajo de la Alianza para Bosques. Esperamos que las buenas prácticas descritas en esta publicación sean implementadas o adaptadas por muchas otras compañías y que éstas vayan a crear nuevo valor para los negocios, el ambiente y las sociedades.



Dr. Stefanos Fotiou

Coordinador del Programa de Turismo
Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente

Presentación

Los principios del turismo sostenible pueden traducirse en prácticas de gestión, que son aplicables para todo tipo de empresas en cualquier destino turístico. Estos principios tienen como propósito minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios de la actividad turística en el entorno sociocultural, ambiental y empresarial.

Esta guía, “**Buenas prácticas para turismo sostenible**”, es una herramienta que permite a los empresarios turísticos adoptar prácticas de gestión sostenibles, de una manera sencilla y efectiva.

Esta publicación ha sido producida con el apoyo del Department of Environment, Food, and Rural Affairs (DEFRA) del Reino Unido y la Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional (USAID).

Constituye una lectura imprescindible, dedicada para aquellos empresarios turísticos interesados en mejorar su desempeño en sostenibilidad y acceder a este interesante nicho de mercado. Conjuntamente, su apreciación es útil para profesionales y asesores que orienten su trabajo hacia este segmento de la industria turística.

La guía está organizada alrededor de la gestión empresarial, y se presentan recomendaciones y acciones prácticas para los tres ejes de la sostenibilidad, a saber: Económico, Sociocultural y Ambiental. Se informa al lector sobre la importancia de cada tema. La guía brinda una motivación para actuar,

proporciona recomendaciones concretas para implementar las buenas prácticas y destaca los beneficios que se obtienen con ellas. Se demuestra, además, cuán sencillo puede ser aplicar estos cambios en la gestión empresarial a través de acciones que han sido implementadas en otras empresas.

Con esta estructura, los lectores pueden consultar los temas de su interés de manera independiente o bien, les es posible estructurar un plan de acción integral para su empresa.

¹ Constituye la tercera versión de la guía elaborada por Rainforest Alliance en 2005 y financiada, en su momento, por el Fondo Multilateral de Inversiones/ Banco Interamericano de Desarrollo y Ford Foundation.

Introducción

Actualmente, la actividad turística está ampliamente extendida por todo el mundo. Su influencia directa sobre la economía de ciertas regiones o países, especialmente en aquellos que se encuentran en vías de desarrollo, es muchas veces determinante para el alcance de alentadores índices de crecimiento económico.

El turismo, como actividad productiva, puede ser ampliamente beneficioso, pero también, considerablemente destructivo si no es manejado adecuadamente, ya que puede acabar con la riqueza de los patrimonios naturales y culturales de cualquier país. Esta realidad y el inminente riesgo de deterioro en los recursos, que surgen como consecuencia de diversas actividades económicas, ha provocado un fuerte movimiento internacional, nacional y local, interesado en convertir las prácticas tradicionales de los sectores empresariales en prácticas sostenibles.

El principio en el cual se basan estas prácticas denominadas “responsables o sostenibles” y que intentan modificar la forma de hacer negocios, es el Desarrollo Sostenible, que se define como “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Brundtland, Our Common Future, 1987).

Una actividad sostenible, será aquella cuyos impactos económicos, sociales y ambientales permitan complacer las necesidades del presente, sin limitar la habilidad de satisfacerlas, con el mismo grado de plenitud y disfrute, en el futuro.

Un desarrollo sostenible o la sostenibilidad se alcanza cuando atendemos, en forma balanceada, tres principios básicos, éstos son los siguientes:

1. Económico: La actividad se desarrolla con base en prácticas empresariales adecuadas, las cuales aseguran el crecimiento y mantenimiento en el tiempo de la empresa, con lo cual se beneficia a los propietarios, empleados y vecinos de la comunidad donde se desarrolla el negocio.

2. Ambiental: La actividad se desenvuelve considerando, a su vez, la forma en que se utiliza los recursos naturales e idealmente, aportando a su conservación y cuidado.

3. Socio-cultural: La actividad se realiza sin perjudicar o afectar el tejido social existente en la comunidad donde se desarrolla, por lo cual, se prevén todas las acciones posibles para respetar la cultura local, preservarla y revitalizarla.

Tomando como referencia los aspectos anteriores, podemos afirmar que una empresa que pretende alcanzar un desempeño operativo sostenible, no es sólo aquella que promueve ahorro y responsabilidad en el uso de ciertos recursos, o aquella que se involucra con los proyectos de su comunidad, o la que invierte en la mejor infraestructura y promueve la mejor calidad de servicio. Los tres ejes de la sostenibilidad requieren una armoniosa combinación de todos estos elementos y acciones.

Todas las acciones que estén a favor del mejor servicio y de la responsabilidad operativa a través de un sistema de gestión sostenible, son herramientas de promoción que, si son aprovechadas por las empresas en forma eficaz, lograrán mejorar su acceso a mercados altamente interesados en este tipo de operaciones, servicios y/o productos responsables.

El propósito de este documento es más bien identificar los principales elementos que se deben considerar en cualquier propuesta hecha en el ámbito del turismo sostenible. Además, hace una recopilación de instrumentos que pueden ser utilizados para cualquier persona o institución que incursiona en el área de turismo sostenible y desea afinar sus modelos administrativos de acuerdo con mecanismos ya existentes, o desarrollar los suyos a partir de la experiencia de otros. Por tanto, se provee también de ejemplos prácticos, referencias y herramientas que actualmente se utilizan en el ámbito internacional y en diversos destinos turísticos.

Criterios globales de turismo sostenible

Los *Criterios Globales de Turismo Sostenible* son un esfuerzo para alcanzar un entendimiento común del turismo sostenible, y representan los principios mínimos de sostenibilidad a los que una empresa turística debe aspirar. Estos se organizan alrededor de cuatro temas principales: la planificación eficaz para la sostenibilidad; la maximización de los beneficios sociales y económicos para la comunidad local; el mejoramiento del patrimonio cultural; y la reducción de los impactos negativos sobre el ambiente. Aunque los criterios se orientan inicialmente para el uso de los sectores de hoteles y operadores de turismo, tienen aplicabilidad en toda la industria turística. *Las buenas prácticas de manejo representan una herramienta para poder cumplir con estos criterios.*

Los criterios son parte de la respuesta brindada por la comunidad turística frente a los desafíos mundiales que se presentan en los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas. La mitigación de la pobreza y la sostenibilidad ambiental, incluyendo el cambio climático, son dos de los principales temas transversales que se abordan mediante los criterios.

A partir del 2007, una coalición de 26 organizaciones, la Alianza para los Criterios Globales de Turismo Sostenible, se unió para desarrollar los criterios. Desde entonces, han contactado a más de 80.000 partes interesadas, analizado más de 4.500 criterios y más de 60 normas de certificación y directrices voluntarias ya existentes, y han recibido comentarios de más de mil individuos. Los Criterios Globales de Turismo Sostenible han sido desarrollados de acuerdo con el Código de Buenas prácticas de la coalición ISEAL, y como tal, estarán en consulta y recibirá retroalimentación cada dos años, hasta que no se reciban más observaciones o sean únicas.

Algunos de los usos anticipados de los criterios incluyen:

- Constituir las directrices básicas para que las empresas de cualquier tamaño se vuelvan más sostenibles, y ayudarlas a optar por programas de turismo sostenible que cumplan con estos criterios globales;

- Brindar orientación a las agencias de viajes cuando seleccionen proveedores y programas de certificación sostenibles;
- Ayudar a los consumidores a identificar programas y empresas sólidas en materia de turismo sostenible.
- Servir de común denominador para que los medios de información reconozcan a los proveedores de turismo sostenible;
- Ayudar a los programas de certificación y otros programas voluntarios a cerciorarse de que sus estándares cumplan la normativa básica ampliamente aceptada;
- Ofrecer a los programas gubernamentales, no- gubernamentales y privados un punto de partida para elaborar requisitos de turismo sostenible.
- Servir de directrices básicas para las entidades educativas y de capacitación, como escuelas de hotelería y universidades.

Los criterios indican lo qué se debe hacer, no cómo se debe hacer, ni tampoco cuestionar si se ha alcanzado la meta. Esta función es realizada por los indicadores de desempeño, los materiales educativos asociados y el acceso a las herramientas de implementación, todos ellos son un complemento indispensable de los criterios de turismo sostenible.

La Alianza concibe los Criterios Globales de Turismo Sostenible como el principio de un proceso para establecer la sostenibilidad como la práctica modelo en todas las formas del turismo.

Criterios Globales de Turismo Sostenible

A. Demostrar una gestión sostenible eficaz

- A.1. La compañía ha instaurado un sistema de gestión de la sostenibilidad en el largo plazo que se adecúa a su realidad y escala, y que considera temas ambientales, socioculturales, de calidad, salubridad y seguridad.

- A.2. La entidad cumple con toda la legislación y los reglamentos pertinentes, internacionales o locales (entre ellos, los aspectos laborales, medio ambientales, de salubridad y de seguridad).
- A.3. Todo el personal recibe capacitación periódica relacionada con su función en la gestión de las prácticas medioambientales, socioculturales, de salud y de seguridad.
- A.4. Se mide la satisfacción de los clientes y se toman las medidas correctivas cuando es apropiado.
- A.5. Los materiales promocionales son precisos y completos y no prometen más de lo que la empresa puede brindar.
- A.6. El diseño y la construcción de edificios e infraestructura:
 - A.6.1. cumplen con los requisitos locales de zonificación y de áreas protegidas o de patrimonio;
 - A.6.2. respetan el patrimonio natural o cultural que se encuentra en los alrededores en la selección del sitio, el diseño, la evaluación de impactos y los derechos y adquisición del terreno;
 - A.6.3 utilizan principios localmente apropiados de construcción sostenible;
 - A.6.4 ofrecen acceso a personas que tienen necesidades especiales.
- A.7. A los clientes se les brinda información e interpretación sobre los alrededores naturales, la cultura local y el patrimonio cultural, además de explicarles el comportamiento adecuado durante la visita a las áreas naturales, las culturas vivas y los sitios de patrimonio cultural.

B. Maximizar los beneficios sociales y económicos a la comunidad local y minimizar los impactos negativos

- B.1. La compañía apoya activamente las iniciativas en pro del desarrollo comunitario social y de infraestructura, lo que entre otras cosas incluye educación, salud y saneamiento.

- B.2. Se ofrece empleo a los residentes locales, incluso en puestos gerenciales. Se les imparte capacitación cuando sea necesario.
- B.3. Donde es posible, la empresa adquiere bienes y servicios locales y de comercio justo.
- B.4. La compañía ofrece facilidades a los pequeños empresarios locales para que desarrollen y vendan sus productos sostenibles, basados en la naturaleza, la historia y la cultura propios de la zona (lo que incluye alimentos y bebidas, artesanías, artes dramáticas, productos agrícolas, etc.).
- B.5. Se ha elaborado un código de conducta para las actividades que tienen lugar en comunidades indígenas y locales, tomando en cuenta con el consentimiento y colaboración de la comunidad.
- B.6. La compañía ha implementado políticas contra la explotación comercial, especialmente de niños y adolescentes, incluyendo la explotación sexual.
- B.7. La compañía es equitativa al contratar mujeres y minorías locales, incluso para puestos gerenciales, al mismo tiempo que restringe el trabajo infantil.
- B.8. Se respeta la protección legal internacional o nacional de los empleados, y ellos reciben un salario que les permite hacer frente al costo de vida.
- B.9. Las actividades de la compañía no ponen en peligro la provisión de servicios básicos (tales como agua, energía o saneamiento) a las comunidades vecinas.

C. Maximizar los beneficios para el patrimonio cultural y minimizar los impactos negativos

- C.1. La compañía sigue directrices establecidas o el código de comportamiento para las visitas a sitios que son cultural o históricamente sensibles, con el fin de minimizar el impacto causado por los visitantes y maximizar su disfrute.

- C.2. No se venden, negocian o exhiben artefactos históricos y arqueológicos, exceptuando lo permitido por la ley.
- C.3. La empresa contribuye con la protección de las propiedades y sitios locales que son históricamente, arqueológicamente, culturalmente o espiritualmente importantes, y no impide el acceso de los residentes locales a ellos.
- C.4 El negocio utiliza elementos del arte, la arquitectura o del patrimonio cultural local en sus operaciones, diseño, decoración, alimentos o tiendas; al mismo tiempo que respeta los derechos de propiedad intelectual de las comunidades locales.

D. Maximizar los beneficios para el medio ambiente y minimizar los impactos negativos

- D.1. Conservar los recursos
 - D.1.1. La política de compras favorece los productos que sean ambientalmente amigables para ser utilizados como insumos de construcción, bienes de capital, alimentos y consumibles.
 - D.1.2. Se evalúa la compra de artículos descartables y consumibles, y la empresa busca activamente la forma de reducir su uso.
 - D.1.3. Se debe medir el consumo de energía e indicar las fuentes, además de adoptar medidas para disminuir el consumo total, al mismo tiempo que se fomenta el uso de la energía renovable.
 - D.1.4. Se debe regular el consumo de agua e indicar las fuentes, además de adoptar medidas para disminuir el consumo total.
- D.2. Reducir la contaminación
 - D.2.1. La empresa mide las emisiones de gases de efecto invernadero provenientes de todas las fuentes controladas por ella e instaura procedimientos para reducirlos y compensarlos, como forma de alcanzar la neutralidad climática.
 - D.2.2. Las aguas residuales, incluyendo las aguas grises, son tratadas eficazmente y reutilizadas donde posible.

- D.2.3. Se implementa un plan de manejo de desechos sólidos, con metas cuantitativas para minimizar los desechos que no se reutilizan o reciclan.
- D.2.4. El uso de sustancias perjudiciales, tales como plaguicidas, pinturas, desinfectantes de piscinas y materiales de limpieza, se minimizan y se reemplazan con productos inocuos, cuando éstos se encuentren disponibles; y todo uso de químicos se maneja correctamente.
- D.2.5. La empresa implementa prácticas para reducir la contaminación causado por el ruido, la iluminación, la escorrentía, la erosión, los compuestos que agotan el ozono y los contaminantes del aire y el suelo.
- D.3. Conservando la biodiversidad, los ecosistemas y los paisajes.
 - D.3.1. Las especies silvestres se cosechan únicamente del entorno natural; se consumen, exhiben, venden, o comercian internacionalmente, cuando se haga como parte de una actividad regulada que asegure que su utilización sea sostenible.
 - D.3.2. No se mantienen animales silvestres en cautiverio, excepto para actividades correctamente reguladas; y las muestras vivas de especies silvestres protegidas están únicamente bajo la custodia de personas autorizadas, que cuentan con las facilidades adecuadas para albergarlas y cuidarlas.
 - D.3.3. La empresa utiliza especies autóctonas en sus áreas verdes y en tareas de restauración, y toma medidas para evitar que se introduzcan especies exóticas invasoras.
 - D.3.4. La empresa ayuda a apoyar la conservación de la biodiversidad, lo que incluye apoyar las áreas naturales protegidas y las zonas que tienen un alto valor de biodiversidad.
 - D.3.5 Las interacciones con las especies silvestres no deben producir efectos adversos en la viabilidad de las poblaciones en el entorno natural; cualquier perturbación en los ecosistemas es minimizada o rehabilitada, al mismo tiempo que se efectúa una contribución compensatoria a la gestión de la conservación.

www.sustainabletourismcriteria.org



ÁMBITO EMPRESARIAL







Ámbito Empresarial

Introducción

Este eje es de gran importancia para la sostenibilidad de la empresa, puesto que no basta con tener los recursos; es indispensable desarrollar esquemas de gestión que permitan alcanzar los objetivos de sostenibilidad que se definan, ya que únicamente las organizaciones que implementan prácticas adecuadas de administración, aseguran el éxito de sus objetivos.

El eje económico presenta las áreas mínimas que son precisas de desarrollar en la organización para lograr un desempeño eficiente: Política de Sostenibilidad, Sistema de Gestión de Calidad, Programa de Administración y Desarrollo de Recursos Humanos, Gestión Económico-Financiera, Programa de Seguridad Industrial y finalmente la Comunicación, Mercadeo y Publicidad.

En principio, contar con una Visión, Misión y Valores Empresariales (Política de Sostenibilidad) claros y bien definidos será el primer paso para alcanzar la sostenibilidad, pues desde esta la fase de planificación debe insertarse el concepto y el anhelo de operar sosteniblemente en todos los ámbitos de la empresa. La sostenibilidad de la organización requiere el establecimiento de procesos y procedimientos que aseguren la calidad y consistencia de los servicios, como un eje transversal a la gestión sostenible.

Programa de Administración y Desarrollo de los Recursos Humanos, considera elementos que van desde la inducción de los trabajadores, hasta la generación de competencias adecuadas que puedan responder a criterios de sostenibilidad, efectividad y eficiencia.

Para presentar la gestión económico-financiera de la organización, se detallan los principales lineamientos que deben existir obligatoriamente, como lo son: el desarrollo de presupuestos, flujos de caja y análisis y proyecciones financieras a corto, mediano y largo plazo. Esto le permitirá a la empresa cuantificar sus beneficios y la eficiencia de aplicar buenas prácticas para la sostenibilidad de su operación.

La prevención de riesgos, accidentes, enfermedades, y las consecuencias positivas que se logran al implementar un programa de este tipo con características y elementos de sostenibilidad, que está dirigido a la planta física, clientes, trabajadores y a la comunidad en general; incluidos en el Programa de Seguridad Industrial.

Finalmente, los temas concernientes con mercadeo, publicidad y comunicación empresarial permitirán determinar las acciones básicas que se requieren para que los productos y servicios de la organización sean conocidos y percibidos por sus clientes, de la manera adecuada.

Todas las acciones que estén a favor del mejor servicio y de la responsabilidad operativa a través de un sistema de gestión sostenible, son herramientas de promoción que si son aprovechadas por las empresas en forma eficaz, lograrán mejorar su acceso a mercados altamente interesados en este tipo de operaciones, servicios y/o productos responsables.



1. Gestión de la Sostenibilidad

1.1 Política de Sostenibilidad

¿Qué es la política de sostenibilidad?

Con la finalidad de conseguir sus objetivos y trabajar de manera sostenible, las empresas deben tener lineamientos que pongan en práctica el uso de elementos económicos, sociales y ambientales que permitan minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos de su gestión. Todos estos elementos deben organizarse en una política de sostenibilidad.

Para que la empresa alcance la sostenibilidad, se recomienda aplicar las siguientes acciones:

- No use más recursos que los que tiene la empresa.
- No utilice los recursos económicos, sociales y ambientales sin pensar en los demás y/o en el futuro de todos.
- Administre la empresa, por medio de un balanceo de los recursos económicos, sociales y ambientales.

Es muy importante tener presente que la sostenibilidad atiende el cuidado y administración del dinero, equipo y herramientas, al mismo tiempo, que desarrolla al personal de la empresa y cuida de su forma de vida y potencial de crecimiento.

Por lo tanto, es indispensable:

- Proteger el medio ambiente en que se desarrolla el personal y la empresa, no otorgándole más importancia sólo al dinero, a la sociedad-personal o al medio ambiente.
- Comprender que la sostenibilidad es el resultado de la integración y balance entre el dinero, el ambiente y los aspectos sociales de las personas que integran la empresa.



¿Cual es la importancia de implementar la política de sostenibilidad en su empresa?

- Está comprobado que las empresas que logran ver sus acciones desde diferentes perspectivas y unifican distintos puntos de vista, tienen mayores posibilidades de sobrevivir, crecer y triunfar en mercados competitivos y difíciles.
- Las empresas que mantienen ideas rígidas desarrollan mayores riesgos empresariales.
- Cuando el ambiente se ve afectado, positiva o negativamente, por las acciones de una empresa, la economía y las personas mismas sentirán las consecuencias.
- De manera que podremos asegurar mejores resultados empresariales, sociales y ambientales, si el uso de los recursos de la empresa es racional, equitativo, medido y eficiente.

Existen tres reglas básicas para aplicar la sostenibilidad en la empresa, éstas son:

1. Ningún recurso renovable debe utilizarse a un ritmo superior al que se requiere para reponerlo.
2. Ningún producto contaminante debe producirse a un ritmo superior al que pueda ser reciclado, neutralizado o absorbido por el medio ambiente.
3. Ningún recurso no renovable debe aprovecharse a mayor velocidad de la necesaria para sustituirlo por un recurso renovable utilizado de manera sostenible.

- La rentabilidad real de la empresa sólo se encuentra en el balance y en el uso adecuado de los elementos económicos, sociales y ambientales para producir servicios y productos sostenibles, como los requieren los clientes.
- Permite planificar y administrar efectivamente los recursos de la empresa, mejorando las negociaciones con proveedores y porque los beneficios económicos son reales (ganancia, ahorro e inversión).
- El seguimiento y control de las acciones empresariales es más efectivo.



¿Qué puede hacer su empresa?

- Desarrolle una visión y una política de sostenibilidad empresarial.
- Tenga una misión empresarial concreta que haga realidad la visión.
- Haga que todas las acciones empresariales cumplan con los valores definidos.
- Determine que todas las acciones empresariales respondan a políticas y normas claras y definidas.
- Establezca que todas las acciones empresariales cumplan los procesos y procedimientos establecidos en un Plan Estratégico de la empresa.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Desarrollo económico, que se traduce en ahorro en el uso de los recursos para invertir, mejorar y desarrollar la rentabilidad de la empresa.
- Mejores resultados en el mantenimiento de los equipos y herramientas, para que duren más y a su vez, se ahorre en gastos de mantenimiento y reposición.

- Cuidado del ambiente, pues éste se integra a las acciones empresariales. Se obtienen más y mejores recursos ambientales para el presente y el futuro.
- Estabilidad emocional del personal de la empresa. Se genera mayor compromiso, lealtad y entrega de parte de los trabajadores.
- Desarrollo de los conocimientos y experiencias del personal, lo que implica mejor eficacia, eficiencia y productividad.



1.2 Políticas Empresariales

¿Qué son las Políticas Empresariales?

Se refieren a herramientas que ordenan y estructuran la empresa, permitiendo definir criterios y marcos de actuación para la gestión en todos los niveles de la empresa.

Son pautas de comportamiento, no negociables y de cumplimiento obligatorio, cuyo propósito es canalizar los esfuerzos hacia la realización de los objetivos económicos, sociales y ambientales de la organización.



¿Cuál es la importancia de implementar las políticas empresariales en su empresa?

Una empresa sin políticas empresariales es como un barco que no tiene brújula, mapas o cartas de navegación. Su rumbo es errante y sin dirección. No se trata de “navegar por navegar”, sino de tener una empresa ordenada y estructurada, ya que las políticas empresariales son las herramientas que ordenan y estructuran a la empresa.

- Son las mejores herramientas para organizar, controlar e integrar las acciones de una empresa.

- Estas políticas permiten alcanzar los objetivos de la empresa, mediante la gestión estratégica y constituyen la respuesta al reto competitivo del futuro.

¿Qué políticas empresariales se deben implementar en la empresa?

Para llevar a la empresa hacia la sostenibilidad, recomendamos implementar como mínimo las siguientes políticas:

Política de Servicio:

Establece el compromiso de la empresa en satisfacer las necesidades, requerimientos y deseos de los clientes.

Política Ambiental:

Determina las acciones, comportamientos y compromiso de la empresa y sus trabajadores, por medio de la protección del medio ambiente.

Política Social:

Son reglas y normas de comportamiento de la empresa y sus trabajadores, con la sociedad y con la comunidad en donde se encuentra.

Política de Gestión Humana:

Determina cómo se administrará a los trabajadores, el desarrollo que tendrán en la empresa y los objetivos que la empresa espera de ellos.

Política de Seguridad:

En la empresa propone acciones concretas de seguridad y salubridad, cuidado del personal, equipo, herramientas, recursos, seguridad en la gestión de servicios, entre otros.



¿Qué puede hacer en su empresa?

- Determine reglas y normas para cada departamento y área de la empresa, así como para cada trabajador, su puesto y sus funciones específicas.

- Establezca reglas y normas para cada proceso y procedimiento.

- Documente lo anterior en las descripciones y manuales de puestos de la empresa.



¿Qué beneficios obtiene la empresa?

- Tener una empresa ordenada, estable y bien organizada.

- Conocimiento anticipado de acciones, responsabilidades y consecuencias. Mejor control y seguimiento de acciones y resultados.

- Retroalimentación efectiva para conocer los aspectos que deben mejorarse.



1.3 Planificación

¿Qué es la Planificación?

Es un instrumento fundamental de la dirección empresarial sostenible, que trata temas como: los propósitos, líneas de actuación, acciones y objetivos a conseguir en un tiempo determinado, además, políticas de

desarrollo e investigación, tecnología y producción; también esclarece interrogantes como: cuál producto o servicio se va a elaborar, cómo, cuándo, dónde, quién, con cuánto y en qué canales de distribución se comercializarán.

Se refiere al procedimiento de conocer por adelantado, qué se desea hacer, cómo puede alcanzarse el propósito establecido, cuándo van a ejecutarse cada una de las acciones previstas, quién va a desempeñarlas, qué recursos se utilizarán para su logro y cómo van a evaluarse los resultados conseguidos.

Este proceso determina los grandes objetivos de la empresa, las políticas y estrategias que normarán el uso de recursos empresariales.



¿Cuál es la importancia de implementar la planificación en su empresa?

- Permite fijar las bases para medir el resultado global y el de cada una de las unidades y áreas de la organización.
- Elimina la improvisación y los errores/problemas que nacen de ella.
- Anticipa los requerimientos y usos de los recursos de la empresa.
- Minimiza el riesgo de fracaso y baja rentabilidad.
- No deja a la suerte el resultado/éxito de las acciones empresariales.

Basándose en la visión, misión y valores empresariales debe hacerse un análisis de la situación actual de la empresa, que abarque sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, con el fin de diseñar un “plan de trabajo” para cada área de la empresa, analizando los recursos con los cuales cuenta y los que serán necesarios para alcanzar los objetivos.

- Se requiere prever el futuro para anticipar las acciones que permitirán alcanzarlo. No dejar nada a la suerte, sino establecer con detalle cada aspecto.

- El mayor enemigo de la administración es la incertidumbre y la improvisación. Los profesionales tratan de determinar la mayor cantidad de elementos que necesitan para alcanzar el éxito, antes de iniciar las acciones, esto es lo que se denomina “planificar”.

- La planificación estratégica es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones acerca del presente para alcanzar el futuro.

- Sirve para adecuarse a los cambios y a las demandas que impone el entorno, logrando el máximo de eficiencia y calidad de los productos y servicios que presta la organización.



¿Qué puede hacer su empresa?

Tomar en cuenta los siguientes elementos e integrarlos en un “plan de trabajo y administración”:

- Defina de manera clara su producto y servicio para saber cuáles recursos materiales y humanos se requiere para alcanzarlo.
- Establezca políticas y procedimientos financieros que faciliten sus planes de acción.
- Organice su personal y plan de acción siguiendo su política de sostenibilidad.
- Realice unas sesiones de planificación estratégica para definir claramente su visión y misión empresarial y cómo alcanzarla.
- Diseñe planes de acción concretos que le permitan trabajar en todas las áreas.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Mayor desempeño financiero, productivo, laboral, calidad de servicio, entre otros.
- Cumplimiento de metas y objetivos.
- Salud financiera y de sostenibilidad.
- Innovación, creatividad, compromiso y liderazgo.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

Hotel Villa Colonial - La Antigua Guatemala (Sacatepéquez, Guatemala)

Este hotel está ubicado en la ciudad conocida como Patrimonio Cultural de la Humanidad: Antigua Guatemala, en Guatemala. Forma parte de una cadena hotelera de capital guatemalteco, denominada “Villas de Guatemala”. Cuenta con 50 habitaciones y 4 salas de reuniones con capacidad para 200 personas.

Su filosofía y visión ha sido, desde un inicio, ofrecer excelencia en el servicio y honrar en el proceso su responsabilidad social y ambiental. En este sentido, para asegurar que sus prácticas estén acordes con esta visión, la organización realizó una evaluación de su estrategia de sostenibilidad y redefinió los principios en los cuales se funda la empresa, con la finalidad de asegurar que todo lo relativo a sus operaciones se desarrolle en total apego a los principios económicos, ambientales y sociales que promueve el desarrollo sostenible.

La metodología para la implementación de la estrategia de sostenibilidad en la empresa, inició con la conceptualización del sistema de desarrollo sostenible, etapa en la cual se realizó un análisis interno y externo de la organización para determinar su perfil de sostenibilidad, así como sus opciones de mejora en las dimensiones ambiental (producción más limpia), económica (eficiencia productiva y gestión financiera) y social (proyección interna y externa, además de salud y seguridad ocupacional).

Posteriormente, se redefinieron los lineamientos estratégicos de la empresa en el marco del desarrollo sostenible. En seguida, se establecieron los planes de acción en cada una de las dimensiones así como indicadores y mecanismos de monitoreo para garantizar el cumplimiento de los objetivos estratégicos establecidos.

Se definieron nuevos planteamientos dentro del marco estratégico de la empresa, a saber:

Misión de la Empresa

“Somos parte de un grupo turístico líder en Guatemala, que buscamos la satisfacción de nuestro cliente, con la convicción de brindar en un ambiente colonial, un servicio personalizado, cortés y humano. Todo en el marco cultural de la región y en armonía con el medio ambiente.”

Visión de la Empresa

“Queremos ser una empresa de vanguardia en la industria hotelera, donde exista el compromiso de satisfacer a nuestros clientes, mediante la actualización constante de servicios, manteniendo los valores que nos identifican en el mercado turístico.”

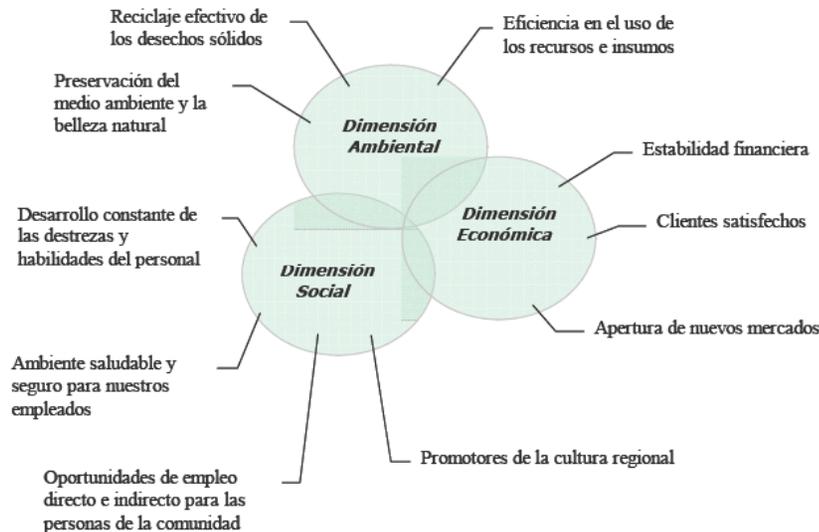
Valores de la Empresa

- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Lealtad
- Compromiso y entrega al trabajo
- Optimismo

Política de Sostenibilidad de la Empresa

La implementación de las acciones mencionadas le ha permitido al Hotel Villa Colonial mejorar su desempeño operativo, no sólo estableciendo mecanismos para ello, sino también dando sentido a cada una de las acciones que se ha propuesto. Esto se ve reflejado en el accionar de sus colaboradores, quienes han sido involucrados en el proceso de reformulación de la política empresarial sostenible y por ende, han adoptado los objetivos y metas en que la misma se basa, asegurando poner en práctica la nueva estrategia, en todo momento.

El haber preparado y operado y eficientemente bajo un esquema claro de visión, misión, valores y políticas en pro de una estrategia de sostenibilidad, ha sido una de las principales razones que le permitieron al Hotel Villa Colonial certificarse, a finales del año 2007, con el Programa de Certificación para Turismo Sostenible Green Deal; obtuvo un merecido primer lugar, en cuanto al porcentaje de cumplimiento de la Normativa, para determinar "Desempeño Sostenible", utilizada por Green Deal en más de 40 hoteles que aplicaron, en toda Guatemala, durante el año 2007.



2. Gestión de Calidad

¿Qué es gestión de calidad?

Se refiere a organizar y administrar recursos, de manera tal que se puedan gestionar todas las acciones de un proyecto dentro del alcance, el tiempo, y coste definidos, con la calidad como objetivo y la sostenibilidad integrada en todas las acciones empresariales.



¿Cuál es la importancia de implementar la gestión de calidad en su empresa?

La gestión de calidad permite integrar la rentabilidad y la sostenibilidad en la empresa, con la adecuada administración empresarial, es decir, permite organizar la empresa y a su personal hacia la obtención de servicios y productos de calidad.

Para tener éxito comercial y ser rentable y sostenible, la estructura de la empresa debe permitir el trabajo en equipo, por medio del cual todos los trabajadores y departamentos puedan integrarse y coordinar sus procesos, teniendo como objetivo básico, la calidad de los productos y servicios que se ofrecen.



¿Qué puede hacer su empresa?

Es indispensable administrar la empresa como un todo, fijando objetivos de calidad y sostenibilidad y orientando a toda la organización a conseguirlos, fomentando la cooperación entre departamentos y la participación y el compromiso de los empleados.

- Implemente un sistema de auto-evaluación para determinar cuáles áreas necesitan mejorar, en qué aspectos, cómo y cuándo.
- Redacte “Manuales de Calidad” que definan los estándares que se han planificado.
- Establezca los procedimientos adecuados para que los productos y servicios alcancen la calidad deseada.
- Desarrolle una estructura de gestión de la calidad para que toda la empresa mantenga los estándares determinados.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Productos y servicios que son aceptados con facilidad por los clientes, ya que cumplen con estándares de calidad de reconocido prestigio.
- Más efectividad en los procesos y procedimientos.
- Reducción de pérdida de tiempo y recursos empresariales, lo que provoca como resultado mayor rentabilidad y productividad.



2.1 Procesos y Procedimientos

¿Qué son procesos y procedimientos?

Los procesos son las herramientas que nos permiten definir claramente cómo se realizan las distintas acciones en la empresa. Los procedimientos consisten en la descripción de actividades puntuales y específicas que deben seguirse en la realización de las funciones de cada área de la empresa. Precisan la responsabilidad y participación de

todos los trabajadores. Registran y detallan la información básica de cada acción empresarial, el funcionamiento de todas las unidades, áreas, departamentos y trabajos de la empresa.



¿Cuál es la importancia de implementar los procesos y procedimientos?

- Permite conocer y controlar el funcionamiento interno de cada área de la empresa.
- Da una descripción exacta de las tareas, requerimientos y responsabilidades para la ejecución de las acciones empresariales.
- Inducen al personal a puestos o acciones nuevas, optimizando la capacitación del personal, pues describen detalladamente las actividades de cada puesto.
- Sirven para análisis o revisión de las actividades empresariales.
- Uniforman y sistematizan las actividades empresariales, controlando el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitan su alteración arbitraria.
- Determinan, en forma más sencilla, las responsabilidades, fallas o errores.
- Facilitan las labores de auditoría, evaluación del control interno y del desempeño del personal.
- Aumentan la eficiencia de los empleados, pues les indican lo que deben hacer y cómo hacerlo.
- Ayudan a la coordinación de todas las actividades y áreas de la empresa, lo que evita duplicidades.

Es la mejor forma de tener una empresa organizada y estructurada, minimizando el riesgo de improvisación y optimizando los recursos y la sostenibilidad de la empresa. Con su implementación, se logrará asegurar que todos saben qué hacer, cuándo y cómo, además de esta manera, se hace uniforme el desempeño, la productividad y la calidad de los productos y servicios que la empresa comercializa.



¿Qué puede hacer en su empresa?

Desarrolle un “programa de trabajo” que se traduzca en un Manual de Procesos y Procedimientos. Los principales elementos que debe efectuar son:

- Un listado detallado de las acciones a realizar para cada acción empresarial y/o puesto de trabajo.
- La descripción específica de los objetivos y metas que se buscan alcanzar.
- El cronograma de tiempos para realizar las acciones.
- Un listado del personal que tendrá a su cargo la implementación de las acciones.
- Los pasos específicos que tienen que darse en cada actividad.
- Un calendario, con fechas asignadas de inicio y terminación de cada fase.
- Determinar la responsabilidad de cada uno, en cada acción.
- Describir cada actividad y cada programa en cuadros e imágenes que apoyen el entendimiento del proceso o procedimiento.
- Establecer el tipo, cantidad, formato y calidad de los reportes que se generarán en cada actividad o programa.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Acciones empresariales organizadas y estructuradas en función del tiempo, de los recursos a utilizar y de los objetivos y metas que se pretenden alcanzar.

- Rentabilidad, pues asegura la sostenibilidad de las acciones empresariales.
- Eficiencia laboral y financiera.



2.2 Administración y Dirección

¿Qué es la administración y dirección?

La administración permite la organización de las empresas y gestiona los recursos, procesos y resultados de sus actividades. Es la base de todo el funcionamiento de una empresa; si las personas responsables de la empresa no saben administrarla, no se obtendrán los resultados deseados.



¿Cuál es la importancia de implementar la administración y dirección?

- Permite la integración de los intereses particulares de los trabajadores y los de la empresa.
- Determina la integración de los gerentes con sus trabajadores.
- Permite la unidad de dirección para que todas las actividades tengan un solo objetivo. Esta es la condición esencial para lograr la unidad de acción, es decir, se alcanza con coordinación de esfuerzos y enfoque.
- Permite determinar los diferentes niveles de responsabilidad y jerarquía para proyectos específicos.
- Se logra la división del trabajo, que se refiere a asignarle a cada trabajador las acciones que está capacitado para desarrollar.

- Fomenta el liderazgo y la responsabilidad de todos los trabajadores, lo que genera compromiso.
- Asegura una remuneración personal que satisfaga a los empleados.
- Fomenta la equidad y justicia para lograr la lealtad del personal.
- Se logra estabilidad y duración del personal en un cargo, minimizando las renunciaciones y despidos.
- Facilita la iniciativa, que es la capacidad de comprometerse y ser proactivo.
- Se logra el espíritu de equipo que hace que todos trabajen dentro de la empresa con gusto. Este aspecto es una de las mayores fortalezas de una empresa.

Es la única forma en que los recursos humanos, las operaciones, producción, finanzas y mercadeo de la empresa actuarán en forma estructurada, ordenada y eficiente. Las empresas deben trabajar como un equipo, no como actores individuales y la administración es la encargada de dar dirección y coordinación a todos los elementos y trabajadores de la empresa.



¿Qué puede hacer en su empresa?

- Coordine sistemáticamente los recursos de la empresa, mediante la planificación, definición de objetivos y metas, y gestione en función de la calidad y de la sostenibilidad.
- Desarrolle un Plan de Trabajo para cada área, departamento y puesto de la empresa.
- Integre las áreas de servicios, finanzas, suministros, recursos humanos y mercadeo, hacia objetivos y metas comunes. Se deben establecer cronogramas, procesos y procedimientos comunes en el plan de trabajo.
- Tome decisiones para llevar a cabo buenas inversiones y excelentes resultados.



¿Qué beneficios obtiene su empresa ?

- Integración de acciones empresariales.
- Dirección y objetivos específicos.
- Capacidad de análisis y diagnóstico situacional.
- Reducción de problemas del recurso humano.
- Rentabilidad y sostenibilidad reales. Finanzas sanas y positivas.



2.3 Suministros y proveedores

¿Qué es la administración de suministros y proveedores?

Es hacer coincidir los intereses de nuestros proveedores con los de nuestra empresa y finalmente, con los de nuestros clientes. Es establecer canales de comunicación, de intercambio y de colaboración entre los proveedores, nuestra empresa y los clientes finales.

Implica coordinar la secuencia de acciones que van desde nuestros proveedores hasta el cliente final, para dar una respuesta y servicio eficiente, sostenible y a su vez, calidad.



¿Cuál es la importancia de implementar la administración de suministros y proveedores?

- Desarrollar y mantener una sana relación con nuestros proveedores, que sea de beneficio mutuo.
- Apoyar el desarrollo local, mediante el trabajo con proveedores de la zona.
- Ser eficientes en el manejo de inventarios y de los procesos para obtener los productos y servicios.
- Obtener beneficios financieros con el manejo adecuado de proveedores.
- Mantener costos controlados de mano de obra y materias primas.
- Darles una respuesta eficiente a nuestros clientes.

Las fallas de colaboración y coordinación en los pedidos-despachos de suministros provoca costos enormes y pérdidas incalculables en las empresas. Además, contar con una cadena secuencial de suministros, que esté administrada eficientemente, brinda enormes oportunidades de proporcionar un servicio sostenible y de calidad.

Les ofrece una oportunidad a los proveedores locales que estén dispuestos a generar productos y servicios de calidad, y le permite a su empresa apoyar el desarrollo de la región.

La administración de suministros y proveedores implica:

- Planear la demanda de productos y servicios que serán adquiridos por la empresa.
- Definir las reglas de pedidos, entregas y pagos.
- Establecer criterios para la selección de proveedores, que contemplen los principios de sostenibilidad y de apoyo a la producción local.



¿Qué puede hacer en su empresa?

- Coordine con los proveedores a nivel estratégico los objetivos empresariales, financieros y comerciales, tanto de la empresa como de los proveedores para que sean congruentes y coincidan en sus puntos más importantes, tales como: tiempos de crédito, sistemas de pago-cobro, políticas y tiempos de despacho, entre otros.
- Organice con los proveedores toda la información, puesto que la información entre la empresa y los proveedores debe ser clara y asertiva. Mantener información sobre cantidades de pedidos-despachos, inventarios en bodega, requerimientos a futuro y proyecciones de venta, debe ser parte de la comunicación con los proveedores.
- Establezca acuerdo con los proveedores a nivel de interacción. La logística de pedidos, despachos, entregas, fechas, tiempos, lugares, etc. debe ser coordinado entre la empresa y el proveedor. Los procesos y procedimientos de ambas partes deben ser complementarios para que se beneficien del trabajo conjunto.
- Especifique políticas para la selección de proveedores. Debe existir una política clara para la contratación y compra a proveedores, con el fin de garantizar un suministro adecuado de insumos. La selección de proveedores locales y de productos de bajo impacto ambiental debe estar contemplado en dicha política de compras.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Reduce al mínimo los problemas de pedidos y despacho.
- Brinda la posibilidad de implementar programas de inventarios justo a tiempo, es decir, tener inventarios sin que falte, ni sobre, lo que optimiza el espacio de bodega, pagos a proveedores y compra de materia prima/producto sólo para un tiempo determinado.

- Promueve la realización de alianzas estratégicas con proveedores.
- Se establece un mejor control financiero con los suministros y proveedores.
- Apoya el desarrollo local.



2.4 Monitoreo y acciones correctivas

¿Qué es monitoreo?

Monitorear permite dar seguimiento a las acciones empresariales para corregir lo que sea necesario, asegurando la retroalimentación de la gestión y las lecciones aprendidas.

Es preciso monitorear en forma continua y sistemática, verificando el desempeño y resultados de un proyecto, así como la identificación de sus fortalezas y debilidades y poder recomendar medidas y acciones correctivas para optimizar los resultados.

El monitoreo aporta la información que hace posible analizar resultados y procesos. Es ingrediente básico de la evaluación, por ejemplo, si se compara con un juego de fútbol, el monitoreo será seguir cada jugada en detalle y las consecuencias de ellas, conocer el marcador, cuánto tiempo se lleva jugando y cuánto falta para terminar el juego; analizar el desempeño de cada jugador, del equipo propio y del contrario. El gerente es el entrenador, que desde la banca analiza el juego, y los jugadores son la empresa.

Como resultado del monitoreo la empresa podrá realizar acciones que permiten corregir desviaciones en los proyectos de la empresa. Estas correcciones nacen del análisis monitoreo y de la evaluación de las acciones empresariales.

Al retomar el ejemplo del juego de fútbol, las acciones correctivas serían los cambios de jugadores de acuerdo con la estrategia que se desea, cambiar las jugadas, entre otros, para lograr los cambios en el marcador y ponerlo a nuestro favor.



¿Cuál es la importancia de implementar el monitoreo y acciones correctivas?

El monitoreo y las acciones correctivas son herramientas indispensables de análisis, diagnóstico y evaluación. El monitoreo permite determinar las alternativas para la mejora continua de los procesos y procedimientos de la empresa.

Porque es necesario:

- Conocer y entender el estado real de cada proceso y procedimiento de la empresa y compararlo con los objetivos determinados.
- Corregir en el momento justo, las desviaciones de los procesos y procedimientos.
- Anticipar los movimientos de la competencia y ajustar los procesos y procedimientos propios para ser competitivo.



¿Qué puede hacer en su empresa?

- Defina cuáles aspectos deben ser monitoreados para asegurar que sus productos y servicios son de calidad.
- Especifique los aspectos que debe monitorear para asegurar que sus procesos y procedimientos son los adecuados para lograr sus objetivos.
- Determine el cumplimiento (cantidad y calidad) de cada proceso y procedimiento y compárelo con los objetivos definidos en la sostenibilidad de la empresa.

- El monitoreo debe realizarse permanentemente, durante todo el transcurso del proyecto y debe ser lo más sencillo posible. Los factores críticos que se evaluarán en cada proceso y procedimiento, deben ser definidos de antemano.

- Simplifique los indicadores de monitoreo y evaluación que se utilicen, para que de fácil interpretación para todos los participantes.

- Transforme los resultados del monitoreo, en forma inmediata, en acciones correctivas y/o preventivas que le permitan mejorar sus resultados.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Evaluación verídica sobre el desempeño de la empresa.

- Conocimiento y análisis de la situación real de los proyectos de la empresa.

- Control de la gestión de los proyectos.

- Satisfacción por parte de todas las personas relacionadas con la empresa (clientes, trabajadores, proveedores y comunidad).

- Logros reales en las metas y objetivos de la empresa.

- Cambios realistas efectuados en el programa en base al monitoreo y evaluación.

- Sostenibilidad del esfuerzo de todos los participantes.

- Replicabilidad de las acciones correctivas en todas las áreas de la empresa.

- Lecciones aprendidas, tanto positivas como negativas, que se traducen en acciones correctivas.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

Caso Martsam Travel - Tour Operador Receptivo Nacional (Guatemala)

Fundada en 1994, Martsam Travel es una Tour Operadora guatemalteca especializada en la organización y operación de viajes personalizados a los principales destinos turísticos de Guatemala.

Es operada bajo un sistema de administración familiar. Sus propietarios aseguran que la calidad de los servicios ofrecidos y prestados siempre ha estado garantizada y que los procesos que aseguran la satisfacción de sus clientes han sido su prioridad número uno. Sin embargo, admiten que en los primeros años de operación de la empresa, por todo el sistema para gestión de la calidad eran producto de la repetición e innovación de procedimientos que no estaban documentados y que necesariamente requerían de su presencia y supervisión personal para garantizar una correcta implementación. Esto se convertía en la mayor fortaleza y al mismo tiempo, en la mayor amenaza de la empresa, ya que su ausencia, aun temporal, implicaba una mayor probabilidad de fallas en la prestación de servicios.

Esta situación operativa le restaba potencial al crecimiento de la empresa y le daba un tinte operativo aparentemente “empírico”. Todo ello estaba aunado al enrolamiento de la empresa en el Programa de Implementación de Buenas Prácticas de Manejo y Certificación de Turismo Sostenible, que promueven en Guatemala Rainforest Alliance y Asociación Alianza Verde, lo cual les motivó a tomar la decisión de analizar su sistema operativo y documentarlo formalmente para garantizar la gestión de su calidad y fortalecer la capacidad operativa de la empresa.

Para lograr este paso, los propietarios de la empresa tuvieron que revisar sus diferentes actividades operativas y documentar uno a uno de los procedimientos operativos que las regulaban. Asimismo,

completaron la documentación, revisaron la coherencia y diseño técnico de cada procedimiento, considerando en todo momento que la integración de cada uno de ellos debía permitir satisfacer las ofertas y expectativas de calidad de la empresa y de los clientes, respectivamente.

En paralelo a la documentación del sistema de gestión de calidad, también iban divulgando los contenidos aprobados entre su personal. Se aseguraron, mediante una serie de constantes reuniones de actualización y reforzamiento, que todo el equipo comprendiera las formas de operación que se estaban adoptando y las razones de mejora que motivaron la nueva modalidad de gestión de la calidad. Ello les permitió minimizar las reacciones de resistencia al cambio y provocó retroalimentación proactiva de parte de los propios empleados en cuanto a maneras de formalizar el sistema de gestión de calidad.

Una vez completado el proceso de documentación, el nuevo sistema para gestión de la calidad dotó a la empresa de la siguiente estructura:

- Procesos y procedimientos predefinidos para la operación, la administración y la dirección.
- Procesos y procedimientos predefinidos para la selección y contratación de proveedores y compra de insumos.
- Procedimientos y formatos para el monitoreo formal de todo el sistema a través de registros escritos internos y opiniones de los clientes que finalmente, permitan tomar acciones correctivas y actualizar el sistema de gestión de calidad eficaz y eficientemente.

De acuerdo con los propietarios, la documentación e implementación formal del Sistema para Gestión de la Calidad en Martsam Travel, le ha permitido a la empresa obtener los siguientes beneficios:

- Minimizar y eliminar, por completo, los errores operativos que se cometían, al contar con un sistema de procesos y procedimientos formales que son aplicados por el personal de la empresa para la ejecución de cada una de sus actividades.

- Asegurar las características mínimas de calidad que deben cumplir de manera obligatoria los servicios e insumos que son contratados y consumidos por la empresa para la organización de los viajes que promueve.

- Monitorear y medir el correcto desempeño de sus actividades operativas mediante procedimientos adecuados y predefinidos para identificar la eficacia, eficiencia, necesidad de mejoras y/o medidas correctivas en cuanto a la forma de prestación de sus servicios.

De este modo, haber implementado su propio sistema para gestión de la calidad, le ha permitido a Martsam Travel eficiencia en el uso de los recursos económicos de la empresa, logrando inclusive ahorros operativos producto de mejoras en la gestión operativa.

La implementación del sistema de gestión de calidad les ha permitido a los propietarios de Martsam Travel delegar muchas de las actividades operativas que antes tenían que ser directamente administradas por ellos mismos y con ello, ampliar sus oportunidades de crecimiento empresarial.

El sistema de gestión de calidad les ha permitido presentarse ante sus clientes como una estructura empresarial formal de prestación de servicios, lo cual ha servido para mejorar la imagen pública de la empresa y abrir nuevas oportunidades de negocio.





3. Gestión de Recursos Humanos

¿Qué son los recursos humanos?

Los recursos humanos (RRHH) son el recurso más importante de cualquier empresa, especialmente las de servicio (como las turísticas). Los recursos humanos son todos los trabajadores de la empresa, que se destacan por sus capacidades, conocimientos, experiencias, intereses, potencial, energía, valores y sentimientos.

El área de RRHH ya no sólo administra pagos, permisos y ausencias, sino que representa la fuente de cambio y éxito de una empresa, ya que es el proveedor de personal capacitado, de fuentes de desarrollo y cambio. Independientemente del giro de la empresa, su éxito depende de su personal, de la adecuada cantidad y calidad, así como de su compromiso por una gestión sostenible.

¿Qué es la administración y desarrollo de RRHH?

Es diseñar e implementar todas las acciones necesarias para asegurar la eficiente participación del personal en los procesos y procedimientos de la empresa. Contar con un programa de administración y desarrollo de los RRHH permite generar un clima laboral de estabilidad, compromiso y seguridad para todos los participantes.



¿Cuál es la importancia de implementar la administración y desarrollo de RRHH?

● El desempeño y calidad de servicio de una empresa está directamente relacionado con la calidad de su personal. En RRHH, se maneja la siguiente expresión: “dime la calidad de tus trabajadores y te diré la calidad de tu empresa”.

● Permite diseñar y ejecutar acciones para que el personal se desarrolle en sus puestos, especialmente, si tienen que tomar decisiones, coordinar acciones empresariales o brindar servicios al cliente.

● Establece un estilo de gestión para actuar en forma responsable, facilitando el liderazgo y el trabajo en equipo.

Porque el programa permite:

● Aprovechar las capacidades de cada colaborador y desarrollar los aspectos personales, técnicos y operativos, lo cual significa que existirán más colaboradores, cuyos conocimientos y habilidades permitan realizar una mayor cantidad y calidad de trabajo.

● Tener un panorama claro de las competencias le permite a la empresa aprovechar al máximo las cualidades desconocidas de su personal. La ubicación y/o reubicación de colaboradores basada en la evaluación de potencial y competencias permite aumentar la productividad de la empresa y al mismo tiempo, la satisfacción del personal.

● Detectar las fortalezas y debilidades del equipo de trabajo y tomar acciones correctivas.

● Capacitar al personal en todos los temas relacionados con la sostenibilidad y la replicación de acciones en sus familias y comunidades.



¿Qué puede hacer en su empresa?

● Conozca a cada colaborador, su historia y su presente. Hacer análisis y diagnósticos basados en pruebas, exámenes, entre otros.

● Identifique lo que un colaborador puede hacer ahora y en el futuro, en función de sus capacidades. Proyectar sus competencias actuales al nivel que puede llegar a alcanzar o que deseamos que tenga en un tiempo definido.

● Determine la distancia/diferencia que existe entre lo que el puesto

demanda actualmente y lo que el colaborador hace efectivamente, para definir las acciones correctivas y de capacitación para llevarlo a su nivel de máxima competencia.

- Desarrolle un plan de formación para cada colaborador. Definir detalladamente cada aspecto de la capacitación que se le dará al colaborador para llevarlo a su nivel de máxima competencia.
- Maneje información de un archivo de personal, que le permita tomar decisiones para cambios internos de forma inmediata. Tome en cuenta los aspectos humanos, económicos, sociales, operativos, administrativos y técnicos.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Mejor desempeño empresarial, productividad y rentabilidad como consecuencia de tener colaboradores más competentes, capacitados y comprometidos con los objetivos de la empresa.
- Control sobre procesos y procedimientos y cómo son ejecutados por su personal.
- Uso sostenible de los recursos por tener personal idóneo.



3.1 Manuales de Puestos y Procedimientos

¿Qué son los manuales de puestos y procedimientos?

Son los documentos que contienen la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de cada área de la

empresa. Éstos permiten conocer el funcionamiento interno, la descripción de tareas, ubicación y requerimientos, entre otros.

En ellos se encuentra registrada la información básica del funcionamiento de todas las áreas y puestos de la empresa.

Contienen información concreta y ejemplos detallados de formularios, autorizaciones o documentos específicos, máquinas a utilizar y cualquier otro dato que pueda asegurar el correcto desarrollo de las actividades dentro de la empresa. Facilita las labores de monitoreo, evaluación y control interno. Eliminan el “libre albedrío” en la ejecución empresarial y a su vez, estandariza los resultados de cada colaborador.



¿Cual es la importancia de implementar manuales de puestos y procedimientos?

- Se asegura de que por escrito, en forma narrativa y secuencial, se presenta cada una de las operaciones que se realizan en un procedimiento, explicando en qué consisten y todos los demás aspectos concernientes a él, además se señala a los responsables de llevarlas a cabo.
- Cuando existen normas y estándares “oficiales” de proceder en la empresa, se eliminan los resultados independientes e inadecuados y toda la empresa funciona con objetivos comunes.
- Al implementarlos ayudan en la inducción al puesto y al adiestramiento y capacitación del personal, ya que describen en forma detallada las actividades de cada puesto.
- Aumentan la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo, ayudando a la coordinación de actividades y así evitar duplicidades.



¿Qué puede hacer en su empresa?

- Desarrolle un manual para cada puesto de trabajo en su empresa, en el cual detalle las responsabilidades que se esperan del mismo.
- Detalle de manera clara y precisa los procedimientos que están a cargo de cada miembro del personal, para que surjan dudas sobre el modo de realización.
- Capacite a las personas, por medio de la utilización del Manual de Puestos y Procedimientos y realice consultas periódicas para valorar la pertinencia y utilidad de estos manuales.
- Incorpore las sugerencias que sean pertinentes en estos manuales para que estén actualizados siempre.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Los manuales de puestos y procedimientos estandarizan el trabajo dentro de la empresa y permiten alcanzar niveles constantes de calidad de los servicios.
- Brindan lineamientos claros para todo el personal, que se refleja en una mejor calidad de trabajo en equipo.



3.2 Capacitación de personal

¿Qué es la capacitación de personal?

Es una actividad clave para el desarrollo de la empresa puesto que un plan de capacitación ordenado adecuadamente, permite que los colaboradores desarrollen conocimientos y habilidades específicas relativas a su puesto de trabajo, modificando sus actitudes frente a los quehaceres de la empresa, el puesto y el ambiente laboral. Permite que el equipo de trabajo adopte las prácticas de gestión sostenible, al comprender los aspectos ambientales, socio-culturales y de gestión empresarial que rigen la empresa.

La importancia de la capacitación radica en que le permite a la empresa contar con un equipo de trabajo capaz de aplicar sus habilidades y destrezas en cada una de sus tareas, además, la capacitación en áreas de sostenibilidad (educación ambiental, protección y rescate cultural, desarrollo social y administración de recursos económicos, etc.) facilita el cambio de actitud hacia una comunidad más responsable en los aspectos sociales y ambientales. La capacitación al personal es el camino para generar compromiso con la empresa y con la sostenibilidad.



¿Cuál es la importancia de implementar la capacitación en su empresa?

- Porque es vital para las empresas propiciar el desarrollo integral de los trabajadores y contar con colaboradores que posean un alto nivel de conocimientos, experiencias y que incorporen la responsabilidad social y ambiental en todas sus actividades.
- Porque se requiere personal que brinde servicios responsables y de calidad.

- Porque la capacidad de aprender con mayor rapidez que los competidores, quizás sea la única ventaja competitiva sostenible. Es necesario convertir nuestras empresas en organizaciones inteligentes y creativas con capacidad de ver la realidad desde nuevas perspectivas.



¿Qué puede hacer en su empresa?

Para implementar la capacitación en su empresa debe diseñar un plan integrado de capacitación que contemple tanto el desarrollo profesional del equipo de trabajo, como la responsabilidad social y ambiental, para lo cual, es indispensable que tome en cuenta los siguientes elementos:

- Proporcione oportunidades a su personal para un continuo desarrollo no sólo en sus puestos actuales, sino también en otras funciones para las que el colaborador puede ser considerado.
- Cambie la actitud de sus trabajadores, creando un clima más propicio y armonioso en toda la empresa, aumentando la motivación para que sean más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Mayor identificación con la cultura organizacional. Es un auxiliar para la comprensión y adopción de políticas empresariales. Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Mayor retorno de inversión y reducción de costos, ya que mejora el desempeño, la creatividad y la disposición al trabajo. Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes asertivas de cooperación y trabajo en equipo.
- Mejora el conocimiento del puesto en todos los niveles y ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la empresa, creando mejor imagen al facilitar el compromiso social y ambiental.

- Alienta la cohesión en el trabajo en equipo, pues proporciona una atmósfera para el aprendizaje y convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar.



3.3 Evaluación del desempeño

¿Qué es la evaluación del desempeño?

Es un proceso para valorar las actitudes y rendimiento del equipo humano de la empresa y para generar oportunidades de mejora.

La importancia de la evaluación del desempeño radica en que permite tomar decisiones sobre cómo se están llevando a cabo las tareas y encontrar las fortalezas y debilidades dentro del equipo de trabajo. Esto permite implementar acciones correctivas y/o preventivas, para poder contar con el mejor equipo humano.

Fomenta la mejora de resultados y se utiliza para comunicarles a los colaboradores cómo están desempeñando sus puestos y al mismo tiempo, proponer los cambios necesarios del comportamiento, actitud, habilidades y/o conocimientos.

- Indica si la selección y la capacitación han sido adecuados y permite enmendar errores.
- Detectar a los mejores trabajadores para recompensarlos, igualmente, identifica al personal de poca eficiencia, para entrenarlos mejor o cambiarlos de puesto.
- Evalúa la eficiencia de las áreas o departamentos, permitiendo aplicar métodos de para calcular costos, establecer normas y medir el desempeño en el uso de los recursos de la empresa.



¿Qué puede hacer en su empresa?

- Haga evaluaciones periódicas (quincenal o mensual) y permita que sus trabajadores conozcan y participen de la evaluación. Retroalimente a sus trabajadores y establezcan de común acuerdo, acciones correctivas y/o preventivas.

Los principales elementos a tomar en cuenta en la evaluación del desempeño son:

- Calidad de trabajo y cantidad de trabajo de cada área empresarial y de cada trabajador.
- Conocimiento del puesto, iniciativa. Cómo planifica y controla el área/trabajador el uso de recursos y control de costos.
- Relaciones con los compañeros, con los superiores, con los inferiores y con el público. Liderazgo, dirección y desarrollo de los subordinados.



¿Qué beneficios obtiene su empresa ?

- Evaluar mejor el desempeño de los colaboradores con un sistema de medición capaz de neutralizar la subjetividad.
- Proponer medidas y disposiciones orientadas a mejorar el estándar de desempeño de su equipo de trabajo.
- Conocer las normas y disposiciones, los aspectos de comportamiento y de desempeño que más valora la empresa en sus colaboradores.
- Advertir las expectativas acerca de su desempeño, fortalezas y debilidades.

- Evaluar el potencial humano a corto, mediano y largo plazo.
- Identificar a los empleados que necesitan actualización o capacitación en determinadas áreas de actividad,
- Dar mayor dinámica a su política de recursos humanos, ofreciéndoles oportunidades a los empleados (no sólo de ascensos, sino de progreso y desarrollo personal), estimulando la productividad y mejorando las relaciones humanas en el trabajo.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

Caso Rupalaj K'istalin - Proyecto Turístico Comunitario - San Juan la Laguna, Solola (Guatemala)

Rupalaj K'istalin es una asociación conformada actualmente por 17 socios activos quienes prestan servicio de guía que buscando proteger y revalorizar el patrimonio natural y cultural de su región, además, existe un compromiso con el medio ambiente, ya que desarrolla diferentes proyectos para el rescate de la flora y fauna local y la protección del caudal hídrico que abastece el pueblo.

Rupalaj K'istalin es un vocablo en la lengua Maya Tz'utujil que en español significa "Rostro Maya", refiriéndose al cerro que se encuentra ubicado en San Juan la Laguna, Solola, Guatemala, cuya forma da la impresión de ser un gran rostro observando hacia el cielo, es un icono geográfico del área.

Ubicada en el Departamento de Sololá, en el municipio de San Juan La Laguna, que se encuentra alrededor de la cuenca sur-oeste del Lago Atitlán, tiene una extensión territorial de 36 kilómetros cuadrados y está a una altura de 1 585 MSNM. Por carretera, se ubica a 168 kilómetros de la ciudad capital de Guatemala, a 52 kilómetros de la cabecera departamental de Sololá y a 4 kilómetros de San Pedro La Laguna.

El proyecto Rupalaj K'istalin es realmente un ejemplo de organización empresarial comunitaria, sus buenas prácticas en materia de administración de recursos humanos, en todo sentido, se apegan a lo que cualquier empresa pretende administrar y desarrollar eficientemente en su personal.

En función de lograr un eficiente manejo y desarrollo del recurso humano, Rupalaj K'istalin ha desarrollado un procedimiento formal para la contratación de nuevos trabajadores y para la admisión de nuevos socios, quienes por el tipo de organización, también son trabajadores de la empresa, ya que fungen como guías locales para acompañar a los visitantes de la región. En ambos casos de reclutamiento, se aplican indistintamente los principios de reclutamiento y selección de personal que manda la Teoría de la Administración de Recursos Humanos.

Reclutamiento, selección e integración de nuevos socios (guías locales comunitarios) y de personal administrativo

Quienes tienen interés en ser socios (guías comunitarios), debe llenar un formulario de solicitud por escrito y ser avalado por un socio. Debe ser una persona conocida por la Junta Directiva y por los socios. Si la Asamblea General considera que se necesita integración de nuevos socios, en el mes de agosto de cada año se abre una convocatoria y se toman en cuenta todas las solicitudes que se recibieron en el transcurso del año. Se selecciona a las personas potenciales a ser socios y se les invita a una reunión de Asamblea General, en la cual se les presentan los requisitos para participar en la asociación.

Las personas que por diversas razones no puedan ser admitidas recibirán una notificación por escrito de parte de la Junta Directiva. Después de conocer los requisitos para entrar a la asociación se les da tres meses de prueba a partir del mes de septiembre, donde deben cumplir con los compromisos de ser socios (asistir a reuniones y capacitaciones), pero sin gozar de los beneficios de la Asociación. Durante el mes de noviembre, se realiza la capacitación de guiaje para todos los socios y los socios potenciales. En el mes de diciembre, se evaluará el desempeño y las habilidades para guiar y se escoge a las personas que cumplan satisfactoriamente la evaluación, de

acuerdo con el número de socios que desean integrarse a la asociación. La Junta Directiva notificará, por escrito, los resultados de la evaluación y las personas que sean admitidas y serán inscritos en el libro de socios.

Procedimiento para el caso de vacantes

Cuando exista una plaza administrativa vacante, se seguirán los siguientes pasos para su contratación: La Junta Directiva y la Administradora de Servicios Turísticos elaborarán los términos de referencia y los presentará en Asamblea General. Posteriormente, elaborará un examen que se aplicará a los candidatos.

Cuando se dan vacantes en posiciones administrativas, se realiza la convocatoria entre los miembros de la asociación y en caso de que ningún socio llene el perfil del puesto, entonces se realiza una convocatoria fuera de la asociación.

Producto de la convocatoria realizada, se recibe el curriculum vitae de los candidatos. Se entrega a cada candidato los términos de referencia y se les comunica la fecha para un examen de aptitud. La Junta Directiva revisa el curriculum vitae y revisa los resultados de las pruebas de aptitud, que les otorga un puntaje de 1 a 10.

Una vez que se identifican los candidatos principales, se realiza una entrevista directa. Se seleccionará al mejor candidato, basándose en los términos de referencia del puesto y en los resultados de las pruebas y entrevistas realizadas.

Cuando se han seleccionado los guías (socios) o los trabajadores administrativos, son presentados ante la Asamblea General.

Inducción de nuevos socios y/o trabajadores

La inducción de un nuevo trabajador o socio, es realizada por la Junta Directiva de la Asociación y por la comisión de educación. El proceso de inducción de un nuevo socio o trabajador administrativo es el siguiente:

- a) Presentación de la misión, visión, valores y objetivos de la empresa.
- b) Presentación de los socios activos.
- c) Presentación del reglamento de la Asociación.

- d) Presentación del Plan Operativo Anual de la Asociación (POA).
- e) Revisión de los términos de referencia y explicación de cada una de las actividades específicas que realizará.
- f) Explicación del uso del equipo que utilizará para la realización de sus actividades.

Capacitaciones

Para atender sus necesidades de capacitación de personal, Rupalaj K'istalin realiza planificaciones anuales, en las cuales se especificarán las capacitaciones que se impartirán a los socios y trabajadores, pero el adiestramiento básico que deben recibir las personas que toman un nuevo puesto es el siguiente:

Guías: Capacitación de guiaje, primeros auxilios que debe realizarse, por lo menos cada dos años; administradora de servicios turísticos, mercadeo y ventas, capacitación en servicio al cliente; capacitación en costos, presupuestos y ejecuciones presupuestarias.

Todo el proceso de administración de RRHH aunado a la excelente estructura administrativa y las buenas prácticas aplicadas por Rupalaj K'istalin, les ha permitido gestionar apoyo de organizaciones de desarrollo de forma eficaz y eficiente. De la misma forma, a mediados del año 2007, la empresa comunitaria inició su proceso de certificación con el Programa para Certificación de Turismo Sostenible Green Deal y se logró obtener la certificación en diciembre del mismo año, con el porcentaje de cumplimiento más alto, para una entidad comunitaria, que el Programa haya registrado en sus nueve años de operación. Rupalaj K'istalin es el primer proyecto comunitario que, en menos de seis meses con el Programa para Certificación de Turismo Sostenible Green Deal, ha logrado cumplir con un 89% de la normativa del programa.



4. Gestión Financiera Contable

4.1 Sistema Financiero y Contable

¿Qué son las finanzas en una empresa?

Un sistema financiero permite analizar cómo es el flujo del dinero en la empresa, en qué condiciones se consiguen fondos y cómo se administran., lo que aunado al establecimiento conjunto de un buen sistema contable, se contará con información real y útil para tomar decisiones económicas.



¿Cuál es la importancia de implementar las finanzas y la contabilidad?

- Le permiten a la empresa centrarse en la forma en la que pueden crear valor y mantenerlo a través del uso eficiente de los recursos financieros.
- Su propósito es diagnosticar, analizar y maximizar el valor de la empresa, sus bienes y recursos para los accionistas o propietarios.

Podrá tomar las mejores decisiones económicas y financieras para su empresa, que son las siguientes:

Decisiones de inversión:

Se centran en el estudio de los activos reales (tangibles o intangibles) en los que la empresa debería invertir.

Decisiones de financiamiento:

Estudian la obtención de fondos para que la compañía pueda adquirir los activos en los que ha decidido invertir.

Decisiones sobre dividendos:

Implican decidir cómo se invertirán las ganancias de la empresa, ya sea distribuyéndolas o reinvertiendo.

Decisiones directivas:

Atañen a las decisiones operativas y financieras cotidianas.





¿Qué puede hacer en su empresa?

- Contrate personal profesional en el campo financiero y contable, así como asesores profesionales, certificados en cada área.
- Desarrolle un programa de capacitación en temas financieros y contables, que le permita atender las áreas débiles en la gestión de la empresa.
- Implemente un Manual de Procedimientos financieros y contables que le asista al realizar monitoreos periódicos, para que cuente con información oportuna en la toma de decisiones.
- Realice auditorías externas de las áreas financieras contables.



¿Qué beneficios obtiene su empresa ?

Su empresa requiere un manejo adecuado y las herramientas financieras le permiten conocer el estado real de sus capitales e inversiones y cómo manejar los siguientes elementos:

El costo-riesgo-beneficio:

Análisis y balance de los riesgos a los que se enfrenta y sus costos, así como el beneficio obtenido en determinada situación.

El dilema entre la liquidez y la necesidad de invertir:

Decidir si es mejor tener el dinero en efectivo o utilizarlo en una inversión, compra de equipo o material, etc.

Costos de oportunidad:

Es el costo que tiene utilizar el dinero en un proyecto específico en lugar de algún otro. Le permite decidir cuál es la inversión que más le conviene.

Financiamiento apropiado:

Tomar en cuenta los intereses generados por las diferentes fuentes de financiamiento y el efecto que pueden tener en un proyecto.

Diversificación eficiente:

El inversionista prudente diversifica su inversión total, repartiendo sus recursos entre varios proyectos distintos. El efecto de diversificar es distribuir el riesgo y así reducir el riesgo total.



4.2 Presupuestos

¿Qué son los presupuestos?

Al implementar un programa financiero en su empresa debe trabajar con presupuestos específicos para cada proceso, de manera que pueda prever los gastos e ingresos para un determinado lapso de tiempo. Los presupuestos deben estar documentados, detallando el coste que tendrá un servicio o producto, proceso o procedimiento.



¿Cuál es la importancia de implementar los presupuestos?

- Les permite a las empresas establecer prioridades y evaluar el uso de sus recursos en función de sus objetivos y de las necesidades de cada departamento en la empresa.
- Le permite a la administración conocer el desenvolvimiento de la empresa, por medio de la comparación de los hechos y cifras reales con los hechos y cifras presupuestadas y/o proyectadas para poder tomar medidas que permitan corregir o mejorar la actuación empresarial.

- Reflejan de forma cuantitativa los objetivos fijados por la empresa a corto plazo, mediante el establecimiento de programas, sin perder la perspectiva del largo plazo.

- Admiten evaluar los costos reales de las actividades y una planificación realista.

- Permiten mantener finanzas adecuadas para las etapas de crecimiento o de gestión.



¿Qué puede hacer en su empresa?

Desarrollar un presupuesto maestro:

Presupuesto general de toda la empresa.

Preparar presupuestos intermedios:

Se elaboran para períodos concretos de tiempo y sirven para la evaluación y seguimiento de las acciones empresariales.

Los presupuestos operativos:

Detallan el uso de todos los recursos económicos de la operación de la empresa.

Los presupuestos de inversiones:

Especifican el uso de los recursos económicos destinados al crecimiento, compra de bienes o activos, etc.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

Administrar eficientemente los recursos de la empresa, mediante:

- a) Presupuestos de ventas.
- b) Presupuestos de producción.
- c) Presupuestos de mano de obra.
- d) Presupuestos de gastos-costos de fabricación.
- e) Presupuestos de requerimientos de materiales, insumos, equipo y herramientas.
- f) Presupuestos de gastos de venta o de mercadeo
- g) Presupuestos de gastos administrativos.
- h) Presupuestos financieros y de inversiones.





5. Gestión de seguridad

¿Qué es la gestión de seguridad?

La seguridad empresarial debe tratarse como un todo. La perspectiva de seguridad empresarial contempla: los elementos laborales, de higiene y salubridad, la prevención de actos delictivo y los accidentes en las operaciones turísticas.

Por lo tanto, un programa de gestión de seguridad tiene como propósito minimizar los riesgos, los accidentes e incidentes y las enfermedades, en todas las acciones y servicios empresariales. Establecer este programa es responsabilidad de la empresa y sus trabajadores, en resguardo de la integridad de todos, bajos los conceptos de sostenibilidad.

La seguridad es uno de los aspectos que más influyen en la decisión de compra de servicios turísticos, también la seguridad sanitaria en las operaciones y actividades turísticas es muy importante y la disminución de riesgos de actos delictivos y atención de emergencias. Brindar un servicio seguro en todos estos aspectos, es sin duda una ventaja competitiva para las empresas.

La gestión de la seguridad promueve la protección de la vida y la salud de los colaboradores y de los clientes-visitantes. También impulsa la conservación de los equipos, herramientas e información de la empresa, permitiendo determinar las causas de las condiciones inseguras y tomar acciones correctivas para evitarlas o por lo menos, disminuirlas.



¿Cuál es la importancia de implementar la gestión de seguridad en su empresa?

- Elimina situaciones, procesos y procedimientos peligrosos; evita los accidentes, errores y malas prácticas en el trabajo que afecten la seguridad, salud e higiene de todos quienes se relacionan con la empresa.
- Evita costos derivados de accidentes y problemas de salud e higiene.
- Reduce al mínimo las ausencias y costos negativos, relacionados con accidentes y problemas de salud e higiene.
- Aumenta el rendimiento laboral y la motivación en el trabajo, reduciendo los peligros reales y potenciales.
- Brinda servicios seguros, porque no se pone en riesgo la integridad física y emocional de colaboradores y visitantes.
- Atiende de manera adecuada cualquier emergencia natural, accidental o delictiva.



¿Qué puede hacer en su empresa?

Para implementar un Programa de Gestión de Seguridad es muy importante investigar y analizar las causas de los accidentes de trabajo, enfermedades, riesgos y peligros.

Esto no sólo se hace para identificar los errores, sino también para determinar las causas básicas que dan origen a los actos y condiciones inseguras y para establecer acciones que permitan corregir definitivamente la ocurrencia de dichos eventos. Por lo tanto:

- Identifique los riesgos y elabore “escenarios de riesgo” para poder aplicar soluciones y acciones preventivas y correctivas.
- Categorice los riesgos en altos, medios, bajos y tome acciones adecuadas para minimizar o eliminar el riesgo.

- Identifique los diferentes peligros (reales y potenciales) que puedan afectar a la empresa, a sus trabajadores y a los visitantes.
- Desarrolle planes que minimicen las situaciones de riesgo y peligro.
- Realice planes para atender emergencias (naturales, accidentes, enfermedades.).
- Lleve a cabo planes preventivos y comuníquelos a los trabajadores y a los visitantes.
- Busque asesoramiento profesional en aquellas áreas que requieran soluciones técnicas específicas.
- Invierta en el programa de seguridad, capacite a su personal y realice actualizaciones periódicas.
- Coordine con las comunidades e instituciones de la zona para trabajar de manera conjunta en la atención de la seguridad.
- Contrate especialistas en Seguridad Industrial, Ambiental y Empresarial que hagan una auditoría de riesgos y sugieran soluciones para procesos o procedimientos potencialmente difíciles o peligrosos.
- Aplique una matriz de riesgos y amenazas e implemente dispositivos de seguridad que minimicen sus efectos.
- Realice “auditorías internas de seguridad” en forma periódica y constante.
- Verifique la seguridad de los procesos y procedimientos de la empresa.
- Implemente programas de capacitación en seguridad y programas de simulacros y prácticas de seguridad.

Se debe comparar el costo de las consecuencias de un riesgo contra el beneficio de reducirlo o evitarlo. Es muy importante determinar las amenazas que hay contra la empresa, los trabajadores y/o los visitantes para determinar la vulnerabilidad de la empresa ante riesgos, peligros, enfermedades y acciones delincuenciales, y con ello, tomar las decisiones necesarias.

Seguridad en el uso y mantenimiento de herramientas y equipos de empresariales

También es parte integral de un programa de gestión de seguridad la correcta utilización de los equipos y herramientas empresariales, en la forma y para los objetivos que fueron diseñados, para asegurar el correcto funcionamiento y durabilidad.

Siguiendo las instrucciones de cuidado y mantenimiento dadas por los fabricantes, en cantidad, calidad, tiempos, lubricantes, piezas y repuestos originales.



¿Cuál es la importancia de implementar un adecuado uso y mantenimiento de los equipos y herramientas?

- Reducir los costos de reposición de equipo por mal manejo o inadecuado mantenimiento.
- Aumentar la vida útil de los equipos y herramientas.
- Reducir los accidentes y sus consecuencias humanas, laborales y económicas por no tener dispositivos de seguridad (cascos, protectores de oídos, ojos, manos, cinchos de seguridad, botas y ropa especial. Botones de “pánico”, alarmas, etc.).

Es muy importante que la seguridad esté presente en la empresa, porque al no existir condiciones de seguridad laboral, los costos humanos, económicos y técnicos pueden ser muy altos y de serias consecuencias.

Una empresa “insegura” es fuente de accidentes y enfermedades laborales y los costos relacionados pueden afectar seriamente la rentabilidad y/o flujo de efectivo de una empresa.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Servicios turísticos de muy bajo riesgo para la empresa, sus trabajadores y los visitantes.
- Clientes y visitantes satisfechos y concientes del compromiso de la empresa con su integridad física y emocional.
- Reducción de costos relacionados con accidentes, ausencias por enfermedad, destrucción o inhabilitación de equipo por mal uso.
- Personal capacitado y motivado por tener equipo e instalaciones seguras.
- Mayor durabilidad de equipo y herramientas.
- Ser una empresa responsable con sus colaboradores, visitantes y conciudadanos.
- Trabajadores capacitados e informados que minimizan los riesgos de accidentes o errores.
- Los resultados de la empresa casi no se ven afectados por enfermedades y situaciones negativas de la higiene del personal y de sus familias y comunidades.
- Personal involucrado y comprometido con la seguridad personal, de la empresa y de los visitantes.
- Visitantes concientes de la calidad de servicio de la empresa.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

Caso Hotel Alcázar de Doña Victoria (Guatemala)

El Hotel Alcázar de Doña Victoria se encuentra en la ciudad de Cobán, en el departamento de Alta Verapaz en Guatemala. Es parte de un grupo de hoteles que sirve a diferentes segmentos del turismo nacional y local; su característica es que cuenta con instalaciones de corte colonial y un excelente servicio al cliente. Ha desarrollado un programa de gestión de seguridad en todas sus instalaciones.

Actualmente, en Guatemala, el tema de seguridad en el área turística es uno de los más importantes. El Hotel Alcázar de Doña Victoria inició recientemente varias acciones tendientes a mejorar la gestión de la seguridad, para que sus trabajadores y clientes sean los principales beneficiarios de este programa, con la visión de seguridad que no sólo implican acciones preventivas contra la delincuencia, cuidado y mantenimiento de equipo y accidentes en la empresa. El programa de seguridad de Alcázar de Doña Victoria se enfoca en la prevención y manejo de riesgos que involucran a la naturaleza.

Uno de los primeros pasos que aplicó Alcázar de Doña Victoria fue el contacto con CONRED, que es la entidad gubernamental encargada de prever e implementar acciones en casos de emergencias, especialmente, de siniestros naturales.

El área de la ciudad de Cobán es particularmente vulnerable a inundaciones, lluvias frecuentes y deslaves, pues en el pasado cercano, quedó incomunicada por algunos días. Alcázar de Doña Victoria realizó un análisis profundo de los riesgos que se corre en sus instalaciones en caso de desastres que involucren a la naturaleza y las principales acciones preventivas y correctivas que debe implementar para asegurar a sus trabajadores y clientes.

Las matrices de riesgos y amenazas le han permitido implementar dispositivos y programas de seguridad, de simulacros de emergencias,

planes de evacuación y sistemas alternativos de comunicación en caso de emergencia. Las auditorías internas de seguridad son ahora acciones periódicas que incrementan el valor agregado de sus servicios y productos.

El personal está en capacitación constante para poder manejar riesgos de emergencias de la naturaleza, y todos los procesos y procedimientos de la empresa tienen la seguridad personal como un elemento básico.

Los equipos de emergencia, la señalización de rutas de evacuación, el uso de rótulos preventivos sobre situaciones de riesgo temporales y demás insumos del programa de seguridad son revisados de manera constante para asegurar que estén en buenas condiciones.

El Hotel Alcázar de Doña Victoria es una de las mejores cinco empresas en materia de seguridad que haya evaluado el Programa de Certificación para Turismo Sostenible Green Deal.



6. Gestión de Comunicación y Mercadeo

6.1 Comunicación

¿Qué es Comunicación?

Es la herramienta para dar a conocer los productos y servicios de una empresa, al grupo objetivo de clientes. Requiere de una planificación y de un enfoque estratégico para que los potenciales clientes comprendan de manera integral los productos y servicios que se ofrecen.

Su propósito es llevar información clave a los clientes meta e influir en su decisión de compra. Brinda la oportunidad de utilizar sus esfuerzos en sostenibilidad como uno de los argumentos de venta y de posicionamiento en el mercado.



¿Cuál es la importancia de implementar la comunicación?

- Permite la interacción entre personal de la empresa, clientes y proveedores para alcanzar objetivos comunes en el mercadeo.
- Influye en los procesos de pensamiento, en las razones de compra y en los sentimientos de todas las personas a lo largo de la cadena de comercialización.
- Se traduce en una buena publicidad, en presencia en los medios de comunicación especializada y hace visible a la empresa frente a sectores clave.
- Se alcanza un incremento en las ventas, cuando la empresa se posiciona y logra comunicar de manera asertiva sus productos y servicios.
- Le permite a los colaboradores, clientes y proveedores, conocer más de la empresa, intercambiar mensajes, influir y ser influido por objetivos comunes.



¿Qué puede hacer en su empresa?

- Trabaje con los colaboradores y personal especializado en la definición clara del producto y los servicios, destacando aquellas características especiales que posee la empresa y que serán atractivas para cada segmento del mercado.
- Incorpore el tema de la sostenibilidad y las acciones emprendidas para alcanzarla, como una forma de llegar a los viajeros responsables que compran este tipo de producto.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Hace visible a la empresa para los clientes claves y la posiciona frente a los mercados.
- Una buena campaña de comunicación trae la atención de otros sectores interesados en el turismo sostenible (periodistas, instituciones académicas, inversionistas, instituciones financieras, etc.) que pueden colaborar para mejorar la gestión sostenible o los resultados de las acciones de mercadeo.



¿Qué es mercadeo?

El mercadeo o marketing se ocupa de estudiar y dar soluciones referentes a los mercados, los clientes o consumidores (sus necesidades, deseos y comportamiento) y sobre la gestión del mercadeo (o gestión comercial)

de las empresas. Utiliza un conjunto de herramientas administrativas y comerciales, cuyo propósito es la satisfacción del cliente.

Mercadeo es todo aquello que una empresa puede hacer para ser vista en el mercado (consumidores finales), con una visión de rentabilidad a corto y a largo plazo.



¿Cuál es la importancia de implementar el mercadeo?

- Detecta las necesidades, gustos e intereses de los clientes para poder adaptar los productos y servicios de las empresas.
- Organiza todos los elementos empresariales para producir productos y servicios que satisfagan y superen las expectativas de los clientes.
- Busca fidelizar clientes, ya que mediante distintas herramientas y estrategias posiciona en la mente del consumidor un producto, marca, nombre, etc. De esta forma, busca ser la opción principal en su mente.
- Un programa de mercadeo implica gestionar el producto, su precio, la relación con los clientes, con los proveedores y con sus propios empleados, la publicidad en diversos medios, relacionarse con los medios de comunicación (relaciones públicas), entre otras acciones.
- Al producir un artículo o al ofrecer algún servicio, se deben analizar las oportunidades que ofrece el mercado, es decir, cuáles de los consumidores a los que se quiere atender (segmento objetivo), qué capacidad de compra tendrían a la hora de adquirir el producto o servicio, y si éste responde a sus necesidades.
- Detectar cuáles son sus posibles competidores, qué productos están ofreciendo y cuál es su política de mercadeo, cuáles son los productos sustitutos y complementarios ofrecidos en el mercado, las noticias y probabilidades respecto al ingreso de nuevos competidores y los posibles proveedores.

6. 2 Mercadeo

- Realizar un análisis interno de la empresa para determinar si realmente está en condiciones de llevar a cabo el proyecto (si dispone del personal suficiente y calificado, si posee los recursos necesarios).

- Analizar qué política de distribución es la más adecuada para que el producto o servicio llegue al consumidor. Con todos los datos, la empresa realiza un diagnóstico. Si éste es positivo, se fijan los objetivos y se marcan las directrices para alcanzarlos, determina a qué clientes se quiere dirigir y qué clase de producto quiere. Este análisis le permite a la empresa desarrollar acciones de comunicación y mercadeo para llegar al cliente apropiado y generar los volúmenes de venta que se ha fijado como objetivo.



¿Qué puede hacer en su empresa?

- Desarrolle un plan de mercadeo para todos los productos y servicios de la empresa y contrate los servicios de profesionales (empresas o asesores independientes) para que lo transformen en acciones de mercadeo y publicidad.

- Tenga objetivos concretos (tiempos, fechas, cifras) de venta y comercialización de cada producto y servicio que ofrece la empresa para relacionarlos directamente al plan de mercadeo.

- Posea un programa de evaluación y medición de los resultados de las acciones de mercadeo y publicidad.

- Utilice sus esfuerzos de sostenibilidad como un elemento distintivo de su producto.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- a) Clientes satisfechos y dispuestos a seguir adquiriendo los productos y servicios de la empresa.

- b) Productos y servicios rentables y efectivos para la empresa.
- c) Acciones comerciales ordenadas y estructuradas, sujetas a objetivos comunes a todos los departamentos de la empresa.
- d) Administración efectiva de todos los recursos de la empresa.
- e) Sostenibilidad asegurada para la empresa.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

Caso Restaurante Antojitos Doña María - Puerto Barrios, Izabal (Guatemala)

Antojitos Doña María es una empresa familiar de estructura PYME, que durante los últimos cinco a siete años, ha sufrido cambios profundos en la gestión de la empresa.

Inició sus operaciones hace muchos años, en forma empírica, como lo hacen las pequeñas empresas, pero ha sabido administrar los cambios a que se ha enfrentado. Sus esquemas de administración se han optimizado y se ha dedicado a especializar y capacitar a su personal.

El restaurante está ubicado en Puerto Barrios que es uno de los puertos industriales más importantes de Guatemala y es punto de partida para diferentes destinos turísticos de reconocida belleza y calidad, por lo tanto, su grupo objetivo de clientes está integrado, tanto por los habitantes locales como por turistas en tránsito. Al ser un empresa de corte familiar, sus esquemas de gestión eran los tradicionales, respondiendo únicamente a las diferentes circunstancias del mercado y ofreciendo lo “que sabían hacer y lo que podían hacer”, pero una de las principales ventajas que tiene Antojitos Doña María, sobre las empresas de la competencia, es que en los últimos cinco a siete años ha implementado acciones que pueden considerarse de “mejora continua”. Acciones que no han sido improvisadas, sino todo

lo contrario, cuentan con una estructura, planificación y organización muy sólida y profesional.

Restaurante Antojitos Doña María ha comprendido las ventajas y beneficios de la certificación en turismo sostenible y se ha comprometido con el cumplimiento de las normativas y estándares de Programas de Certificación como Green Deal de Alianza Verde. De tal forma que los cambios y mejoras de la gestión de la empresa han sido muy profundos, pero también de gran éxito. Una de las áreas más importantes en su proceso de sostenibilidad y de mejora continua es el mercadeo.

Restaurante Antojitos de Doña María ha podido manejar el cambio generacional, así que tanto la fundadora (Doña María) como sus hijos, comparten una misma visión, misión y valores. Todos se han dedicado a capacitarse, estudiar y profesionalizar su actuación en la empresa.

Una de las herramientas más importantes que ha utilizado para ser líder en Puerto Barrios (donde la competencia es muy fuerte y agresiva) es el mercadeo, la comunicación y la publicidad, ya que cuentan con un plan de mercadeo muy detallado; realizan análisis de mercado, diagnósticos de las acciones, planes estructurados de negociación con los proveedores, detección de fortalezas y debilidades, segmentación de sus actividades y de sus clientes, entre otros.

Han desarrollado ventajas diferenciales muy fuertes que los destacan de la competencia. Desde la decoración del restaurante (con motivos marinos) hasta el desarrollo de cartas especiales para presentar sus platillos, página Web, volantes y folletos muy atractivos. Antojitos Doña María es una de los lugares predilectos para ver por televisión eventos especiales (especialmente deportivos), ya que acondiciona sus diferentes salones para que los clientes estén totalmente satisfechos, pero por supuesto, que promocionan y publicitan adecuadamente, estos eventos, con suficiente tiempo y usando los medios de comunicación adecuados.

El mercadeo, la promoción, la comunicación y la publicidad son los elementos que determinan la mayoría de las acciones administrativas y operativas. Tienen una variedad de platillos con recetas y presentación

propias que los han hecho ser reconocidos como un restaurante de gran calidad y diferentes a los demás, pero esos platillos son alimentos definidos por el plan de mercadeo, con objetivos y metas concretas, diseñados para cumplir a cabalidad con estándares predefinidos.

El éxito de sus platillos no depende únicamente de la calidad y sabor que tienen, sino que a su alrededor, Antojitos Doña María, desarrolla actividades de degustación, pruebas de mercado y promociones especiales, para validar la respuesta de los clientes y el cumplimiento de cada platillo en el plan general de comercialización.

Antojitos Doña María ha utilizado, con mucho éxito, los medios de comunicación como la radio, en períodos de eventos especiales, así como la integración de su imagen corporativa en todos sus elementos de comunicación. Su logotipo, colores y elementos gráficos representativos están presentes (con estándares determinados) en el menú, rótulos, servilletas, afiches, etc. especialmente, han comunicado el hecho que por varios años han sido certificados como una empresa sostenible en el área de turismo y que están validados para prestar un servicio y productos de muy alta calidad.

Otra característica muy importante en Antojitos Doña María es que comprenden la función innovadora del mercadeo, de la comunicación y de la publicidad y la utilizan para su ventaja. Son líderes en ideas, en posicionamiento de sus productos, en la forma de comunicarse con el cliente y de realizar promociones efectivas.

En resumen, Antojitos Doña María utiliza el mercadeo en todas sus acciones. Su menú está basado en información de mercadeo. Su publicidad tiene grupos objetivos definidos. Sus resultados son medidos y evaluados contra objetivos predeterminados. Analizan a la competencia y van un paso adelante. Son innovadores en todos sus sistemas de gestión y de presentación de sus productos. No improvisan, sino que planifican.



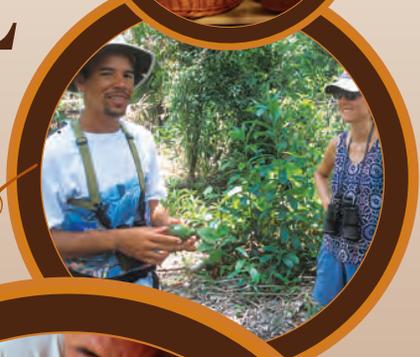
Manténgase informado

- www.emagister.com/gestion-pymes-cursos-344244.htm
- www.wikilearning.com/cursos_gratis/gestion_de_pymes/tema%20a/2320-1
- www.opingenieria.com.ar/tip200602.htm
- www.gestiopolis.com/Canales4/emp/tipbasicos.htm
- rrhhmagazine.com/articulo/practicas_benchmarking/relacion_de_practicas.htm
- www.gestionempresarial.info/VerItemProducto.asp?Id_Prod_Serv=9&Id_Sec=1
- www.amereiaf.org.mx/eventos/quinto_congreso/materiales/martes_finanzas.pdf
- www.barandilleros.com/riesgo-financiero-algunos-consejos-de-buenas-practicas.html
- www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=68379EDE-DBB9-4945-A4A3-1CF3963F329A.PDF
- es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia
- webapps.udem.edu.co/DiccionarioInteractivo/
- www.estoesmarketing.com/Diccionarios/Diccionario%20de%20Publicidad.pdf
- usuarios.lycos.es/Masterdeluniverso/glosarrhh1.htm
- www.financiero.com/diccionario_financiero/
- www.sapiens.com/castellano/articulos.nsf/0/c5425fec9347d89d41256a5c0060e696!OpenDocument&Click
- usuarios.lycos.es/Masterdeluniverso/dicPYC2.htm





ÁMBITO SOCIO-CULTURAL







Ámbito Socio-Cultural

“Sin un Patrimonio Cultural, tangible e intangible, no habrá turismo, por cuanto éste se encuentra intrínsecamente unido al Patrimonio de la Humanidad. El futuro de cada uno de nosotros depende del otro.”
UNESCO - Memorias del futuro

Introducción

La empresa turística convive con la belleza natural que la rodea y además, con una cultura local. Este ambiente social es de gran importancia para el éxito e imagen de la operación.

Imagínese qué buena impresión podría causarle al turista si se trabajase para tener excelentes relaciones con los vecinos. Las empresas de éxito, que son reconocidas y recomendadas, son aquellas que trabajan con y para las comunidades donde se encuentran. Recuerde que la comunidad con su cultura será una influencia permanente en lo que usted le brinda al turista.

La comunidad es un gran referente de mercado. Muchas empresas tienen claro que una comunidad que convive con la empresa es otro agente de venta de sus servicios. La operación turística convive con un entorno social, es decir, con un grupo de personas que comparten objetivos de desarrollo, por lo cual, la relación entre el actor turístico y su entorno socio-cultural debe convertirse en una base sólida para cumplir con la responsabilidad social y a su vez, aportar para el desarrollo de este entorno, en beneficio mutuo de las partes. Una operación turística, que

mantiene buenas relaciones con el grupo social que convive, adquiere un valor agregado que será percibido por su cliente.

Los actores locales deben trabajar en el ambiente cultural de forma mancomunada (en este caso, se hace referencia a la empresa turística y a los habitantes de la localidad donde se asienta). Ambos grupos deben trabajar para la conservación y sostenibilidad de los aspectos culturales. Fomente un atractivo que favorezca la motivación de los visitantes a determinado lugar. Deben trabajar decididamente para rescatar y preservar las costumbres, conocimientos, leyes, protocolos y etiquetas locales, vestimentas, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Es necesario que la empresa y la comunidad se unan para lograr el desarrollo del hombre y de su entorno cultural.

El turismo, cada vez más frecuentemente, busca fortalecer comunidades y negocios para que unidos trabajen en revitalizar la economía local. El término “economía local” se entiende no solamente como los ingresos generados, sino también como la mejora de los indicadores de calidad de vida que comparten estos actores de desarrollo. La empresa turística está destinada a brindarle ayuda a aquellas localidades donde se observe una declinación en su ambiente socio-cultural, por medio del rescate y la revalorización de sus elementos.

Últimamente, los turistas demuestran un gran interés por conocer y beneficiar lugares en los cuales se observen actividades destinadas a la preservación de la cultura local. No obstante, se documentan casos como en las Cataratas del Niágara, donde la comunidad manifestó sentir que el lugar ya no les pertenece. Este aspecto incidió negativamente en el desarrollo de la empresa turística en la zona. El ideal que se pretende es que la comunidad sienta la operación turística en su dimensión como un actor activo en el rescate de su cultura.

Por ello, es indispensable mantener un ambiente socio-cultural sano y fuerte, donde las comunidades locales sientan que tienen participación en el planeamiento e implementación de las estrategias de desarrollo turístico. Muchas veces la empresa no tiene suficiente información para llevar a cabo esta meta, pero lo importante es crear y desarrollar un ambiente que promueva buenas prácticas que favorezcan la preservación del área y, por lo tanto, atraigan turistas interesados en los temas culturales.

Principios que se consideran dentro del ámbito socio-cultural

La empresa es un miembro de la comunidad y como tal, es parte de su cultura, puesto que al lado de los habitantes locales comparte un conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos.

La comunidad y la empresa desarrollan lazos que deben encaminarse al desarrollo común. Ambas están en la obligación de rescatar y preservar las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias, ya que son aspectos que crearán un valor agregado a su oferta turística. Por ejemplo: si los colaboradores de un hotel les enseñan a sus clientes algunas frases de uso común (como: “buenos días”, “gracias”, “buenas noches”, “por favor”) en el idioma nativo, ayudarán a propiciar un ambiente relajado y su cliente se aproximará a la comunidad.

Los aspectos socio-culturales de una política de sostenibilidad deberían incluir los siguientes principios:

- a) La empresa turística contribuye al desarrollo local de su comunidad.
- b) La operación turística respalda el respeto hacia las culturas y las poblaciones locales.
- c) La empresa y la comunidad deben emprender acciones que favorezcan el rescate y la protección del patrimonio histórico-cultural.
- d) La empresa y la comunidad proponen actividades culturales, que son parte del producto turístico.



1. La empresa turística contribuye al desarrollo local de su comunidad

¿Qué es la contribución al desarrollo local?

Años atrás se decía, en términos turísticos, que “las empresas generan empleo y mejoran la condición económica en pocas familias y que con ello, se justifica su contribución a la sostenibilidad y desarrollo de la sociedad”. Este argumento ya no es totalmente satisfactorio, pues estamos tratando con un sector donde las interrelaciones socioculturales son constantes, dinámicas e importantes para la calidad del servicio ofertado, ya que el visitante estará en pleno contacto con la comunidad y la cultura que envuelven a la empresa.

Actualmente, las empresas turísticas forman parte de la localidad donde trabajan. Algunas veces los empresarios se ofrecen para trabajar con las escuelas y dictar charlas sobre temas cotidianos en su operación, como por ejemplo, la importancia de reglas de higiene en la preparación de alimentos. En otras ocasiones, la empresa presta sus instalaciones para que la comunidad se reúna y brinde charlas referentes a sus proyectos de desarrollo. El grupo social se desarrolla cuando tiene acceso a la organización y a los servicios básicos, tales como educación, vivienda, salud y alimentación, a ellos se les puede sumar el respeto ganado por sus formas ancestrales de vida.



¿Cuál es la importancia de implementar el aporte al desarrollo local?

La empresa turística es un actor de lo que llamamos “comunidad local”, por lo cual, cuando contribuye al desarrollo de su entorno, está contribuyendo a su propio desarrollo. Desde el punto de vista empresarial, un aporte que genera beneficios tan concretos es muy importante. Algunos de estos beneficios son:

Beneficios económicos:



La empresa cuenta con proveedores que están cerca de ella, al mismo tiempo, trabajan en conjunto para tener los productos y servicios que mejor se adecuen a sus necesidades. Todo ello se refleja en reducción de sus costos operativos.

Beneficios sociales:



Fomentar el desarrollo en el lugar de trabajo permite crear un ambiente de buenas relaciones, con lo cual el cliente final transita libremente dentro y fuera de la operación turística y se llega a sentir seguro y cómodo con una comunidad que trabaja unida a la actividad turística. Esto ayuda al cliente a motivarse para participar e integrarse culturalmente con el lugar, lo que lleva implícito la consecuente promoción con otros visitantes o probablemente, vaya a motivar una razón para regresar.

Beneficios ambientales:



La naturaleza es afectada por muchos aspectos culturales. Por ejemplo si la comunidad y la operación turística apoyan un programa de salud integral, su ambiente será sano y libre de posibles epidemias; otro ejemplo es cuando una empresa apoya un programa de educación ambiental en la comunidad, pues no sólo gana con un paisaje libre de contaminación visual o auditiva, sino que ayuda a la sostenibilidad ambiental.



¿Qué puede hacer en su empresa?

Son varias las acciones que surgen desde la empresa para hacer realidad su contribución al desarrollo local y por ende, que se logren los beneficios antes citados. A continuación, se detallan algunas acciones que pueden ser implementadas de forma simple e inmediata:

a. Defina una política clara y precisa como eje de desarrollo empresarial, que fomente el respeto y contribución a la cultura local

- Mantenga por escrito la política en donde se manifieste su compromiso con la sostenibilidad socio-cultural. Debe ser una política clara que manifieste su apoyo a la cultura y al desarrollo de las comunidades vecinas. Esto es un recordatorio permanente para la toma de decisiones diarias.

- Difúndala entre sus empleados, sus clientes, sus proveedores y con la comunidad que lo rodea para que sea conocida por todos. Realice una charla informativa con sus empleados, acerca de cómo será esta relación.

Informe a sus clientes, ya sea mediante Internet o folletos, acerca de esta política.

Cuando les realice un pedido a sus proveedores locales, entrégueles un folleto con su política e invítelos a que ellos implementen una política similar, esto levanta la autoestima de sus proveedores y brinda mejores servicios para su empresa.

Finalmente, en reuniones comunitarias, sea explícito al manifestar que usted cuenta con una política de apoyo al desarrollo cultural, entonces su empresa será tomada en cuenta entre los miembros locales de jerarquía.

- Además de difundir su política a nivel local, asegúrese de hacerlo en asociaciones, clubes y gremios a los que pertenezca su operación. Es propicio mantener una apertura a comunicar sus compromisos para ser reconocido no sólo en el ámbito local, sino en niveles nacionales o regionales. Esta difusión se puede realizar mediante carta o un correo electrónico dirigido a sus contactos. Con el tiempo es necesario enviar recordatorios con los logros alcanzados por la implementación de esta política.

b. Analice el sentir de las comunidades locales hacia la empresa turística y hacia el turismo, a través de la implementación de pequeñas encuestas o sondeos de opinión que deben ser llevados a cabo permanentemente

- Elabore una lista de preguntas que le permita investigar cómo percibe la comunidad a su negocio y al turismo en general. escoja luego un grupo de su comunidad que incluya actores clave y con influencia local para realizar la entrevista.
- Busque en Internet o en asociaciones otros resultados, sean positivos o negativos, de comunidades donde se hayan realizado este tipo de investigaciones, con el fin de comparar sus deducciones.
- Procese los resultados y guárdelos, registre siempre la fecha en que los ejecutó. El sistema de encuestas y entrevistas es permanente, y mantener estos registros, le permitirá evaluar en cuáles puntos usted ha mejorado y en cuáles puede implementar acciones para renovarse.
- Difunda los resultados de su investigación entre los actores turísticos locales, mediante una carta o un correo electrónico. Esta es información clave para determinar acciones de mejora que se puedan implementar en su comunidad.

c. Promocione y auspicie la creación de empresas conexas vinculadas a la cadena productiva del turismo en la comunidad

- Escriba, como una política de la empresa, que existe una prioridad dada a la compra de servicios y productos a nivel local. Asegúrese, por medio de cartas a los comercios locales, que éstos conozcan la política. Invítelos a tener políticas similares, de esta forma, usted impulsará a que el beneficio económico se revierta en su comunidad.
- Realice una lista de los servicios y productos que necesita, por ejemplo: lavandería de sábanas, toallas o comestibles (carnes, hortalizas, verduras entre otros), junto con las características de servicio del producto que usted desea.

Recuerde que es importante mencionar las características del producto o del servicio, sólo así recibirá lo que desea, por ejemplo, si usted requiere verduras que hayan sido cultivadas de forma orgánica, sea muy explícito en este punto.

- Proceda a difundir la lista de necesidades en su comunidad, junto con una carta de invitación para que el destinatario se convierta en proveedor de su negocio. No se sienta decepcionado si en las primeras difusiones no encuentra, localmente, todo lo que necesita. Recuerde que está creando una oportunidad de negocios para otras personas de su comunidad, la cual podrán tomar en un futuro cercano.
- Dentro de la operación, incluya preguntas y sondeos para sus clientes sobre la calidad de los proveedores locales y pregúnteles cómo mejorar o innovar sus servicios. Bríndele esta información a sus proveedores para que puedan implementar mejoras constantes.
- Incentive y promueva la producción orgánica de frutas, hortalizas, carnes y otros productos de consumo. Utilícelos en su empresa y motive a sus colegas para que también lo hagan y con ello, se aumente la demanda local.
- Para obtener los servicios y productos que usted necesita en su operación, organice periódicamente (por lo menos una vez al año) un evento de capacitación sobre sus necesidades y trate, con la comunidad, temas como la ventaja de tener cadenas productivas a nivel local.
- Ayude con la comercialización de productos elaborados por empresas locales conexas en su operación, por ejemplo: artesanías o productos agroindustriales, como mermeladas, dulces, entre otros, productos que pueden ser vendidos en la tienda de la empresa para el consumo de sus visitantes; aproveche el momento de la compraventa para contarle al viajero cómo son producidos y cómo su compra beneficia a la economía y desarrollo local.

d. Apoye la planificación y ejecución de objetivos de desarrollo comunitario

- Sea miembro activo de su comunidad, participe en asociaciones o grupos que se formen localmente para la búsqueda de un desarrollo sostenible en la misma. Por ejemplo, si se establece una comisión para gestionar un programa de tratamiento de aguas servidas, sea parte de él.
- En las diferentes asociaciones locales, manifieste su compromiso para compartir las experiencias de su operación turística, especialmente para el desarrollo de procesos como el de la salud, higiene, nutrición, educación y reciclaje de residuos.
- Al mismo tiempo, preste las instalaciones de su operación para llevar a cabo las reuniones locales. Con ello, reafirma su apoyo y logrará familiarizar a la comunidad con su empresa y con los procesos sostenibles que ésta maneja. Por ejemplo, si efectúa una reunión de la comunidad aproveche para que ésta conozca como usted recicla sus desechos y al mismo tiempo, motívelos a realizar acciones similares en sus hogares.
- Colabore con las gestiones de los grupos comunitarios ante instancias gubernamentales, fundaciones, universidades, entre otros, cuya meta sea alcanzar los objetivos que se han planificado en estos grupos. Por ejemplo, sea usted quien lidere una reunión de la comunidad con una universidad para que ésta realice estudios con los estudiantes, acerca de la flora y fauna del lugar.
- Comparta con su comunidad, en visitas programadas, las experiencias de su operación turística en los procesos de construcción de instalaciones y equipamientos, especialmente, en aquellos que han rescatado los valores culturales de la zona y los que buscan minimizar los impactos ambientales. Por ejemplo, si usted ha desarrollado una buena práctica para el manejo del agua, difúndalo entre los miembros de su comunidad y al mismo tiempo, anímelos para que realicen actividades similares con sus familias.
- Generalmente, los proyectos de desarrollo local necesitan los proyectos de desarrollo que se están ejecutando localmente e invítelo a realizar donaciones.

e. Implemente programas de capacitación permanente del capital humano local

- En su empresa, usted cuenta con una definición de los puestos de trabajo y sus funciones específicas. Elabore y difunda, en la comunidad, un perfil básico de competencias laborales para los diferentes puestos de trabajo que su operación necesita, con ello, motivará a las personas de la comunidad para que se sientan atraídos a trabajar con usted.
- En varios lugares, las empresas turísticas han manifestado que la localidad no cuenta con personal calificado. Para combatir esta debilidad, desarrolle junto con las comunidades locales y con otros actores, un diagnóstico de las necesidades de aprendizaje comunitarias. Este diagnóstico será la base para programar sus capacitaciones y para conseguir ayuda de actores externos, ya sean fundaciones o centros educativos y de esta forma, se logra incorporar más gente local a su operación.
- Practique una política abierta para pasantes locales que le permita conseguir el personal local necesario. Recuerde que no solo se puede aprender de forma académica, si no también a través de la práctica. Mencione que aquellos pasantes tendrán posteriores oportunidades de trabajo en su operación o en otras similares. Al abrir pasantías piense iniciar por puestos básicos, de esta manera estará garantizando la inclusión de personal no especializado en este proceso de capacitación.
- Una vez que usted y la comunidad conozcan las necesidades de capacitación, lidere la búsqueda de alianzas con organismos no gubernamentales, agencias de gobierno y con el sector académico para implementar una oferta de cursos de capacitación en la localidad de acuerdo con las necesidades detectadas. De ser posible ofrezca sus instalaciones para llevar a cabo estos cursos, pues logrará reforzar la familiarización de la comunidad con su empresa y podrá detectar a los mejores prospectos para incorporarlos a su operación.
- Entregue a sus proveedores una lista clara de sus necesidades de servicios y productos locales. Si no encuentra lo que necesita a nivel local, busque actores externos que lo ayuden para capacitar, localmente, en lo referente al tipo de servicios y productos (con sus estándares) que la operación demanda. Por ejemplo, si usted le interesa consumir productos

orgánicos, organice una capacitación dirigida a los agricultores locales, sobre cómo cultivarlos.

- Incluya en el presupuesto de la operación un rubro para auspiciar, ya sea con instalaciones, refrigerios o ayudas económicas, la realización de cursos de capacitación que se detecten como necesarios para la comunidad y para sus posibles proveedores locales.
- En el presupuesto, destine un monto para auspicio y becas a personas de la comunidad que busquen acceder a cursos especializados en turismo.
- Apoye la comunidad coordinando para que personal especializado brinde charlas educativas. Por ejemplo, usted puede impartir una charla sobre cómo manejar una empresa, o especialista en alimentos y bebidas puede ayudar a la comunidad con charlas sobre higiene y nutrición. Al difundir sus buenas prácticas, estará colaborando activamente con el desarrollo local.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

a. Centro La Baita, Conguillío Araucanía (Chile)

El Centro La Baita tiene un compromiso con el medio ambiente y con la cultura local, que se refleja en los programas y mercados con los que trabaja. Uno de los programas de gran importancia es el “Aprendiendo Naturalmente”, dirigido a estudiantes de colegios, que consiste en diez días de inmersión en la naturaleza para aprender a respetarla y compartir. Además, se integra a la comunidad pehuenche vecina, con quienes los estudiantes comparten su cultura y tradiciones en un día de actividades gestionadas y operadas por ellos mismos. Del mismo modo, están diseñando un proyecto que beneficiaría a los niños de una escuela de la localidad vecina de Melipeuco.

Otra contribución a la comunidad local, es que la gran mayoría de los alimentos perecibles, que se utilizan en los servicios de alimentación, se adquieren localmente y cuando es posible, favorecen a los pequeños campesinos del lugar para que produzcan las hortalizas que ofrecen. Cuentan con electricidad sólo 3 horas al día, por lo que, es necesario contratar servicios como el lavado de ropa y la congelación de alimentos en las casas de los vecinos más próximos, la mayoría son pequeños propietarios de escasos recursos, donde han habilitado las condiciones necesarias para tales efectos.

(Tomado de ECO INDEX. eco-indextourism.org/es/la_baita_conguillio_es)

b. Posada Amazonas- Madre de Dios (Perú)

Posada Amazonas y Refugio Amazonas se encuentran en la cercanía de la Reserva Nacional Tambopata, en la Comunidad Nativa de Infierno, un territorio de 10 000 hectáreas, donde habitan unas 130 familias de la etnia Eseeja. Son comunidades tradicionales ribereñas y de colonos que se dedican, principalmente, a la agricultura, caza y pesca de subsistencia y en menos escala, a la extracción de madera y castaña.

Posada Amazonas se administra junto con la Comunidad Nativa de Infierno y está dentro de una reserva comunal de 2 000 hectáreas, donde está prohibido el uso directo de recursos.

Rainforest Expeditions administra cuatro iniciativas: Posada Amazonas, el Centro de Investigaciones Tambopata, el Refugio Amazonas en la Amazonía, en el sudeste Peruano y Konchukos Tambo ubicado en los Andes Centrales Peruanos, cerca de las montañas tropicales más altas del mundo.

Posada Amazonas entrena y contrata a personas de la comunidad nativa de Infierno. Los beneficios económicos vinculados al turismo han motivado a la comunidad a invertir en infraestructura de desarrollo (colegio, sistemas, agua potable), capacitación (contadores, líderes), conservación (guardianes, concesiones) e institucionalización. El 96% de la población de Infierno piensa que el proyecto es beneficioso para la comunidad.

Refugio Amazonas es parte del desarrollo sostenible de las localidades cercanas, ya que integra la mayor cantidad posible de castañeros y de agricultores.

(Tomado de Eco-Index. eco-indextourism.org/es/posada_amazonas_es)

c. Hotel Wagelia, Turrialba (Costa Rica)

El Hotel Wagelia se ubica en el distrito central de Turrialba. La empresa cuenta con gran trayectoria en esta zona, inició su operación en 1984. En este momento, el 100% de los empleados del hotel son locales y manifiestan gran aprecio por su trabajo y el excelente trato que reciben por parte de la administración.

La totalidad de los empleados se encuentran registrados legalmente ante la seguridad social, con salarios superiores al establecido como mínimo de ley. Esta operación colabora con instituciones de ayuda a la comunidad, como hogares de ancianos, Hogares Crea y otros.

(Mayor información en www.hotelwagelia.com/)

d. Ecovita, Pallatanga (Ecuador)

ECOVITA es una hostería camping orgánico, cuyo nombre significa "Vida Ecológica", dedicada al agroturismo, ecoturismo y la educación ambiental de una manera sostenible. Los aportes a la comunidad local son, entre otros, la compra de productos a proveedores locales, aportes para la organización de eventos de capacitación y actividades de concientización en temas de sostenibilidad.

La política de manejo de personal se enmarca con principios de buenas prácticas. Se cuenta con un alto porcentaje del personal de la localidad, mantiene equilibrio de género en la cantidad de personal y no limita el trabajo por credo o filiación política. No se contrata menores de edad para trabajar y se repudia la prostitución infantil.

(Mayor información en vivecovita.com/)



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

Muchos beneficios han sido mencionados, no obstante, cabe destacar que el contribuir decididamente al desarrollo local forma parte de la premisa que constata que la identidad y el orgullo pueden ser generados por el turismo. Existen visitantes que recorrerán muchos kilómetros para experimentar personalmente los aspectos culturales, muchos de los cuales han sido olvidados por los residentes locales, porque para la población receptora no son más que hechos cotidianos. En muchos casos, una propuesta turística ayuda a rescatar la identidad de la comunidad local y a mantener sus tradiciones e integridad.



Manténgase informado

- Rainforest Alliance - Banco Interamericano de Desarrollo. Eco Index Turismo Sostenible. eco-indextourism.org/
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). Portal sectorial del turismo. Información sobre contratación en el sector y recomendaciones para los empresarios. www.oit.org/public/spanish/dialogue/sector/sectors/tourism.htm
- Borana Ranch. Sitio visitado en enero del 2008. www.birana.co.ke
- Naciones Unidas. Decenio Internacional de una cultura de paz y no violencia para los niños del mundo. 2001-2010. www.unesco.org
- Queensland Tourism. Working with communities. A Guide for tourism operators. Australia. 2003.
- R:Travel. Circle Publishing. Inglaterra. www.circlepublishing.net



2. La operación turística aporta al respeto a las culturas y poblaciones locales

¿Qué es el respeto a las culturas y poblaciones locales?

El turista visita lugares donde se perciba un ambiente agradable entre la operación turística y su comunidad local. Esto se logra manteniendo relaciones de respeto entre los actores locales. La intolerancia se puede manifestar por muchas razones, como por ejemplo, el desconocimiento de la comunidad sobre los fines de la empresa y de ésta sobre los objetivos de desarrollo de la comunidad.

Generalmente, las zonas donde se establece una empresa turística se destacan por su población cordial y hospitalaria, gran parte de la cual se muestra interesada en un posible desarrollo turístico. Para lograr un marco de respeto, las comunidades locales deben ser involucradas en todo el proceso de desarrollo turístico, desde la planificación hasta la gestión de los productos, a fin de lograr los máximos beneficios económicos, ecológicos y socio-culturales.

Las comunidades desean involucrarse con empresas que se sustenten en el respeto y la valoración de sus raíces, cultura y riquezas naturales, así como de sus propias diferencias individuales, no obstante, existen casos en los cuales las operaciones turísticas se han instalado como un actor que no se involucra en la cultura del lugar y pueden adoptar políticas que atenten contra su desarrollo ancestral. Lo ancestral ha sido tomado como un hecho cultural de mucho tiempo atrás, que inclusive pueda haber desaparecido de lo que hoy se conoce como tradicional. Por ejemplo, en muchas comunidades indígenas los casamientos se dan a muy corta edad, pero esto no implica que este tipo de relaciones son permitidas por personas extrañas a las comunidades, como lo son los turistas. En ningún caso, esta práctica ancestral puede ser la excusa para permitir encuentros sexuales entre los visitantes y los niños o adolescentes locales. La empresa está en la responsabilidad de establecer el respeto que debe existir ante esta práctica y a su vez, aportar información para explicarla en su contexto histórico.

En muchos casos, la empresa es el vínculo para que el turista pueda apreciar lugares cuyas tradiciones culturales y costumbres sean diferentes a las de su lugar de origen. Por ello, en ciertas localidades se han reportado malentendidos cuando los viajeros, normalmente sin percatarse de ello, violan algunas costumbres, lo que provoca la consiguiente molestia de los residentes.

Un claro ejemplo de esto se observa en los códigos de conducta que deben tener los huéspedes al visitar santuarios religiosos, donde ellos los recorren con traje sumamente casual; mientras que la comunidad tiene, con base en su religiosidad, otros códigos de vestimenta por respeto a sus creencias.

Es importante informar a los turistas sobre costumbres locales, códigos de vestido, comportamientos sociales no aceptables, conducta en lugares sagrados, propinas, entre otros. También si se espera el regateo de precios en mercados y tiendas, reacción de los residentes al ser fotografiados y cualquier otro aspecto relacionado con el respeto hacia los valores y usos sociales de la zona.



¿Cuál es la importancia de implementar el respeto a las culturas y poblaciones locales?

El respeto y la convivencia son factores claves para alcanzar el desarrollo sostenible de una región.

Los servicios que ofertan la comunidad y la empresa adquieren un valor añadido que les diferencia de sus competidores y les sitúa en mejor posicionamiento para la captación de nuevos huéspedes. La imagen de la operación turística se ve reforzada con los compromisos sociales adquiridos, lo que repercute en la identificación de los trabajadores con los principios y valores de la empresa y mejora su compromiso, motivación y productividad.



¿Qué puede hacer su empresa?

La comunidad y la empresa deben establecer una alianza a favor del turista, que mantenga un alto grado de respeto y tolerancia a las diferencias, enmarcadas en un código de conducta que motive esta buena relación, para lograrlo pueden desarrollar las siguientes sugerencias:

Elabore una política de contratación de personal que promueva la equidad de género, étnica, incorporación de personas con capacidades especiales, entre otras, desde la perspectiva cultural de la localidad donde trabaja. Es indispensable respetar todos los aspectos legales que conlleva la contratación de personal

- Consulte con un experto legal cuáles son las leyes que rigen para la contratación de personal en operaciones turísticas como las suyas. Recuerde que en muchos casos, hay disposiciones explícitas en la ley para la contratación de personas de grupos indígenas o personas con capacidades especiales.
- Respete las disposiciones legales que rigen la contratación de menores de edad. El Convenio 138 de OIT pretende la erradicación general del trabajo infantil y estipula que la edad mínima para el acceso al empleo no será inferior a la de culminación de la escolaridad obligatoria.
- Difunda, de forma exhaustiva en su comunidad, mediante cartas o cartería, los requerimientos de personal que tenga su operación.
- No discrimine a los empleados por cuestiones étnicas, de género, raza, cultura o religión. La diversidad crea un ambiente que ayuda al rescate de las culturas locales y es otro atractivo de su emprendimiento.
- Al momento de contratar, muestre preferencia hacia personas que demuestren su capacidad y que sean de grupos minoritarios o con pocas posibilidades de obtener empleo en otras actividades productivas de la zona.

- Establezca cuotas de su planilla de personal que serán ocupadas por personas vulnerables, es decir, considere aquellas personas que por motivos económicos, físicos, étnicos o intelectuales están en desventaja con otros para conseguir empleo.

En algunos casos (como en Ecuador), inclusive esta cuota está regida por la ley. Para el caso de este país, existe una cuota del personal con capacidades especiales que debe ser contratado por toda empresa.

Apoye la creación de un ambiente amigable entre la empresa y la comunidad, por ello promueva la integración entre ambas, mediante la participación mutua en programas sociales, deportivos o culturales

- Deleque a una persona específica de su empresa para que realice un calendario anual con los acontecimientos sociales, deportivos y culturales de la comunidad y de la empresa, por ejemplo, varias comunidades mantienen campeonatos de fútbol entre sus miembros y otras comunidades.
- Motive una reunión con su equipo de trabajo para determinar en cuáles de las actividades comunitarias puede participar la empresa y a cuáles actividades de la operación puede invitar a la comunidad.
- Divulgue entre sus empleados y sus huéspedes, mediante cartelera y cartas, las actividades programadas en conjunto con la comunidad e invítelos a participar activamente en ellas. Algunas empresas han reportado que en muchos casos, los turistas han conformado equipos locales para participaciones deportivas.
- Al final del período para el cual fueron programadas estas actividades de integración, reúna al personal y evalúe los resultados que se obtuvieron de esta relación.

Recoja las mejoras, difunda los resultados obtenidos y programe nuevamente para un siguiente período.

El turista debe conocer, con la ayuda de la empresa, los códigos de conducta que encontrará en la localidad que visita. En estos códigos, se debe presentar lo que se espera del turista, lo que se espera de la comunidad y aquello que se espere de la empresa para que el ambiente sociocultural sea una valiosa experiencia

- Busque ejemplos de códigos de conducta que han sido implementados en otros lugares. Puede dirigirse a la Oficina Internacional del Trabajo (OIT), que con su programa NETCOM desarrolló un módulo sobre turismo y sostenibilidad, en el cual se dan las directrices para la elaboración de códigos locales. (Ver el ejemplo citado en el siguiente apartado)

- La Organización Mundial del Turismo, impulsa un código para la Prevención de la Explotación Sexual de Niños y Adolescentes, que podría darse a raíz de la relación que se genera por el turismo en una comunidad.

- Existen varios organismos que auspician códigos para la no discriminación de personas con enfermedades, como el VIH. Su empresa podría adoptar esta medida para ayudar a personas con este síndrome.

- La empresa y la comunidad deben recoger todos estos ejemplos y basados en el diálogo y en el consenso de sus miembros, deben crear un código de conducta para la localidad.

- Una vez determinado el código, es necesario buscar las maneras para difundirlo y mantenerlo vigente. Tome en cuenta a quienes desea transmitir estos parámetros de convivencia, es decir, turistas, empleados, comunidad, organismos locales, asociaciones, otras empresas, etc.

Esta difusión puede realizarse por medio de charlas, cartelera, su página Web, empresas intermediarias de su producto o a través del correo electrónico.

- Lo importante es que el código, que su empresa y la comunidad propongan, esté siempre vigente y sea conocido y respetado por todos.

- Es importante establecer cuándo se hará una revisión del código y sus principios, para ello se debe convocar a una reunión que albergue

la mayoría de los actores turísticos. En esta convocatoria, se debe analizar cuanto del código ha podido aplicarse y las mejoras o nuevas inclusiones que se deben efectuar.

- Motive otros sectores a adoptar códigos similares, difunda entre ellos sus resultados y comparta sus experiencias en otros lugares donde le sea requerido.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

a. Hacienda Zuleta- Andes Norte de Quito (Ecuador)

El programa de turismo sostenible de Rainforest Alliance y Hacienda Zuleta, han desarrollado un “periódico comunitario” en el cual se recogen varios elementos de la empresa, de la comunidad y de la relación de respeto entre éstas.

EL ZULETEÑO

Segundo Año, Primera Edición Enero 2008

Que Fiesta!

Como en cualquier época, desde hace siglos, la Plaza de la Hacienda se convierte en un campo de fiesta la noche del 31 de Diciembre. Por ahí Juan Miraval y Ponceo Colindas juegan pitones y se organizan unas de las mejores fiestas que ha visto la comunidad en años. Queremos compartir las imágenes de la noche con todos esperando que alguien se anime a matar el año para no quedarnos sin fiesta el próximo año!



Hubo dos charlas gigantes

... Nos gustó muchísimo celebrar fin de año en Zuleta. Sus tradiciones y celebraciones sobre pasan todo que hemos visto en tres continentes ¿pasamos una noche espectacular? Familia Echeverría de Londres

31 de diciembre del 2007

El año fue una cosa impresionante. ¿Cuál más que una buena celebración!

Uno de los días más felices.

“Felicidades! Que esperemos celebrar fin de año en Zuleta! Gracias por compartir sus felices tradiciones con nosotros” Familia Wright de Canadá

Feliz Año 2008 para todos!

EL ZULETEÑO

Segundo Año, Primera Edición Enero 2008

Poema sobre el Colibrí

Encontrado por Jorge Andujar

“En un instante el colibrí... un pequeño que muchas veces vuela, vistiendo volar si era abeja o mariposita más son realmente pájaro. Qué en porche estos dos extremos de aves – el colibrí y el abeja – que hay en aquella tierra no es admisión de lo que dijimos que hay de modo.”

Cárdenas de Vega, Cristina de la América Andina, 1699



Merced de Pulgas

Este mercado, que habitualmente se celebra para el mes de diciembre lamentablemente se tuvo que postergar. Al revisar las fechas nos dimos cuenta que tenemos mucho más para la venta de lo que pensamos. Además hubo crítica por no haber regido la vez sino incluso las complicadas de la Hacienda. Por no perjudicar a nadie se anuló el mercado y se anunció una nueva fecha con más anticipación. Podemos disculpar a las personas que se sintieron excluidas del evento, no fue nuestra intención.

Los burros llegan tarde al nacimiento

En esta foto vemos como Juanita Aguilar una de las dueñas corre a la parva de burros para que lleguen a tiempo al pose del año del 24 de diciembre del 2007.

Al fin Guadalupe Elchabala que tiene el papel de la virgen María se pudo tomar en el horn como curule plantado y todo salió bien.



Receta del mes: Sanecho

por José María Pomalao

Ingredientes: 3 zanahorias picadas 1/2 taza de arroz, 3 chuchos, 1 plátano verde, 3 pedacitos de papa, Sal y pimienta al gusto, Pasañilla de cebolla y estampos al gusto, 4 litros de agua, Ajo y cebolla, 2 cebollas de caldo de gallina

Preparación: En una olla poner los 4 litros de agua a fuego fuerte. Cuando hierva, agregar el resto de cebolla y ajo machacado, luego poner al caldo la zanahoria, arroz, chuchos, papa y plátano verde picado. Cocinar hasta que estén suaves los ingredientes. Añadir 2 estampos de caldo de gallina, sal y pimienta al gusto. Para servir agregar el pasañilla de cebolla y estampos. Buen Prochecho!

44

b. Red Solidaria de Turismo (REST), Río Napo (Ecuador)

La naciente Red Solidaria de Turismo de las Riveras del Río Napo propuso el siguiente Código de Conducta para que sea incluido en sus reglamentos de operación

DIRECTRICES PARA ASEGURAR A LAS COMUNIDADES DE REST EL MÁXIMO DE BENEFICIOS ECONÓMICOS DERIVADOS DEL TURISMO.

| | |
|---|---|
| 1 | Las comunidades alentarán formas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible, diversificando las fuentes de ingreso y difundiendo prácticas innovadoras de mejora continua en la calidad de los servicios y las competencias laborales de sus miembros con equidad de género. |
| 2 | Las comunidades turísticas concertarán, junto a los tours operadores, criterios de calidad y satisfacción del turista, sin que ello afecte la integridad de su patrimonio natural y cultural, ni su cohesión social. |
| 3 | Los precios que se acuerden entre los operadores de turismo y las comunidades han de ser justos, es decir, deben corresponder a sus respectivos aportes al producto turístico y a los servicios que se brinden. |
| 4 | El reparto de los beneficios económicos del turismo en el seno de las comunidades debe ser equitativo, es necesario evitar su concentración en manos de unas pocas personas y familias. Se alentará para crear fondos comunitarios de inversión en proyectos de educación y salud con miras a ampliar los beneficios al mayor número de personas. |
| 5 | Las comunidades llevarán procesos contables transparentes, que deberán ser auditados periódicamente por la asamblea de socios. |

DIRECTRICES PARA PRESERVAR EL HÁBITAT NATURAL Y LOS CONOCIMIENTOS COLECTIVOS DE LOS SOCIOS DE REST.

| | |
|---|--|
| 1 | Las organizaciones comunitarias cooperarán con las autoridades competentes en el desarrollo de programas de sensibilización, educación y capacitación dirigidos a jóvenes y a niños y que se refieran a temas relacionados con la conservación de la biodiversidad, aprovechamiento sostenible de los recursos y protección de los conocimientos colectivos tradicionales. |
| 2 | Las autoridades nacionales, las comunidades y ONG's en el campo ambiental y turístico impulsarán campañas de comunicación y sensibilización, que se encaminen a lograr comportamientos responsables de los viajeros y las poblaciones vecinas hacia las áreas protegidas en donde operan proyectos de turismo. |
| 3 | Las comunidades delimitarán y protegerán las zonas de reproducción natural de las especies animales vedadas a la caza, y reglamentarán la reproducción de especies en cautiverio con fines nutritivos o gastronómicos comerciales. |
| 4 | Los guías nativos y los que operan por cuenta de operadores impedirán la extracción, por los visitantes, de toda especie vegetal o animal de los territorios comunitarios. |
| 5 | Las comunidades difundirán y aplicarán técnicas de gestión sostenible de los desechos sólidos y las aguas residuales provenientes de las actividades domésticas y turísticas, a fin de preservar sus territorios de la contaminación ambiental. |
| 6 | Se fomentará el uso de técnicas constructivas, materiales locales y diseños propios de la arquitectura autóctona que armonicen con el entorno ambiental. |

DIRECTRICES PARA PRESERVAR, VALORAR Y POTENCIAR LA RIQUEZA Y LA AUTENTICIDAD DE EL PATRIMONIO CULTURAL DE LOS MIEMBROS DE REST.

| | |
|---|--|
| 1 | Las comunidades deben rescatar y darle a conocer al visitante aquellas expresiones de su cultura que estimen conveniente, evitando desvirtuar su autenticidad por presiones comerciales o imitar comportamientos extraños que debiliten su identidad sin descuidar el servicio y seguridad para el visitante. |
| 2 | La comunidad deben crear conciencia en el turista acerca del valor de las artesanías que adquiere y el trabajo que éstas representan. La transacción comercial debe generar un intercambio justo en el que las partes encuentran su interés y satisfacción. |
| 3 | Los niños tienen derecho a protección y a crecer en un ambiente de respeto hacia sí mismos y hacia los otros; estos valores deben ser inculcados en la familia, en la escuela y en la comunidad. Los niños no deben ser utilizados para vender productos y menos aún, para mendigar o solicitar pagos por ser fotografiados. |
| 4 | Las comunidades velarán por impedir cualquier tipo de abuso, tráfico y violencia sobre los niños y adolescentes. |
| 5 | Cada comunidad deberá contar con un código de conducta que garantice un desarrollo social y cultural armónico de la actividad turística, instruyendo a sus miembros y a los turistas acerca de las disposiciones que unos y otros han de observar. |

DIRECTRICES PARA FORTALECER REST, LAS INSTITUCIONES, LAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN Y LA COHESIÓN SOCIAL DE LOS MIEMBROS.

| | |
|---|--|
| 1 | La planificación y puesta en marcha de negocios turísticos les ofrecen a las comunidades una valiosa oportunidad para fortalecer las organizaciones comunales y mecanismos internos de participación, consulta y adopción de decisiones democráticas. |
| 2 | Las comunidades deben tomar iniciativas tendientes a garantizar la equidad entre los géneros, tanto en el acceso y control de los recursos, como en la distribución de las nuevas fuentes de empleo, ingreso y capacitación; para ello, impulsarán acciones que favorezcan el acceso de las mujeres a posiciones de liderazgo en las instancias de adopción de decisiones. |
| 3 | Las organizaciones comunitarias alentarán la creación de asociaciones y federaciones de turismo, con el propósito de lograr objetivos comunes de mayor alcance. La defensa de sus territorios, la preservación de la biodiversidad y los conocimientos colectivos son los objetivos de mayor relevancia. |
| 4 | Las autoridades comunales, con el apoyo de organismos públicos, universidades, ONG`s y agencias de cooperación, buscarán capacitar a sus propios cuadros, para reforzar su capacidad de respuesta al mercado y para lograr proyectos sostenibles que redunden en bienestar de sus comunidades. |
| 5 | Las organizaciones comunitarias deberían adoptar una política de alianzas institucionales y comerciales orientadas a suscribir acuerdos de cooperación con operadores de turismo, universidades, ONG`s y organismos internacionales, que busquen beneficios, tales como el acceso a nuevos mercados, asesoramiento técnico, apoyo financiero y respaldo político. |

| | |
|---|--|
| 6 | Las organizaciones indígenas y campesinas propiciarán la unificación de criterios en la adopción y aplicación de códigos de conducta relacionados con el turismo, especialmente, en los aspectos afines con los derechos colectivos, la afirmación de la identidad cultural y sus aspiraciones a una vida digna. |
| Fuente: REST. Base Conceptual. Proyecto Bosques – UCT – Redturs. Ecuador. 2008. | |

c. Participación en campañas para la protección social (Perú)

Se reproducen las recomendaciones del Programa Prevención de la Explotación Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes en el ámbito turístico para los hoteles en Perú.

- Mantener una política de rechazo a la explotación sexual comercial infantil.
- De ningún modo, el personal del hotel debe actuar como intermediario en este tipo de delitos.
- Cualquier prestador de servicios turísticos o persona que tome conocimiento de la realización de actividades relacionadas a explotación sexual infantil, deberá denunciar este hecho ante la autoridad policial.
- Exponer de forma visible el material informativo (afiches, videos calcomanías y folletos) de la campaña contra la explotación sexual comercial infantil, en especial, en la recepción del establecimiento de hospedaje y en las puertas de las habitaciones.
- Diseñar y elaborar su propio material informativo que contribuya a la campaña contra la explotación sexual comercial infantil, por ejemplo: incorporar en las tarjetas de aviso que se cuelgan en las perillas de las puertas, el mensaje de la campaña “No al Turismo Sexual Infantil”.

- Incluir en folletos informativos o promocionales del establecimiento de hospedaje, el mensaje de la campaña “No al Turismo Sexual Infantil”.
- Sensibilizar y capacitar al personal que labora en el establecimiento de hospedaje sobre cómo prevenir y denunciar la explotación sexual comercial infantil.
- Evitar todo alojamiento de niños, niñas o adolescentes que no se encuentren acompañados de sus padres o responsables o con la autorización de viaje correspondiente. En este sentido, sería conveniente incluir esta recomendación en los respectivos Reglamentos Internos del Establecimiento de Hospedaje y explicarla en las capacitaciones que se le impartan al personal.
- Exponer, en forma visible, los números telefónicos de la policía local, las Defensorías del Niño y del Adolescente, del Centro de Emergencia Mujer del Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social MIMDES.

(Tomado de Programa Prevención de la Explotación Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes en el Ámbito del Turismo. Perú)

d. Sábalos Lodge, Río San Juan (Nicaragua)

Se ubica en el Río San Juan y practica el verdadero ecoturismo, donde se combinan la naturaleza, lo rústico y las comodidades elementales requeridas en medio de la selva del trópico húmedo de Nicaragua. Se encuentra rodeado de una abundante flora y fauna, nativa y migratoria en temporada, gran cantidad de aves, variedad de mamíferos y muchas especies de reptiles, entre otros. Es un paraíso para los observadores de aves.

Trabaja fuertemente en la salud de las comunidades aledañas y coordina el apoyo para cuatro centros de salud en las comunidades de El Castillo, Boca de Sábalos, Buena Vista y Las Maravillas. El apoyo consiste en la coordinación de:

a) Las medicinas, por medio de la colaboración de donantes extranjeros, para suplir centros de salud, que brindan servicio a más de 20,000 pobladores.

b) El transporte y el trabajo gratuito de las brigadas de dentistas, oculistas, médicos generales y otras especializaciones médicas.

c) Diversas donaciones para el Hospital de San Carlos. Apoya el abastecimiento de energía, por medio de paneles solares para el Centro de Salud de Las Maravillas, la construcción de un pozo de agua y la instalación de las tuberías para el poblado de Boca de Sábalo, actualmente, está gestionando la construcción de servicios higiénicos para el centro de Salud de Buena Vista y otro para Las Maravillas.

Genera empleo para una zona deprimida económicamente e induce y apoya a los pobladores para que desarrollen artesanías, entre otras actividades, que generen empleos diferentes a los que está originando directamente en el hotel.

(Tomado de Eco - Index. www.ecoindextourism.org/es/sabalos_ni_es)

e. Yachana lodge, Río Napo (Ecuador)

El Yachana lodge es una ventana a la realidad de la vida y la cultura en la amazonia ecuatoriana, en el Río Napo. Está asentado en más de 405 hectáreas de tierra en la pequeña comunidad de Mondaña, ubicada a orillas del Río Napo entre el Puerto Misahuallí y el Coca. Yachana es un lodge dedicado a la preservación del medio ambiente y de la cultura de la zona, ofrece un hospedaje confortable y a la vez, es un incentivo para crear conciencia sobre la importancia del verdadero ecoturismo.

El ecoturismo es de vital importancia para la gente y la conservación de la selva amazónica. Para alcanzar este objetivo, utiliza un modelo innovador de desarrollo con base en una estructura tanto de

organización, como de empresa. La Fundación para la Educación y Desarrollo Integrado (FUNEDESIN) es una fundación sin fines de lucro, que ha creado dos empresas con conciencia social: Yachana lodge y Yachana Gourmet. Los ingresos de ambos negocios apoyan los proyectos del desarrollo sostenible y la conservación del bosque húmedo de FUNEDESIN, garantizando la sostenibilidad a largo plazo.

Yachana tiene como fortalezas la motivación de la comunidad local (Mondaña), a través del empleo y del entrenamiento, a los residentes locales, en administración hotelera y de restaurantes y para que puedan realizar paseos guiados; son ellos quienes brindan la oportunidad de conocer a fondo su cultura, ellos son los principales aliados. Trabajan juntos con las comunidades de la amazonia ecuatoriana para mejorar la educación, desarrollar asistencia médica basada en la comunidad, establecer prácticas sostenibles de agricultura, proveer alternativas económicas ecológicas y conservar el bosque húmedo.

(eco-indextourism.org/es/yachana_ec_es)



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

Beneficios económicos:



En un ambiente, donde el respeto a las diferencias es una política entre sus actores, las relaciones económicas serán beneficiosas para todos. La empresa debe practicar el comercio justo con la comunidad, por los productos y servicios que consume de ella. Al mismo tiempo, podrá solicitar que la comunidad tenga la misma actuación con la operación y sus grupos de visitantes.

Beneficios sociales:



La empresa le descifra al viajero, en términos básicos, los principales hechos de la cultura local. El turista espera que se maximice la

satisfacción de los servicios que recibe, al mismo tiempo que crean espacios donde la comunidad pueda conocer rasgos de las culturas que la visiten y con ello, se construye el principio de la interculturalidad que persigue el turismo. Este mutuo aprendizaje hará que la comunidad local conozca y comprenda las diferencias culturales e incorpore este saber a su desarrollo sostenible.

Beneficios ambientales:

El respeto y las buenas relaciones harán que las familias adopten muchas de las prácticas del establecimiento, especialmente, aquellas que respetan su entorno. En un ambiente de buenas relaciones será más fácil contar con aliados en las campañas medio-ambientales de la operación turística.

- UNICEF. Buenas Prácticas Sociales. Portal con muchos documentos e ideas de cómo implementar buenas prácticas en género, edad, etnia y personas con capacidades especiales. Incluye información de relevancia para la protección contra el HIV-Sida.

www.unicef.org/spanish/policyanalysis/index_40634.html



Manténgase informado

Para mayor información consulte estos documentos.

- UNESCO. Programa de Desarrollo Sostenible. Información sobre procesos que lleva a cabo UNESCO y como las operaciones turísticas pueden intervenir con su comunidad.

portal.unesco.org/education/

- Organización Mundial del Turismo. Programa de Protección a los niños de la explotación sexual.

www.unwto.org/protect_children/index.php

- UNICEF. La Juventud Opina. Portal con muchas ideas de cómo incorporarse activamente con la comunidad, especialmente con los jóvenes.

www.unicef.org/voy/spanish/





3. La empresa y la comunidad deben emprender acciones que favorezcan el rescate y la protección del patrimonio histórico-cultural

¿Qué es el rescate y la protección del patrimonio histórico-cultural?

A la empresa turística, se le reconocen ciertos esfuerzos tendientes a conservar y mejorar, de forma responsable, la preservación de los recursos del patrimonio cultural tangible, tales como: arqueología, colecciones y obras de arte, e intangible, tales como: voces, valores y tradiciones populares. Este rol contribuye eficazmente con otros organismos, tanto públicos como privados, en la tarea común de conservar el legado ancestral de los distintos lugares. La empresa turística, al lado de la comunidad, serán quienes interpreten estos recursos con una autenticidad que sea compatible con la idiosincrasia local.

La conservación de los recursos del patrimonio cultural no impide que se estimulen ingresos económicos mediante su uso turístico, pero con el debido cuidado y consideración, a fin de preservarlos para las generaciones venideras; se deben desarrollar estrategias de gestión del turismo que estén conforme con las convenciones, leyes y reglamentos relativos a la conservación de los recursos significativos del patrimonio, y que respeten las normas y protocolos de la comunidad que mantienen, custodian y aseguran el cuidado de los sitios importantes.

En el campo de turismo cultural se plantea que, en esencia, todo viaje podría ser "cultural" ya que todo turista adquiere una experiencia de otro país basada no solamente en el medio natural, si no fundamentalmente en la comunidad y sus relaciones con el entorno.



¿Cuál es la importancia de implementar el rescate y la protección del patrimonio histórico-cultural?

La autenticidad es fundamental para el turismo cultural que actualmente está en auge. Constituye un elemento esencial del significado cultural expresado a través de los materiales físicos, del legado de la memoria y de las tradiciones intangibles que perduran del pasado. En este aspecto, coincide la mayoría del sector turístico. Se considera que en los próximos años, el turismo cultural se verá favorecido, entre otros factores, porque se está produciendo un envejecimiento poblacional en los principales mercados emisores. Esto hará que haya más gente con tiempo libre para consumir este segmento turístico, especialmente, personas que por su edad, no van a realizar turismo de aventura.

Pequeños lugares que han rescatado atractivos culturales, hoy son protagonistas en el flujo turístico mundial. El patrimonio que ha sido conservado con ayuda de la empresa turística y la comunidad y que sirve como un gancho motivacional para atraer turistas, puede ser tan variado como la gastronomía local, museos de sitio, ruinas históricas, ritos ancestrales, medicina ancestral, edificios históricos (civiles o religiosos), cine, danza o tan simple como el recurso del idioma que actualmente está desarrollando el llamado "turismo idiomático" que mueve a millones de personas de un lugar a otro por el interés que muestran para aprender otros idiomas o dialectos.

La empresa turística tiene una oportunidad de negocios en el nicho del turismo cultural, puesto que un viajero para quien la cultura es el principal motivo del viaje, cuando está en este destino, vive una experiencia cultural intensa. Este visitante ha recopilado bastante información sobre el destino antes de desplazarse y no se limita a la oferta cultural más evidente. Además él busca que el viaje sirva para conocer de primera mano el destino elegido, así como ampliar sus conocimientos y descubrir nuevos horizontes. Este tipo de turista es exigente y crítico, y espera encontrar en el destino información accesible y profesional.



Alianza para el Patrimonio Mundial (World Heritage Alliance)

La Alianza para el Patrimonio Mundial para Turismo Sostenible es una iniciativa basada en la membresía que apoya el trabajo de conservación de Patrimonios Mundiales, turismo sostenible y el desarrollo económico para comunidades del sitio Patrimonio Mundial de la UNESCO y alrededor del mismo. La Fundación de las Naciones Unidas y Expedia, Inc. crearon la Alianza para el Patrimonio Mundial en el otoño de 2005 con la aprobación del Centro de Patrimonio Mundial de la UNESCO.

La Alianza para el Patrimonio Mundial para Turismo Sostenible involucra a la industria de viaje a promover prácticas ambiental y económicamente sostenibles alrededor de los sitios Patrimonio Mundial. También educa a los viajeros acerca de la importancia del turismo sostenible alrededor de los sitios y apoya el desarrollo sostenible de las comunidades en el área. La meta de esta alianza es el galvanizar un amplio apoyo para la conservación de los sitios Patrimonio Mundial, turismo sostenible y desarrollo económico local para las comunidades del sitio Patrimonio Mundial de la UNESCO y alrededor del mismo.

En la actualidad hay 851 sitios Patrimonio Mundial que abarcan 184 países y ofrecen una extraordinaria gama de experiencias de viaje. Estos sitios han sido internacionalmente reconocidos por su sobresaliente valor y son protegidos por la Convención de Patrimonio Mundial del año 1972, la cual fue firmada por 184 países y administrada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO por sus siglas en inglés).

Entre los sitios Patrimonio Mundial se incluyen muchos de los iconos más conocidos como destinos de viaje, tales como la Gran Barrera de Arrecifes de Coral de Australia; las Pirámides Egipcias; el Taj Mahal en la India; Stonehenge en Inglaterra; las Islas Galápagos en Ecuador; el Amazonas en Brasil, la Barrera de Arrecifes en Belice y docenas de otros lugares en las Américas.

Para una lista completa de los sitios Patrimonio Mundial visite:
whc.unesco.org/en/list

Compromiso de los Miembros de la Alianza para el Patrimonio Mundial

- Cumplir los principios de la Alianza para el Patrimonio Mundial para promover la responsabilidad ambiental, cultural y social.
- Educar a los turistas viajeros para que practiquen un turismo responsable en los sitios Patrimonio Mundial y sus alrededores.
- Apoyar las iniciativas turísticas locales de la comunidad en los sitios Patrimonio Mundial como medios importantes para la conservación del sitio y el desarrollo sostenible.

Principios de la Alianza para el Patrimonio Mundial

La Alianza para el Patrimonio Mundial ha adoptado los siguientes principios como guías para los miembros de la industria de viaje en sus esfuerzos para fomentar el turismo sostenible en los sitios Patrimonio Mundial y sus alrededores.

Estos principios son modelados en el concepto de Geoturismo de la National Geographic Society, el cual se define como turismo que sustenta o mejora el carácter geográfico de un lugar - su ambiente, cultura, estética, herencia y bienestar de sus residentes. A través de la implementación de estos principios, los miembros de la Alianza reconocen su significativo papel y capacidad de mejorar el lugar destino y a su vez minimizar los impactos negativos; promueven la responsabilidad social, aseguran la satisfacción del turista y conducen sus negocios de manera que beneficien a sus comunidades aledañas. Los siguientes principios son requisitos para todos los miembros de la Alianza para el Patrimonio Mundial.

Impacto en el lugar destino

Integridad del lugar

Los empresarios deben asegurarse que los hábitats naturales, los sitios del patrimonio, atractivo estético y la cultura local (especialmente los sitios Patrimonio Mundial) sean sostenibles. Deben mantener los volúmenes de turistas dentro de un límite máximo aceptable y buscar negocios

modelos que puedan operar y ser rentables dentro de ese límite a fin de garantizar la protección del patrimonio construido, de los ecosistemas, la biodiversidad, el paisaje y las especies en vía de extinción dentro de sitios Patrimonio Mundial. Por otra parte, los empresarios también deben también presentar e interpretar la autenticidad de estos lugares y experiencias culturales para motivar la apreciación y conocimiento de la herencia cultural y natural del lugar destino.

Los negocios deben impulsar el carácter geográfico del sitio destino a través del desarrollo y mejoras en la propiedad, lugar destino y comunidad, en formas que apoyen y reflejen la estética, dimensiones culturales y sociales, paisajes naturales y culturales y características de la biodiversidad de la región para así motivar la diferenciación de mercado y el orgullo cultural. Debe darse preferencia al uso de materiales locales y al trabajo con comunidades nativas y tomar en consideración el carácter del lugar y las tradiciones vernáculas.

Las empresas deben promover actividades turísticas elaboradas de manera que protejan la herencia cultural del lugar de destino al permitir que productos culturales, tradicionales, artesanías y el folklore sobrevivan y florezcan, en lugar de que sean perdidos o se conviertan en estándares.

Selectividad de mercado

Es importante motivar el crecimiento responsable del turismo en segmentos del mercado que aprecien, respeten y difundan los beneficios y atractivos de la localidad y de sus sitios Patrimonio Mundial. Esto incluye el trabajar con empresas que sean sensibles a las necesidades ambientales, culturales y sociales y dar preferencia a las empresas basadas en la comunidad.

Diversidad de mercado

Es necesario apoyar una amplia gama adecuada de alimentos y otros productos y servicios relacionados con el turismo en el mercado geoturístico y maximizar la elasticidad económica en el corto y largo plazo. Las empresas deben buscar reducir el impacto de la actividad turística sobre el ambiente y alentar el impacto positivo que beneficia a la industria turística y a la economía local al ofrecer promociones y especiales en temporadas bajas y aprovechar el potencial de la diversidad cercana a los sitios Patrimonio Mundial a través de una oferta turística más amplia.

Conservación de los recursos

Los participantes en el desarrollo turístico deben salvaguardar el entorno natural con miras a alcanzar un crecimiento económico continuo y sostenible orientado a satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones presentes y de futuras generaciones. Las empresas deben incluir políticas sobre energía eficiente, manejo de aguas, desechos sólidos, tratamiento de aguas y purificación del aire en sus planes administrativos. Las empresas deben anunciar estas medidas de manera que puedan educar y concientizar la conducta de los turistas durante sus viajes.

Evaluación

Se debe establecer un proceso de evaluación conducido en bases regulares por un grupo independiente, el cual represente los intereses de todos los participantes y publique los resultados de la misma. Profesionales en el turismo e inversionistas particulares regidos bajo regulaciones de las autoridades públicas, deben llevar a cabo estudios de impacto de sus empresas en el ambiente y sus alrededores. Deberán también entregar, con gran transparencia y objetividad, información sobre sus futuros programas y sus posibles repercusiones y fomentar el diálogo de sus contenidos con las poblaciones interesadas.

Responsabilidad social

Se debe reconocer que los valores éticos más comunes para la humanidad - con una actitud de tolerancia y respeto por la diversidad de religiones, creencias filosóficas y morales - son tanto la base, como la consecuencia del turismo responsable. Los participantes en desarrollo del turismo deben observar las tradiciones culturales y sociales, incluyendo minorías y grupos indígenas y reconocer su valor. El desarrollo del turismo y sus prácticas, deben ser conducidos en armonía con los atributos y tradiciones de las religiones y países anfitriones respetando sus leyes, prácticas y costumbres.

Experiencias del turista

¿Qué impacto podría tener la implementación de estas estrategias en el turista?

Satisfacción del turista

Asegúrese que el turista emocionado y satisfecho, regrese a casa con nuevas anécdotas y experiencias sobre sus vacaciones y que las comparta con amigos para motivarlos a que también las experimenten, provocando así una demanda constante de ese lugar destino.

Interpretación interactiva

Involucre tanto a los visitantes como a los anfitriones en el aprendizaje del sitio Patrimonio Mundial y sus alrededores. Anime a los residentes a compartir las herencias culturales y naturales de sus comunidades, de esa manera los turistas podrán tener una experiencia enriquecedora y los residentes se sentirán orgullosos de ella.

Mercado geoturístico

Trabaje para promover el turismo sostenible como una filosofía de viaje. Eduque a los viajeros acerca de los beneficios del Geoturismo y acerca de cómo pueden ellos contribuir a la conservación de los recursos naturales, la preservación de cultura y al desarrollo local económico en su viaje a través de sus decisiones. Ofrezca productos, servicios y actividades que los geoturistas disfruten y puedan recomendar a otros viajeros responsables.

Ventaja comunitaria

Basa el turismo en recursos locales. En la medida de lo posible, trabaje con pequeñas empresas locales y grupos cívicos para construir alianzas que promuevan y provean una experiencia honesta y especial al visitante, enfatice sobre los beneficios económicos y sociales y como éstos son dirigidos para el alivio de la pobreza con una clara comunicación acerca de las políticas de manejo de su empresa para mantener estos beneficios.

Los pobladores locales deben involucrarse en actividades turísticas y compartir en forma equitativa los beneficios económicos, sociales y culturales que estas generen, especialmente la creación de empleo directo

e indirecto de las mismas. Las empresas de turismo deben incentivar la capacitación y el empleo de guías e interpretes de la comunidad anfitriona, para motivar el desarrollo de las habilidades de los locales en la presentación e interpretación de sus valores culturales. Los miembros de la industria del turismo, deben también apoyar a pequeños empresarios locales a desarrollar enfoques para el turismo, basados en el ámbito natural del área, su historia y su cultura, incluyendo bebidas comidas, artesanía, arte, etc.

Los derechos fundamentales de los trabajadores asalariados y de aquellos que trabajan por su cuenta en la industria del turismo y actividades relacionadas, deben ser garantizados bajo la supervisión de las administraciones nacionales y locales, ambas en su localidad de origen y en el país anfitrión. Un cuidado particular debe ser dado a las limitantes específicas relacionadas a la temporada de la actividad, la dimensión global de su industria y la flexibilidad usualmente necesaria por la naturaleza de esta industria de trabajo.

Para mayor información
www.worldheritagealliance.org



¿Qué puede hacer su empresa?

La comunidad y la empresa deben considerar que muchos lugares cuentan con un patrimonio histórico importante, por lo que es de suma importancia trabajar en la sostenibilidad de este ambiente.

Juntos deben estar propensos a crear eventos, como conciertos, rutas temáticas o exposiciones complementadas con todo tipo de actividades, a partir de su patrimonio histórico-cultural.

a. La operación turística y la comunidad deben participar en procesos de rescate y enriquecimiento cultural, como pueden ser la investigación sobre los antepasados y sus costumbres

- Conforme un comité de gestión cultural, junto con la comunidad. Analice cuáles son las necesidades apremiantes para con el conocimiento básico

del legado cultural de la zona. De este proceso, se obtendrá un listado básico de necesidades junto con la identificación de quienes pueden ayudar a solventar estas insuficiencias.

- Solicíteles, junto con la comunidad, a universidades y otros centros académicos ayuda para que pasantes puedan realizar estudios sobre el patrimonio cultural del lugar donde se encuentra la operación; los pasantes deberán estar registrados y se les otorgarán facilidades necesarias a cambio de que su trabajo enriquezca el conocimiento que se tiene sobre la zona.
- Exponga sus necesidades a instancias gubernamentales, éstas pueden ser esenciales para el rescate, registro y protección del patrimonio cultural de la zona. Lo importante es que cuando solicite la ayuda se haga un seguimiento de logros.

b. El turista está ansioso por conocer la historia y la cultura local, por lo que es bueno auspiciar la preservación de los conocimientos tradicionales y ancestrales, tales como: la medicina ancestral, historias y leyendas o el uso de ciertas plantas locales para la nutrición

- La empresa turística debe incorporar, en su oferta, los hallazgos obtenidos con la investigación del patrimonio cultural local. Estos conocimientos se pueden presentar de diversas maneras.
- Incorpore, en la oferta gastronómica de la empresa turística, platos tradicionales de la zona, siempre y cuando los géneros que se utilicen en esta preparación no afecten a la sostenibilidad natural, por ejemplo, si se va a ofertar una carne de un animal, debe provenir de zocriaderos destinados para este efecto. Del mismo modo, con plantas y condimentos que incluyan la diversidad de estas especies en la zona.
- Como un complemento gastronómico, se debe informar a los turistas sobre el contenido nutricional del plato y sus rasgos culturales en la zona. Explicar que si la comida es realizada para cierto tipo de fechas o festividades locales, aumentará su valor al turista.
- Si la zona es conocida por procesos medicinales-ancestrales, la empresa

turística y la comunidad deben ofertar la experiencia para que los turistas la conozcan y disfruten; todo ello, complementado con una interpretación local de su significado y actualidad proporcionarán un atractivo invaluable para las expectativas del cliente.

- Le empresa turística y la comunidad pondrán a disposición de sus visitantes, ya sea por medio de su página Web o por medio de literatura disponible en el lugar, la recolección de los hechos culturales que se hayan obtenido de la zona.
- La empresa turística se asegurará que todos sus empleados entiendan la dimensión cultural de la zona, para que sean capaces de resolver las inquietudes referentes con el tema.
- Se deben auspiciar los procesos para la capacitación de guías locales, quienes sean los encargados de la interpretación de los hechos que serán develados ante el turista.
- Finalmente, es necesario llevar un registro de los comentarios que hayan tenido los clientes sobre su experiencia cultural, esto servirá de base para que el comité de gestión cultural pueda evaluar sus funciones y logros.

c. La empresa debe programar encuentros para que el huésped pueda disfrutar del patrimonio cultural local, es recomendable apoyar y desarrollar encuentros culturales entre el turista y las comunidades locales, tanto dentro de la operación como en sus alrededores, por medio de su programación y difusión como actividades opcionales de la empresa

- Como parte de las actividades del Comité de Gestión Cultural, la empresa turística debe desarrollar un listado de las posibles actividades culturales, que servirán como punto de encuentro entre el turista y la población local.
- Brinde motivación para que la comunidad desarrolle PYMES que oferten las actividades culturales que se le brindarán al cliente.

- Se puede fomentar la participación activa y de aprendizaje, por parte de los turistas, en actividades de producción creativa de artesanías de la comunidad. Junto con las personas de comunidad desarrolle un paquete, en el cual los turistas puedan aprender y realizar dichas actividades.

- Otra actividad es el intercambio de danzas y músicas tradicionales. La comunidad puede ofertar una pequeña presentación de música y danza, y posteriormente, se invitará a que los turistas enseñen este aspecto de su cultura. Consecutivamente, se debe establecer una reunión donde se comenten los hechos.

- Mantenga, en un lugar visible, el calendario de fiestas de la comunidad, especificando a cuál de ellas los turistas pueden acceder como observadores y/o participantes invitados.

- Invite a los turistas a realizar donaciones que estén destinadas al rescate y preservación del patrimonio cultural-histórico de la comunidad local. Sea explícito en cómo se puede realizar la donación, e indique para qué será utilizado este ingreso.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

a. Ak' Tenamit - Bugamana, Izabal (Guatemala)

El objetivo del programa educacional de Ak' Tenamit's es proveerles a los jóvenes de la comunidad Maya de Q'eqchi, conocimientos, competencias y motivación para ayudarse a sí mismos y a su comunidad. En respuesta a la necesidad de una educación secundaria y gracias a varios donantes, Ak' Tenamit abrió su centro educativo Padre Tom Moran, en el año 2001. La infraestructura del centro fue construida por los estudiantes y sus padres, con la ayuda de voluntarios internacionales. Los estudiantes aún continúan a cargo del mantenimiento y limpieza de este centro. El centro tiene una extensión de 140 acres en un área de bosque lluvioso, tiene unas aulas redondas

que armonizan con la arquitectura ancestral y además, cuenta con laboratorios de cocina, una granja orgánica, una tienda artesanal, una tienda de regalos y el restaurante-escuela.

Ak' Tenamit promueve el desarrollo y el bienestar sostenible de la población, ayuda a las comunidades locales y promueve el patrimonio natural y cultural, sin provocar daños. En el Restaurant Bugamama se preserva la cocina tradicional Maya. La organización ayuda a las comunidades locales a través de la retribución del 100% de las ganancias.

(Tomado de eco-indextourism.org/es/bugamama_gt_es)

b. Takalik Maya Lodge, Retalhuleu (Guatemala)

En Takalik Maya Lodge, usted se alojará en una estancia cafetalera antigua, remodelada y adecuada conforme a los requerimientos turísticos actuales; además, tiene la posibilidad de utilizar las suites dentro de la Reserva "La Montaña"; podrá hacer el tour del café y compartir las tradiciones y costumbres de la comunidad local anfitriona, combinando actividades como:

- a) realizar un recorrido a caballo y visitar el Parque Nacional Arqueológico Takalik Abaj
- b) efectuar una caminata en las plantaciones de café, hule, macadamia y papaya, participando en los procesos de producción
- c) observar diversas especies de flora y fauna, sobre todo de aves
- d) bañarse en una poza natural de agua fría de montaña, e) elaborar artesanía
- f) asistir a celebraciones mayas
- g) escalar el Volcán Chicabal y visitar la laguna sagrada localizada en el cráter

La antigua Finca Cafetalera Montes Elíseos cambió su actividad agrícola por la actividad turística, para favorecer a las 22 familias que viven y trabajan dentro de la finca. Durante un periodo de dos años, se introdujo la actividad turística y se capacitó a todo el personal. Los 29 empleados de la finca se han beneficiado con la llegada de turistas nacionales y extranjeros, devengando mejores sueldos, además, la región ha iniciado movimientos colaterales, en el caso de transporte, artesanías y mano de obra.

(Tomado de Eco - Index. eco-indextourism.org/es/takalik_maya_lodge_gt_es)



Manténgase informado

Para mayor información consulte estos documentos:

- UNESCO. UNESCO Cultura. Portal con toda la información relevante de las acciones que se pueden emprender con el patrimonio material e inmaterial del mundo, incluye acciones del turismo sobre sitios patrimonio de la humanidad.
portal.unesco.org/culture
- Rainforest Alliance - Banco Interamericano de Desarrollo. Eco Index Turismo Sostenible.
eco-indextourism.org/
- Organización de los Estados Iberoamericanos. Portal de Cultura y Turismo. Muchos artículos con información e ideas para implementar una política de sostenibilidad en el ámbito socio- cultural del turismo.
www.oei.es/cultura/turismo.htm
- UNESCO. Revista Cultura y Desarrollo. Portal del cual se puede descargar interesantes artículos con propuesta que relacionan a la cultura como elemento de desarrollo comunitario.
www.unesco.org/cu/culturaydesarrollo/

- Turismo y Cultura (Chile). Portal con ideas empresariales y de buenas prácticas de cómo reaccionar a la cultura local y al turismo.
www.turismoycultura.cl/
- Turismo Responsable. Portal con ideas prácticas de cómo implementar acciones que auspicien la Responsabilidad Social Corporativa de los emprendimientos turísticos.
www.turismoresponsable.net/Responsabilidad-social.htm
- Forum Universal de las Cultural Barcelona 2004. Portal con varios documentos que exploran la relación entre el turismo y la cultura a nivel mundial.
www.barcelona2004.org/esp/portada.htm
- Red de Turismo Sostenible Comunitario de América Latina. Portal con variedad de documentos y ejemplos de emprendimientos turísticos comunitarios.
www.redturs.org
- Tourism Watch. Portal en inglés con información sobre programas de desarrollo entre el turismo y las comunidades locales.
www.tourism-watch.de/home_gb/
- World Heritage Alliance es una organización que se enfoca en la protección de los sitios declarados por la UNESCO como patrimonio de la humanidad, sobre todo propiciando un trabajo con turismo sostenible que beneficie a los sitios y a las comunidades.
www.worldheritagealliance.org
- Secretaría de Cultura, Recreación y Deportes (Bogotá, Colombia). Portal con información de actividades culturales relacionadas con el turismo.
www.culturarecreacionydeporte.gov.co/
- Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares CIDAP. Portal con basta información sobre las artesanías y su revalorización. En la zona de publicaciones tiene valiosos artículos sobre juegos, gastronomía, medicina tradicional, entre otros.
www.cidap.org.ec/
- Programa PYMES del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (España). Portal con información para emprendedores turísticos.
www.ipyme.org/IPYME/es-es



4. La empresa y la comunidad ofertan actividades culturales como parte del producto turístico

¿Qué significa que la empresa y la comunidad oferten actividades culturales?

El patrimonio cultural ha sido hasta el momento un vasto territorio utilizado por el turismo como un elemento clave para atraer a sus turistas. En él se encuentran las manifestaciones históricas de la zona, como: su arquitectura civil, religiosa o militar, zonas con alto valor histórico, sitios arqueológicos, museos o simplemente colecciones particulares que pueden ser manejadas por la comunidad o por la misma empresa turística.

La empresa puede trabajar en conjunto con un grupo étnico específico. En este caso, el patrimonio cultural tendrá elementos como, la arquitectura ancestral del lugar, manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias, música y danza, artesanías, elaboración de instrumentos musicales, tejidos, indumentarias, máscaras, alfarería, trabajo en metales, pintura, ferias y mercados, comidas y bebidas típicas y finalmente, prácticas medicinales ancestrales.

El lugar puede tener otros recursos como centros científicos, jardines botánicos, bibliotecas especializadas, parques recreacionales, obras técnicas de gran importancia para una región, festivales de cine, concursos permanentes, carnavales, eventos deportivos, entre otros. Todos estos aspectos son en los que la empresa y la comunidad deben trabajar. También, ambas deben definir cuál es su patrimonio cultural local, para luego fijar las actividades que se pueden ofrecer en el lugar.

De acuerdo con cada caso y por mencionar algunas, la empresa turística y la comunidad podrían ofertar:

- Visitas en las cuales el turista pueda entretenerse, conocer y aprender acerca de los vestigios arquitectónicos que se encuentren en un lugar. Mucho dependerá de la importancia histórica del sitio y de otros factores,

como el grado de mantenimiento de lugar, para que la empresa y la comunidad puedan establecer cómo aprovechar al máximo esta oferta.

Rutas artesanales:

Si la comunidad produce una artesanía, entonces unida a la empresa turística, tienen una muy buena oportunidad para crear una ruta artesanal que le indique al turista el proceso desde la recolección misma de la materia prima hasta el expendio de los productos terminados.

Visitas a museos:

Algunas empresas turísticas se encuentran cerca de museos históricos o arqueológicos de comunidades locales que son de mucha importancia, por ejemplo, el Museo de las Tumbas Reales del señor de Sipán en Perú, lugar que ha potencializado la demanda de turistas con motivación cultural en la zona.

Visitas educativas:

Más a menudo las instituciones educativas ofertan viajes al sitio específico para aprender sobre un hecho cultural en particular. Si la empresa y la comunidad detectan como oferta la oportunidad de asociarse con el sistema educativo para el aprendizaje sobre un tema cultural, de seguro existe un producto con un fuerte potencial de éxito para las partes.

Participación en actividades cotidianas:

Cada vez más frecuentemente, existen personas que desean ir a un lugar e involucrarse con la comunidad en sus actividades agrícolas, gastronómicas o de otro tipo.

Festivales, congresos y eventos culturales:

Mucha gente se ve atraída a visitar un lugar por este tipo de oferta. Para los turistas resulta muy interesante participar en un festival en el mismo sitio donde se ha producido ancestralmente.

Puesto que el turismo (nacional e internacional) se ha convertido en uno de los más importantes vehículos para el intercambio cultural, su conservación debería proporcionar oportunidades responsables y bien gestionadas a los integrantes de la comunidad anfitriona, así como proporcionarles a los visitantes la experiencia y comprensión inmediata de la cultura y patrimonio de esa comunidad.

La empresa turística y la comunidad deben tener claro que la planificación de la conservación y del turismo en los sitios de patrimonio debería garantizar que la experiencia del visitante valdrá la pena y será satisfactoria y agradable.



¿Cuál es la importancia de implementar el que la empresa y la comunidad oferten actividades culturales?

Para la empresa turística demostrar el uso de prácticas culturales y sociales adecuadas aumentará el apoyo al turismo por parte de las comunidades locales y minimizará el riesgo de que aparezcan conflictos en el futuro. Los problemas o la ausencia de apoyo por parte de las comunidades que tienen una percepción negativa de los turistas pueden afectar negativamente la experiencia vivida por los visitantes y disuadir a futuros visitantes.

Cada lugar tiene un patrimonio cultural distintivo que puede ser utilizado para atraer a nuevos turistas. La empresa turística debe descubrir el potencial y su valor para contrastarlos con las demandas de los turistas y posteriormente, planificar actividades para que el turista las pueda disfrutar. Es importante que la empresa cuente su historia local por diferentes medios, como publicaciones e Internet y que promocionen las diferentes posibles actividades en el lugar.

Esta oferta cultural debe ser transferida a los operadores de turismo quienes lo podrán empacar de diferente manera. De esta forma se ayudará a reforzar y mejorar los vínculos económicos entre las comunidades y las empresas locales y a que un destino turístico sea sustentable a largo plazo.



¿Qué puede hacer en su empresa?

Como se ha manifestado, el turismo puede mejorar las condiciones de vida local, pero un desarrollo sin control puede crear varios impactos

negativos como inequidad en la obtención de beneficios, mendicidad, prostitución, alcoholismo, delincuencia, entre otros. La empresa turística y la comunidad deben pensar en estos posibles impactos negativos, por lo que es necesario que se comprometan en una alianza cooperativa que sea genuina y busque establecer una relación basada en el respeto mutuo. Para ello, se pueden implantar varias acciones operativas.

a. Promueva el conocimiento sobre la producción artesanal de la zona, al crear un atractivo de interés y al fortalecer los ingresos locales.

- Investigue los rasgos culturales de la zona y temas relacionados con su arquitectura, historia, creencias, bailes y música.
- Consulte con la comunidad cuáles de los rasgos culturales pueden ser expuestos abiertamente a los visitantes. Recoja la mayor información de personas claves de la comunidad, como ancianos o estudiosos de la cultural local.
- Mantenga información disponible para los turistas sobre los lugares y las empresas de la comunidad que ofertan productos artesanales, obras de arte u otros trabajos con valor cultural. Infórmeles a los visitantes sobre la cultura, costumbres, tradiciones y valores locales y proporcione pautas de cómo pueden garantizar que su comportamiento será respetuoso con las comunidades y personas que se puedan encontrar.
- Incorpore, dentro de su decoración y equipamiento, artesanías y otros utensilios hechos a nivel local. Junto a cada uno de ellos mantenga una cédula informativa para el huésped con lo relevante a su proceso y a su significado en el área.
- Promueva la venta de obras y otros productos realizados artesanalmente por la comunidad en su empresa. Recuerde que dichos materiales y productos no deben atentar contra la sostenibilidad natural ni cultural del área.
- Programe periódicamente charlas sobre los asuntos culturales locales para incorporarlos a su plan de capacitación del personal que trabaja en la operación.

- Difunda la riqueza artesanal local mediante su uso en la decoración del lugar, la venta en una tienda de la operación o por la visita a centros de producción.

b. Incentive a los turistas para conocer y compartir la riqueza de danzas y música de la zona, ya sea dentro o fuera de la operación, en momentos programados y difundidos.

- Incorpórese de manera personal en grupos sin ánimo de lucro y en proyectos de desarrollo cultural, tales como agrupaciones de danza y música tradicional.
- Ofrezca su asesoramiento para que estos grupos cuenten con un plan que garantice los fondos necesarios para la investigación y difusión de los ritmos ancestrales.
- Incorpore en su oferta presentaciones artísticas durante un evento especial, el almuerzo o la cena. Asegúrese que el grupo reciba un reconocimiento económico por su participación.
- Si la magnitud de la oferta musical y de danza local lo amerita desarrolle, junto con la comunidad, la idea de establecer un programa o evento permanente donde se presenten varios grupos artísticos de la zona y se pueda invitar a otros, tanto a nivel nacional como internacional.

c. Promocione el aprendizaje de lenguas nativas por parte de los turistas mediante su inclusión en folletos o su uso con los miembros de la operación

- Investigue y recopile frases, modismos, nombres históricos, nombres geográficos, nombres gastronómicos, nombres comunes de animales y plantas de la zona. Haga una lista con los significados de cada una de ellas y sus usos. En muchos casos, detrás del nombre existen historias muy interesantes.
- Difunda sus hallazgos, ya sea por medio de mapas, folletos, publicaciones o por Internet. Los turistas se sienten muy atraídos por temas como estos que les ayudan a satisfacer su experiencia cultural.

- Capacite a su personal para que intercambie con los turistas esta información, por ejemplo, el equipo de recepción debe enseñarle al turista cómo se dicen frases de uso común en una lengua nativa (como “buenos días”, “por favor”, “gracias”). Instruya a sus colaboradores para que recopile frases y modismos de otras partes del mundo. Sería interesante compilar un folleto con modismos de otros lugares.

- Mucho de lo recopilado le puede ayudar para adoptar nombres locales en su empresa, por ejemplo, varios hoteles les designan a sus habitaciones nombres geográficos de la región. Esto les facilita la decoración del lugar, ya que pueden hacerlo con base en el nombre de cada habitación. De la misma manera, otros pequeños hoteles han adoptado a sus habitaciones con nombres de artesanías, de canciones o de personajes ilustres de la región.

- Para lograr una comunicación efectiva en este aspecto, recuerde que para que su personal pueda hacer uso de la idiomática local deberá conocer el idioma de procedencia del turista. La capacitación en idiomas de donde proviene su principal cliente es fundamental para el desarrollo de su empresa y de su personal.

d. Promueva espacios que permitan el intercambio cultural

- Investigue y sistematice toda la información disponible sobre ritos ancestrales del lugar. Tales ritos pueden ser mágico-religiosos o hechos culturales que se han transmitido de generación en generación.
- Determine cuáles de estos rituales pueden ser expuestos al turismo. Evite lugares privados o muy sensibles y busque el apoyo de la comunidad local en la selección de los sitios a visitar.
- Ofrézcale a su cliente visitas programadas a estos rituales ancestrales. Incluya paradas o estancias en otros negocios locales como parte de esta experiencia turística, dado que así se puede aumentar los beneficios económicos para los autóctonos y se añade un elemento valioso de exclusividad al atractivo.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?



Manténgase informado

a. Napo Wild Life Center , Río Napo (Ecuador)

El trabajo de los artesanos de la parte baja del río Napo, en la Comunidad de Añangu, es un aporte vital del Napo Wildlife Center. Dentro de la construcción se definieron dos espacios para que la comunidad los utilice como taller. También se ha auspiciado la capacitación de miembros de la comunidad en procesos de comercialización artesanal.

La artesanía hecha por los miembros de la comunidad (cerámica y trabajos en balsa) se vende en el centro en un lugar establecido para tal efecto y el monto total de las ventas es entregado al artesano. La operación no cobra comisiones por este servicio y todo el dinero va hacia el artesano que realizó el trabajo.

(Tomado de la página de Napo Wild Life Center. www.napowildlifecenter.com/)

b. Black Orchid Resort, Old River (Belice)

Black Orchid Resort se encuentra en los márgenes del Old River. Black Orchid Resort es miembro del "World Heritage Alliance for Sustainable Tourism". Como parte de una alianza entre Expedia.com y la Fundación de las Naciones Unidas, actualmente, el Resort está realizando esfuerzos de conservación y aplicando prácticas sostenibles al apoyar a proveedores y empresas locales que utilizan recursos renovables y al utilizar productos de limpieza eco-amigables.

Esta empresa apoya a la comunidad mediante el patrocinio de eventos locales, la compra de productos elaborados con recursos renovables por artesanos locales, la adopción de parques locales y la contratación de empleados locales.

(Tomado de Eco - Index. eco-indextourism.org/es/black_orchid_bz_es)

Para mayor información consulte estos documentos:

- Marcha Global Contra el Trabajo Infantil. Portal en inglés con acciones que se deben considerar para proteger a los niños del mundo. www.globalmarch.org/
- Organización Mundial del Turismo. Código de ética en el Turismo. www.unwto.org/code_ethics/sp/global.htm
- Revista Tunza. Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Revista con excelentes ideas para vincular el desarrollo de la empresa con el de la comunidad. www.pnuma.org/tunza/
- Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Portal con información sobre los impactos socio-culturales del turismo y de maneras de mitigarlos. Incluye documentos sobre buenas prácticas en hoteles y en el consumo local. www.pnuma.org/industria/turismo_sustentable.php
- National Geographic Sustainable Tourism Resource Center. Portal en inglés con información de buenas prácticas en turismo a nivel mundial www.nationalgeographic.com/travel/sustainable/
- OMT. Cooperación entre los sectores público y privado. Por una mayor competitividad del turismo. 2001. España.
- Rainforest Alliance - Banco Interamericano de Desarrollo. Eco Index Turismo Sostenible. eco-indextourism.org/
- Wisconsin Environmental Initiative. Travel Green Wisconsin: Checklist. 2006. Estados Unidos www.travelgreenwisconsin.com.



ÁMBITO AMBIENTAL







Ámbito Ambiental

Introducción

En muchos países que se encuentran en vías de desarrollo, el turismo puede ser más lucrativo que las industrias agrícolas, ganaderas, textiles o de otro tipo. Sin embargo, si la industria turística no se regula adecuadamente puede generar un impacto negativo en la cultura local y en el ambiente natural. Día a día se observan casos que ilustran esta situación, por ejemplo, la construcción extensiva de hoteles daña la vegetación de un sitio y le resta atractivo al paisaje. Los turistas producen toneladas de desechos plásticos cerca de las playas y el comportamiento y la reproducción de los organismos silvestres se alteran, entre otros. La naturaleza tiene sus límites y cuando se llegan a deteriorar las atracciones de un sitio por su uso inadecuado, el destino turístico decae.

La creciente conciencia ambiental y social en los viajeros de hoy se debe considerar en los planes de acción de los empresarios turísticos; por ende, éstos deben adoptar prácticas amigables con el ambiente.

La presente sección de la guía de buenas prácticas ha sido elaborada para las empresas turísticas, con el fin de promover una relación sostenible entre recursos naturales, ambiente y turismo, y aunque está dirigida principalmente a empresas, también funciona como instrumento para seleccionar proveedores o socios turísticos con base en los criterios de sostenibilidad. Asimismo, es una herramienta para quienes buscan obtener la certificación turística para garantizarles a los viajeros que su empresa implementa buenas prácticas ambientales y sociales.

En esta sección se desarrollan temas de interés para los empresarios turísticos, como:

Calentamiento Global, Agua, Energía, Biodiversidad, Biodiversidad en los Jardines, Áreas Naturales y Conservación, Reservas Naturales Privadas, Desechos Sólidos, Contaminación y Educación Ambiental.

Cada tema explica la importancia de llevar a cabo buenas prácticas en cada una de las áreas operativas de la empresa, así como recomendaciones para implementarlas. Además, se citan ejemplos de empresas que han obtenido grandes beneficios gracias a sus buenas prácticas. Finalmente, se incluyen enlaces a fuentes adicionales de información actual.

Las buenas prácticas para el turismo sostenible forjan destinos turísticos responsables, puesto que minimizan su impacto negativo en el ambiente. Su contribución a la conservación de la biodiversidad y al bienestar de las comunidades locales es una muestra que ejemplifica que el turismo y desarrollo sostenible pueden ir de la mano.



1. Calentamiento global

¿Qué es el calentamiento global?

Este tema tiene como objetivo principal informar a las personas sobre el calentamiento global, puesto que se trata de un grave problema que afecta los ecosistemas y la sostenibilidad de la industria turística. Este apartado proveerá una guía para minimizar la generación de gases de efecto invernadero causantes del calentamiento global.

Desde su formación, la Tierra ha experimentado cambios graduales en su clima, sin embargo, en los últimos años, el planeta ha experimentado cambios muy drásticos en un periodo corto de tiempo. Frecuentemente, se evidencian los efectos de este cambio climático; por ejemplo, en las catástrofes naturales producto de un aumento de la temperatura global.

El cambio climático puede ser resultado de la actividad humana

El cambio climático consiste en un cambio en la temperatura global promedio del planeta. De acuerdo con la historia del planeta, un cambio radical en el clima de la Tierra, usualmente, se toma miles de años, no obstante, hoy día existe evidencia de que en pocas décadas puede ocurrir un cambio severo en el clima global. Hay una serie de estudios científicos que sugieren que el clima se ha vuelto más caliente; situación que ha sido resultado de ciertas actividades del ser humano que incrementan el efecto invernadero.



Efecto invernadero

¿Qué es el efecto invernadero?

El efecto invernadero es un calentamiento de la atmósfera debido a que ciertos gases retienen el calor del sol y evitan su disipación hacia el espacio exterior. Los rayos del sol entran en la atmósfera terrestre; parte de la radiación se escapa al espacio y parte se retiene en forma de calor, en la Tierra.

El efecto invernadero es necesario para que se mantenga la vida en el planeta, pero cuando se altera la composición de la atmósfera, el calor ya no se libera, ni se retiene de manera regular, por ejemplo, los aviones y los automóviles emiten dióxido de carbono (CO₂), uno de los principales gases causante del efecto invernadero. Los denominados gases de efecto invernadero son sus responsables. Aunado al dióxido de carbono, se encuentran otros como el metano (CH₄), que se produce en los campos ganaderos; los óxidos de nitrógeno, provenientes de las fábricas; el vapor de agua (H₂O), y los clorofluorocarbonos (CFC), que son gases artificiales. A mayor cantidad de gases de efecto invernadero en la atmósfera, mayor es la cantidad de calor que se retiene.

Consecuencias del calentamiento global

El calentamiento global genera una serie de cambios en el clima y en los procesos naturales del planeta:

- Los glaciares y los casquetes polares se derriten y aumenta el nivel del mar, por lo cual, las ciudades costeras y las islas enfrentan el peligro de quedar sumergidas.
- Las direcciones de las corrientes de aire y oceánicas cambian; los patrones de las lluvias son cada vez más impredecibles y el tiempo atmosférico, cada vez se muestra más extremo.

- El agua se evapora más rápido con el aumento de la temperatura global y el ciclo del agua se ve afectado.
- Se producen cambios en la biodiversidad, como por ejemplo, los patrones de migración de algunas aves han cambiado y las poblaciones de mosquitos y otros vectores transmisores de enfermedades han aumentado.



¿Cuál es la importancia de implementar buenas prácticas de manejo para prevenir el calentamiento global?

- Las actividades turísticas influyen de manera significativa en el cambio climático, debido al gasto de combustibles y energía en general.
- El calentamiento global ocasiona la pérdida de hábitat para muchos organismos silvestres y además, ciertas zonas ya no serán aptas para la supervivencia de ciertas especies. En consecuencia, en esas áreas habrá menos especies atractivas para los turistas.
- Los patrones de migración de ballenas, aves, mariposas y otros animales se alteran con el cambio climático y las actividades turísticas relacionadas resultan afectadas.
- Los fenómenos atmosféricos extremos, tales como inundaciones, tormentas eléctricas, lluvias muy fuertes y tornados se intensifican con el calentamiento global. Esto podría ocasionar daños en la infraestructura turística, que originan enormes gastos económicos por concepto de reparación y afecta la estabilidad laboral del personal.
- Los efectos del calentamiento global afectan las operaciones de la empresa, por ejemplo, ante cambios imprevistos en el tiempo atmosférico se deben variar los itinerarios ofrecidos a los turistas.
- Los destinos costeros y las islas sufren una merma en el turismo por temor a las inundaciones.

- El calentamiento global propicia el aumento de zonas aptas para la reproducción de mosquitos y otros vectores de enfermedades, lo cual puede llevar a un deterioro en las condiciones de salud de las comunidades huéspedes. El número de turistas disminuye por el temor a contraer enfermedades, tales como el dengue.
- El ciclo hidrológico y los patrones de precipitación se alteran, lo cual puede afectar la disponibilidad de recursos dulceacuícolas y el turismo de pesca.



¿Qué puede hacer en su empresa?

En el campo turístico, toda empresa debe hacer modificaciones necesarias para reducir la producción de gases de efecto invernadero, así como preparar su empresa para enfrentar emergencias que sean producto directo o indirecto del calentamiento global. Los siguientes consejos prácticos son una guía para lograr esos objetivos:

Para reducir la emisión de gases de efecto invernadero

- Siga las recomendaciones de los temas de agua, energía, desechos sólidos y contaminación de esta guía, ya que reducen la producción de gases de efecto invernadero.
- Informe a su personal y a los turistas sobre el calentamiento global, sus implicaciones para la empresa y las maneras de mitigar sus efectos.
- Calcule la huella de carbono que deja su empresa, es decir, la cantidad de dióxido de carbono y otros gases de efecto invernadero que se emiten durante el ciclo completo de un servicio o producto, a fin de determinar cuándo se debe utilizar un proceso más eficiente.
- Promueva viajes de carbono neutral. Esto consiste en compensar las emisiones de dióxido de carbono producto del viaje. La compensación puede ser en forma de contribuciones (monetarias o de otro tipo) para proyectos de energía renovable, compra de terrenos para conservar, etc.

- Cultive árboles nativos y/o contribuya con las áreas naturales protegidas. Los árboles nativos ayudan a absorber el dióxido de carbono de la atmósfera.

- Utilice automóviles con tecnologías modernas para la reducción de emisiones de dióxido de carbono, por ejemplo:

- Sistema de distribución variable. Esta tecnología varía la abertura y el cierre de las válvulas del motor, lo cual ayuda a que ocurra una mejor mezcla entre aire y combustible, permitiéndole al motor consumir menos energía.

- Modelos aerodinámicos. Un diseño aerodinámico disminuye la resistencia y consume menos combustible.

- Desactivación de cilindros. Este sistema apaga uno o más cilindros de los motores grandes cuando no se necesita potencia adicional.

- Empaquetaduras y unidades de aire acondicionado eficientes. Estas tecnologías impiden que escapen a la atmósfera los gases HFC (hidrofluorocarbonos, gases de efecto invernadero muy poderosos), que se utilizan en el aire acondicionado de los autos.

Para enfrentar emergencias

- Determine a cuales tipos de peligros derivados del calentamiento global está expuesta su empresa, como por ejemplo, si está localizada en un área en riesgo de sufrir una inundación en caso de lluvias fuertes o si se ubica en una región propensa a largas sequías.

- Analice la frecuencia con que suceden eventos climáticos extremos en la zona.

- Elabore, con la asesoría de un experto, un plan de emergencia para enfrentar esos eventos. Revise el ámbito económico de esta guía para mayor referencia.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

Los siguientes son algunos ejemplos de acciones que han implementado otras empresas turísticas para mitigar los efectos del calentamiento global y que han tenido una respuesta muy favorable por parte de los turistas

a. Nature Air (Costa Rica)

Es una aerolínea doméstica que maneja una flota, la cual produce un nivel de ruido relativamente bajo y sus viajes son carbono neutrales. Actualmente, esta empresa compensa las emisiones de dióxido, mediante el respaldo a proyectos de energía solar y eólica. Nature Air también ha puesto a disposición de su personal un autobús para minimizar el uso de múltiples vehículos particulares.

(Tomado de natureair.com)

b. Ecoventura, Red Galápagos (Ecuador)

Desde el año 2000, Ecoventura ha mantenido la certificación ecológica con el sello Smartvoyager, una certificación ambiental voluntaria. Esta certificación garantiza que Ecoventura minimiza el impacto de las embarcaciones turísticas en las Islas Galápagos, a la vez que hace mejoras en las condiciones sociales y ambientales de las operaciones marítimas. La certificación involucra la instalación de purificadores de agua, motores fuera de borda de cuatro tiempos que contaminan menos en sus lanchas y más recientemente, la instalación de sistemas de filtración de aceite TRABOLD® que reducen el consumo de combustible y lubricantes. Ecoventura fue la primera compañía, en las Islas Galápagos y en el Ecuador, en compensar las emisiones de carbono o carbono neutral. Esta empresa no espera a que sus pasajeros escojan participar en el programa de compensación de carbono, sino que pagan el monto completo de la compensación para asegurar que la compañía sea carbono neutral.

(Tomado de www.ecoventura.com)

c. Transportes El Chato (Guatemala)

Esta empresa ofrece servicios de transporte terrestre y marítimo en Guatemala, desde Puerto Barrios a otros puntos de interés turístico, incluyendo Belice y Honduras. Como parte de su compromiso con la sostenibilidad, El Chato utiliza motores fuera de borda de cuatro tiempos para transporte marítimo, pues consumen menos combustible, emiten menos gases y son más silenciosos. Estos motores son certificados por la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos. Por otra parte, el 80% de los servicios necesarios se contratan localmente.

(Contacto: pichilingo2000@yahoo.com)

d. Punta Teonoste (Nicaragua)

Es un hotel boutique ubicado en la costa suroeste del Pacífico de Nicaragua. Para la construcción de sus instalaciones se utilizaron materiales naturales renovables. Por otra parte, este hotel se caracteriza por la ausencia de aires acondicionados y televisores, así como por la prohibición del uso de vehículos motorizados, tanto dentro de la propiedad como en la playa y en el mar.

(Tomado de www.puntateonoste.com)



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Las buenas prácticas reducen la emisión de gases de efecto invernadero.
- La empresa ahorra dinero, porque consume menos agua y energía. Los costos de producción y operación se reducen considerablemente, por ejemplo, con sólo implementar un sistema de iluminación más eficiente, es posible ahorrar entre 20% a 75% en uso de energía.

- La empresa da un buen ejemplo a los turistas y a los habitantes de la comunidad y quedará satisfecha de haber contribuido con la protección del ambiente.

- La empresa gana prestigio. Cada vez hay más turistas informados acerca del cambio climático que buscan los servicios de empresas turísticas responsables con el ambiente. Su buena reputación aumentará y se difundirá.

- Lo que se haga a partir de hoy hará una gran diferencia en el futuro. Es responsabilidad de todos frenar el cambio climático.



Manténgase informado

- Sitio en inglés, acerca de las consecuencias locales del calentamiento global.
www.climatehotmap.org

- Sitio en inglés, acerca de los efectos del cambio climático en el planeta.
www.effectofglobalwarming.com

- Más acciones para ayudar a detener el calentamiento global.
www.help-stop-global-warming.com

- Página sobre el cambio climático. Contiene una calculadora para determinar las emisiones de carbono producidas en las actividades diarias y la manera de reducirlas.
www.ceroco2.org

- Sitio Web en inglés, con datos científicos relacionados con la atmósfera, los océanos, los glaciares y los organismos que habitan en esos lugares.
www.exploratorium.edu



2. Recurso Agua

¿Qué es el recurso agua?

En esta sección de la guía, se describirán buenas prácticas de manejo para reducir el consumo de agua y crear conciencia acerca del aprovechamiento y conservación de este valioso recurso.

**“Si hay tanta en el planeta,
¿por qué se dice que hay que ahorrar agua?”**

El agua existe en forma abundante, no obstante, cerca del 97% del agua del planeta es salada y está en mares y océanos. Solamente el 3% es agua dulce, que en su mayoría está en forma de hielo en los polos y en los glaciares, y apenas un 0.3% de esa masa total de agua dulce, puede ser utilizada por los seres humanos en alimentación e higiene personal, producción de energía, irrigación de campos agrícolas y distintos procesos industriales, entre otros múltiples usos. El líquido se encuentra en forma de agua subterránea, así como en ríos, lagos y otros humedales.

Una persona gasta, aproximadamente, las siguientes cantidades de agua:

| CONSUMO DE AGUA POR PERSONA | |
|--|-----------------------|
| Actividad | Litros de agua usados |
| Beber 8 vasos de agua al día. | 2 |
| Lavarse las manos. | 2 |
| Cepillarse los dientes sin cerrar la llave del agua. | 7 |
| Cocinar/lavar alimentos. | 9 |
| Bajar la palanca del inodoro. | 20 |

| Actividad | Litros de agua usados |
|--|-----------------------|
| Lavar los platos (a mano o en lavadora de platos) | 11 |
| Ducharse por 10 minutos con cabeza de ducha regular. | 150 |
| Lavar una carga de ropa en la lavadora. | 190 |
| Regar un jardín de 10 m ² | 250 |
| Lavar el auto por 15 minutos. | 400 |
| TOTAL | 1,140 |

En una región donde la cantidad de personas se incremente en un corto período de tiempo, la demanda de agua aumentará de tal manera que podría disminuir severamente la disponibilidad de sus fuentes y con ello, se altera la duración del ciclo del agua.



¿Cuál es la importancia de implementar buenas prácticas de manejo en el recurso agua?

- Pocos recursos son tan críticos, como el agua, en el campo del turismo.
- Muchos servicios y atracciones turísticas requieren del agua para poder llevarse a cabo o bien, para funcionar.
- Los turistas consumen mucha agua, a veces hasta más del doble que un residente. En un hotel mediano, usualmente, se gasta en promedio más de 400 litros de agua por día por cada turista, mientras que una empresa de alquiler de autos emplea unos 300 litros para lavar un vehículo.
- La reducción del consumo de agua disminuye los costos de operación de la empresa.
- La empresa que conserva las fuentes de agua se forja una buena imagen ante los turistas responsables.
- El ahorro de agua ayuda a proteger el recurso hídrico de la comunidad, a la vez que promueve una relación sostenible entre agua, ambiente y turismo.



¿Qué puede hacer en su empresa?

En la práctica, es relativamente fácil efectuar ciertos cambios en los hábitos de consumo de agua para obtener buenos resultados en muy corto tiempo, por ello, se recomienda:

- Mantenga controles y registros periódicos sobre el uso de agua. Instale medidores de caudal por áreas operativas (habitaciones, lavado de autos, etc.) para determinar cuáles consumen más agua y con ello, lograr facilitar las labores de localización de fugas y mantenimiento.
- Lleve un registro como el que se muestra a continuación. Considere la información que aparece en el recibo de agua de cada mes (si tiene fuente de agua propia, coloque un medidor en la tubería de ingreso para llevar el control del consumo)

| Fecha | Área | Consumo(m3) | Observaciones | Responsable |
|----------------|--------|-------------|---|-------------|
| Noviembre 2008 | Cocina | 300 | Aumento de 80 m3 con respecto al mes anterior. Revisar fugas. | José Vargas |

- Calcule la cantidad de agua consumida por visitante y/o actividad turística. Determine, después de poner en práctica las medidas que se aconsejan en esta guía, si éstas han sido efectivas en términos de ahorro de agua o si necesita implementar medidas adicionales.
- Contrate una empresa para que haga análisis de la calidad del agua de su empresa (tubería, hielo, piscinas, entre otros).
- Analice con qué frecuencia ocurren incidentes de escasez de agua en la zona. Determine qué medidas de contingencia se pueden aplicar en esos casos



Prevención y mantenimiento

- Programe un mantenimiento general para revisión de tuberías e instalaciones y reparación de llaves que gotean u otro tipo de fugas. Este debe tener lugar una o dos veces al mes y debe asignarse una persona encargada de darle seguimiento.
- Solicite a sus empleados y clientes que reporten las fugas que detecten.
- Mantenga un tanque con agua en su empresa para poder facilitársela a sus clientes en caso de que ocurra un evento inesperado (por ejemplo, una obstrucción en el sistema de suministro de agua en la localidad).



Medidas sencillas en habitaciones y baños

- Motive a los turistas a participar en el ahorro de agua. Proporcione instrucciones sobre cómo pueden ayudar en esta tarea. Utilice medios discretos, pero a la vez, visibles y atractivos para comunicar los consejos de ahorro, como una tarjeta impresa en la habitación o rótulos colocados estratégicamente en distintos puntos de la compañía.
- Inste a los turistas a poner en práctica las siguientes acciones:
 - Cerrar la llave del agua cuando no la estén utilizando (mientras se cepillan los dientes, se afeitan o se enjabonan).
 - Reutilizar las toallas y las sábanas que estén limpias: podrían poner en el suelo aquella ropa de cama o las toallas que quieren que sean lavadas y dejar en su lugar la que aún está limpia; de esa manera, al no lavar toda la ropa de cama, ni las toallas cada día, un hotel pequeño puede ahorrarse más de 5 000 litros de agua al mes.

- Utilice inodoros eficientes que sólo emplean 6 litros de agua por cada descarga (los convencionales consumen el triple de esa cantidad). Esta acción puede ahorrarle 50% de agua en los baños.

- Adquiera dispositivos reductores de caudal para grifos y duchas, tales como los aireadores o perlizadores; éstos son económicos, de fácil instalación, ahorran gran cantidad de agua y mezclan el agua con un chorro de aire, por lo que aumentan la presión con la que sale el agua y crean un efecto de espuma; así, suministran al turista una agradable sensación de limpieza y bienestar, empleando un volumen de agua menor que el que sale por un grifo o una ducha convencional. Esto implica un ahorro de agua de hasta un 50% por persona por día.



Ahorro de agua en la cocina y en la lavandería

- Recomiéndeles a sus empleados lavar frutas y verduras en un recipiente con agua en lugar de hacerlo bajo la llave abierta. Reutilice esa agua para regar el jardín.
- Utilice la lavadora de platos y la lavadora de ropa cuando tengan cargas completas. En caso de no contar con un aparato para lavar platos, pídale al encargado de esa tarea que enjabone los platos con el grifo cerrado.
- Use lavadoras eficientes, que no consuman más de 60 litros de agua por 4 kilogramos de ropa en el ciclo normal de algodón.
- Instale válvulas limitadoras de flujo en aquellos casos en los que desea regular la cantidad de agua que utiliza una actividad; de esta manera, se asegurará que sólo se utilice el volumen de agua necesario para terminar el proceso.
- Adquiera equipo de cocina que le permita ahorrar agua, por ejemplo, una cafetera con un sistema denominado “erogación continua” (con conexión directa a la red de agua).



Para el jardín y la limpieza de las instalaciones

- Riegue los jardines muy temprano en la mañana o cerca del anochecer.
- Coloque pistolas de chorro mecánicas en el extremo de las mangueras de riego para controlar el flujo y la presión del agua sin tener que desplazarse para cerrar la llave.
- Adquiera un compresor móvil y pistolas para lavado a presión, en caso de que necesite realizar labores de limpieza intensiva a menudo; el compresor incrementa la presión con la que sale el agua y por ello, se logra limpiar mejor con menos agua.
- Reutilice las aguas grises (las usadas en el lavado de ropa o provenientes de las duchas) para irrigar jardines y limpiar patios, paredes, garajes o pavimentos. En el mercado hay sistemas que consisten en tuberías y depósitos que recolectan esas aguas y las depuran.
- Capte el agua de lluvia y úsela para regar jardines o para lavar instalaciones y vehículos. Existen sistemas en el mercado (también se pueden fabricar a bajo costo), que permiten captar el agua de lluvia que cae sobre el techo y mediante canaletas trasladan el líquido a un depósito de almacenamiento. Al final de este apartado, se encuentra el enlace a un documento que enseña cómo fabricar un recolector de agua.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

a. La Casa del Caballo Blanco (Belice)

Es un ecolodge propiedad de una familia que ayuda a la rehabilitación de aves (Casa Avian Support Alliance) . Como parte de su compromiso con la sostenibilidad, esta empresa ha establecido algunas acciones que permiten el ahorro de agua, a saber: Casa del Caballo Blanco tiene un programa de cambio de ropa de cama, donde el huésped puede elegir una menor frecuencia para dicho cambio. Esto disminuye la cantidad de sábanas y le permite a la empresa lavar solo una vez por semana.

(Tomado de www.casacaballoblanco.com/)

b. Pacuare Lodge (Costa Rica)

Es un hotel que fue planificado y construido cuidadosamente para causar el mínimo impacto en el río y el bosque lluvioso donde se localiza. Los materiales de construcción fueron llevados en balsa o comprados a los habitantes locales, no se cortaron árboles en el lugar para construir los bungaloes. Adicionalmente, el Pacuare Lodge trata las aguas servidas de la cocina mediante un sistema que incluye tres trampas de grasa. Esas aguas se dirigen hacia una fosa séptica y posteriormente, pasan a un filtro que posee un gradiente de rocas. De esta manera, las sustancias contaminantes (principalmente grasas y aceites) quedan retenidas en estas partes.

(Tomado de www.pacuarelodge.com/espanol/)

c. El Hotel Villa Caribe, Livingston (Guatemala)

Este hotel se encuentra ubicado en la cuna de la cultura Garífuna, entre la desembocadura del Río Dulce y el Mar Caribe. Este hotel cuenta con la certificación de Green Deal en Guatemala. Algunas de las prácticas sostenibles de este hotel son el uso de dispositivos reductores de caudal para las duchas y la definición de un programa de revisión y mantenimiento semanal, mediante el cual detectan y se reparan las fugas de agua. Dentro de este programa, se ha nombrado a una persona encargada del mantenimiento y de llevar el registro del consumo y ahorro de agua.

(www.villasdeguatemala.com/)



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- El gasto por concepto de energía es menor cuando se ahorra agua, ya que será necesaria menos electricidad para calentar el agua en duchas, lavadora, cafetera, entre otros.
- Los costos de operación disminuyen, además, la inversión para comprar grifos y duchas eficientes es baja y se recupera en muy poco tiempo.
- Se protege la salud de turistas y personal de la empresa.
- La eficiencia en el uso de agua disminuye la generación de aguas residuales, por lo que, se contribuye al cuidado de los ecosistemas.
- Los turistas, cada vez con mayor conciencia ambiental, preferirán volver a hospedarse o utilizar los servicios de una empresa que conserve el agua.
- La empresa gana prestigio y más utilidades, a la vez que deja una huella positiva en el ambiente.



Manténgase informado

- Barriles para recolectar agua. Información en inglés.
www.rainbarrelguide.com/index.html
- ¿Cómo preparar su propio recolector de agua?
www.ose.state.nm.us (ir a la sección Publications, luego hacer click en Brochures "A Waterwise Guide to Rainwater Harvesting, Spanish version")
- Más técnicas para ahorrar agua.
www.aguacam.com
www.ahorraragua.com
www.drh.go.cr



3. Recurso Energía

¿Qué es el recurso energía?

En este manual, el propósito de tratar el tema de la energía es instruir a los empresarios turísticos acerca del ahorro de energía y la utilización de fuentes alternativas, con el fin de que reduzcan la emisión de gases contaminantes que dañan el ambiente, aseguren la sostenibilidad de su empresa y a la vez, disminuyan los costos de operación.

La energía es lo que hace que todo suceda; puede ser obtenida de fuentes como el sol, el agua, los combustibles fósiles, el viento, el magma y la materia orgánica, entre otros. Los combustibles fósiles, una de las fuentes más utilizadas en el mundo para obtener energía, se encuentran en cantidad limitada en la naturaleza, puesto que tardaron millones de años en formarse, su uso puede crear un agotamiento de las reservas, es decir, no se pueden renovar.

El agua también se utiliza en muchas regiones para la producción de energía. Es una fuente de energía limpia y renovable, porque se puede reutilizar. No obstante, en la actualidad el clima cambia de manera impredecible, con lo que pueden ocurrir períodos de sequía prolongados que hacen que disminuya la producción de energía. Por otro lado, en la construcción de una represa hidroeléctrica se alteran los ecosistemas naturales.



Energías alternativas

Los inconvenientes que presentan las energías convencionales para producir electricidad han promovido un mayor interés por el uso de energías alternativas y limpias, como las siguientes:

Energía solar

Se obtiene de las radiaciones del sol, las cuales se recolectan a través de paneles y baterías solares que las convierten en electricidad.

Energía eólica

La genera la fuerza del viento, cuya energía se capta por medio de molinos de viento o aerogeneradores.

Energía geotérmica Se utiliza el calor del magma del interior de la Tierra para generar electricidad en las centrales geotérmicas.

Energía biomásica

Se aprovecha materia orgánica, ya sea mediante quema directa o por medio de procesos que la transforman en material combustible. En muchos sitios, se emplean biodigestores que transforman en biogás los desechos de la agricultura y la ganadería, éste sirve como combustible y para generar electricidad.



Energía solar



Energía eólica



Energía geotérmica



Energía biomásica



¿Cuál es la importancia de implementar buenas prácticas de manejo en el recurso energía?

- Las reservas de combustibles fósiles se están agotando y no se pueden renovar.
- La producción de energía con combustibles fósiles genera contaminación, lo cual puede contribuir al calentamiento global y causar daños en el ambiente.
- La industria turística depende mucho de la energía para el transporte, la iluminación de habitaciones y el aire acondicionado, entre otros.
- La energía, por lo general, corresponde al mayor gasto operativo después de los salarios del personal de la empresa turística.



¿Qué puede hacer en su empresa?

Las buenas prácticas en el uso de la energía dan buenos resultados rápidamente. Las siguientes son algunas de las recomendaciones que puede aplicar en su empresa:

Medidas generales

- Calcule la energía consumida en su empresa. Determine cuál es el consumo mensual (usualmente se mide en kWh, kilovatios hora; en un hotel se divide la cantidad total consumida entre el número de huésped/noche) y el volumen consumido de otras fuentes de energía como diesel, gasolina o gas. Encárguele a un miembro del personal esta labor.
- Recorra las instalaciones de su empresa e identifique en cuáles áreas se gasta más energía y cuáles oportunidades de ahorro se presentan. Considere el siguiente cuadro de ejemplo:

Cantidad aproximada de kilovatios por hora (kWh) consumidos por mes por 4 turistas en una empresa pequeña

| Aparato | Kilovatios/hora (kWh) mensuales | Porcentaje del total (%) |
|---|---------------------------------|--------------------------|
| Aire acondicionado de ventana (10 000 BTU), 8 horas diarias | 320 | 13,61 |
| Ventilador de techo, 8 horas diarias | 20 | 0,85 |
| Iluminación (30 lámparas incandescentes) | 338 | 14,38 |
| Cocina eléctrica con horno | 650 | 27,66 |
| Refrigeradora con congelador | 270 | 11,49 |
| Lavaplatos automático | 50 | 2,13 |
| Horno de microondas | 42 | 1,79 |
| Tostadora | 20 | 0,85 |
| Coffee maker | 12 | 0,51 |
| Secadora de ropa | 100 | 4,26 |
| Lavadora de ropa | 12 | 0,51 |
| Televisión | 40 | 1,70 |
| Aspiradora | 6 | 0,26 |
| Calentador de agua | 470 | 20 |
| TOTAL | 2350 | 100 |

- Capacite a su personal para que sepan aplicar medidas de ahorro de energía.
- Coloque rótulos en las instalaciones para pedirles a los turistas que apaguen las luces, los ventiladores y otros aparatos eléctricos cuando no los necesiten.
- Establezca un programa de mantenimiento preventivo para las instalaciones eléctricas y los principales aparatos que consumen electricidad, con la finalidad de detectar cables rotos, tuberías a las que les falta material aislante, electrodomésticos que producen sonidos extraños, entre otros.

- Reúnanse con miembros de otras empresas turísticas de su localidad para calcular la energía consumida entre todos, a fin de compartir y evaluar la eficiencia de las buenas prácticas que aplican y a su vez, comparar los ahorros que se han logrado.
- Compre productos cuyo mantenimiento requiera menos energía, como toallas y ropa de cama de algodón orgánico que pueden ser lavadas a bajas temperaturas.
- Aproveche el calor del sol para secar la ropa de cama, los manteles y los uniformes.
- Realice arreglos en la arquitectura de las instalaciones, de manera que haya buena ventilación, superficies que reflejen el calor, aislamiento de techos y ventanas.
- Aplique las recomendaciones sugeridas para ahorrar agua, pues en muchos casos al ahorrar agua se ahorra energía también.
- Analice qué tipos de energías alternativas se pueden implementar en su localidad. Determine si puede integrar sistemas de energías alternativas en su institución gradualmente, por ejemplo, biodigestores o paneles solares para calentar el agua.



Aire acondicionado y calefacción

- Aproveche la ventilación natural. Utilice más ventiladores eléctricos de techo, porque consumen apenas un 15% de la energía que gastan los equipos de aire acondicionado. Puede emplearlos en momentos y días más frescos.
- Siembre árboles o arbustos nativos alrededor de su empresa para proporcionar sombra sobre paredes y ventanas y cortar el viento. Esto puede ahorrarle un 20% de energía.

- Efectúe mantenimiento y limpieza de la caldera de gas o de aceite, en caso de que tenga una, al menos una vez al año para que funcione con mayor eficiencia. Contrate una buena empresa para esta labor. Cubra la tubería de la caldera con material aislante para evitar que el agua caliente se enfríe en los tubos.
- Compre unidades de aire acondicionado eficientes; puesto que el aire acondicionado gasta hasta el 60% de la energía de un hotel. Prefiera los que utilizan aire para condensar, en vez de agua.
- Limpie los filtros de las unidades de aire acondicionado regularmente para evitar un gasto mayor de energía y problemas respiratorios.
- Asegúrese de que los ductos del aire acondicionado no estén obstruidos.
- Instale controles automáticos para apagar los aparatos de aire acondicionado cuando el huésped no esté en el cuarto.
- Agregue aislamiento al techo, a las puertas y a las ventanas; esto le permitirá evitar que penetre gran cantidad de radiación en las instalaciones y por ende, ahorrará una carga en el aire acondicionado. Ponga masilla en las grietas de las paredes. En días muy fríos esta medida le permitirá conservar el calor adentro. Esto le ahorrará hasta un 20% de energía.
- Aplíquese una película especial a las ventanas para controlar el ingreso de la radiación solar, de esta manera ahorra energía de aire acondicionado.



Iluminación

- Aproveche al máximo la luz solar.
- Pinte las paredes con colores claros; éstos reflejan más la luz y acentúan la iluminación.

- Instale tragaluces para introducir mayor cantidad de luz en las instalaciones.
- Sacuda el polvo de las bombillas con frecuencia, ya que el polvo bloquea la luz.
- Instale sensores y controles automáticos o temporizadores para apagar automáticamente las luces en bodegas, salas de reuniones o áreas públicas.
- Utilice bombillas que consumen menos energía en el vestíbulo, el jardín, los pasillos y otras áreas de uso común, por ejemplo, use lámparas fluorescentes de tecnología reciente que duran hasta 10 veces más y emplean alrededor de un tercio de la electricidad que consumen las bombillas incandescentes regulares. No use fluorescentes en baños u otros sitios donde haya que apagarlas y encenderlas con frecuencia, pues esta acción los daña (deje los fluorescentes encendidos si se van a necesitar de nuevo en menos de cinco horas, ya que su encendido consume mucha energía).
- Ilumine cada área de acuerdo con su función, es decir, menos iluminación para las áreas que no son tan usadas.



Electrodomésticos

- Compre aparatos eléctricos modernos y eficientes en cuanto al uso de energía. Lea las etiquetas que le informarán cuánta energía consumen.
- Coloque baldosas en vez de alfombras, de esa manera, no necesitará utilizar aspiradora.
- Explore la posibilidad de comprar un calentador de agua y un horno de tipo solar.

- Sitúe la refrigeradora y los aparatos de aire acondicionado lejos de fuentes de calor.
- Cierre bien la puerta de la refrigeradora. No guarde alimentos calientes en ella. Limpie los tubos del condensador al menos dos veces al año. Ajuste el termostato entre los números 2 y 3, o entre los números 3 y 4 si su empresa se localiza en una zona caliente.
- Utilice la lavadora o la lavadora de platos en horas que no sean pico de consumo.
- Utilice programas cortos de lavado y con la menor temperatura posible (30° C es una temperatura adecuada para la mayoría de detergentes). Esto le ahorra hasta 80% de energía en el lavado.
- Planche varias prendas de una vez; no caliente la plancha para una sola prenda, ya que el calentamiento inicial de este aparato consume grandes cantidades de energía.
- Utilice cocinas de gas, pues emplean menos energía.



Transporte

- Promueva actividades turísticas que no empleen automóviles, por ejemplo, caminatas en senderos de parques nacionales, rutas a caballo, kayak, recorridos en bicicleta, entre otros.
- Inspeccione frecuentemente el estado de los motores, tanques de combustible y demás componentes de los vehículos de transporte. Revise las tuberías, los filtros y demás zonas donde se podrían derramar sustancias tóxicas.
- Asegúrese de que los neumáticos mantengan siempre una presión correcta, pues eso mejora la tasa de consumo de combustible.

- Utilice automóviles eficientes que consuman menos combustible y rindan más por galón. Considere el uso de autos modernos con motores de cuatro cilindros, ya que los que tienen menos cilindros rinden más y consumen menos combustible. Emplear vehículos híbridos (que alternan entre gasolina y electricidad) es una excelente opción, pues las emisiones de gases se reducen hasta un 75%, a la vez que se economiza en combustible. Motive a otros empresarios a usar estos vehículos eficientes y a que soliciten al gobierno mayores facilidades para adquirir dichos medios de transporte.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

a. Hacienda Pozo Azul, Sarapiquí (Costa Rica)

Se encuentra a 90 minutos de San José, cuenta con cerca de 1,000 hectáreas que están destinadas a ser un punto de aventura natural y una finca amigable con la naturaleza que es reconocida como un modelo de responsabilidad ambiental y de ingenio. La hacienda tiene un biodigestor que utiliza excremento del ganado de la hacienda para producir gas metano y a su vez, generar electricidad. La electricidad generada por el biodigestor pone a funcionar unos ventiladores enormes que ayudan a rociar agua para refrescar las zonas donde están los animales de la hacienda. Además, en el albergue se cuenta con energía solar para la iluminación, el funcionamiento de electrodomésticos básicos y de bañeras con agua caliente.

(Tomado de www.pozoazul.com/)

b. Turismo Eco Cultural, Chirije (Ecuador)

Es una empresa que utiliza la energía solar que capta a través de paneles solares. Esta tecnología permite que las cabañas cuenten con electricidad y agua caliente, garantizando de esta manera, un ahorro significativo para esta empresa. Otro aspecto importante es que el hotel fue diseñado de manera que puede utilizar al máximo la

luz natural, por lo cual, los huéspedes siempre cuentan con mucha iluminación, sin necesidad de hacer uso de la energía eléctrica.

(Tomado de www.chirije.com)

c. Konchukos Tambo, Lima (Perú)

Está ubicado al noreste de Lima, en las cercanías del Parque Nacional Huascarán, declarado Patrimonio Natural de la Humanidad en 1985, por la UNESCO. Los costos de operación de la empresa se han reducido gracias a la iluminación de alta eficiencia energética, el aprovechamiento de la luz natural, los dispositivos reductores de caudal en las duchas y el programa de reutilización de toallas y ropa de cama. Muchos huéspedes han expresado su satisfacción con las medidas de ahorro de energía y han participado en su aplicación.

(Tomado de www.perunature.com)



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- El ahorro de energía se traduce en mayores utilidades para los empresarios sin necesidad de hacer grandes inversiones. En un hotel pequeño o mediano usualmente se consume 100 kWh por huésped/noche, mientras que en un hotel eficiente se gasta menos de 25 kWh por turista.
- La vida útil de los aparatos eléctricos se prolonga al reducir su uso y darles mantenimiento.
- La empresa gana prestigio al implementar un programa de ahorro de energía, ya que esto contribuye a mitigar los efectos del calentamiento global.

- El impacto negativo producido por el uso de combustibles se reduce, por lo que, se generan beneficios para el ambiente que podrán ser disfrutados por muchos turistas a largo plazo.



Manténgase informado

- Energías renovables.
www.lageneraciondelsol.com
- Más técnicas para ahorrar energía en la empresa y en el hogar:
www.energystar.gov (en inglés) y
www.grupoice.com
- Página en inglés, con cientos de enlaces a proyectos que ahorran dinero a las empresas turísticas y ayudan a proteger el ambiente, los cuales se pueden implementar fácilmente y a bajos costo, tales como: construcción de recolectores de agua de lluvia, molinos de viento, calentadores y cocinas solares, etc.
www.builditsolar.com
- Sitio de la Alianza Caribeña para el Turismo Sostenible. En él se puede descargar un manual para conservar energía; además, contiene estudios de caso interesantes de ahorro de energía en hoteles.
www.cha-cast.com



4. Biodiversidad

¿Qué es la biodiversidad?

La biodiversidad o variedad de formas de vida de un lugar, es un componente clave del ambiente natural que proporciona disfrute a millones de turistas durante cada año. Los hongos, las plantas, los animales y demás seres vivos están adaptados a su hábitat natural, pues ahí encuentran agua, alimento, humedad, individuos de la misma especie y otras condiciones que necesitan para vivir.

Muchas especies de organismos silvestres están en peligro de desaparecer. Una de las principales causas es la alteración de los ambientes naturales. La agricultura, la ganadería, la urbanización, la explotación de recursos naturales, la pesca desmedida, la extracción, la caza y el tráfico ilegal disminuyen las poblaciones de organismos. La contaminación del aire, agua y suelo afecta su supervivencia. El ruido y la sola presencia de un grupo grande de turistas pueden alterar el comportamiento de los animales silvestres y afectar su reproducción.



¿Cuál es la importancia de implementar buenas prácticas de manejo en la biodiversidad?

El turismo de naturaleza ha experimentado un crecimiento muy rápido en las últimas tres décadas. Muchos turistas desean observar las formas de vida de otras regiones. Esta actividad mal manejada puede ser una amenaza para el bienestar de los ecosistemas.

El turismo, con el manejo adecuado, puede contribuir en la conservación de la naturaleza, ya que es un incentivo económico para que los habitantes de una comunidad protejan su biodiversidad.



¿Qué puede hacer en su empresa?

Los integrantes de una empresa y los viajeros cumplen un papel importante en la protección de la biodiversidad de un lugar. La observación de aves y de animales acuáticos (mamíferos marinos, peces, tortugas) son dos de las actividades de turismo de naturaleza con mayor número de adeptos.

- Analice si las actividades de su empresa producen algún impacto negativo en las formas locales de vida, especialmente si opera cerca de un ecosistema delicado (por ejemplo, bosque tropical seco). Determine de qué manera puede eliminar esos efectos negativos. Busque asesoría profesional (especialistas en manejo de vida silvestre), con el fin de establecer las medidas adecuadas para minimizar el impacto sobre la biodiversidad.
- Elabore un código de conducta para su empresa en el cual se redacten los principios que la empresa se compromete a seguir para proteger la biodiversidad de la región. Distribúyalo entre los miembros del personal y motíuelos a cumplir siempre el código.
- Elabore un inventario de las plantas y los animales de la zona; solicite la ayuda de estudiantes o profesionales dispuestos a colaborar. Indique la abundancia relativa del organismo (si es común o escaso). Utilice estos datos para informarles a sus clientes y para monitorear el estado de las poblaciones de organismos.
- Infórmese acerca de leyendas, historia natural y otros datos interesantes sobre los organismos silvestres de la región. Utilice fuentes confiables. Aproveche ese conocimiento para captar la atención de los turistas y motivarlos a proteger la biodiversidad.
- Diseñe paquetes turísticos para grupos de tamaño reducido; de esta manera, se produce menos ruido, se daña menos el suelo y cada turista puede apreciar mejor lo que le rodea.
- Contrate los servicios de otros proveedores turísticos que apliquen buenas prácticas de manejo y que contribuyan con la conservación de la biodiversidad local.

- Eduque a su personal y a los turistas sobre la importancia de no comprar organismos silvestres, ni productos derivados de ellos (caparazones de tortuga, pieles, huesos, maderas preciosas, etc.), particularmente, si se encuentran en peligro de extinción o si su comercio está vedado por la ley.
- Notifíqueles a las autoridades los casos de extracción ilegal de plantas, cacería u otras acciones que causen daños en el ambiente.
- Apoye los esfuerzos de protección de la naturaleza que realizan organizaciones locales e instituciones públicas, en forma financiera o donando su tiempo, como por ejemplo, en labores de vigilancia, limpieza de las playas, diseño y aplicación de estrategias de conservación, entre otros.
- Colabore en la educación ambiental de las comunidades de la región.
- Impida el ingreso de plantas, animales u otros organismos que no sean propios de la zona, ya que las especies exóticas pueden competir con las nativas y afectar su ciclo de vida.
- Oriente a sus turistas en cuanto a la forma adecuada de comportarse en una excursión para observar organismos silvestres. No permita acciones que afecten el bienestar de los organismos silvestres.
- Evite que se alimente a los animales silvestres, porque esto genera dependencia de los seres humanos. Instruya al personal y a los turistas sobre este aspecto.
- Informe al personal y a los turistas que no deben incursionar en áreas frágiles o de reproducción de los animales silvestres.
- Recuérdeles a su personal y a sus clientes que no deben extraer plantas o sus partes, pues pueden ser el alimento de los animales de la región.
- Respete los ciclos de vida de los animales, por ejemplo, los animales nocturnos son muy sensibles. Asegure que las instalaciones de su empresa no emitan luz directamente hacia los sitios naturales. Limite el número de luces encendidas durante la noche.
- No mantenga animales en cautiverio, a menos que posea permiso para rehabilitarlos o reproducirlos con fines conservacionistas.
- Informe a los turistas sobre las especies que no deben ser consumidas por estar amenazadas de extinción. No ofrezca especies escasas como una opción de alimentación. Compre alimentos sólo de proveedores locales responsables con el ambiente.
- Tenga cerca los números de teléfono de entidades relacionadas con la conservación; podría necesitarlos en caso de encontrar algún animal herido o si observa alguna actividad ilegal que atente contra la biodiversidad.
- Infórmese sobre las leyes que existen en su país para la protección de la biodiversidad, pues son un mecanismo para que su empresa y sus clientes respalden la conservación.
- Infórmese acerca de los eventos relacionados con la fauna de su región, por ejemplo, conteos navideños de aves (por lo general, se realizan censos de aves en casi todos los países americanos, en los últimos días de diciembre), búsqueda de crisálidas de mariposas y conteos de huellas de mamíferos. Invite a los turistas y a su personal a participar de dichas actividades de monitoreo de fauna. Ofrezca actividades de conservación como parte de los paquetes turísticos.
- Consulte las páginas Web y los materiales de las organizaciones que trabajan en la protección de la fauna y que brindan información detallada sobre como manejar un tour de observación de fauna (aves, mamíferos terrestres y acuáticos, tortugas, etc.)



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

a. Chaa Creek (Belice)

Este hotel está ubicado a 11 kilómetros al oeste de San Ignacio. Apoya proyectos a favor de la flora y la fauna de Belice, como la investigación de aves migratorias, la catalogación de plantas vasculares e investigación en agroforestería, entre otros. Mantiene un sendero de plantas medicinales del bosque tropical de Belice para educar a los visitantes sobre sus usos. Chaa Creek apoya muchos proyectos comunitarios y programas de bienestar social todos los años, por ejemplo, ofrecen asistencia y auspicio a escuelas locales y centros de capacitación, a eventos deportivos y a equipos, a grupos juveniles, a proyectos de conservación y otorgan becas educativas, entre otras muchas acciones.

(Tomado de www.chaacreek.com)

b. Hostería Mariposas de Mindo (Ecuador)

Es un complejo turístico ubicado en Mindo, Ecuador. Está dedicado a la conservación e investigación de mariposas del bosque nuboso de Ecuador. Tiene un mariposario y una sección para la crianza de mantis religiosas y ranitas de dardo. Desde hace más de 10 años, esta empresa se ha dedicado a enseñarles a los visitantes, los secretos del bosque subtropical para fomentar el cuidado de la flora y fauna ecuatorianas.

(Tomado de www.mariposasdemindo.com)

c. Asociación Keköldi Wak ka Köneke (Costa Rica)

Esta Asociación está localizada en la provincia de Limón, Costa Rica. Está compuesta por miembros de la comunidad y de las etnias Bribí y Cabéca. Lleva a cabo varias actividades, como la observación e

investigación de la migración de gavilanes y otras aves de presa, la conservación de la iguana verde (Iguana iguana), la reforestación con especies nativas y la compra de tierras para reforestarlas y conservarlas.

(Tomado de www.kekoldi.org/)



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- El impacto sobre el ambiente se minimiza y con ello, se está ayudando a la conservación la biodiversidad. De esta forma, se mantiene la calidad del destino turístico de manera sostenible.
- Las buenas prácticas promueven un mayor nivel de compromiso y activismo entre habitantes locales y turistas.
- El respaldo que la empresa dé a la conservación generará buena publicidad entre los habitantes de la comunidad y los viajeros que cada vez son más conscientes de la necesidad de conservar.
- Las buenas prácticas ayudan a educar al personal y al turista.
- Los habitantes de las comunidades locales adquieren mayor motivación para proteger los hábitats naturales y no degradarlos.



Manténgase informado

- Instituciones que fomentan el intercambio de información sobre organismos silvestres y trabajan por la conservación de la biodiversidad. www.inbio.ac.cr y www.fauna-flora.org

- Organización cuya misión es preservar los arrecifes coralinos. El sitio contiene normas para la observación adecuada de mamíferos marinos y tortugas marinas con el fin de evitar alteraciones en el hábitat de los organismos marinos.

www.coralreefalliance.org

- Organizaciones con información de interés sobre la conservación de las aves. Cuentan con recomendaciones para proteger el hábitat de las aves y la forma de conducir grupos de turistas aficionados a la observación de las aves.

www.audubon.org
ecoturismoeduca.com



5. Biodiversidad en los Jardines

¿Qué es la biodiversidad en los jardines?

Los jardines y las áreas verdes son terrenos donde el ser humano cultiva plantas con fines ornamentales, alimenticios o recreativos. Los jardines con gran variedad de plantas nativas son muy atractivos para la fauna silvestre, ya que ofrecen alimento y refugio para los animales.



¿Cuál es la importancia de implementar buenas prácticas de manejo en los jardines?

- Los jardines se pueden convertir en grandes aliados para preservar la biodiversidad de una zona.
- El número de construcciones aumenta cada vez más, por lo que, el espacio disponible para las áreas naturales se reduce, particularmente en las ciudades.
- Las áreas verdes mal diseñadas pueden consumir mucha agua, causar daños a la infraestructura de casas o edificios y favorecer el ataque de plagas, por ello deben ser bien planificadas.
- Los costos de mantenimiento disminuyen cuando se desarrolla un buen plan de manejo de las áreas verdes y los jardines. De esta forma, se maximizan los beneficios de estos espacios.





¿Qué puede hacer en su empresa?

- Integre las áreas verdes con los espacios naturales que están alrededor a través de la plantación de enredaderas, árboles, arbustos y otras plantas nativas. Utilice los patrones de los paisajes naturales existentes como guía para colocar las plantas, rocas y otros elementos siguiendo un diseño naturalista.
- Investigue las condiciones que necesitan las plantas del jardín; agrúpelas de acuerdo con su requerimiento de sol, sombra y agua.
- Identifique las principales especies de plantas propias de la región. Consulte con un especialista en biología, ingeniería forestal o con habitantes de la localidad. Utilícelas para la decoración de sus áreas verdes, pues requieren menos mantenimiento, están adaptadas al clima y a las condiciones de suelo locales; además atraen aves, mariposas y otros organismos nativos.
- Mantenga información sobre los nombres comunes, los usos que se les da en la comunidad y su distribución.
- No clave rótulos en los árboles.
- Evite plantar especies ornamentales exóticas, ya que pueden ser agresivas, dispersarse con facilidad y destruir las poblaciones de plantas nativas.
- Establezca una huerta de plantas medicinales y/o comestibles en su empresa. Ofrezca bebidas y alimentos a sus clientes con los productos cosechados.
- Utilice herramientas manuales en buen estado para darle mantenimiento a las áreas verdes o de ser necesario, herramientas eléctricas, en vez de las accionadas por combustible.
- Considere el establecimiento de biojardineras, que son humedales construidos que aprovechan aguas grises; éstas pasan a una jardinera con rocas y plantas que las filtran .

- Evite el uso de sustancias agroquímicas en el jardín; los productos para jardinería y agricultura con etiqueta roja son extremadamente tóxicos y no se deben usar nunca; los de etiqueta amarilla son altamente peligrosos; los de etiqueta azul, moderadamente peligrosos, y los de etiqueta verde son ligeramente peligrosos.

- Elabore o compre abonos e insecticidas naturales, sin químicos.
- Fabrique una compostera para producir abono orgánico en su jardín.



Jardín atractivo para la fauna silvestre

- Observe cuáles plantas utilizan aves, mariposas, murciélagos y otros animales de su localidad y busque esas especies en viveros o pida brotes (lo que suele llamarse “hijos”) a los vecinos. Averigüe si lo que piensa sembrar crece bien en su zona.
- Asegúrese de que en el jardín tenga diversidad de estratos, como hierbas, enredaderas, arbustos, árboles, troncos secos. Considere crear varios hábitats para distintos animales, como un parche con plantas de flores tubulares para colibríes y mariposas, un humedal para garzas, entre otros.
- Instale un bebedero o una pileta de siete centímetros de fondo y colóquele agua fresca al menos una vez por semana. Límpielo con frecuencia, para evitar la formación de algas y la reproducción de mosquitos.
- Apile partes de ramas de árboles y otros restos de las podas en una sección del jardín; esta pila funcionará como un refugio para aves pequeñas.
- Plante especies que produzcan muchos frutos y flores a lo largo del año que sirvan de fuente de alimento.
- Evite sembrar plantas con espinas o tóxicas en áreas verdes frecuentadas por niños.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

a. La Hacienda Hato Verde (Ecuador)

Ubicada en la provincia de Cotopaxi, Ecuador, es una finca de producción lechera que mantiene un huerto con verduras para consumo propio, libre de agroquímicos. Otra práctica de esta Hacienda es la elaboración de abono a partir de residuos orgánicos, proceso que puede ser observado por los visitantes. Por otra parte, esta Hacienda ha sido reforestada con miles de plantas de especies nativas, muchas de las cuales proporcionan alimento a las aves de la zona.

(Tomado de www.haciendahatoverde.com)

b. El Hotel Hermano Pedro (Guatemala)

Situado en Antigua, Guatemala, reutiliza el agua de las piletas para irrigar las áreas verdes. Sus jardines se integran bien al estilo colonial del hotel y cuentan con sensores de movimiento para encender y apagar las luces. No se utiliza ningún agroquímico para tratar las plantas.

(Tomado de www.xelapages.com/hermanopedro/)

c. La Hacienda y Ecolodge Morgan's Rock (Nicaragua)

Está ubicada al norte de San Juan del Sur, en Nicaragua, cerca de la frontera con Costa Rica. Este hotel cuenta con un sistema de tratamiento de aguas grises provenientes de las duchas y del lavado de los platos y la ropa. Toda el agua tratada se usa, posteriormente, para la irrigación de las áreas verdes. Los clientes pueden visitar los cultivos de la finca y elegir lo que desean disfrutar en el desayuno.

(Tomado de www.morgansrock.com)



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Las áreas verdes con plantas nativas y bien mantenidas mejoran considerablemente la apariencia de la empresa y crean un ambiente agradable, sin necesidad de incurrir en grandes costos.
- Los turistas aficionados a la fotografía tendrán al alcance de la mano interesantes organismos para fotografiar.
- La sombra que producen los árboles reducen los gastos en aire acondicionado y en irrigación de las áreas verdes.
- Los animales silvestres pueden obtener alimento y refugio en los jardines.
- Las aves y los murciélagos que visitan un jardín eliminan las plagas, por lo tanto, disminuyen el número de enfermedades transmitidas por mosquitos, ácaros y otros parásitos.



Manténgase informado

- Consejos para atraer aves, mariposas y otros polinizadores al jardín. www.gardening-for-wildlife.com
- Consejos para cultivar un huerto orgánico en el jardín o en espacios reducidos. www.horturba.com
- Manuales sobre el tema de irrigación de áreas verdes. www.irrigationtutorials.com

- Página de la Asociación Centroamericana para la Economía, la Salud y el Ambiente. Contiene documentos que explican cómo fabricar una biojardinera y una compostera.

www.acepesa.org/documentos.html

- Sitio con información para diseñar jardines, calendarios de cultivo, soluciones amigables con el ambiente para enfrentar problemas de plagas y mucho más.

www.infojardin.com



6. Áreas Naturales Protegidas y de Conservación

¿Qué son las áreas naturales protegidas y de conservación?

Esta sección tiene como objetivo promover buenas prácticas para la protección de las áreas naturales, con el fin de minimizar el impacto negativo del turismo en el ambiente.

Las áreas naturales protegidas son un instrumento útil para la conservación de la biodiversidad. Comprenden ecosistemas naturales, terrestres o acuáticos, los cuales reciben protección por contener importantes recursos naturales o culturales. A nivel mundial, se han establecido diferentes categorías de áreas naturales, entre ellas:

Parque nacional

Área de extensión relativamente grande que comprende uno o más ecosistemas naturales representativos. El propósito de su creación es conservar la biodiversidad y evitar la explotación de los recursos naturales; se puede utilizar además para la visitación turística, la educación ambiental y el estudio científico. Un ejemplo es el Parque Nacional Sierra del Lacandón en Guatemala.

Reserva natural estricta/Área silvestre

Espacio que contiene un ecosistema con características excepcionales o especies de mucho interés, por ejemplo, la Reserva Absoluta Cabo Blanco en Costa Rica. Se protege el área con fines científicos y/o de conservación de la vida silvestre.

Monumento natural

Espacio que contiene características naturales específicas, por ejemplo, el Monumento Natural Bosques Petrificados en Argentina; la razón de su existencia es la preservación de formaciones naturales únicas.



Existen designaciones de carácter internacional, tal es el caso de la UNESCO, que otorga el título de reservas de la biosfera a áreas geográficas representativas de los distintos ecosistemas naturales del planeta, como por ejemplo, la Reserva de la Biosfera Bosawas (Nicaragua). La misma organización confiere el título de Patrimonio de la Humanidad a aquellos sitios específicos, como las Islas Galápagos de Ecuador, que por sus características únicas son nominados por ser de gran interés para la comunidad internacional, a fin de que puedan preservarse para las futuras generaciones.

Asimismo, diversos países han firmado el Convenio Ramsar, cuyo objetivo es la protección de humedales de importancia internacional, especialmente el hábitat de las aves acuáticas. Ejemplos de sitios Ramsar: los humedales del Parque Nacional Sarstoon Temash de Belice y el San San-Pond Sak de Panamá.

Hoy día las áreas naturales protegidas enfrentan presiones dentro y fuera de ellas. La falta de ayuda financiera, la contaminación, el creciente número de turistas, los cazadores furtivos, entre otros, son algunos de los problemas que ponen en peligro la estabilidad de estas áreas.



¿Cuál es la importancia de implementar buenas prácticas de manejo en áreas naturales protegidas y de conservación?

- Para forjar un turismo sostenible, el disfrute de las áreas naturales debe ser compatible con la conservación de la biodiversidad y con el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de las comunidades aledañas.
- Los parques nacionales y demás áreas naturales protegidas contienen elementos muy atractivos para los turistas.
- El turismo puede causar graves daños en las áreas naturales (desechos, erosión de senderos, alteración en el comportamiento de los animales) y las áreas degradadas reciben menos visitación.



¿Qué puede hacer su empresa?

- Motive a los miembros de su personal a que trabajen como voluntarios en las áreas naturales cercanas a la empresa, por ejemplo, en la recolección de desechos de los senderos.
- Infórmese sobre las normas que regulan el funcionamiento de las áreas naturales protegidas de la zona para llevar a cabo sus actividades conforme a la legislación.
- Investigue sobre los parques nacionales de su zona: clima, ecosistemas presentes, flora y fauna predominante, organismos en peligro de extinción, etc. Solicite folletos, mapas y otro tipo de información impresa sobre esos espacios naturales. Indague qué servicios se ofrecen cerca de los parques (transporte público, bancos, farmacias, restaurantes, entre otros). Ponga a disposición de los turistas esa información y motívelos a visitar esas áreas. Traduzca la información a varios idiomas
- Establezca una buena relación con los administradores de las áreas naturales protegidas; de esa manera, pueden coordinar esfuerzos para la protección de dichas áreas. Ofrezcales datos acerca de su empresa para que puedan recomendarla a los visitantes.
- Contribuya con la conservación de las áreas que se visitan.
- Eduque a los turistas sobre cómo pueden respaldar los esfuerzos de conservación.
- Adquiera guías de campo (como por ejemplo de plantas, aves y anfibios) para ofrecérselas a los clientes con esos intereses particulares.
- Adquiera alimentos u otros productos y servicios suministrados por personas de las comunidades aledañas a las áreas protegidas.
- Evite que los turistas se involucren en actividades que causen impacto ambiental negativo (como andar en motocicleta en pleno sendero).

- Fomente el seguimiento de los códigos de conducta dentro de las áreas naturales, por ejemplo, no permita que los grupos de turistas se salgan de los senderos, molesten a los animales, ni que extraigan plantas, animales u otros seres del bosque.
- Infórmese sobre el público que visita el espacio protegido. Investigue países de procedencia, cuántos vienen cada día, edades e intereses. Promueva actividades turísticas de acuerdo con esas características de los visitantes, por ejemplo, diseñe recorridos especiales para grupos de la tercera edad que son aficionados a la observación de las aves.
- Únase a otros empresarios para determinar qué buenas prácticas son más efectivas para conservar las áreas protegidas de la comunidad y promocionar ofertas turísticas en conjunto; de esa manera, se ahorran costos y se fortalece la imagen de destino turístico.
- Demuéstreles a sus clientes cómo colabora con las áreas protegidas de su localidad, ya sea a través de fotografías, información escrita colocada en sus instalaciones, etc.
- Averigüe si en los espacios naturales de su región se hacen actividades para celebrar fechas ambientales, como el Día de la Tierra, el Día Mundial del Agua y el Día de los Parques Nacionales. Invite a sus clientes a participar de ellas.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

a. Bird's Eye View Lodge (Belice)

Este albergue se encuentra en el Santuario de Vida Silvestre Crooked Tree, una reserva de 1,215 hectáreas que conserva humedales importantes para aves, como las cigüeñas jabirú, espátulas rosadas y águilas pescadoras, entre muchas otras. El albergue colabora con el mantenimiento de los senderos de la reserva y provee información

a los visitantes sobre el comportamiento adecuado que deben seguir dentro del área protegida. Por otra parte, los guías naturalistas respetan un código de conducta para evitar interferir en el comportamiento habitual de los animales silvestres.

(Tomado de www.birdseyeviewbelize.com/)

b. Tesoro Verde (Costa Rica)

Es un albergue ubicado cerca del Parque Nacional Corcovado, en el sur de Costa Rica. Este es un proyecto fundado por un grupo de mujeres de la comunidad de Los Planes, quienes construyeron un albergue ecoturístico en medio de 12 hectáreas de bosque protegido y promueven la conservación de su reserva privada y la del Parque Nacional Corcovado a través de actividades como la observación de delfines, buceo, kayak, caminatas en senderos y narraciones de la historia de la comunidad y de los esfuerzos de conservación de la empresa.

(Tomado de www.actuarcostarica.com)

c. Hostería Tsafiki (Ecuador)

Esta hostería se ubica la parte sur de la provincia de Manabí, Ecuador, cerca del Parque Nacional Machalilla; este parque posee un interés arqueológico y es el hogar de varias especies amenazadas. La hostería, entre sus buenas prácticas de manejo, colabora con la prevención del tráfico de animales silvestres y promueve la visitación al parque nacional.

(Tomado de <http://www.tsafiki.com/>)

d. El Sombrero - Campamento Ecológico (Guatemala)

Se ubica en el istmo del Parque Nacional Yaxhá-Nakum-Naranjo, que es parte de la Reserva de la Biosfera Maya, en Guatemala. Esta empresa promueve la sensibilización del público a través de actividades turísticas y participa en proyectos de protección y conservación a nivel local. Su trabajo activo, para la legalización del Parque Nacional Yaxhá-Nakum-Naranjo de 37,000 hectáreas, ha rendido frutos, ya que este lugar fue declarado sitio Ramsar, ya que contiene un humedal de importancia internacional.

(Tomado de www.ecosombrero.com)



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- La forma en que las empresas se relacionan con las áreas naturales puede influir en la calidad de la experiencia turística y en la sostenibilidad del destino turístico.
- Las buenas prácticas de manejo evitan el surgimiento de conflictos con los funcionarios que administran las áreas naturales y facilitan el trabajo con las mismas.
- Los turistas, con frecuencia, complementan su visita a las áreas protegidas consumiendo los productos y servicios que proporcionan las comunidades de la zona, por ejemplo alimentación, alojamiento, artesanías y guías naturalistas, entre otros.
- La oferta y el éxito de las microempresas comunitarias se fortalecen al contar con áreas naturales bien conservadas. A su vez, se brindan opciones económicas alternativas que disminuyen la presión sobre las áreas de conservación.
- Las utilidades que genera el turismo son un incentivo para que los habitantes de la comunidad se unan, con el fin de proteger las áreas de conservación contra incendios y cazadores ilegales.



Manténgase informado

- Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO.
whc.unesco.org
- Parques nacionales y otras áreas silvestres protegidas del mundo entero.
www.nationalparks-worldwide.info
www.world-national-parks.net
- Sitio de la National Geographic en español.
ngenespanol.com
- Sitio Web del Fondo Mundial para la Naturaleza. Esta organización mundial de amplia trayectoria impulsa la conservación de ecosistemas terrestres y oceánicos.
www.panda.org (en inglés, con enlaces a páginas en español)
- World Heritage Alliance es una iniciativa internacional que trabaja por la protección de los sitios patrimonio de la humanidad promoviendo, entre otras, las prácticas turísticas sostenibles,
www.worldheritagealliance.org





7. Reservas Naturales Privadas

¿Qué son las reservas naturales privadas?

El objetivo de esta sección es proporcionar recomendaciones que los dueños de reservas privadas pueden implementar para maximizar los beneficios de estas áreas naturales en la conservación de la biodiversidad.

Los parques nacionales y las áreas silvestres protegidas, en general, reciben poca ayuda económica y logística. Ante esta realidad, cada vez surgen más estrategias de conservación por parte de individuos, comunidades, organizaciones no gubernamentales o empresas. Una de las iniciativas más exitosas en este aspecto son las reservas naturales privadas.

Las reservas o áreas protegidas privadas consisten en terrenos, cuyo objetivo principal es la conservación de la biodiversidad. En todo el mundo, existen miles de reservas privadas que protegen millones de hectáreas de ecosistemas naturales.

Cuando una comunidad se identifica con una reserva, los problemas ambientales se reducen, ya que los pobladores locales participan activamente en la vigilancia de estas áreas naturales. Por su carácter de privacidad, los dueños hacen valer sus derechos de propiedad sobre la reserva, lo cual aumenta la protección contra intrusos.

En muchos casos, los parques nacionales y otras áreas naturales protegidas de gran tamaño están enlazados por reservas privadas que funcionan como “corredores biológicos”, permitiendo que los organismos silvestres se desplacen a través de un rango mayor y tengan acceso a un área mayor para buscar su alimento y reproducirse.

El ecoturismo es uno de los principales motores que ha impulsado el auge de las reservas privadas. Muchas personas se han dado cuenta de

que conservar la biodiversidad puede generar utilidades, incluso mayores que muchas actividades económicas tradicionales. Los propietarios de tierras encuentran que una reserva privada es una buena alternativa de uso para los bosques naturales, por ello, se sienten motivados a conservarlas.



¿Cuál es la importancia de implementar buenas prácticas de manejo en reservas naturales privadas?

Los dueños de reservas deben estar informados acerca de cómo maximizar la efectividad de la reserva en la conservación de la biodiversidad. La fragmentación de las áreas naturales originales impide a los organismos silvestres dispersarse. Las reservas bien planificadas y manejadas pueden funcionar como corredores biológicos.

Las reservas privadas pueden enfrentar problemas de cazadores furtivos, precaristas, ladrones de plantas, tala ilegal, amenazas de expropiación y dificultad de obtener recursos para financiar actividades de conservación. Demostrar que se aplican buenas prácticas de manejo e incluir actividades de turismo sostenible agrega valor para conseguir apoyo para los proyectos de conservación.



¿Qué puede hacer en su empresa?

- Asóciese a una red de reservas naturales privadas; es más fácil vencer los obstáculos trabajando en conjunto. Defina estrategias que le permitan a la red desarrollar proyectos conjuntos y métodos para difundir sus labores de conservación de la biodiversidad. Promueva el intercambio de su red con las de otras regiones de América Latina.
- Impulse el diálogo entre su red de reservas y el sector público; de esa manera, se pueden establecer alianzas que generen el otorgamiento de recursos para la conservación del ambiente, la disminución de impuestos, y la participación en proyectos de bioprospección y de fijación y secuestro de carbono.

- Averigüe cuáles opciones de pago por servicios ambientales existen en su región.
- Colabore con escuelas, patrocine giras de campo para visitar su reserva.
- Elabore un inventario de las atracciones turísticas potenciales de su reserva privada. Determine cuáles medidas debe tomar para que el público las pueda admirar sin interferir en los procesos naturales del ecosistema. Investigue qué se hace en otras reservas con hábitat similares y en qué se distingue la suya de las demás, para determinar si puede ofrecerles a los turistas algo diferente de las otras. Explore opciones como mostrarles a los turistas proyectos de agroforestería, uso de trapiches antiguos, recorridos nocturnos, entre otros.
- Solicite el consejo de expertos en manejo de vida silvestre, en caso de que su reserva sea el hábitat de animales o plantas en peligro de extinción, a fin de que le asesoren sobre medidas que puede aplicar para favorecer su permanencia y reproducción.
- Considere ofrecer la reserva como área para desarrollar estudios científicos, programas de educación ambiental y de formación de guías de turismo naturalista, puesto que ayudará promocionar su reserva y a formar profesionales responsables con el ambiente.
- Desarrolle zonas de amortiguamiento alrededor de la reserva; esto ayudará a reducir los problemas de cacería furtiva. Mantenga buenas relaciones con los habitantes de la comunidad. Trabaje con ellos en el desarrollo de una estrategia para que puedan aprovechar las zonas de amortiguamiento sin dañar la biodiversidad; esto contribuirá a que todos se involucren en la protección del área protegida.
- Converse con los cazadores de la zona sobre las desventajas de la sobreexplotación de recursos; hágales comprender que éstos deben manejarse responsablemente, porque de lo contrario, se puede producir la extinción de algunos organismos. Desarrolle programas de educación ambiental en la comunidad en los que se incluya este tema.
- Contrate guarda parques, de ser necesario, o construya cercas para prevenir daños a la flora y la fauna. Coloque rótulos en la periferia de la reserva, para que se señale que no es permitido cazar, ni extraer plantas.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

a. La Reserva Los Campesinos (Costa Rica)

Pertenece a la Asociación de Productores de Vainilla (ASOPROVA), que fue fundada en 1994 por miembros de la comunidad de Quebrada Arroyo en Costa Rica. Todos sus miembros eran campesinos que tenían sus esperanzas puestas en la producción de vainilla, pero los efectos devastadores de plagas, huracanes y la baja calidad de los suelos forzaron a muchas familias a abandonar la producción. En esas circunstancias, ASOPROVA compró el último terreno que tenía recursos hídricos y cataratas, con la intención de desarrollar una iniciativa turística que generara alternativas económicas en la comunidad, a través de actividades turísticas sostenibles y que conservara el recurso hídrico. En la actualidad, la asociación cuenta con 44 miembros conservacionistas, que trabajan con la regeneración natural y llevan a cabo la vigilancia ambiental contra la caza y la tala ilegal.

(Tomado de www.actuarcostarica.com)

b. Las Siete Cascadas (Ecuador)

Cuenta con 207 hectáreas de bosque nublado y lluvioso del área biogeográfica del Chocó ecuatoriano. La reserva protege la cuenca hidrográfica del Río Chuchubi, donde existen senderos naturales que conducen a siete cascadas (de hasta 80 metros de altura) y al sendero del bosque primario Los Guardianes de la Sabiduría. Los turistas pueden hacer paseos en tren y observar la molienda de la caña de azúcar en el trapiche de la comunidad de El Guadal. La reserva está en la provincia de Esmeraldas, la cual es reconocida por sus playas blancas.

(Tomado de www.lassietecascadas.com/)

c. Takalik Maya Lodge (Guatemala)

Cuenta con la Reserva Natural Privada La Montaña. Esta Reserva protege 11 hectáreas de bosque húmedo en proceso de regeneración natural. Dentro de la reserva existen 9 nacimientos de agua de montaña, los cuales alimentan a dos ríos Xab e Ixchiyá. La empresa se encuentra en lo que fue la finca cafetalera Montes Elíseos, por lo que se puede hacer un recorrido para observar el procesamiento del café, tal como se hacía hace más de cien años. La reserva es un punto de partida para visitar el Parque Nacional Arqueológico Takalik Abaj, el volcán Chicabal, el sitio Ramsar Manchón Guamuchal y ciudades donde se efectúan celebraciones mayas.

(Tomado de www.takalik.com/)

d. Montecristo River Resort (Nicaragua)

Mantiene 42 hectáreas de bosque primario. El resto del terreno se destina a jardines; cultivos de café, cacao, vainilla, frutales, teca y almendro; crianza de animales domésticos y a un vivero de plantas. Posee un centro de rescate de fauna. Promueve actividades de mejora ambiental, tales como la limpieza del banco del Río Sábalos y de las localidades aledañas.

(Tomado de www.montecristoriver.com/)



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Las reservas privadas pueden obtener incentivos económicos para su mantenimiento, tales como reducciones en los impuestos, pagos de servicios ambientales, pagos por fijación de carbono, entre otros.
- Una empresa puede ofrecer recorridos guiados en su propia reserva privada, pues los turistas no tienen necesidad de desplazarse a otros sitios para observar la biodiversidad de la zona.

- Las reservas privadas son, por lo general, efectivas para proteger los hábitats contra la extracción ilegal de recursos naturales, por lo que pueden contener mayor variedad de especies. Esto representa un gran atractivo para muchos turistas.

- La empresa participa activamente de la preservación del ambiente natural.



Manténgase informado

- Earth Restoration Service: Organización internacional cuyo objetivo es crear una red global de proyectos de restauración de ecosistemas. Facilita voluntarios y ayuda técnica a dichos proyectos.
www.earthrestorationservice.org

- Private Reserves Network. Organización que promueve los esfuerzos de conservación internacional a través de la expansión de redes de reservas naturales privadas.
www.parksnetwork.org

- Sitio Web con amplia gama de guías para planificar, diseñar, zonificar, manejar, monitorear y demás acciones necesarias para la creación y el mantenimiento de áreas protegidas privadas.
www.parquesparachile.cl

- Sitios con información sobre reservas privadas de diferentes regiones del planeta.
www.ecoclub.org
www.responsibletravel.com



8. Contaminación

¿Qué es la contaminación?

El objetivo de esta sección consiste en facilitar una serie de medidas para que las empresas turísticas minimicen las fuentes de contaminación, para evitar el riesgo de brotes de enfermedades y contribuir a la salud del ambiente y las comunidades.

Existen muchos factores que contaminan el aire, el agua y el suelo, provocando un impacto negativo en los ecosistemas, en la biodiversidad y en la salud humana.



Problemas en la atmósfera

Las emanaciones en forma de humo que emiten los vehículos, los aviones y las fábricas contaminan el aire. Éstas causan problemas de salud y al combinarse con la humedad del aire, se produce lluvia ácida, la cual corroe monumentos representativos del patrimonio cultural, daña la vegetación y mata organismos que habitan en ecosistemas acuáticos.

Esos contaminantes del aire destruyen la capa de ozono que protege contra los dañinos rayos ultravioleta del sol. Asimismo, los gases emitidos por los medios de transporte contribuyen al calentamiento global.

El ruido es otro contaminante que afecta la calidad de vida de las personas y altera el comportamiento de los animales.

En ocasiones, los diseños de las construcciones generan contaminación visual, puesto que presentan formas poco atractivas que contrastan mucho

con las construcciones locales, muestran rótulos estridentes, bloquean la vista del paisaje natural o emiten excesiva cantidad de luz.

Las luces artificiales pueden producir efectos mortales en la vida silvestre, tales como: desorientan a las aves que migran, a los insectos nocturnos, a las tortugas marinas que van a las playas a anidar y a las tortuguitas que emergen de los huevos; alteran el ciclo de vida de ciertas ranas, salamandras y serpientes que salen a buscar su alimento después de que oscurezca para evitar a los depredadores; por ende, si hay más luz, salen más tarde y comen menos.



Problemas en las aguas y en los suelos

Las aguas servidas o residuales provienen del uso doméstico, comercial e industrial. Contienen sustancias orgánicas e inorgánicas como materia fecal, orina, aceites, grasas y detergentes. En lugares donde existen sistemas de alcantarillado, estas aguas desembocan en colectores de aguas servidas que, idealmente, están conectados con una planta de tratamiento.

En las zonas costeras con muchas casas e industrias, se encuentran concentraciones altas de plomo, mercurio y otros elementos dañinos para la salud humana. Estos contaminantes pueden viajar enormes distancias, lo que afecta negativamente los ecosistemas y aumenta el riesgo de que ocurra un brote de virus y bacterias causantes de enfermedades infectocontagiosas, como hepatitis y gastroenteritis.



¿Cuál es la importancia de implementar buenas prácticas de manejo para mitigar la contaminación?

- La industria turística genera mucha contaminación (gases, ruido, desechos, contaminación visual y aguas servidas). Los atractivos turísticos clave se deterioran debido a los agentes contaminantes y dañan la biodiversidad.

- Las aguas servidas mal tratadas incrementan el número de gérmenes causantes de enfermedades, lo que afecta la salud de los turistas y lugareños, por ejemplo, un lugar con mucha contaminación en el aire, no es una buena opción para los viajeros asmáticos.
- Los incidentes públicos relacionados con la contaminación, tales como un derramamiento de petróleo o la clausura de una playa pueden dañar la imagen de un destino turístico durante muchos años.
- Las playas de aguas turbias y los senderos llenos de desechos causan disgusto y promueven un factor que impulsa la decisión de no volver a ese sitio.



¿Qué puede hacer en su empresa?

- Asegúrese de que el diseño de sus instalaciones responda a las condiciones particulares de ambiente, clima y cultura local. Procure que la arquitectura y el color del edificio de su empresa no compitan con el paisaje natural, ni con las casas existentes en la zona. Utilice los materiales y diseños tradicionales de la zona. Integre los caminos, rótulos, líneas de electricidad y otras estructuras con el paisaje; de esa manera, los turistas podrán apreciar más la cultura local.
- Instale pantallas para las luces externas para que la luz no apunte al cielo, ni a los sitios naturales. Motive a otros empresarios y habitantes de la zona para que hagan lo mismo; promueva la idea que de esa manera, los turistas pueden apreciar mejor la luna, las estrellas y los meteoros o estrellas fugaces.
- Póngase de acuerdo con otras empresas de la zona para reducir la intensidad de iluminación de los edificios durante las épocas de migración de las aves o de anidación de las tortugas.
- Gestione la obtención del galardón Bandera Azul para las playas cercanas a su comunidad; dicho galardón se le otorga a aquellas playas que tengan buena calidad de agua y en donde se implemente un manejo adecuado de los recursos.
- Determine cuáles son las principales fuentes de contaminación cercanas a la empresa. Identifique el impacto que causa esa contaminación y busque soluciones al respecto.
- No utilice pinturas que contengan plomo, pues son un peligro para la salud.
- No use productos en aerosol que tengan clorofluorocarbonos (CFC), ya que dañan la capa del ozono.
- Evite quemar llantas o desechos.
- Coloque rótulos en sitios donde haya gran cantidad de sustancias contaminantes, como en los depósitos de combustibles.
- Haga respetar las disposiciones de **NO FUMAR** dentro de espacios cerrados.
- Enséñele al personal cómo almacenar y manejar las sustancias potencialmente tóxicas.
- Evite el exceso de rotulación, ya que ésta contribuye a la contaminación visual.
- Siga las medidas que incrementan la eficiencia energética y el ahorro de energía, así como las de disminución de los desechos sólidos (citadas en secciones anteriores); todas ellas contribuyen a minimizar la contaminación a través de una reducción en la fuente.
- Asegúrese de que los productos de limpieza no sean dañinos para los organismos acuáticos y que no hayan sido probados en animales.
- Compre limpiadores y detergentes biodegradables, efectivos en agua fría. Lea la etiqueta del producto. No compre los que tengan fosfatos o fosfonatos. Evite los que contengan sustancias tóxicas, tales como cloro, benceno, nitrobenceno, formaldehído, kerosén, naftaleno, hidróxido de sodio, fenol, xileno y lauril sulfato de sodio, entre otros.
- Utilice limpiadores naturales como sal, limón, vinagre y bicarbonato de sodio.



Aguas servidas

- Procure que las instalaciones de su empresa estén conectadas a un buen sistema de tratamiento de aguas servidas. Utilice sistemas de tratamiento, como el tanque séptico construido de acuerdo con el tamaño de la operación y las características de los suelos.
- Asegúrese que las aguas servidas no descarguen directamente en las fuentes de agua naturales (ríos, lagunas).
- Trabaje con los miembros de su comunidad e instituciones públicas para que la disposición final del sistema de alcantarillado no produzca alteraciones en el medio.
- Encargue un análisis de laboratorio para evaluar la calidad de las aguas residuales de su empresa. Lleve un registro con la composición de esas aguas. Tenga en cuenta que se utiliza la DBO (Demanda Bioquímica de Oxígeno) para medir el impacto de la contaminación causada por las aguas servidas; una DBO alta significa que el agua está contaminada, por lo que hay gran cantidad de bacterias utilizando oxígeno para descomponer los desechos presentes en las aguas. Los análisis de agua detectan la cantidad de nitritos, nitratos, fosfatos y otros compuestos químicos derivados de la contaminación por estiércol, fertilizantes y detergentes.



Transporte

- Organice programas turísticos que posibiliten el uso de los servicios de transporte público (tren, ferry y buses) o alquile buses para llegar a un destino.
- Contrate proveedores de servicios tradicionales de transporte no motorizados, tales como bicicletas, canoas o caballos, entre otros. Motive a los turistas a usar estos transportes como parte de la aventura turística.

- Trabaje con buses, compañías de alquiler de carros y de lanchas que pongan en práctica medidas para maximizar el uso de combustible y reducir las emisiones de gases, como por ejemplo, que usen vehículos híbridos, motores de cuatro tiempos, botes eléctricos, entre otros.

- Inste a los conductores a no dejar los buses encendidos mientras esperan a los turistas que visitan monumentos.

- Evite ofrecer viajes de menos de 700 km en avión o en avioneta, a menos que sea la única forma de llegar a un destino.

- Utilice aerolíneas que implementen acciones para reducir la producción de gases contaminantes, como por ejemplo, que compensen sus emisiones de gases con la compra de bonos de carbono. Recuérdelo a los turistas que más del 60% de los viajes en avión se debe al turismo e instelos a preferir aerolíneas que ofrezcan vuelos directos al destino turístico.



En las embarcaciones

- En tierra firme, trate las aguas residuales de las embarcaciones. Use las estaciones de bombeo disponibles o productos químicos biodegradables.

- Motive a los turistas a usar el servicio sanitario en tierra antes de un viaje en barco, ya que así, es más seguro que los desechos se envíen a una planta de tratamiento.

- Conserve las embarcaciones en buen estado mediante mantenimiento preventivo; de esa manera, se asegurará de que las aguas residuales u otras sustancias contaminantes, como aceite o petróleo, no se descarguen accidentalmente en el mar.

- Reduzca el uso de plástico y otros materiales no biodegradables en los barcos. Sujete bien los botes de desechos para que no caigan por la borda.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

a. Nacientes Palmichal (Costa Rica)

Posee 42 hectáreas ubicadas a 1,500 sobre el nivel de mar, que incluyen bosque primario. Anteriormente, esta área era utilizada para la cría de ganado, sin embargo, actualmente esta organización la utiliza para la producción de agua y como refugio de flora y fauna. Nacientes Palmichal conserva y mantiene limpios los Ríos Negro y Tabarcia, los cuales abastecen a diversas comunidades aledañas a la cuenca. Esta organización mantiene biodigestores que producen biogas y abono orgánico con los desechos derivados de las granjas porcinas.

(Tomado de www.nacientespalmichal.com)

b. La Casa de Maco (Antigua, Guatemala)

Cuenta con habitaciones bien iluminadas por medio de la luz natural, por lo cual, asegura un menor consumo de energía eléctrica. En este hotel se aplica la política de no utilizar luces eléctricas durante las horas nocturnas; únicamente en caso de que llegue algún huésped de noche.

(Tomado de www.lacasademaco.com)

c. Ram Tzul (Guatemala)

Fue declarado como Reserva Natural Privada. Este sitio protege la fauna y la flora de la región y conserva los bosques y las cuencas de los ríos, además, junto con la Comisión Nacional de Áreas Protegidas y los consejos comunitarios de desarrollo local trabaja para proteger las aguas de la contaminación y para crear conciencia en los agricultores sobre el peligro de usar agroquímicos como fertilizantes y venenos para fumigar.

(Tomado de www.m-y-c.com.ar/ramtzul)

d. Tierra del Volcán (Cotopaxi, Ecuador)

Desde 1999, esta empresa realiza campañas de limpieza periódica dentro y fuera del Parque Nacional Cotopaxi. Adicionalmente, ellos han implementado programas de mitigación de impactos ambientales de ahorro de energía, reciclaje y manejo de desechos, así como de educación para la erradicación de quemas.

(Tomado de www.tierradelvolcan.com)



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Muchas de las medidas para minimizar la contaminación ayudan a cuidar de la salud del personal y a desarrollar la eficiencia en las operaciones de la empresa.
- Las empresas que implementan buenas prácticas para minimizar la contaminación del ambiente contribuyen a formar un destino turístico más limpio, agradable y sano para turistas, residentes locales y organismos silvestres.
- La percepción que tiene un turista sobre un destino turístico tiene mucho impacto sobre otros visitantes potenciales, incluso más que los estudios científicos; por tanto, los turistas preferirán ir a lugares recomendados para evitar problemas de salud y utilizarán los servicios de aquellas empresas responsables que cuiden el aire, el agua y el suelo.



Manténgase informado

- Información en inglés e italiano, sobre contaminación lumínica y mapas del cielo nocturno.
www.lightpollution.it
- Organización que trabaja contra la contaminación sónica. Información en inglés.
www.nonoise.org
- Página de Oceana, organización que lucha por la protección de los océanos.
www.oceana.org
- Sitio Web en inglés, que posee gran cantidad de fórmulas naturales para hacer productos de limpieza muy efectivos y fáciles de elaborar. Contiene decenas de consejos para reducir la contaminación.
www.care2.com
- Sitio Web en español de EPA, la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos, con guías sobre prevención de la contaminación, manejo de desechos sólidos, desarrollo sostenible y otros temas relacionados.
www.epa.gov/espanol



9. Desechos Solidos

¿Qué son los desechos sólidos?

En esta sección, se citarán medidas para reducir la cantidad de desechos sólidos producidos por las actividades turísticas. Esto minimiza el impacto negativo sobre el ambiente y propiciar un crecimiento sostenible de la empresa.

Los desechos o residuos sólidos son una de las principales fuentes de contaminación ambiental. Una gran cantidad de actividades humanas generan toneladas de desechos sólidos diariamente. Usualmente, en el mejor de los casos, estos residuos se envían a rellenos sanitarios, pero un gran porcentaje termina en botaderos “a cielo abierto”.

Para reemplazar esos desechos sólidos con objetos nuevos, se requiere una serie de procesos que generan gases, los cuales contribuyen al calentamiento del clima.

Los desechos orgánicos o biodegradables, como los restos de alimento, tardan menos tiempo en descomponerse naturalmente que los no biodegradables, como los plásticos.

Residuos sólidos y tiempo que tardan en degradarse

| Residuo | Tiempo en degradarse |
|---------------------|-----------------------|
| Cáscara de banano | 1 mes |
| Bolsa de papel | 1 mes |
| Goma de mascar | Hasta 5 años |
| Colilla de cigarro | 1,5 a 12 años |
| Tetra brick | Hasta 30 años |
| Bolsa de plástico | 10 a 150 años |
| Botella de plástico | 100 a 1000 años |
| Lata de aluminio | 200 a más de 500 años |

Residuos sólidos y tiempo que tardan en degradarse

| Residuo | Tiempo en degradarse |
|---|--------------------------|
| Aros de plástico en latas de refrescos | Más de 400 años |
| Baterías | Más de 1 000 años |
| Botella de vidrio | 4000 a 1 000 000 de años |
| Poliestireno (telgopor, unicel, estereofón) | No se degrada |

Los desechos sólidos pueden ser peligrosos para los animales, tal es el caso de las tortugas, que pueden asfixiarse con bolsas de plástico que confunden con las medusas de las que se alimentan; peces y aves pueden atascarse en los aros de plástico de los “six pack” de latas de bebidas. Las colillas de cigarro pueden iniciar incendios forestales.



¿Cuál es la importancia de implementar buenas prácticas de manejo con desechos sólidos?

- Los visitantes producen gran cantidad de desechos. En promedio, cada turista genera un kilogramo de desechos sólidos por día.
- La percepción de limpieza de un destino turístico es un factor que influye sobre la decisión de volver a un sitio o recomendarlo a otros turistas.
- Las acumulaciones de desechos sólidos son sitios potenciales de reproducción de organismos que transmiten enfermedades y ponen en riesgo la salud pública.
- El mal manejo de los desechos sólidos arruina la imagen de un destino turístico al producir malos olores, contaminar el suelo y las aguas y afectar la biodiversidad.



¿Qué puede hacer en su empresa?

Los desechos se deben tratar y disponer en forma adecuada. Existe una serie de acciones que ayudan a reducir el problema de los residuos sólidos; por ejemplo las denominadas “3Rs”, a saber:

● Reducir:

El primer paso es reducir las cantidades de productos consumidos, inclusive los empaques.

● Reutilizar:

Implica diseñar un plan para usar nuevamente los materiales, para fines variados.

● Reciclar:

Aquellos materiales que no puedan ser reutilizados, deben seleccionarse y ser enviados a reciclar, por empresas especializadas.



¿Qué residuos sólidos produce mi empresa?

- Analice, durante uno o dos meses, qué tipo de desechos se producen y en qué cantidad. Pese los desechos con una balanza. Anote los datos sobre tipo, peso, área de origen de los desechos y su porcentaje; puede realizar y utilizar un cuadro como el siguiente:

| Tipo de desecho | Lugar de generación | Peso (Kg.) | Porcentaje (%) |
|-------------------|---------------------|------------|----------------|
| Latas de aluminio | Cocina, restaurante | 2 | 4 |
| Papel periódico | Habitaciones | 20 | 40 |
| Plástico | Cocina | 10 | 20 |
| Restos de comida | Cocina | 18 | 36 |
| Total | - | 50 | 100 |

- Identifique, con base en los datos obtenidos, cuáles son los procesos o las actividades que generan más desechos y dónde terminan los residuos sólidos una vez que usted los bota (relleno sanitario, botadero, centro de acopio, etc.). Determine cómo se puede reducir la cantidad de desechos desde su área de origen y estudie las alternativas que existen en la comunidad para su manejo adecuado.



Reducir

- Es necesario reducir el consumo excesivo de productos, sobre todo aquellos que originan residuos no biodegradables, como los plásticos.
- Utilice formas creativas de sustituir los procesos actuales por otros que generen menos desechos.
- Adquiera productos de buena calidad; éstos duran más, por lo que no necesitará renovarlos con frecuencia.
- Establezca un mecanismo de compras conjuntas con otros proveedores de servicios turísticos; de esta forma, pueden comprar productos en empaques de grandes cantidades, en vez de empaques individuales y de paso reducen los costos.
- Recuérdeles a los turistas y a su personal la importancia de no dejar desechos en las áreas naturales. Motíuelos para que se unan al esfuerzo de reducción de desechos sólidos. Pídales su opinión sobre cómo manejar los desechos de su empresa.
- No utilice platos, vasos o cubiertos desechables. Compre vajillas de loza, cubiertos de metal y vasos de vidrio, antes de adquirir gran cantidad de objetos de plástico con frecuencia.
- Ofrezcales a los turistas alimentos hechos en su empresa o que tengan envolturas biodegradables, en vez de paquetes de bocadillos que vengan en bolsas plásticas.

- Suministre agua potable en jarras de vidrio en vez de botellas de plástico.

- Coloque en los baños dispensadores de jabón, champú y papel higiénico para evitar el desperdicio. Instale secadores de manos en vez de dispensadores de toallas de papel.

- Almacene los materiales en forma adecuada, para evitar pérdidas de producto.

- Use aparatos que funcionen con energías alternativas, como linternas y relojes solares para evitar el uso de baterías desechables.

- Compre productos de material biodegradable o que se puedan reciclar y que no hayan sido probados en animales. Fíjese en la etiqueta o en la parte inferior de los envases para determinar si son reciclables.

- No use productos que sean potencialmente dañinos para el ambiente, por ejemplo, los que tienen empaques de espuma de poliestireno.



Reutilizar

- Un producto, recurso o material (ya usado) puede ser utilizado nuevamente para un fin similar o distinto del original. Reutilizar también significa recuperar materiales u objetos aún útiles que otros han desechado o reparar un producto que tiene una falla menor.

- Compre refrescos o alimentos en envases retornables. Prefiera los envases de vidrio, ya que es más fácil reutilizarlos y reciclarlos que los de plástico.

- Utilice baterías recargables; una sola sustituye a cien desechables, ya que se pueden volver a cargar una y otra vez, con lo cual se evita desechar pilas convencionales que tienen sustancias químicas altamente contaminantes para suelo y agua.

- Done el exceso de comida, los muebles y los aparatos que ya no se usan.
- Aproveche los desechos orgánicos para la producción de abono en una compostera.
- Imprima papel por los dos lados. Reutilice el papel impreso para hacer anotaciones.
- Compre cartuchos recargables de tinta para impresora, fotocopidora y fax.
- Utilice toallas de tela lavables, en vez de servilletas de papel para la limpieza.
- Utilice tabloncillos o pizarras para escribir notas para colocar memorándums, en lugar de enviarle hojas por separado a cada miembro del personal.



Reciclar

- El reciclaje comprende la utilización de los desechos como materia prima para producir un objeto nuevo, ya sea para usarlo de la misma manera o con otro fin. Esta acción ahorra energía, conserva los recursos naturales y reduce el espacio que ocupan los residuos, por ejemplo, reciclar una lata de aluminio ahorra energía suficiente como para hacer funcionar una computadora por 3 horas, mientras que reciclar una tonelada de papel ahorra 20,000 litros de agua y salva la vida de 70 árboles.
- Utilice productos hechos a base de material reciclado, ya que en su fabricación no se emplea tanta energía.
- Imprima material promocional en papeles de material reciclado y/o reciclable.

- Coloque en la empresa contenedores para reciclaje, con el fin de separar los desechos sólidos en aluminio, plásticos, vidrio, papel y orgánicos. Dispóngalos en sitios frecuentados por visitantes y personal. Pinte dibujos alusivos a lo que se puede depositar en cada recipiente (latas de aluminio, revistas, cáscaras de frutas, etc.) para que turistas de otros países comprendan, con mayor facilidad, el tipo de desechos que va en cada contenedor.
- Contacte a empresarios del reciclaje o a centros de acopio que trabajen en su comunidad o cerca. Coordine con ellos la recepción de los desechos depositados en los contenedores para reciclaje. Comuníquese con los que proveen servicios municipales para evitar que lo recogido sea enviado a un botadero, por error.
- Analice la posibilidad de adquirir inodoros de compostación, los cuales transforman en abono, los desechos orgánicos humanos.



Disposición de desechos

- Investigue cuáles alternativas viables existen en la comunidad para disponer los desechos que no pueden ser eliminados, por ejemplo, las baterías.
- Inste a sus clientes y al personal a que implementen medidas que protejan la vida silvestre, como cortar los aros de plástico de las bebidas de refresco, hacerles nudo a las bolsas de plástico y limar los bordes filosos de las latas de conservas en zonas donde el manejo de los desechos no es confiable, pues pueden llegar al mar. Recuérdeles que es preferible no consumir ese tipo de productos.
- Verifique el lugar donde se disponen finalmente los desechos. Contacte a la municipalidad o empresa a cargo de la recolección para conocer el funcionamiento de los rellenos sanitarios.

- Tomo acciones comunitarias para mejorar las condiciones de los rellenos sanitarios o los botaderos de su zona.
- Informese sobre la mejor forma de disponer de sus desechos no tradicionales, como los de construcción.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

a. La Milpa Field Station (Belice)

Está ubicado al noroeste de Belice, cerca del tercer sitio arqueológico más grande de este país. Como parte de sus acciones de sostenibilidad, este hotel cuenta con inodoros de compostación con microorganismos que, en presencia de aire y humedad, descomponen la materia orgánica de los desechos humanos y la transforman en abono orgánico rico en minerales, además, se dispone de energía solar y un sistema para el manejo y reciclaje de aguas grises.

(Tomado de www.pfbelize.org/lamilpa.html#dr)

b. Casa Grande (Ecuador)

Separa los desechos sólidos para su posterior reciclaje en la comunidad. El plástico y el papel se destinan para la elaboración de ladrillos ecológicos por parte del eco-club de la localidad; estos ladrillos, que son una mezcla de cemento y papel, se utilizan para construir paredes de gran resistencia. Con el papel reciclado se elaboran tarjetas, hojas y otro tipo de papelería.

(Tomado de www.casagrande.com)

c. La Asociación Rupalaj Kistalin (Guatemala)

Colabora con el proyecto “Tren de Aseo del Municipio de San Juan La Laguna”, que tiene a cargo la recolección de los desechos sólidos de la zona. Dos veces al año, esta Asociación organiza campañas de limpieza del Lago Atitlán y vela porque los senderos en los que se hacen recorridos guiados estén limpios siempre. Cada guía carga una bolsa de basura para recolectar desechos durante un recorrido o por si los turistas necesitan botar algo. La asociación entrega el plástico separado a una organización que construye casas con ese material y el papel es donado a personas que fabrican lámparas con papel. Los desechos orgánicos son utilizados para hacer abono orgánico que se aprovecha en el vivero forestal.



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Una empresa que implementa buenas prácticas de manejo puede reducir la producción de residuos sólidos hasta en un 60%, con el consiguiente ahorro de energía, agua y materias primas. Las prácticas de reducción, reutilización y reciclaje ayudan a la educación de consumidores responsables y generan ahorros significativos para la empresa.
- El buen manejo de los desechos sólidos ayuda a mantener la calidad del destino turístico.
- Una empresa comprometida con el manejo adecuado de los desechos sólidos es un ejemplo para otras compañías de la región.
- El destino turístico entero sale ganando al unirse más entidades al esfuerzo de manejar los desechos apropiadamente, pues eso significa un ambiente más limpio, saludable y agradable a la vista.



Manténgase informado

- Consejos sobre reducción, reutilización y reciclaje de desechos.

earth911.org (en inglés)

www.recycling-guide.org.uk (en inglés)

waste.ideal.es

- Sitio Web principalmente en inglés, con documentos en español, destinado a forjar comunidades “cero desperdicios”. Contiene recomendaciones para disminuir la generación de desechos sólidos y establecer un centro de acopio.

www.ecocycle.org

- Usos creativos y muy interesantes dados a los desechos sólidos; desde joyas elegantes hasta muebles sofisticados.

elmundodelreciclaje.blogspot.com



10. Educación Ambiental

¿Qué es la educación ambiental?

Este apartado pretende proporcionar a los empresarios turísticos una serie de medidas para integrar la educación ambiental a la oferta turística, con el fin de lograr la participación de los turistas y el personal de la empresa en acciones a favor del ambiente, a través de un producto turístico de gran valor.

Muchas ciudades del planeta luchan contra problemas ambientales. Éstos podrían minimizarse si las personas adquiriesen mayor conocimiento y conciencia sobre las consecuencias que pueden surgir al alterar las complejas interrelaciones entre los distintos componentes de los ecosistemas. Es estrictamente necesario educar a las personas sobre la manera de usar los recursos naturales en forma racional, para que las generaciones futuras puedan seguir utilizándolos.

La educación ambiental es una buena herramienta para lograr ese objetivo, ya que fomenta la adquisición de conocimientos sobre el ambiente natural y los retos que enfrenta, teniendo en consideración la relación entre el ser humano y su entorno; de esa manera, promueve el desarrollo sostenible y la búsqueda de soluciones, no obstante, la educación ambiental no se debe quedar en la enseñanza de conceptos, sino que tiene que conducir a la participación y a la realización de ellos.

Los parques nacionales y otras áreas naturales ofrecen muchas oportunidades de educación ambiental a través de la interpretación de los aspectos naturales del lugar, por medio de material educativo (impreso, audiovisual) o con la ayuda de guías de turismo. Esa interpretación proporciona explicaciones sobre los seres de la naturaleza, la interrelación que se da entre ellos y otros datos interesantes, que se presentan en forma sencilla y amena, de manera que los visitantes puedan comprender mejor el mundo natural y sentir un vínculo más estrecho con él.



¿Cuál es la importancia de implementar educación ambiental?

- El aprendizaje que los turistas se llevan a casa es un aspecto importante en un tour, ya que muchos comparten la información aprendida al regresar a su lugar de origen. Comunicar datos interesantes es darle un valor agregado al producto turístico pues enriquece la experiencia del visitante.
- El turismo puede ser una forma muy efectiva de incrementar la conciencia ambiental. Con la guía adecuada, los turistas pueden aprender a ser viajeros responsables y a disfrutar sin causar daños en el ambiente.
- Una empresa turística debe impartir conceptos de educación ambiental empleando estrategias que permitan captar y mantener la atención de los turistas, ya que visitan el lugar con el fin de descansar y disfrutar.



¿Qué puede hacer en su empresa?

Una empresa comprometida con las buenas prácticas para el turismo sostenible debe promover la educación ambiental, tanto dentro como fuera de la organización.

- Procure que su personal tenga conocimiento sobre las presiones ambientales de la zona y también, de las buenas prácticas que se deben implementar para hacerles frente. Brinde motivación para que los colaboradores sean consecuentes con sus acciones dentro y fuera de la empresa.
- Invite, periódicamente, a profesionales locales (guarda parques, educadores ambientales y los mismos miembros de su personal) para que colaboren con los esfuerzos de educación ambiental de su empresa. Instelos a difundirles un buen mensaje a los turistas, al personal de la empresa y demás habitantes de la comunidad. Propicie un foro de discusión al final de cada actividad.

- Patrocine a grupos de escuelas para que puedan visitar un parque nacional de su comunidad, con la finalidad de motivar a los estudiantes para que sean guardianes de la biodiversidad.

- Facilíteles a los turistas fotografías, folletos u otro tipo de material impreso o audiovisual relacionados con los ecosistemas naturales de la región que están visitando.

- Coloque materiales gráficos u otros medios de difusión con medidas que sirvan para que los turistas sean viajeros más responsables con el ambiente que visitan. Use material reciclado para fabricar estos medios.

- Organice campañas ambientales periódicamente en la comunidad; pueden ser de siembra de árboles, recolección de desechos, mantenimiento de los rótulos de los senderos de un parque nacional y otros. Inste a los turistas a participar. Explíqueles a los participantes los beneficios de esas actividades e invítelos a dar e ideas para próximas campañas.



Recorridos guiados

- Facilite la capacitación continua del personal en temas como historia natural de organismos silvestres representativos de la región, monumentos históricos, técnicas de guiado e interpretación ambiental, estrategias para lograr un turismo sostenible, mitos y leyendas de la zona, servicio al cliente y primeros auxilios, entre otros. MotíVELO a adquirir información interesante y de calidad por cuenta propia (en revistas especializadas, Internet, conversaciones con antiguos habitantes de la zona, entre otros).

- Enséñele al personal a brindar un buen servicio al cliente y a velar por la seguridad, la comodidad y la salud de los turistas, así como mostrar respeto por los recursos naturales y la cultura de la comunidad visitada. MotíVELO a ser firme, sin perder la diplomacia, al conducir un grupo dentro de las áreas naturales protegidas.

- Ofrezca productos turísticos con itinerarios que incluyan sitios que muestren la riqueza natural y cultural de la zona, situaciones ambientales de actualidad y empresas que implementen buenas prácticas ambientales.

- Instruya a los guías sobre cómo hacer una interpretación ambiental efectiva en un sendero de un parque nacional u otro espacio natural. Puede encontrar información sobre este tema en la sección de enlaces.



¿Qué acciones han implementado otras empresas?

a. San Ignacio Resort Hotel (Belice)

Mantiene una exhibición educativa sobre la iguana verde y su papel en el ecosistema del río. Con ella, los visitantes pueden observar en vivo el ciclo de vida de la iguana, desde la incubación hasta su desarrollo una vez fuera del huevo. Cuenta con un sendero que educa sobre las plantas medicinales del bosque de Belice y los usos tradicionales que han sido transmitidos a lo largo de varias generaciones.

(Tomado de www.sanignaciobelize.com/)

b. ASEPALECO, la Asociación Ecológica de Paquera, Lepanto y Cóbano (Costa Rica)

Tiene su sede en la península de Nicoya, en Costa Rica. Esta organización, que es parte de la iniciativa del Corredor Biológico Mesoamericano, ha promovido el programa de mini-reservas escolares. Este proyecto compromete a los estudiantes y a los educadores a cuidar pequeñas áreas de bosque de fincas cercanas a las escuelas. Esta experiencia ha sido implementada en Italia y ha permitido el “hermanamiento” entre Italia y las escuelas de la península.

(Tomado de www.asepaleco.com/)

c. La Finca Orgánica Río Muchacho (Ecuador)

Respalda el agro ecoturismo como forma sostenible de generar empleo. Esta Finca administra la escuela ambientalista comunitaria Río Muchacho. En esta escuela, los niños aprenden sobre factores que afectan el ambiente, tales como: deforestación, contaminación del agua y prácticas agrícolas dañinas. Todos los años los estudiantes cosechan frutos y aprenden a cultivar vegetales de forma orgánica en las áreas verdes de la escuela, también tiene programas de capacitación agro-ecológica para jóvenes y adultos en su finca orgánica e impulsa proyectos de reciclaje de papel y ecoescuelas.

(Tomado de www.riomuchacho.com)



¿Qué beneficios obtiene su empresa?

- Un personal bien informado proveerá un mejor servicio a los turistas, quienes reciben un producto de muy buena calidad.
- Las prácticas de educación ambiental propician mayor integración de la comunidad; de esta manera, los viajeros perciben un destino turístico con elevado grado de interés y compromiso en la protección del patrimonio natural y cultural.
- Los turistas bien informados acerca de los problemas ambientales se interesan más en la protección del medio y muestran voluntad para colaborar con las labores de conservación.



Manténgase informado

- Instituciones que promueven las buenas prácticas en la comunicación con los grupos de turistas en áreas protegidas.

www.apiepr.org

www.interpretaciondelpatrimonio.com

- Portales con noticias, estrategias y artículos de educación ambiental.

educacion.ecoportal.net

www.internatura.org

www.jmarcano.com



Implementando Buenas Prácticas

A continuación, se presentan algunos ejemplos de cómo puede implementar las buenas prácticas de manejo en las distintas áreas operativas de su empresa. Estos ejemplos le servirán como guía para desarrollar su propio plan de implementación y mejoras.



BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA TURÍSTICA

| Consejos por área operativa | Agua | Energía/ calentamiento global | Conservación de la biodiversidad | Prevención de contaminación | Educación ambiental |
|------------------------------|--|--|---|--|--|
| HABITACIONES Y BAÑOS. | <ul style="list-style-type: none"> ● Instale inodoros eficientes. ● Use grifos y duchas con aireadores. ● Pídale a los huéspedes que reutilicen las toallas y la ropa de cama. | <ul style="list-style-type: none"> ● Apague las luces no usadas. ● Aísle techos y ventanas. ● Limpie los filtros del aire acondicionado. ● Instale ventiladores de techo. ● Sacuda el polvo de las bombillas. | <ul style="list-style-type: none"> ● Limite el número de luces encendidas durante la noche. | <ul style="list-style-type: none"> ● Use aparatos que funcionen con energías alternativas. ● Coloque, en los baños, dispensadores de jabón, champú y papel higiénico para evitar el desperdicio. | <ul style="list-style-type: none"> ● Eduque al personal y a los turistas sobre la necesidad de cerrar las llaves de agua que no se estén usando. |
| COCINA | <ul style="list-style-type: none"> ● Use aparatos eficientes que no requieran tanta agua. ● Lave platos en lava-vajillas con carga completa. ● Lave frutas y verduras en recipientes. | <ul style="list-style-type: none"> ● Utilice aparatos eléctricos modernos y eficientes. ● Sitúe la refrigeradora lejos de fuentes de calor. | <ul style="list-style-type: none"> ● No ofrezca especies escasas como una opción de alimentación. | <ul style="list-style-type: none"> ● Ofrezca alimentos hechos en su empresa o que tengan envolturas biodegradables. ● Suministre agua potable en jarras de vidrio. ● No utilice platos, vasos ni cubiertos desechables. | <ul style="list-style-type: none"> ● Informe al personal y a los turistas el ahorro que se produce al apagar las luces y los aparatos eléctricos que no están en uso. |
| LAVANDERÍA Y LIMPIEZA | <ul style="list-style-type: none"> ● Use lavadoras y electrodomésticos de limpieza eficaces. ● Adquiera un compresor móvil y pistolas de lavado a presión para limpieza intensiva. | <ul style="list-style-type: none"> ● Utilice los electrodomésticos en horas que no sean pico. ● Aproveche el calor del sol para el secado de ropa. ● Use programas cortos de lavado. ● Planche varias prendas a la vez | <ul style="list-style-type: none"> ● Use productos de limpieza y detergentes que no dañen el ambiente. | <ul style="list-style-type: none"> ● Utilice toallas de tela lavables. ● Use los envases vacíos para clasificar objetos. ● Limpie con productos amigables con el ambiente. | |

BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA TURÍSTICA

| Consejos por área operativa | Agua | Energía/ calentamiento global | Conservación de la biodiversidad | Prevención de contaminación | Educación ambiental |
|-----------------------------|--|---|---|---|------------------------|
| PROVISIONES | | <ul style="list-style-type: none"> ● Compre productos cuyo mantenimiento requiera menos energía. | <ul style="list-style-type: none"> ● Adquiera productos y servicios suministrados por habitantes locales. ● Compre productos de material biodegradable, reciclable y no probados en animales. | <ul style="list-style-type: none"> ● Establezca un mecanismo de compras conjuntas con otros empresarios. ● Compre toallas y ropa de cama de algodón. ● Use productos de buena calidad. ● Utilice productos hechos a base de material reciclado. ● Compre refrescos o alimentos en envases retornables. ● Emplee cartuchos recargables de tinta y tóner. | |
| TRANSPORTES | <ul style="list-style-type: none"> ● Capte el agua de lluvia y úsela para lavar los vehículos. ● Cierre la llave de la manguera mientras enjabona los vehículos. | <ul style="list-style-type: none"> ● Promueva actividades turísticas que no empleen automóviles. ● Use vehículos que empleen tecnologías alternativas y consuman menos energía. ● Mantenga los vehículos en buen estado. ● Ofrezca viajes de carbono neutral. | <ul style="list-style-type: none"> ● No utilice motos acuáticas u otros artefactos similares para observar mamíferos marinos. | <ul style="list-style-type: none"> ● Evite que los conductores de buses dejen los motores encendidos por largo tiempo. ● Utilice empresas de transportes que implementen acciones para reducir la emisión de gases. ● Trate en tierra firme las aguas residuales de las embarcaciones. ● Propicie el uso del transporte público. | |

BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA TURÍSTICA

| Consejos por área operativa | Agua | Energía/ calentamiento global | Conservación de la biodiversidad | Prevención de contaminación | Educación ambiental |
|--|--|---|---|--|--|
| ESPACIOS VERDES Y ÁREAS NATURALES PROPIAS | <ul style="list-style-type: none"> ● Riegue los jardines temprano o cerca del anochecer. ● Utilice plantas que no necesiten tanta agua. ● Coloque pistolas de chorro mecánicas en el extremo de las mangueras de riego. | <ul style="list-style-type: none"> ● Siembre árboles o arbustos nativos alrededor de su empresa. ● Instale sensores de movimiento en áreas oscuras del jardín. | <ul style="list-style-type: none"> ● Identifique las principales especies de plantas propias de la región. ● Cultive plantas nativas. Evite las exóticas. ● No clave rótulos en los árboles. ● Evite hacer fogatas y barbacoas. ● Integre las áreas verdes con espacios naturales. ● Poda las plantas regularmente. | <ul style="list-style-type: none"> ● Establezca biojardineras. ● Produzca abono natural. ● Evite quemar llantas o desechos a cielo abierto. ● No utilice agroquímicos. | <ul style="list-style-type: none"> ● Patrocine la visita de grupos escolares a un parque nacional. ● Organice campañas ambientales en la comunidad. ● Asíciense a una red de reservas privadas. ● Impulse el diálogo entre su red de reservas y el sector público. ● Desarrolle zonas de amortiguamiento alrededor de las reservas. ● Establezca rótulos sin “quebrar” el paisaje. |
| INSTALACIONES GENERALES | <ul style="list-style-type: none"> ● Reutilice las aguas grises. ● Programe un mantenimiento general para revisión de tuberías e instalaciones. | <ul style="list-style-type: none"> ● Establezca un programa de mantenimiento preventivo para las instalaciones eléctricas. ● Use en lo posible energías alternativas y aparatos que usen estas energías. ● Utilice sensores y temporizadores para apagar automáticamente las luces. ● Compre unidades de aire acondicionado eficientes. ● Utilice bombillas que consumen menos energía en áreas de uso común. ● Aproveche al máximo la luz solar. | <ul style="list-style-type: none"> ● Instale pantallas en las luces externas. ● Proteja a las aves de los choques contra las ventanas. ● Asegúrese de que las aguas servidas no descarguen directamente en las fuentes de agua naturales. | <ul style="list-style-type: none"> ● Imprima papel por los dos lados. ● Utilice pizarras para colocar memorándums. ● Coloque contenedores para reciclaje. ● No utilice pinturas con plomo, ni aerosoles con clorofluorocarbonos. ● Asegúrese de que el diseño de sus instalaciones responda a las condiciones de la zona. ● Procure que su empresa esté conectadas a un buen sistema de tratamiento de aguas servidas. ● Haga respetar las disposiciones de “No Fumar” dentro de espacios cerrados. | |

BUENAS PRÁCTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE EN LA EMPRESA TURÍSTICA

| Consejos por área operativa | Agua | Energía/ calentamiento global | Conservación de la biodiversidad | Prevención de contaminación | Educación ambiental |
|--|--|---|--|--|---|
| <p>ATENCIÓN AL TURISTA, RECORRIDOS GUIADOS EN ÁREAS NATURALES</p> | <ul style="list-style-type: none"> ● Mantenga un tanque con agua en su empresa. ● Contrate una empresa para que haga análisis de la calidad del agua de la suya. | <ul style="list-style-type: none"> ● Elabore, con la asesoría de un experto, un plan de emergencia para enfrentar fenómenos naturales. | <ul style="list-style-type: none"> ● Fomente el seguimiento de los códigos de conducta en las áreas naturales. ● Diseñe paquetes turísticos para grupos pequeños. ● Contrate proveedores turísticos responsables. ● Denuncie los daños en el ambiente. ● Apoye los esfuerzos locales de conservación. ● No ingrese en áreas frágiles, ni aceche a los animales. ● No tenga animales en cautiverio. ● No ilumine la playa o el océano en las áreas de anidación de tortugas. ● No dirija luces hacia la cara de un animal. | <ul style="list-style-type: none"> ● Recuérdeles a los turistas y a su personal no dejar desechos en las áreas naturales. | <ul style="list-style-type: none"> ● Eduque a su personal sobre problemas ambientales y las medidas para hacerles frente. ● Inste al personal y a los turistas a participar en actividades de conservación ambiental. ● Facilíteles a los turistas datos sobre áreas protegidas; motívelos a visitarlas y a protegerlas. ● Colabore en la educación ambiental de las comunidades. ● Únase a otros para desarrollar métodos para conservar las áreas silvestres. ● Facilite la capacitación continua del personal. ● Instruya a los guías sobre cómo hacer una interpretación ambiental efectiva. |

Otros enlaces de interés general para las empresas turísticas

- Rainforest Alliance. Organización que trabaja para la preservación de la biodiversidad. Ofrece información y herramientas sobre turismo sostenible. Incluye temas como certificación de sostenibilidad turística, educación ambiental y proveedores de productos verdes.
www.rainforest-alliance.org
- Biodiversidad en América Latina. Portal con temas de interés actual para el intercambio de información entre personas e instituciones que se dedican a la conservación de la biodiversidad.
www.biodiversidadla.org
- EcoBusinessLinks. Portal en inglés, posee enlaces a páginas con información sobre manejo adecuado de recursos naturales, jardines orgánicos, ecovillas y empresas proveedoras de productos y aparatos amigables con el ambiente, entre muchos otros temas interesantes.
www.ecobusinesslinks.com
- Organización Mundial del Turismo. Informa sobre lo que acontece en el mundo con respecto al turismo y sus efectos sobre el ambiente .
www.unwto.org/index_s.php
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, División de Tecnología, Industria y Economía. Contiene documentos sobre políticas, estrategias y prácticas que pueden implementar las empresas para un mejor manejo de los recursos naturales. Página en inglés y francés, pero con documentos y vídeos en español.
www.unep.org
- Unión Mundial para la Conservación de la Naturaleza. Institución que promueve la investigación científica, con el fin de encontrar soluciones a los retos que plantea el desarrollo de las naciones. Mediante sus Listas Rojas documenta las especies amenazadas. Página en inglés.
www.iucn.org

- Worldwatch Institute. Organización que trabaja a favor del desarrollo sostenible. Provee análisis actualizados en inglés, sobre asuntos globales de gran importancia.
www.worldwatch.org

Referencias

- Andereck, K. 1993. **The impacts of tourism on natural resources.** Parks & Recreation (Junio): 26-32.
- Budowski, T. 1992. **Ecotourism Costa Rican Style. Toward a Green Central America: Integrating Conservatism and Development.** Estados Unidos: Kumarian Press.
- Cooper, C. y Jackson, S. 1989. **Destination Life Cycle: The Isle of Man case study.** Annals of Tourism Research. 16 (2): 377-398.
- Dunne, P. 2003. **On Bird Watching. The How-To, Where-To, and When-to of Birding.** Estados Unidos: Houghton Mifflin Company 2003.
- Eagles, P. F. J. 1995. **Understanding the Market for Sustainable Tourism.** En: McCool, S.F. y A.E. Watson (Eds.). Linking tourism, the environment and sustainability. (USDA Forest Service, General Technical Report INT-GTR-323). Estados Unidos: Intermountain Research Station.
- Ham, S. 1992. **Environmental Interpretation: a Practical Guide for People with Big Ideas and Small Budgets.** Estados Unidos: North American Press.
- Langholz, J. y K. Brandon. 2001. **Private Owned Protected Areas.** En: Weaver, D.B. (Ed.). The Encyclopedia of Ecotourism. Reino Unido: CABI Publishing.
- MacEachern, D. 1991. **750 Everyday Ways You Can Help Clean Up the Earth/25th Anniversary.** Estados Unidos: Dell Publishing.
- Mancini, M. 2001. **Conducting Tours, 3ª ed.** Estados Unidos: Delmar-Thomson Learning.

McCormick, K. 1994. **Can Ecotourism Save the Rainforests?** En: Mastny, L. 2001. *Traveling light: New Paths for International Tourism*. Worldwatch Paper No.159 (Diciembre): 1-88.

Romeril, M. 1989. **Tourism and the environment - accord or discord?** *Tourism Management* 10: 204-208.

Rovinsky, Y. 1993. **Private Reserves, Parks and Ecotourism in Costa Rica**. En: Whelan, T. (Ed.). *Nature Tourism: Managing for the environment*. Estados Unidos: Island Press.

Tilden, F. 1977. **Interpreting Our Heritage, 3ª. ed.** Estados Unidos: University of North Carolina Press.

Wight, P.A. 1996. North American Ecotourists: Market Profile and Trip Characteristics. *Journal of Travel Research* 34 (4): 2-10.

Wight, P.A. 1996. **North American Ecotourism Markets: Motivation, Preferences, and Destinations**. *Journal of Travel Research* 35: 3-10.

World Tourism Organization. 2004. **Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook**. España: WTO.

Smith Sebasto, N.J. **Qué es educación ambiental**. Environmental Issues Information Sheet EI-2, 1997.

Wood, David S y Diane Walton Wood. **Cómo planificar un programa de educación ambiental**. Reimpresión. Estados Unidos: Oficina de Asuntos Internacionales del Servicio de Pesca y Vida Silvestre, Instituto Internacional para el Medio Ambiente y el Desarrollo, 1990.

Referencias electrónicas

Barrameda.com. 2006. **¿Cuánto tiempo demora la naturaleza en transformar...?** Disponible en www.barrameda.com.ar/articulo/resid002.htm

Wikipedia.org. 2006. **Biodegradation**. Disponible en en.wikipedia.org/wiki/Biodegradation

World Tourism Organization. 2001. **Millennium Tourism Boom in 2000**. Disponible en www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/results_e.doc



Glosario

Administración:

1. Acción y efecto de administrar. 2. Empleo de administrador.

Agencia de viajes (AV):

Empresa que se dedica a la realización de arreglos para viajes y venta de servicios sueltos, o en forma de paquetes, en carácter de intermediaria entre el prestador de los servicios y el usuario.

Ambiental:

Pertenciente o relativo al ambiente (condiciones o circunstancias).

Áreas protegidas:

Cualquier categoría de terreno que esta oficialmente protegida por un gobierno nacional o internacional, estado, organización o agencia. Por definición, un área protegida debería estar segura del uno irrestricto de sus recursos.

Áreas silvestres:

Áreas poco urbanizadas que no han sido intensamente manejadas o manipuladas. Ellas incluyen bosques, desiertos, montañas, pastizales o otras extensiones de tierras. A través de un largo uso, se aplica a aquellas tierras establecidas que presentan una apariencia natural. "Áreas silvestres" pueden ser sinónimos o asociadas con: Áreas Protegidas; Parques Nacionales; Reserva Natural; Bosques o Refugios Silvestres; Bosques Nacionales; Cuencas; Pastizales; Reservas de la Biosfera; Áreas de Uso Múltiple (o reservas, zonas); Reservas Indígenas; Reservas Extractivas. En el ámbito internacional, las áreas silvestres pueden comprender todas o cualquiera de las clasificaciones arriba mencionadas.

Atractivo turístico:

Cualquier punto o elemento del patrimonio natural y cultural de un sitio que sea capaz de motivar la visita por parte de los turistas. Punto o elemento atractivo para el turista.

AV emisiva:

Empresa que se dedica a la venta de servicios turísticos desde un país o punto de origen hacia un país o punto de destino; es la que envía turistas de un punto a otro.

AV mayorista (operadora):

Integra y opera sus servicios turísticos para venderlos a través de otras agencias, además de hacerlo directamente al público.

AV minorista:

Vende directamente al público servicios turísticos que operan o generan otros prestadores de servicios ajenos a ella.

AV receptiva:

Empresa que se dedica a la venta de servicios turísticos dentro de un país o punto de destino; es la que recibe a los turistas en un punto de destino o en un punto intermedio.

Biodiversidad:

O Diversidad Biológica. La biodiversidad es la variabilidad de las existencias de material genético encontradas en la flora y fauna en una localidad.

Cliente:

Persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

Competitividad:

Capacidad de competir.

Comunidades locales:

Las comunidades que están cerca adyacentes a las áreas silvestres.

Contaminación:

La adición de cualquier materia natural o artificial, en el aire, agua o tierra en cantidades tales que toman el recurso impropio para un uso específico.

Control:

Regulación, manual o automática, sobre un sistema.

Diversidad Biológica:

Ver Biodiversidad.

Educación Formal:

Programas educativos desarrollados en los sistemas escolares formales.

Educación no Formal:

Programas educativos desarrollados fuera del sistema educativo formal.

Efectividad:

Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.

Eficiencia:

Una medida de efectividad; específicamente, del trabajo hecho dividido por la energía entrada en cualquier sistema.

Empresa:

Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

Estudio de Mercado:

O Investigación de mercado. Se entiende la obtención, el registro y el análisis de todos los hechos referentes a problemas relacionados con la comercialización de un bien o servicio.

Excursión:

Serie de servicios integrados bajo un itinerario fijo en el cual se incluyen varios puntos a visitar.

Excursión autoguiada:

O sendero autoguiado. Una excursión interpretativa en la cual la gente se dirige a sí misma a través de una serie de paradas preplanificadas (usualmente identificadas en un folleto, rótulo o mensaje audible).

Gestión:

Acción y efecto de administrar.

Guía turístico:

Es el servicio en el cual una o mas personas con conocimientos profesionales del área turística y de dos o más idiomas, realizan funciones de asesoría y apoyo al turista durante su viaje. Estos servicios generalmente son contratados para excursiones, circuitos, visitas, etc., ya sean grupales o individuales.

Industria turística:

O industria de viajes. Conjunto de empresas dedicadas a la prestación de servicios relacionados con los viajes. Comprende a los transportistas, los hoteleros, y las agencias de viajes en todas sus formas (mayoristas, minoristas, tour operadores, operadores locales).

Implementar:

Poner en funcionamiento, aplicar métodos, medidas, etc., para llevar algo a cabo.

Infraestructura:

Formas de construcción sobre o bajo la tierra que proveen la base para un efectivo funcionamiento de desarrollo de sistemas como áreas urbanas, industria, turismo.

Interpretación:

Un proceso de comunicación en el cual una persona traduce el lenguaje técnico a términos e ideas que otras personas puedan comprender. Es un método educativo que tiene como propósito revelar los significados y las relaciones mediante el uso de objetos originales, experiencia de primera mano, y medios que ilustren, en lugar de sólo comunicar información de hechos.

Investigación de Mercados:

Ver Estudio de Mercado.

Manejo de Áreas Silvestres:

Manejo de ecosistemas naturales que son “silvestres” y/o bajo diferentes grados de utilización humana.

Manejo de Desechos:

Es el conjunto de operaciones que permiten dar a los residuos, el destino final adecuado. Comprende: la minimización, la separación en la fuente, recuperación, almacenamiento, recolección, transporte, reciclaje, tratamiento, disposición final, etc.

Mecanismo:

1. Conjunto de las partes de una máquina en su disposición adecuada.
2. Un instrumento o proceso a través del cual algo se hace o se produce.

Medio Ambiente:

Conjunto de circunstancias exteriores a un ser vivo

Mercadeo:

Sistema total de actividades de una organización diseñado para planear, fijar precios, promover y diseñar productos o servicios que satisfacen necesidades en el mercado objetivo, con el fin de alcanzar las metas de la organización.

Monitoreo:

Formalmente el término no existe en español, sin embargo, en el campo tecnológico, su uso ha sido ampliamente difundido y reconocido. Se deriva del término en inglés “monitor”, que significa: persona o pieza de un equipo que avisa, chequea, controla o mantiene registros continuos de algo.

Operador Turístico:

Llamado también Tour Operador. Empresa que crea y/o comercializa viajes todo incluido y/o presta servicios turísticos. Integra y opera sus propios servicios turísticos para venderlos a través de otras agencias, además de hacerlo directamente al público.

Paquete Turístico:

Conjunto de dos o más servicios turísticos, que puede ser adquirido por un cliente individual o grupal (sin importar el número de personas). Normalmente incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc.

Patrimonio Cultural:

Aquellos bienes que son la expresión o el testimonio de la creación humana y que tiene especial relevancia en relación con la arqueología, la historia, la literatura, la educación, el arte, la ciencia y la cultura en general.

Patrimonio Natural:

Conjunto de elementos y características biofísicas de un sitio, región o país.

Planificación:

Plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria, etc.

Política:

Orientaciones o directrices que rigen la actuación de una persona o entidad en un asunto o campo determinado.

Principio:

Norma o idea fundamental que rige el pensamiento o la conducta.

Procedimiento:

1. Acción de proceder. 2. Método de ejecutar algunas cosas.

Racionalizar:

Organizar la producción o el trabajo de manera que aumente los rendimientos o reduzca los costos con el mínimo esfuerzo.

Reciclar:

Es el uso o reuso de un desecho como materia prima o ingrediente en un proceso industrial o agrícola.

Rechazar:

No adquirir productos que por su origen o forma de producción sean dañinos para el ambiente.

Reducir:

Comprar lo estrictamente necesario.

Registro:

Del lat. *registum*, sing. de *regesta*, -orum. Acción y efecto de registrar. Libro, a manera de índice, donde se apuntan noticias o datos. (Real Academia Española)

Relaciones Públicas:

Actividades desarrolladas para producir una buena imagen de la empresa u organización, en los distintos públicos del medio ambiente en el cual ésta desarrolla sus actividades.

Reutilizar:

Volver a usar un producto o material varias veces sin tratamiento.

Segmento de Mercado:

Conjunto de consumidores o grupo de personas que poseen características comunes que los diferencian de otros grupos.

Sendero autoguiado:

Ver excursión autoguiada.

Sendero circular:

Un sendero de una sola vía que comienza y termina en el mismo punto (o aproximadamente el mismo), por lo tanto tiene la forma de un círculo. Es llamado también Circuito.

Sendero en forma de ocho:

Un sendero que se cruza en su ruta formando un ocho.

Sendero lineal:

Sendero de “doble vía”, ruta “sin salida” donde la gente que va en una dirección se encuentra con gente que viene en la otra dirección.

Sistema:

Conjunto de cosas relacionadas entre sí ordenadamente que contribuyen a determinado objeto.

Tour Operador:

Ver Operador Turístico.

Tratamiento de Desechos:

Es el conjunto de operaciones físicas, químicas, biológicas o térmicas, que tienen la finalidad de reutilizar los residuos, disminuir o eliminar su potencial peligro o de adaptar sus propiedades físicas, químicas biológicas, a los requerimientos de su disposición final.

VIP:

Siglas de “Very Important Person”, denominación que se da en turismo a invitados especiales que requieren de un trato particular (preferencial).

Voucher:

Nombre con que se designa a un boleto especial que se utiliza para la prestación de servicios turísticos. Quien porta la boleto recibe ante su presentación los servicios en ella estipulados.

Zonas de amortiguamiento:

Zonas adyacentes a las áreas protegidas en las cuales una parte de ellas es parcialmente restringida para proporcionar un área extra de protección al área protegida, la cual también suministra valiosos beneficios a las comunidades rurales.

La Alianza para Bosques ...

Soluciones Innovadoras para la Conservación Global

Alianza para Bosques (Rainforest Alliance) es una organización conservacionista internacional que trabaja con los sectores agrícola, forestal y turístico para implementar prácticas de manejo sostenibles, creando un estándar global que ayuda a la gente a proteger la biodiversidad y que ofrece oportunidades a las poblaciones que las necesitan.

La misión de la Alianza para Bosques es proteger los ecosistemas, así como a las personas y a la vida silvestre que dependen de ellos, mediante la transformación de las prácticas del uso del suelo, las prácticas comerciales y el comportamiento de los consumidores. Las compañías, grupos comunales y propietarios que participan en nuestros programas cumplen con estándares rigurosos que conservan la biodiversidad y proveen el bienestar sostenible de los habitantes.

SALVANDO BOSQUES

La Alianza para Bosques fue pionera en la certificación forestal al lanzar "SmartWood": el primer programa del mundo de certificación forestal sostenible, en 1989.



Para que el mercado incentivara el manejo apropiado del bosque desde el punto de vista ambiental, económico y social, emitimos un sello de aprobación para aquellas operaciones que siguieran estrictamente los estándares para la sostenibilidad.

SEMBRANDO SEMILLAS PARA EL FUTURO

Desarrollamos nuestro programa de Agricultura Sostenible para integrar la producción agrícola con la conservación de la biodiversidad y el desarrollo humano. Diez años atrás, luego de que se redujera de manera significativa el uso de plaguicidas, se invirtiera en reciclaje y se brindara mejor capacitación, vivienda, beneficios médicos y educación a los trabajadores, certificamos nuestra primera finca bananera. Hoy también estampamos nuestro sello de reconocimiento en el café, cacao, palmas, cítricos y flores cortadas provenientes de las operaciones manejadas apropiadamente.



VIAJANDO DE MANERA ECOLOGICA

La División de Turismo Sostenible de Rainforest Alliance trabaja en la transformación de prácticas empresariales en negocios turísticos y el comportamiento de los turistas, fomentando una industria rentable, social y ambientalmente responsable, para proteger los ecosistemas, las personas y la vida silvestre que dependen de ellos. Nuestra visión es ser un programa autosuficiente, pionero y catalizador en el desarrollo turístico sostenible, con proyección, liderazgo y credibilidad internacional, y cuya gestión fortalece otras organizaciones afines. Nuestro personal es reconocido por su profesionalismo y transparencia, alta motivación y compromiso con la misión de nuestra organización.

Visualizamos una industria turística en la que la responsabilidad ambiental y social y la rendición de cuentas son parte inherente de la operación y comercialización de los servicios turísticos, lo que permite reducir los impactos negativos en el ambiente y en las culturas locales, particularmente en áreas de rica biodiversidad, con ecosistemas frágiles y comunidades vulnerables.

CREDITOS

Elaborado por:

Programa de Turismo Sostenible
Rainforest Alliance

Compilación Técnica:

Victoria Woo Ching
Saúl Antonio Blanco Sosa
Enrique Armando Cabanilla Vásconez

Revisión Técnica:

Silvia Rioja
Denia Del Valle
Carolina Tobar

Diseño Gráfico y Diagramación:

Estudio SAE
D. G. Sheida Enríquez
Tel.: (502) 5827-1144
E-mail: sheidadg@gmail.com

Financiado por:

Ministerio de Turismo del Ecuador
Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)
Department of Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA)

Rainforest Alliance, Guatemala

Teléfono: (502) 2383-5757
Fax: (502) 2383-5777
www.rainforest-alliance.org
Guatemala, Guatemala 2008

CONTACTENOS

RAINFOREST ALLIANCE

www.rainforest-alliance.org
sustainabletourism@ra.org

En Estados Unidos de América:

665 Broadway, Suite 500 New York, NY 10012-2331
Tel.: +1 (212) 677-1900 Fax: +1 (212) 677-2187

En México:

Margarita Maza de Juárez #422 Colonia Centro, C.P. 68000
Oaxaca, Oaxaca Telefax: +52 (951) 502-6473

En Guatemala:

8ª Avenida 15-62, zona 10 Ciudad de Guatemala
Tel.: +502 2383-5757 Fax: +502 2383-5777

En Nicaragua:

Villa Fontana Sur, Club Terraza, Casa No 89
2 cuadras al oeste, 2 cuadras al sur, _ cuadra al oeste
Managua Telefax: +505 280-9490

En Ecuador:

Hidalgo de Pinto N 805 y Mariano Echeverría Quito
Tel.: +593 (2) 243-2087 Fax: +593 (2) 331-7318

En Perú:

Calle Manco Inca 206, 2º Piso - Wanchaq Cuzco
Tel.: +51 (84) 233-017





USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA



defra
Department for Environment
Food and Rural Affairs



Embajada Británica
México



Ecuador



MINISTERIO DE
TURISMO