

# Buenas Prácticas para Destinos Turísticos de Montaña



CEPLADES- Turismo

Manual de buenas prácticas para destinos turísticos de montaña / Adriana Otero ; Alicia Lonac ; Susana Marioni; con colaboración de Rodrigo González ... [et al.]. - 1a ed. - Neuquén : Ceplades, 2007.

CD-ROM.

ISBN 978-987-23891-0-9

1. Turismo. I. Lonac, Alicia II. Marioni, Susana III. González, Rodrigo, colab. IV. Título  
CDD 338.479 1

Fecha de catalogación: 12/09/2007

El *Centro de Estudios para la Planificación y Desarrollo Sustentable del Turismo* (CEPLADES-Turismo) depende de la Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, y su principal misión es la investigación y difusión de criterios, formas de intervención, métodos y técnicas para el planeamiento, manejo, regulación y monitoreo del turismo que garanticen su competitividad y sustentabilidad de largo plazo.

Para mayor información contactarse con:

*CEPLADES- Turismo*

Facultad de Turismo

Universidad Nacional del Comahue

Buenos Aires 1400, CP (8300)

Neuquén, Argentina

Tel: +54-299-4490300 Int. 450

E-mail: [ceplades@uncoma.edu.ar](mailto:ceplades@uncoma.edu.ar)

Página Web: <http://fatu.uncoma.edu.ar/ceplades/index.htm>

# Manual de Buenas Prácticas para Destinos Turísticos de Montaña

**Directora**

Dr. Adriana Otero

**Co-Directora**

Mg. Alicia Lonac

**Equipo de Trabajo**

Mg. Susana Marioni

Mg. Rodrigo González

Arq. Elisa Gallego

Lic. Carolina Molins

Lic. Patricia Aguirre

## Introducción

El turismo sustentable depende en gran medida del compromiso asumido por quienes tienen intereses en este campo, y se deben realizar esfuerzos para mejorar los vínculos entre la conservación de la naturaleza, el desarrollo de las comunidades locales y el sector turístico. Por lo tanto, una de las claves para una gestión de la actividad turística sostenible en el tiempo, es lograr el equilibrio entre la explotación comercial y la conservación del patrimonio de las áreas. Un municipio turístico debe manejar ciertos aspectos claves en la configuración de su oferta turística: el sector público, los empresarios en general, los operadores que manejan el flujo de turistas en particular, y las formas de apropiación de la naturaleza que dan por resultado una determinada configuración del destino.

Para estas empresas y organizaciones resulta entonces imperativo verse involucrados en sostener su conducta ambiental hacia el interior de cada organización, desarrollando principios éticos y prácticas que guíen su operación. De esta manera el Centro de Estudios para la Planificación y Desarrollo del Turismo Sustentable (CEPLADES-TURISMO) dependiente de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue generó un proyecto de extensión cuyo principal objetivo ha sido: fomentar y mejorar los estándares de calidad ambiental de productos y servicios turísticos de San Martín de los Andes. Para el logro de este objetivo se plantearon las siguientes metas:

- Establecimiento de **planes de cumplimiento** para un grupo de operadores turísticos y establecimientos hoteleros de la ciudad de San Martín de los Andes que constituya la base para un **programa de Acreditación del Sector Turístico** de este destino de montaña
- Elaboración de un **código de conducta** para los proyectistas y agentes inmobiliarios en relación a sus prácticas profesionales vinculadas al espacio público urbano de la ciudad de San Martín de los Andes que sea legitimado a través de una Ordenanza de Mejora de la Imagen y Calidad del Espacio Público Urbano.

## Metodología

Bajo la consigna San Martín de los Andes: Manejo y Control del Crecimiento, la comunidad de San Martín de los Andes ha generado espacios de reflexión en talleres coordinados por la Facultad de Turismo de la UNC durante el año 2001.

Se trataron temas relacionados con el manejo del crecimiento, el uso sustentable del suelo y las prácticas empresariales de manejo del ambiente.

A partir de estos talleres con importante participación ciudadana surgió desde la comunidad de San Martín de los Andes la necesidad que la Facultad de Turismo siguiera colaborando con los empresarios para capacitarlos en cuanto a la mejora de sus prácticas ambientales empresariales.

En forma complementaria, la República Argentina ha recibido el Préstamo n° 4281-AR del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF) en el año 1999, para la implementación del Proyecto de Gestión de la Contaminación (PGC). En este marco el PGC ha firmado un Convenio de Implementación Conjunta con la Secretaría Municipal de Turismo de la ciudad de San Martín de los Andes y la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue que tuvo por objeto fortalecer los lazos de cooperación entre las partes, a través de la coordinación de las actividades correspondientes a determinadas fases del Programa de Buenas Prácticas en Hotelería. En este caso, la Fase II: Sensibilización y capacitación a los empleados del hotel sobre Buenas Prácticas.

En el marco de este proyecto y de manera conjunta con la Facultad de Turismo y la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de San Martín de los Andes, se trabajó con un grupo testigo de diez establecimientos que se plegaron al programa de manera voluntaria y sus propietarios no sólo recibieron capacitación, sino también realizaron un proceso de autoevaluación de su prestación para establecer los primeros pasos hacia un plan de cumplimiento.

El producto de este proyecto de extensión es un **Manual de Buenas Prácticas para Destinos Turísticos de Montaña**. El mismo consta de tres apartados:

- **Manual de Buenas Prácticas para Empresas de Alojamiento Turístico**
- **Manual de Buenas Prácticas para Operadores Turísticos**
- **Manual de Buenas Prácticas para el Manejo Urbano de Destinos Turísticos de Montaña**

A continuación se desarrolla cada uno de los apartados:



Facultad de Turismo  
Universidad Nacional del Comahue

## Manual de Buenas Prácticas para Empresas de Alojamiento Turístico



-Julio 2007-

## Presentación

El *turismo* es en la actualidad la actividad económica que domina el mundo como la más dinámica y productiva, y se cree que crecerá aún más en los próximos años. Esta actividad tiene el potencial de generar enormes beneficios en los destinos turísticos en los cuales se desarrolla. Sin embargo, este desarrollo puede volverse con frecuencia difícil de controlar, lo que significa una amenaza para las bases sobre las cuales se asienta y a las que debe su éxito.

En los destinos de montaña, el turismo constituye una de las actividades económicas más importantes, ya que representa una fuente de ingresos muy beneficiosa y necesaria para la comunidad local. Sin embargo, si esta actividad se lleva a cabo sin la debida planificación y control, puede ocasionar diversos impactos medioambientales, de variada magnitud y complejidad.

En este marco, surgen las *buenas prácticas de gestión ambiental* que, si son aplicadas adecuadamente, tienen el potencial de reducir significativamente los impactos negativos del turismo y aumentar enormemente la contribución de las empresas turísticas a la conservación de la naturaleza y el desarrollo de las comunidades. De esta manera, los beneficios que surgen a partir de estas buenas prácticas son numerosos:

- ❖ Contribuyen a la conservación de la naturaleza, porque permiten mantener la calidad de los alrededores de un desarrollo turístico, mejorando la experiencia de los huéspedes y la calidad de vida de la humanidad en su conjunto.
- ❖ Contribuyen al ahorro económico, a partir de la disminución de los costos operativos de agua, energía y manejo de residuos, de una mayor confianza en los materiales reciclados y de una eliminación de los procesos que dilapidan recursos.
- ❖ Constituyen una beneficiosa herramienta de marketing: con ellas un lugar puede mejorar su reputación e imagen pública entre el creciente mercado de consumidores ambiental y socialmente responsables y sobre la comunidad en general.
- ❖ Constituyen una herramienta de diferenciación del producto, facilitando su introducción a nuevos nichos de mercado.



- ❖ Pueden contribuir a que una empresa atraiga y mantenga un personal dedicado, motivado y comprometido, creando conciencia ambiental en el lugar de trabajo y más allá del mismo.
- ❖ Contribuyen a que, tanto el lugar de trabajo como sus alrededores, se conviertan en espacios más seguros para el cliente, el empleado y la comunidad local.

En este sentido, el presente manual de buenas prácticas ambientales para aplicar en empresas de alojamiento turístico surge en el marco del proyecto de extensión "*Prácticas Ambientales Ejemplares en San Martín de los Andes*" llevado a cabo por un equipo de trabajo de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue.

El objetivo general de dicho proyecto consistió en el fomento y la mejora de los estándares de calidad ambiental de productos y servicios turísticos de los destinos de montaña en general y de San Martín de los Andes en particular.

Por ello, teniendo en cuenta que uno de los principales obstáculos que el sector privado prestador de servicios turísticos identifica para la práctica sustentable de sus actividades está dado por deficiencias en los instrumentos públicos de gestión ambiental; el presente manual pretende constituir una guía que permita a las empresas de alojamiento a mejorar sus operaciones diarias a partir de ciertas acciones que suponen reales contribuciones para lograr un *desarrollo turístico sustentable* del destino, que involucre el crecimiento económico, el bienestar social y la conservación de la naturaleza.

Usted puede, dentro de su empresa, implementar algunas de las acciones propuestas a continuación, contribuyendo de esta forma a mantener el medio ambiente de los destinos de montaña, para que no sólo usted, quienes lo rodean y los turistas de la actualidad puedan disfrutarlo, sino también quienes formen parte de las generaciones venideras. Poniendo en práctica estas acciones sencillas, usted puede contribuir de manera significativa al desarrollo turístico sustentable del destino, logrando que los destinos de montaña sean verdaderas aldeas ecológicas de montaña, y miles de pobladores y turistas puedan seguir disfrutando de ellos.

## CONSUMO DE AGUA

### ¿Por qué debe importarnos?

Porque el *agua dulce* es el bien máspreciado para la vida en nuestro planeta, y es fundamental para la satisfacción de las necesidades humanas básicas, la salud, la producción de alimentos, la energía y el mantenimiento de los ecosistemas regionales y mundiales.

El consumo excesivo de agua puede destruir y degradar los recursos, amenazando la salud ambiental y humana y disminuyendo su disponibilidad para satisfacer las necesidades de la comunidad local.

La demanda generada por los turistas generalmente excede aquella generada por la comunidad local, incrementándose notablemente su consumo en temporada alta. A modo de ejemplo, en San Martín de los Andes, cuya principal fuente de provisión de agua es el río Quilquihue, sólo en temporada baja se consumen entre 230 y 240 litros por habitante por día.

¿Sabía usted que afeitarse con la canilla abierta consume 40 litros de agua, ducharse durante cinco minutos consume 30 y tener una pérdida en un inodoro por un día consume 800? ¿O que lavar los platos durante 15 minutos consume 100 litros de agua y regar durante una hora consume 630 litros?

Estos son datos que no podemos dejar de tener en cuenta, sobre todo sabiendo que aproximadamente 6.000 niños mueren diariamente en el mundo de alguna enfermedad relacionada con el agua no apta para el consumo y con las malas condiciones de saneamiento e higiene.

En consecuencia, si se mantienen los niveles actuales de consumo de agua, dos de cada tres personas del planeta vivirán en una situación de déficit hídrico para el año 2025.

Por ello, es de fundamental importancia estimular la conciencia ambiental, fomentar prácticas idóneas y movilizar recursos con el objeto de satisfacer las necesidades humanas básicas y gestionar los recursos hídricos de una manera sostenible.

Además, disminuir el consumo de agua puede significar beneficios económicos para la empresa, mejorar su reputación entre los huéspedes y demás

actores sociales, conservar y proteger los recursos sobre los cuales se sustentan el hotel y la comunidad local.

### ¿Qué podemos hacer?

- ❖ Identificar las principales áreas de nuestro servicio de alojamiento donde puede alcanzarse el mayor ahorro en el consumo.
- ❖ Controlar regularmente el consumo de agua en cada área del alojamiento (cocina, lavadero, habitaciones, etc.), monitoreando continuamente por medio de medidores.
- ❖ Trabajar con los empleados para identificar prácticas posibles de aplicar para ahorrar agua, tales como evitar dejar el agua corriendo u operar lavarropas o lavavajillas sólo cuando estén completamente llenos.
- ❖ Comprometer a los empleados en una campaña destinada a detectar y reparar pérdidas de agua, verificar fugas en las tuberías del hotel, haciendo revisiones periódicas.
- ❖ Instalar dispositivos para el ahorro de agua en grifos, duchas y otros, tales como cabezales de bajo consumo o limitadores de presión en duchas, aireadores para grifos, tanques para inodoros de menor capacidad, dams para inodoros (producto diseñado para reducir la cantidad de agua que se utiliza en un tanque de inodoro), válvula para control de desagüe (ajusta el flujo de agua necesario para limpiar el inodoro, evitando el drenaje total en el tanque).
- ❖ Utilizar tecnologías que reducen el consumo de agua a partir del reciclado.
- ❖ Emplear dispositivos de descarga de cisternas de bajo consumo o de dos tiempos para reducir el gasto.
- ❖ Regar en jardines en horas de baja insolación (como a la mañana temprano o durante el atardecer), de manera de evitar la evaporación.
- ❖ Utilizar para el riego agua de condensación de los climatizadores, aguas depuradas grises de lavado de alimentos y de aclarado en lavandería.
- ❖ Utilizar plantas autóctonas adaptadas a los factores climáticos de la zona.
- ❖ Diseñar un plan en el cual se estipulen las metas de ahorro de agua que el establecimiento se ha planteado, ya que en general las prácticas de ahorro son exitosas sólo cuando responden a un plan concertado y preestablecido. Para que todo funcione bien este plan debe ser conocido y entendido por todos los empleados del hotel.

## CONSUMO DE ENERGÍA

### ¿Por qué debe importarnos?

Los servicios de alojamiento turístico utilizan significativas cantidades de *energía* para sus operaciones diarias y para actividades recreativas. Esta alta demanda de energía frecuentemente es el resultado de la utilización de tecnologías intensivas para suministrar confort y comodidades a un gran número de huéspedes.

A modo de ejemplo, en San Martín de los Andes, la electricidad es provista desde la Central Hidroeléctrica de Alicurá y, en temporada alta, con la presencia de grandes números de turistas, el sistema de distribución local funciona prácticamente al límite de su capacidad.

Los daños causados al medio ambiente y los costos financieros del consumo energético pueden reducirse significativamente a través de la utilización de estilos arquitectónicos apropiados, equipos eficientes y bien mantenidos y por medio de fuentes de energía renovables.

Las inversiones en una utilización más eficiente de la energía y el mejoramiento de las prácticas del personal pueden llevar a significativas reducciones en los costos operativos y en las facturas de energía, con relativamente cortos períodos de recupero de la inversión. Utilizar energías alternativas puede reducir la contaminación del aire, mantener la calidad del destino y mejorar la experiencia del huésped. La eficiencia energética y las prácticas de conservación pueden mejorar la reputación entre los huéspedes y demás grupos de interés que están interesados en reducir el consumo global de energía y los efectos del cambio climático.

En la prestación de servicios de alojamiento turístico se debe maximizar la eficiencia y evitar el desperdicio de energía, promover la utilización de nuevas tecnologías para el ahorro y promover el desarrollo de nuevas ideas para el ahorro energético.

### ¿Qué podemos hacer?

- ❖ Analizar el consumo actual de energía para determinar dónde tienen lugar los principales consumos del recurso, además de las áreas en las que pueden introducirse las mejoras y monitorear regularmente el consumo de energía. Su control diario o semanal ayuda a identificar el consumo anormal y cuantificar el

ahorro de energía cuando equipamiento eficiente es instalado o una buena práctica es implementada. Es imposible medir la ejecutoria de un plan de ahorro si se desconoce el consumo actual. Por ello es fundamental llevar un registro y análisis estadísticos mensuales sobre los datos de consumo general o por habitación o área.

- ❖ Trabajar con el personal para identificar prácticas para el ahorro de energía, tales como disminuir la calefacción a una temperatura fija cuando se limpia la habitación u operar lavarropas y lavavajillas sólo cuando estén completamente llenos.
- ❖ Monitorear regularmente el funcionamiento de los equipos, de manera de asegurarse de que están funcionando lo más eficientemente posible.
- ❖ Actualizar el equipamiento antiguo o ineficiente o reemplazar con nuevas tecnologías.
- ❖ Utilizar productos que requieran de menos energía para mantener, tales como sábanas y toallas de colores u otros productos que pueden ser lavados a menor temperatura.
- ❖ Utilizar nuevas tecnologías para el ahorro de energía en iluminación, refrigeración y otros (apagado automático, interruptores de presencia, desactivado de circuitos, etc.).
- ❖ Utilizar sensores y temporizadores para apagar las luces innecesarias en áreas comunes de uso intermitente, tales como sanitarios públicos o para el personal, sala de estar o lugares de encuentro, depósitos, etc.
- ❖ Utilizar tecnologías para el ahorro en la iluminación, tales como sensores de presencia, programadores automáticos (timers), controladores centrales de circuitos, desactivadores de circuitos en habitaciones y otros.
- ❖ Utilizar sistemas eficientes y de bajo consumo para la iluminación, tales como tubos fluorescentes compactos, balastos electrónicos, lámparas de bajo consumo.
- ❖ Reducir el número de ascensores o escaleras mecánicas en funcionamiento en baja temporada.
- ❖ Utilizar al máximo la iluminación natural.
- ❖ Promover entre los empleados el apagado de luces cuando su uso no es estrictamente necesario.

- ❖ Instalar paneles solares para el calentamiento o precalentamiento de agua.
- ❖ Recubrir tuberías y tanques de agua caliente con material aislante para evitar pérdidas de calor.
- ❖ Desarrollar alternativas en otras fuentes de energía, como solar, eólica, hídrica, etc., para el bombeo de agua, riego, calentamiento de agua y otras actividades.
- ❖ Utilizar equipo eléctrico eficiente: artefactos eléctricos (licuadoras, refrigeradores, hornos, etc.) que garanticen un menor consumo energético, además de otras ventajas. Los fabricantes hacen referencia y garantizan las ventajas que ofrece este tipo de equipos.
- ❖ Implementar un programa de mantenimiento preventivo para todos los equipos e instalaciones eléctricas del servicio de alojamiento.
- ❖ Utilizar al mínimo posible los sistemas artificiales de secado de ropa. En su lugar, pueden disponerse espacios, al aire libre o bajo techo, en los cuales se aproveche el calor del sol para este propósito. Estos sitios deben estar apartados o aislados de las áreas de uso turístico del hotel.
- ❖ Diseñar un plan en el cual se estipulen las metas de ahorro de energía que el establecimiento se ha planteado. Las prácticas de ahorro son exitosas cuando responden a un plan concertado y preestablecido.

## GESTIÓN DE RESIDUOS

### ¿Por qué debe importarnos?

Los servicios de alojamiento en general y los hoteles en particular, producen grandes cantidades de residuos sólidos, desde envases plásticos, latas de aluminio, restos de alimentos, productos de limpieza o mantenimiento, etc. Estos residuos pueden causar contaminación visual en los alrededores del establecimiento, amenazando también la salud humana y representando costos significativos para su disposición final. En promedio, los turistas consumen una mayor cantidad de recursos que la comunidad local, generando de esta manera una mayor cantidad de desechos. Esto, sumado al uso de aplicaciones y demás equipamiento para proporcionar un buen servicio, crea gran cantidad de residuos, muchos de los cuales son tóxicos.

Generalmente, todos estos residuos son colocados en los mismos contenedores y recogidos para ser depositados en los rellenos sanitarios de los destinos de montaña, sin tener en cuenta que por medio de una división de los mismos, muchos de estos desechos podrían ser reciclados.

En este sentido, cumplir con los principios de *reducir, reusar y reciclar*, puede disminuir el daño medioambiental y traducirse en un ahorro de dinero.

### ¿Qué podemos hacer?

- ❖ Informarse sobre las características de los distintos tipos de residuos y de los requisitos necesarios para su correcta gestión, implementando luego un programa de información dirigido a los empleados con el objetivo de lograr la disminución y una correcta gestión de los residuos y la contaminación.
- ❖ Monitorear continuamente la producción de residuos sólidos, en cuanto a cantidad y composición, generando información sobre la cantidad producida por habitación o huésped.
- ❖ Utilizar contenedores adecuados y diferenciados para el depósito de residuos y mantenerlos completamente limpios, de manera de evitar malos olores y la proliferación de todo tipo de insectos y roedores.

- ❖ Colocar contenedores para el depósito de residuos en cada una de las habitaciones y sanitarios, además de en todas las áreas comunes del establecimiento (recepción, estar, jardines, etc.).
- ❖ Presentar por separado o en recipientes especiales los residuos susceptibles de distintos aprovechamientos o que sean objeto de recogidas específicas.
- ❖ Utilizar en sus operaciones diarias productos e insumos que puedan ser reciclados o reutilizados.
- ❖ Comprar los insumos alimenticios, de limpieza o mantenimiento en envases grandes, preferentemente de vidrio o de metal reciclable.
- ❖ Utilizar envases rellenables o reutilizables para servir comidas durante el desayuno, merienda, almuerzo o cena. Evitar asimismo la vajilla o envases de cartón, plástico, aluminio, etc.
- ❖ En habitaciones y sanitarios, utilizar dosificadores o dispensers para suministrar productos cosméticos.
- ❖ Diseñar un plan en el cual se estipulen las metas de reducción en la cantidad de residuos que el establecimiento se ha planteado.
- ❖ Trabajar con otros empresarios e integrantes de la comunidad local para lograr que se desarrolle desde el Municipio un sistema eficiente para la separación, recolección, reciclado y tratamiento de residuos.



## MEJORA DE LA SEGURIDAD

### ¿Por qué debe importarnos?

Teniendo en cuenta que en los servicios de alojamiento se trabaja todo el tiempo con seres humanos, ya sea con los huéspedes o con el personal encargado de ofrecerles el servicio, es de fundamental importancia estar preparados para reaccionar ante cualquier tipo de eventualidad que pueda poner en riesgo la vida de los mismos. Asimismo, en las operaciones diarias de los servicios de este tipo pueden manipularse materiales, sustancias o equipos que pueden resultar peligrosos no sólo para quienes los utilizan o están en contacto directo con ellos, sino también para toda la comunidad.

Por tal motivo, este tipo de prestación turística deben estar al tanto de cómo trabajar con dichos materiales y estar correctamente preparados para responder ante cualquier situación de emergencia, de manera de garantizar la seguridad de los turistas, empleados y de la comunidad en general.

### ¿Qué podemos hacer?

- ❖ Contar con un plan para actuar en caso de emergencias, desastres naturales, incendios, accidentes, etc. Realizar capacitaciones al personal sobre cómo reaccionar ante dichas situaciones, definiendo las acciones que se espera que cada cual ponga en práctica.
- ❖ Operar todo equipo eléctrico dentro de las especificaciones de los fabricantes.
- ❖ Inspeccionar todas las herramientas y cables de extensión antes de usarlos. No utilizar equipos defectuosos o que presenten complicaciones.
- ❖ Obedecer todas las señales de peligro y alerta.
- ❖ Controlar los riesgos de incendio reduciendo al mínimo la cantidad de materiales combustibles a través de buenas prácticas de orden y limpieza: utilizar únicamente artefactos eléctricamente seguros; controlar las chispas, llamas y otras fuentes de combustión.
- ❖ Activar inmediatamente la alarma cuando descubra un incendio.

- ❖ Mantener en el establecimiento una cantidad adecuada de equipos y abastecimientos apropiados contra incendios.
- ❖ Realizar capacitación sobre extinguidores de incendios, sistemas de extinción de incendios y el plan de prevención de incendios.
- ❖ Cumplir con el plan de prevención de incendios específicamente elaborado para el establecimiento. Conocer la ubicación y los tipos de mecanismos para activar las alarmas contra incendios; la ubicación y los tipos de sistemas de extinción de incendios que existen en el establecimiento; la señalización y ubicación de las salidas de emergencia.
- ❖ Asegurarse de que las salidas de emergencia estén libres, sin obstrucciones, bien iluminadas y claramente señalizadas.
- ❖ No utilizar los ascensores durante un incendio.
- ❖ Limpiar inmediatamente todo derrame de sustancias inflamables y combustibles.
- ❖ Disponer de una cantidad adecuada de extinguidores portátiles de incendios, que deberán estar visibles y accesibles.
- ❖ Realizar capacitación sobre primeros auxilios y asegurarse de contar con los equipos necesarios para realizar estas tareas.
- ❖ Asegurarse de que todos comprendan el significado y el uso de todas las señales y etiquetas utilizadas en sus tareas diarias.
- ❖ Utilizar productos de limpieza, jabones y demás productos cosméticos biodegradables, sin componentes corrosivos o tóxicos.
- ❖ Asegurarse de que los detergentes y jabones utilizados en el lavado de vajilla y en los lavarropas no contengan fosfatos ni otras sustancias para blanquear o abrillantar.
- ❖ Llevar a cabo controles de plagas en base a procedimientos y con sustancias que no afecten a los huéspedes, a los empleados, a la comunidad local y al medio ambiente en general.
- ❖ Las pilas, pequeñas baterías, tubos fluorescentes, toner, etc., son considerados residuos peligrosos, pues contienen elementos contaminantes. Por tal motivo, deben disponerse transitoriamente en recipientes diferenciados y etiquetados hasta que se lleve a cabo su disposición final en empresas que se dediquen a la gestión de este tipo de materiales.

- ❖ Una vez utilizados, almacenar los aceites de cocina en recipientes estancos hasta que sean entregados a empresas autorizadas, en lugar de verterlos a la red de saneamiento público.
- ❖ Evitar en las operaciones diarias el uso de aerosoles que contengan clorofluocarbonos (CFC).
- ❖ Evitar arrojar a los colectores públicos locales aquellos materiales o sustancias que puedan resultar un impedimento para el normal funcionamiento de los mismos, tales como pinturas, aceites usados, productos corrosivos o tóxicos, etc.

## COMUNICACIÓN A LOS HUÉSPEDES

### ¿Por qué debe importarnos?

Porque para lograr disminuir el consumo de agua y energía, reducir la producción de residuos sólidos, evitar la contaminación y mejorar la seguridad en los establecimientos, no sólo es necesaria la colaboración de propietarios y empleados, sino que es de fundamental importancia la contribución que puedan realizar los huéspedes que hacen uso de nuestros servicios.

Y para que los huéspedes colaboren debemos primero enseñarles por qué deben hacerlo, implementando campañas comunicacionales destinadas a crear en ellos una conciencia ambiental que les permita entender cómo pueden hacerlo y por qué deben hacerlo, cambiando sus hábitos y conducta para que se genere en ellos un compromiso similar al que ha adquirido la empresa para el cuidado y conservación del medio ambiente.

### ¿Qué podemos hacer?

- ❖ Desarrollar una política ambiental dentro de la empresa, definiendo los objetivos y las acciones a desarrollar en el corto, mediano y largo plazo, fijando las responsabilidades de cada uno de los miembros de la empresa, de manera de contribuir a la conservación medioambiental.
- ❖ Comunicar a los empleados los alcances de esta política ambiental, capacitándolos desde su ingreso sobre cómo poner en práctica las distintas acciones para lograr los objetivos deseados.
- ❖ Dar a conocer entre los huéspedes la política ambiental de la empresa, especificando los objetivos planteados y los motivos de los mismos.
- ❖ Implementar una campaña para el ahorro: la idea es incentivar y promover el ahorro entre empleados y clientes. Utilizar carteles, incentivos, gráficas u otro método que garantice el interés, logro y permanencia de la política ambiental.
- ❖ Alentar a los huéspedes a que utilicen sus toallas o sábanas por más de un día. Proveer a los huéspedes con ideas sobre cómo ahorrar agua, cerrando la canilla mientras lavan sus dientes o se afeitan.

- ❖ Alentar a los huéspedes a implementar prácticas para el ahorro de energía, tales como apagar las luces cuando abandonan la habitación, utilizar al máximo la iluminación natural o usar sus toallas o sábanas más de una vez.
- ❖ Promover que los huéspedes traigan la basura de vuelta con ellos cuando salen de excursión.
- ❖ Contar en las habitaciones con información y facilidades necesarias para que los huéspedes puedan realizar la separación de residuos; ahorrar agua y energía; proceder en caso de emergencia; etc., según lo planteado en apartados anteriores.

**Este manual es producto del Proyecto de Extensión: “*Prácticas Ambientales Ejemplares en San Martín de los Andes*” dirigido por la Dr. Adriana Otero. El componente relativo al Manual de Buenas Prácticas de Alojamientos Turísticos ha sido desarrollado por la Mg. Alicia Lonac y la Lic. Carolina Molins, todos investigadores del Centro para la Planificación y Desarrollo Sustentable del Turismo –CEPLADES TURISMO- Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue.**

## BIBLIOGRAFIA

- Díaz Palacios, Julio (coordinador). *Manual de planificación y gestión de la Agenda 21 de las ciudades*. Granada: Unión Iberoamericana de Municipalistas, 1999.
- España. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales/ Fondo Social Europeo. *Manual de buenas prácticas ambientales en la familia profesional: Turismo y Hostelería*. España: Centro de Publicaciones Ministerio de Medio Ambiente, s/f.
- Gordon, G. y Townsend, C. *Tourism: putting ethics into practice. A report on the responsible business practices of 65 UK – based tour operators*. Glasgow: Tearfund, 2001.
- Kobal, Edel. *Prácticas eficientes en la gestión ambiental hotelera. Auditorías Ambientales en hoteles*. Jornada Taller Planificación Ambiental en zonas turísticas. San Martín de los Andes, abril de 2002.
- Lonac, Alicia. *La autorregulación empresarial: un camino hacia la ecoeficiencia*. Ficha de Cátedra Planificación del Turismo en el Espacio Natural. Neuquén Capital: Universidad Nacional del Comahue, Facultad de Turismo, 2002.
- Malloy, David y Fennell, David. "Codes of ethics and tourism: an exploratory content analysis". *Tourism Management*. Great Britain: Elsevier Science, 1998, v. 19, nº 5.
- Malloy, David y Fennell, David. "Ecotourism and ethics: moral development and organizational cultures". *Journal of Travel Research*. Colorado: Sage Publications, 1998, v. 36.
- Masri de Achar, Sofía y Robles Ponce, Luisa. *La industria turística: hacia la sustentabilidad*. México: Diana, 1997.
- Molíns, María Carolina. "La integración de las empresas hoteleras a la sustentabilidad de un destino turístico. El caso de San Martín de los Andes". Neuquén Capital: Universidad Nacional del Comahue. Facultad de Turismo, 2004.
- Sitio Oficial de San Martín de los Andes - Turismo - Turismo sustentable - Las empresas - PBPH en San Martín de los Andes. Actualizada Agosto 2007.  
[http://www.sanmartindelosandes.gov.ar/turismo/turismo\\_sustentable/las\\_empresas/pbph\\_en\\_san\\_martin\\_de\\_los\\_andes.html](http://www.sanmartindelosandes.gov.ar/turismo/turismo_sustentable/las_empresas/pbph_en_san_martin_de_los_andes.html).
- Sweeting, J. y Rosenfeld, A. *A practical guide to good practice. Managing environmental and social issues in the accommodation sector*. Washington:

The Center for Environmental Leadership in Business and Tour Operators Initiative for Sustainable Tourism Development, s/f.

- Sweeting, J.; Bruner, A. y Rosenfeld, A. *The Green Host Effect. An Integrated Approach to Sustainable Tourism and Resort Development*. Washington: Conservation International, 1999.

## Manual de Buenas Prácticas para Operadores Turísticos





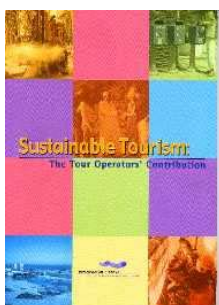
## Presentación

El turismo es un sector de las economías que se ha globalizado y ha experimentado un firme y amplio crecimiento, creando efectos significativos en el empleo y desarrollo económico, particularmente en varios países en desarrollo. Nuestro país no ha sido la excepción a este hecho, ubicándose la actividad turística, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos, en el tercer lugar de la producción nacional. Teniendo en cuenta que si bien el turismo ofrece importantes beneficios, no debe dejarse de lado el hecho los impactos negativos que pueden generarse sobre el ambiente y la cultura de las comunidades locales.

A nivel mundial, se ha generalizado la recomendación respecto a la puesta en práctica de estrategias para que la actividad se desarrolle en un marco de sustentabilidad, fundamentalmente en los países en desarrollo.

La elaboración de manuales de buenas prácticas para los operadores turísticos es una de estas estrategias encaminadas a pensar cómo desde nuestro accionar cotidiano podemos contribuir con acciones y políticas para un desarrollo sustentable del turismo.

Este manual ha surgido como respuesta a una inquietud de los Operadores Turísticos de San Martín de los Andes a propósito de un taller organizado por el CEPLADES-TURISMO de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue, en conjunto con la Secretaria de Turismo de San Martín de los Andes para sensibilizar a los prestadores turísticos respecto de sus prácticas cotidianas. Su realización tuvo lugar considerándose su significativa participación en el mercado, y la posibilidad de a través de ellos, minimizar los impactos derivados de la actividad turística en ese destino de montaña.



### ***¿Porque un manual de buenas prácticas para operadores turísticos?***

Los operadores turísticos juegan un papel importante en la definición del perfil del desarrollo de un destino turístico, siendo en parte también responsables por los impactos generados por las actividades turísticas, en la medida en que ellos influyen sobre la elección del destino de muchos turistas y de las facilidades de las que harán uso.

Como intermediarios entre los turistas y los proveedores de servicios turísticos, pueden influenciar las elecciones de los consumidores, la relación con los proveedores de servicios y hasta el modelo mismo de desarrollo de los destinos. Este rol, los ubica en un lugar único para contribuir con el futuro de los destinos, brindando la posibilidad de realizar

aportes para el desarrollo sustentable y protección de los recursos ambientales y culturales, de los que el sector turístico depende para sobrevivir y crecer.

Un ambiente limpio y prístino, una cultura local auténtica y con rasgos diferenciados, son razones importantes por las que la gente viaja. Esta es una de las causas de porque los *operadores turísticos* se interesan por la preservación del ambiente de sus destinos y en establecer buenas relaciones con las comunidades locales, para mejorar la calidad de sus productos e incrementar la satisfacción del consumidor. Cada vez más los consumidores responden positivamente a las acciones que realizan los *operadores* para mejorar la sustentabilidad de sus negocios.

La consolidación de marcas de calidad y una buena reputación frente a los consumidores, integrando los principios de la sustentabilidad, permite crear mejores relaciones con los proveedores, empleados y comunidades locales, ubicándolos en el lugar de socios y limitando las posibilidades de que surjan problemas y conflictos. Una reputación positiva sólida, con bajos riesgos de conflicto puede facilitar el acceso a recursos clave como la obtención de capital, la habilidad de desarrollar productos competitivos y la motivación del personal. Desde el punto de vista financiero, las prácticas sustentables pueden ayudar a aumentar los ingresos y el valor de la empresa, particularmente a través de la captación de nuevos clientes, de reducción de costos, y del mejoramiento de la eficiencia operativa.

El sector turístico necesita nuevas herramientas y métodos que puedan prevenir los daños ambientales y sociales que provocan muchas de las actividades turísticas que se desarrollan en los destinos, de forma que se contribuya con el desarrollo sostenible y la protección de los recursos. La integración efectiva de la sustentabilidad en los negocios de los *operadores turísticos* significa considerar lo ambiental, social y económico en el proceso de desarrollo de un paquete

Cuando un sector adopta voluntariamente prácticas ambientales en sus actividades cotidianas muestra su compromiso ético hacia la comunidad que pertenece. Una empresa u operador que incorpora actividades dirigidas a la sustentabilidad resulta creíble, y en el largo plazo se beneficiará con cambios positivos; de ahí la importancia de integrar los principios de la sustentabilidad como una política de la empresa turística. A partir de esfuerzos individuales y de la adopción de una responsabilidad ambiental empresarial, se promoverán acercamientos sectoriales y la creación de complementariedad y sinergia dentro del sector.

En este marco, un manual de buenas prácticas se configura como una herramienta eficaz para el manejo de actividades en beneficio de la protección de los ecosistemas, la economía del sector y el bienestar de las comunidades.

Las áreas operativas claves en las que las empresas de servicios turísticos podrían integrar prácticas sustentables son:

- ❖ El gerenciamiento interno, teniendo en cuenta los principios de la sustentabilidad en el manejo de los recursos humanos, proveedores y producción de material impreso.
- ❖ El desarrollo y gerenciamiento de productos: mediante la planificación de excursiones y la selección de paquetes cuyos componentes minimicen los impactos ambientales, económicos y sociales.
- ❖ La relación con los proveedores, a través de la integración de los principios sustentables en los acuerdos que se establezcan con los prestadores de servicios, así como en los criterios de selección.
- ❖ Las relaciones con los consumidores, garantizando estándares de privacidad, salud y seguridad, e informando a los clientes sobre comportamientos responsables y sustentables en los destinos que visitan; y
- ❖ Las relaciones con los destinos, sosteniendo esfuerzos junto con los grupos de interés locales, contribuyendo al financiamiento de proyectos de conservación y desarrollo.

### ¿Qué ofrece este documento?

Este documento ofrece una selección de buenas prácticas ambientales, a partir fundamentalmente de casos seleccionados por la Organización Mundial del Turismo, que recoge antecedentes de desarrollo e implementación de políticas, programas y acciones que algunos operadores turísticos están implementando en el mundo para promover los objetivos del turismo sustentable y la protección de los recursos ambientales y culturales, de los cuales sus negocios dependen. Muchos de estos ejemplos están en proceso de implementación, elaboración y están siendo continuamente revisados. De todas formas, ninguna de las acciones presentadas aquí conforman una única solución para prevenir y mitigar impactos; proveen, sí, una oportunidad para entender los alcances que de las diferentes opciones.

Muchos de los casos parten de la experiencia de la Iniciativa de Tour Operadores para el Desarrollo de Turismo Sostenible (TOI por sus siglas en inglés), un grupo de operadores turísticos comprometidos con el desarrollo sustentable, que agrupa operadores turísticos del todo el mundo. Desde su lanzamiento en el año 2000, la TOI ha proporcionado una plataforma neutral para compartir y refinar ideas; y ha sido un mecanismo para crear un enfoque común hacia la sostenibilidad que construye y eleva los resultados individuales de sus miembros. TOI ha desarrollado manuales que refieren a cómo los operadores turísticos

pueden integrar criterios de sostenibilidad económica, ambiental y social en su práctica empresarial

Este manual presenta una variedad de posibles acciones que los operadores pueden desarrollar. La identificación de estas prácticas no pretende ser exhaustiva, sino una recopilación de aquellas que mayor utilidad y factibilidad de aplicación pueden presentar en nuestro contexto.

Las prácticas ambientales sugeridas en este documento se presentan organizadas en seis secciones según las áreas operativas reconocidas precedentemente

- ❖ La integración de la sustentabilidad en las estrategias de las empresas de servicios turísticos
- ❖ La relación con los proveedores.
- ❖ El gerenciamiento interno
- ❖ La relación con los consumidores.
- ❖ La relación con los destinos turísticos.
- ❖ El desarrollo y gerenciamiento del Producto.

Para cada práctica se explicita su objetivo, se brinda una enumeración de acciones a modo de ejemplo y se presentan casos de empresas que han aplicado alguna de estas acciones o políticas. Se incluyen además anexos donde se desarrollan otros temas de interés vinculados con la aplicación de buenas prácticas empresariales , así como un listado de vínculos que pueden ser consultados en función de la práctica que cada empresario u operador esté interesado en desarrollar.

Al final se incluyen algunos ejemplos de distintos lugares del mundo que pretenden mostrar de manera sencilla que tipo de acciones se pueden emprender y quiénes pueden ser socios directos de las mismas

### ¿Por donde comenzar a trabajar?

- ❖ El primer paso es estar seguro que se quiere implementar este tipo de prácticas. Es importante revisar detenidamente este documento y los enlaces sobre ejemplos de buenas prácticas, para identificar qué pasos se pueden seguir en función de la situación actual de su empresa, y de los antecedentes de otros casos que en el mundo han probado ser efectivos en esta materia.
- ❖ Deben establecerse metas y objetivos realistas. No es necesario tratar de implementar todas las acciones sugeridas a la vez, tal vez será mejor comenzar con unas pocas acciones realizables en el corto plazo, para después continuar y construir otras acciones y

políticas ambientales a partir de ellas. Lo más importante es que los operadores de decidan a tomar la iniciativa.

- ❖ Se deben plantear acciones y políticas claras, cuya efectividad pueda ser evaluada en el corto, mediano y largo plazo, de manera de poder tener conciencia de los progresos que se realizan o de las dificultades que habrá que superar.
- ❖ Será importante, desde el primer momento, trabajar de forma asociada con otros en la comunidad, ya sean otros empresarios o representantes del gobierno local, ONG`s, gobiernos locales, e instituciones de enseñanza a nivel secundario, terciario y universitario.
- ❖ Los progresos que se alcancen y las decisiones que se tomen sobre la implementación de estrategias, políticas y acciones deben darse a conocer a todos los actores involucrados (empleados, clientes, comunidad local).

## 1. INTEGRANDO LA SUSTENTABILIDAD EN LOS NEGOCIOS:

### Desarrollo de una política de turismo responsable para empresas operadoras de servicios turísticos

#### Descripción de la práctica



La explicitación de una política medioambiental formaliza el compromiso de una empresa con la sustentabilidad ambiental, social y económica, y debería alcanzar en su accionar a todas las divisiones o secciones en que se estructura una empresa. La definición de una política de turismo responsable refleja los valores empresariales y debería explicitar las directrices que guiarían el accionar de todos los involucrados en la organización: ya sea directivos, empleados, o proveedores.

El compromiso de la empresa por el respeto de estos valores se debe ver reflejado en una serie de hechos:

- ❖ Las comunidades locales deben jugar un rol clave en los aspectos operativos de los operadores turísticos, y por ende recibir una porción importante de los beneficios económicos.
- ❖ Los destinos turísticos reciben en el largo plazo inversiones y el compromiso de las empresas para apoyar proyectos sustentables
- ❖ La empresa a su vez contribuye a la conservación de los recursos naturales, que son la materia prima sobre las que desarrolla sus actividades.

Una política de turismo responsable debe poseer dos elementos clave:

1. La definición de una misión, que describe las intenciones de la empresa en materia de turismo responsable, definiendo su compromiso y objetivos
2. El desarrollo de un código de buenas prácticas, que delinea las prácticas gerenciales necesarias para la implementación de esta política.

Una política medioambiental debería implementarse en tres áreas clave: **el sector operativo, atención al cliente y la sustentabilidad del destino.**

Una sugerencia podría ser el nombramiento de una persona a cargo del área ambiental de la empresa, dando una señal clara que la preocupación por la conservación del medio ambiente se ha transformado en una parte integral del accionar de la compañía.

## ¿Cómo implementar esta práctica?

Estas políticas pueden ser plasmadas a través de:

- ❖ La definición de una misión, que describa las intenciones de la empresa en materia de turismo responsable, definiendo su compromiso y objetivos.
- ❖ El desarrollo de un código de buenas prácticas, en donde se plasme las prácticas gerenciales necesarias para la implementación de esta política.
- ❖ Una señal clara de preocupación por la conservación del medio ambiente sería el nombramiento de una persona a cargo del área ambiental de la empresa, a través de la cual se facilitarían la implementación de las políticas.
- ❖ Es necesario que esta práctica se materialice a través de una comunicación efectiva con el personal, involucrándolo, desde un principio en su desarrollo.

Para desarrollar una comunicación efectiva entre el personal y la implementación efectiva de una política medioambiental, las empresas turísticas deberían adoptar las siguientes medidas:

- ❖ Debe entrenarse al nuevo personal, mediante instancias de capacitación y actualización permanente en la temática ambiental.
- ❖ Se deberían coordinar reuniones semanales o quincenales con el personal a cargo de la coordinación e implementación de la política medioambiental, de manera de elevar informes de actuación, y actualización de cualquier tipo de información inherente a la política medioambiental.
- ❖ Asimismo, se recomienda diseñar e implementar formularios para recoger la opinión de los usuarios y de líderes de los equipos de trabajo en la implementación de la política.
- ❖ Tanto las políticas como las acciones que se lleven a cabo, deben ser monitoreadas periódicamente

Una política empresarial responsable debería formalizarse como un compromiso de la organización en relación a tres dimensiones básicas del desarrollo de políticas turísticas sustentables y responsables: la dimensión económica, social y ambiental. Cada dimensión deberá contener sugerencias de acciones elementales a seguir en cada caso:

**Dimensión económica:**

- ❖ Evaluar adecuadamente los impactos económicos antes de desarrollar un proyecto turístico.
- ❖ Maximizar los beneficios económicos locales, alentando las cadenas de producción locales y reduciendo las fugas de capital o de beneficios económicos fuera de la región.
- ❖ Asegurar que las comunidades estén involucradas y se benefician de manera cierta con el desarrollo turístico.
- ❖ Asistir y colaborar con la elaboración de las estrategias de marketing y el desarrollo de productos en el destino
- ❖ Promover negocios equitativos y pagar precios y salarios justos.

**Dimensión Social:**

- ❖ Tener en cuenta a las comunidades locales al momento de tomar decisiones.
- ❖ Evaluar los impactos sociales de las actividades que se realizan
- ❖ Respetar la diversidad social y cultural
- ❖ Ser sensible a los requerimientos de la comunidad receptora

**Dimensión Ambiental**

- ❖ Reducir los impactos ambientales derivados de la práctica de las actividades turísticas
- ❖ Efectuar un uso sustentable de los recursos naturales.
- ❖ Contribuir con el mantenimiento de la integridad ecológica de los lugares donde se opera.

La política también debiera alentar la promoción de las prácticas de turismo responsable entre los clientes. Por ejemplo, los guías especialmente capacitados en los principios del turismo responsable y la importancia de la consideración de la cultura local, deben ser estimulados permanentemente para que tengan un accionar proactivo respecto a los temas ambientales.

Para promover de manera continuada una concientización ambiental de los clientes, los folletos, la página web y otro tipo de documentación entregada a los pasajeros deberían incluir referencias explícitas a la política medioambiental del operador.



## ¿Qué beneficios trae?

La implementación de una política de turismo responsable puede traer aparejado una serie de beneficios, entre los que se puede mencionar:

- ❖ En los casos en que se ha implementado este tipo de política, su difusión ha repercutido en el aumento del número de reservas, por parte de clientes que citan la existencia de una política medioambiental por parte de la empresa como una de las razones para elegir a un operador turístico.
- ❖ Una política de turismo responsable refuerza el capital humano y cultural en estas organizaciones. El involucramiento del personal en la definición de la política desde sus inicios conlleva la generación de un sentimiento de pertenencia respecto a temas ambientales; los empleados se sienten parte del proceso y manifiestan satisfacción por sentirse involucrados en este proceso.
- ❖ El trabajo asociativo con las autoridades locales, lleva en muchas ocasiones a marcos de acuerdos para superar problemas en muchos de los destinos turísticos donde las empresas desarrollan estas políticas.

## Para pensar...

La definición de una política de turismo responsable debería constituir uno de los ejes principales del accionar de los operadores turísticos, para asegurar que el tema de la sustentabilidad estará en el centro de la estrategia de negocios de la empresa. Los clientes verán el turismo responsable como parte integral de la experiencia de sus vacaciones; así, percibirán como algo negativo contratar operadores que no tengan una política ambiental explícita. En el mediano plazo, puede constituirse en un factor de elección de otros operadores que sí la hayan formulado e implementado.

Finalmente, a medida que cada vez más empresas desarrollen este tipo de políticas como representación de sus valores centrales, más clientes a su vez, reconocerán estos valores como un estándar del sector turístico, volviéndose cada vez más conscientes de los impactos que pueden tener las decisiones sobre sus vacaciones.

## Para saber más:

### Responsible Travel

<http://www.responsibletravel.com/>

### Responsible Tourism Code for the Pacific

<http://www.responsibletourism.org.nz/>

### The Internacional Centre for Responsible Tourism (ICRT):

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

**Exodus**

<http://www.exodus.co.uk/restourism.html>

**Department of Environmental Affairs and Tourism, South Africa**

<http://www.environment.gov.za>

## **2. RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS:**

### **Apoyo y asistencia técnica a proveedores de servicios turísticos para alcanzar un modelo de sustentabilidad: Asistencia al sector hotelero para desarrollar manuales de buenas prácticas ambientales**

Los operadores turísticos son intermediarios entre los turistas y los proveedores de servicios turísticos. Los operadores no siempre pueden tener control directo sobre los impactos ambientales y sociales de los productos que comercializan, la mayor responsabilidad recae en la cadena de abastecimiento. No obstante, los clientes conservan siempre la expectativa que las empresas prestadoras de servicios sean las que dediquen acciones concretas a la preservación del medio. Por ello, es clave que los operadores coordinen acciones y asistan a sus proveedores para implementar efectivamente las políticas de sustentabilidad.

La Iniciativa de Tour Operadores para el Desarrollo de Turismo Sostenible (TOI por sus siglas en inglés), un grupo de operadores turísticos comprometidos con el desarrollo sostenible, que agrupa operadores turísticos del todo el mundo, expone tres pasos para asistir a la cadena de abastecimiento hacia la definición de políticas y acciones de conservación del medio ambiente:

1. Establecer una cadena de abastecimiento sostenible y un modelo de gestión
2. Apoyar a los proveedores a alcanzar un modelo de sustentabilidad
3. Integrar criterios de sostenibilidad en los contratos con los proveedores

A modo de ejemplo, se expone en este manual una de las acciones propuestas, la asistencia a los proveedores para el desarrollo de un modelo de sustentabilidad. El mismo no es excluyente del conjunto que prácticas que pueden reconocerse en lo referente a estructurar una cadena de abastecimiento sustentable.

#### **Descripción de la práctica**



La práctica consiste en proveer asistencia técnica a hoteles y complejos de alojamiento respecto de cómo mejorar el desempeño ambiental de estas empresas. Las acciones de capacitación y concientización deberían ser llevadas a cabo por los mismos operadores turísticos que contratan servicios hoteleros en dichas compañías. La idea surge a partir del ejemplo de Touristik, un operador turístico alemán, que a partir de 2000 lanzó una campaña para ayudar a los hoteles que contrataba a mejorar su desempeño en materia del cuidado del medio ambiente.

Concretamente, la recomendación apunta a la confección de un manual de buenas prácticas en hotelería. Su implementación se fundamenta en experiencias que han demostrado que si bien los empresarios hoteleros muestran en general un sentido de responsabilidad hacia los temas ambientales, necesitan sugerencias y recomendaciones prácticas respecto a cómo implementar buenas prácticas. Un manual de este tipo sirve además para abrir canales de diálogo con los empresarios.

En términos generales, los temas que un manual de este tipo debería incluir podrían ser: El uso del agua potable, el uso de la energía, la política de compras, el tratamiento de residuos y efluentes y la comunicación. Cada sección podría incluir una descripción general de cada problema, así como la explicitación de sugerencias concisas para su resolución, presentadas en un lenguaje claro y con esquemas simples y entendibles. Será importante presentar explicaciones acerca de por qué estas acciones deben ser llevadas a cabo en la forma descrita por el manual. El manual debería incluir además una serie de ejemplos sobre cómo las acciones para la mejora del ambiente, pueden también implicar ahorros de dinero para la empresa.

A partir de septiembre de 2003, San Martín de los Andes, Provincia del Neuquén en Argentina desarrollo una experiencia de un Programa de Buenas Prácticas en Hotelería (PBPH) que incluyó diez establecimientos hoteleros y una Agencia de Viajes.

Se pretendió que los establecimientos que adoptaran el PBPH obtuvieran algunos de los siguientes beneficios:

- ❖ Asesoramiento gratuito en la implementación de un Programa innovador a nivel nacional e internacional.
- ❖ Mejoramiento de la calidad ambiental dentro del establecimiento y en su entorno.
- ❖ Motivación y capacitación complementaria a todos los recursos humanos de los establecimientos, para que de este modo tuviese además un efecto beneficioso en la calidad del servicio.
- ❖ Diferenciación de los establecimientos que adoptaron el PBPH en San Martín de los Andes respecto a los hoteles de otros sitios turísticos.
- ❖ Mejoramiento la imagen del hotel dentro de la comunidad, a nivel regional y nacional.
- ❖ Presentación de nuevas oportunidades para marketing y promoción del destino.
- ❖ Aumento de la rentabilidad a través de la implementación de medidas de ahorro en consumos de energía, agua y generación de residuos y por la mejoras en las operaciones habituales que son llevadas a cabo por los empleados del establecimiento.

Las Buenas Prácticas que fueron recomendadas a los establecimientos de esta localidad, fueron medidas muy sencillas orientadas a la conservación del agua, la energía y la reducción de los residuos.

### ¿Cómo implementar esta práctica?

En lo posible, el manual debe ser desarrollado o bien coordinado por el gerente de la empresa, con la asistencia de un consultor, y sobre la base de resultados obtenidos a partir de cuestionarios administrados previamente a los hoteleros. Una primera edición del manual de buenas prácticas debería esbozarse a partir de una serie de reuniones y contactos con gerentes, administradores y personal idóneo de hoteles de diferentes destinos, lo que permitirá aprender de primera mano sobre las prácticas ambientales de los hoteleros y sus impactos.

En la medida de lo posible, el manual debería ser distribuido personalmente a cada administrador o gerente. Esto puede ser realizado por los propios guías, por los compradores y hasta por los responsables de las oficinas locales del operador (en el caso que corresponda), o sus representantes, o empresas que comercialicen sus productos, en visitas de rutina o bien mediante entrevistas pautadas con anterioridad. Junto con los manuales, debería entregarse una carta personal dirigida a los dueños o administradores de las empresas visitadas, junto con un cuestionario de no más de una página, para que puedan describir la forma en la que llevaron a cabo las acciones propuestas en el manual, si necesitarán información en el futuro y como hicieron para medir los resultados. Esto representaría la posibilidad de contar con un feedback sobre la administración del manual para optimizar su edición con el correr del tiempo. En el caso de la experiencia desarrollada por Touristik, alrededor del 20% de los hoteleros enviaron algún tipo de respuesta.

Eventualmente, los operadores turísticos deberían capacitar a parte de su personal para contactar a los hoteleros en casos de dudas, o de inquietudes respecto a la implementación del Manual de buenas prácticas. También deberían proveer información a la empresa sobre el tipo de asistencia requerida, así como los problemas más comunes, para ir retroalimentado futuras ediciones del manual.

### ¿Que beneficios trae?

La asistencia a los empresarios hoteleros para desarrollar un manual de buenas prácticas ambientales, puede contribuir a mejorar el desempeño ambiental del sector, al tiempo que promovería una reflexión y discusión sobre el accionar de la empresa respecto a temas medioambientales.

### Para pensar...

Para asegurar que el manual sea una herramienta efectiva para producir cambios en conductas y actitudes hacia el medio ambiente, es necesario poder ofrecer soluciones concretas y realistas, que llevarán, entre otros resultados, a una reducción en los niveles de consumo de agua, de energía y de otros recursos.

No obstante, existen obvias limitaciones en depositar todos los esfuerzos y esperanzas en un manual. Las principales son que no hay una estimulación de prácticas voluntarias ni incentivos para su implementación. Un programa de largo plazo debería ser capaz de probar los beneficios que supone un accionar ambientalmente responsable, aplicando en el estableciendo de estándares ambientales para el sector hotelero.

### Para saber más...

LTU Touristik

<http://www.ltu-touristik.com>

Global Stewards

<http://www.globalstewards.org/hotel.htm>

Ecolodgical

<http://ecolodgical.yourhomeplanet.com>

Nota: La UNEP/International Hotel & Restaurant Association (HRA) efectuaron una publicación conjunta que resalta casos de buenas prácticas ambientales en hotelería: "Environmental Good Practice in Hotels: Case Studies from the IHRA Environmental Award." El estudio recoge casos de los siguientes países: Australia, Dinamarca, Hong Kong, Hungría, India., Kenia, Suecia, Tailandia, Gran Bretaña y Estados Unidos.

UNEP - Buenas Prácticas en Hotelería

<http://www.uneptie.org/pc/tourism/library/goodpractices-hotel.htm>

Programa Buenas Practicas en Hoteleria en San Martín de los Andes

[http://www.smandes.gov.ar/hoteles\\_verdes.html](http://www.smandes.gov.ar/hoteles_verdes.html)

## 2.1. RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS:

### Desarrollo e implementación de un programa ambiental para los proveedores de operadores turísticos

#### Descripción de la práctica



El desarrollo de un programa ambiental puede efectuarse mediante un programa que establezca una serie de pasos sobre acciones ambientales sugeridas para ser adoptadas de manera voluntaria por aquellas empresas que son parte de la cadena de proveedores de operadores turísticos, hoteles, u otro tipo de emprendimientos de servicios turísticos.

#### ¿Cómo implementar esta práctica?

Los ejemplos del mundo que han desarrollado e implementado este tipo de prácticas se encuentran sobre todo en el sector hotelero. El caso testigo que se considera en este caso es el de la compañía My Travel NE para algunos de sus hoteles socios, en las Islas Canarias, Grecia, Turquía y Mallorca.

Esta compañía lanzó el denominado “Programa de los 50 pasos”, que procedió en principio en forma pausada, e involucró sólo a un pequeño número de hoteles en su primera etapa. El programa de los 50 pasos fue desarrollado internamente, sobre la base del Programa de los 100 pasos y los criterios de eco-etiquetas de Nordic Swan, para hoteles. El desarrollo y promoción del programa fue llevado adelante por My Travel NE. El Director Ambiental de la compañía fue el responsable en la coordinación de las actividades.

Estos 50 pasos conforman en realidad una lista de 50 acciones de cuidado y preservación del medio ambiente que los hoteles son incentivados a desarrollar de manera voluntaria. Estas acciones se agrupan en once categorías:

* Información y servicios	* Puestos de venta internos (minimarkets)	*Jardines y áreas de playa y piscinas
* Alojamiento	* Restaurants/bares	*Compras y stock de mercaderías
* Limpieza	*Reparación/mantenimiento	*Administración y control
*Alimentos y bebidas (servicios de cocina)		*Personal

Una vez que un hotel decide involucrarse en el programa, se organiza una capacitación dirigida al personal clave: mucamas, mantenimiento, gerencia y se le hace entrega de un manual para apoyar este trabajo. También es necesario nombrar un coordinador para el programa. Además se hace entrega de un poster en donde figura el

listado de los 50 pasos y que da la oportunidad de una mejor comunicación con el staff del hotel, mostrando como deben ser llevadas a cabo las acciones.

Los pasos deben implementarse en forma secuenciada; cada hotel es incentivado a completar cada paso antes de avanzar en el siguiente. Basado en su experiencia My Travel NE reconoce que puede tomar mucho tiempo, inclusive años completar de manera exitosa las acciones sugeridas en cada paso. Resulta aconsejable el tratamiento sistemático de cada etapa, comenzando con aquellas acciones más sencillas y que impliquen menores costos para los hoteles. En este sentido, una buena medida de control puede ser la exhibición de los resultados anuales que cada hotel puede alcanzar. A pesar que no hay un tiempo impuesto para lograr cada paso o etapa, es recomendable, durante el primer año, que los hoteles involucrados puedan avanzar con la implementación de las siguientes prácticas:

- ❖ Lograr realizar el tratamiento de residuos y efluentes de acuerdo a las normativas locales
- ❖ Avanzar en la separación de residuos sólidos, en el mayor número de categorías posible, de manera de facilitar su posterior tratamiento.

### ¿Que beneficios trae?

La participación en un programa de este tipo puede permitir a los hoteles:

- ❖ Incrementar su atractividad para consumidores que poseen conciencia sobre los temas ambientales.
- ❖ Contribuir con la creación de un mejor ambiente tanto para los clientes externos (pasajeros) como para el cliente interno (personal del hotel).
- ❖ Atraer más clientes
- ❖ Ahorrar significativamente en algunos rubros.

El programa debería alentar además a que cada vez más hoteles se comprometan con el cuidado del medio ambiente, adoptando prácticas compatibles con su conservación. El involucramiento masivo de establecimientos hoteleros en estas prácticas redundará en cierta presión hacia los organismos locales y provinciales para que provean la infraestructura básica, como cloacas, sistemas de tratamiento de residuos y efluentes, etc.

### Para pensar...

La principal limitación de un programa de este tipo es el tiempo que se requiere para su implementación efectiva en cada uno de los hoteles que participen del programa. Una decisión que puede resultar clave es capacitar al personal para extender la capacitación al



mayor número de establecimientos involucrados. A pesar que los hoteleros usualmente reciben muy bien este tipo de iniciativas, se considera necesario implementar incentivos para quienes se involucran en estos programas, como recibir un reconocimiento en la página web de las empresas o en sus folletos y catálogos, lo que puede redundar en la atracción de nuevos clientes.

### **Para saber más**

My Travel NE

<http://www.mytravel.com>

### 3. GESTIÓN INTERNA

El manejo y la administración interna incluyen todas las operaciones y actividades que tienen lugar en las oficinas tanto de la administración central como en las distintas sucursales de las empresas. El trabajo diario administrativo y las actividades y operaciones regulares pueden potencialmente promover impactos sobre el medio ambiente. Las cuestiones vinculadas con los recursos humanos de las empresas, como ser los derechos laborales y la capacitación del personal son una parte importante de la gestión interna. En concreto, la capacitación del personal, especialmente los guías en materia de conservación y turismo responsable puede resultar clave para asegurar el compromiso de los guías y otros empleados con la estrategia de sustentabilidad de los operadores, contribuyendo a mejorar la actuación integral de la empresa.

#### Capacitación para la motivación y conformación de guías de buenas prácticas y turismo responsable de guías turísticos

##### Descripción de la práctica



La capacitación de los guías turísticos debería implicar un entrenamiento continuo y sistemático en aspectos personales, sociales y económicos del desarrollo, así como sobre los impactos que la actividad turística ejerce sobre estas dimensiones, que pueden resultar condicionantes u obstáculos para el entendimiento intercultural. El turismo ofrece la oportunidad para crear puentes de entendimiento entre las diferentes culturas y busca concienciar sobre ello a los guías.

La propuesta consiste en organizar e implementar instancias de capacitación - seminarios, charlas, cursos, talleres – para ayudar a los guías en una serie de aspectos que vinculan su práctica profesional con la concientización sobre el entendimiento intercultural.

Concientización del rol clave que cumplen como mediadores en el proceso de aprendizaje intercultural.

- ❖ Apertura a otros pueblos y otras culturas diferentes.
- ❖ Verificación y mejoramiento de sus habilidades de comunicación.
- ❖ Reconocimiento de los prejuicios que los turistas y ellos mismos ocasionan, para tratarlos e intentar corregirlos.
- ❖ Ayudar a los turistas para que comprendan la cotidianeidad de los lugares de acogida.
- ❖ Trabajar creativamente en equipo sobre todos estos temas.

La idea surge del antecedente de la empresa Vasco Travel -que ofrece servicios en Turquía para cerca de 200.000 clientes anuales, provenientes de Austria, Alemania, Eslovaquia y Hungría, y que ha estado desarrollando programas de capacitación para sus guías en temas de sustentabilidad e interculturalidad desde 1995. Vasco, recibió la certificación de ISO 14001 en el año 2002. El objetivo de la compañía es el respeto hacia los elementos naturales, culturales y sociales durante los tours, que se refleja en el reconocimiento de que los destinos turísticos no solo de sol, playa y maravillas naturales, sino que también debe incluirse a las comunidades locales, sus tradiciones, asumiendo el compromiso de preservar su identidad.

La estructuración de una política para la definición de guías de buenas prácticas y turismo responsable para los guías turísticos puede ser otra alternativa viable para contribuir a la mejora de la calidad del servicio y el cuidado del medio ambiente a partir del accionar del personal en contacto con los turistas en el terreno: Los guías. Estas guías estarían dirigidas a establecer:

- ❖ Procedimientos de bienvenida para los viajeros
- ❖ Criterios de calidad
- ❖ Control y tratamiento de residuos
- ❖ Consumo de energía y agua
- ❖ Comportamiento con la comunidad local
- ❖ Contribución a la preservación y restauración de sitios culturales
- ❖ Una equitativa distribución de las ganancias
- ❖ Contribución a la economía local a través de incentivar a los turistas a que adquieran en
- ❖ Cooperativas o prestadores locales.

### ¿Cómo implementar esta práctica?

La implementación de un sistema de capacitación de guías en materia de interculturalidad, dependerá de las condiciones que determinen cada empresa y operador turístico. Dependiendo de la disponibilidad de equipamiento e infraestructura, las capacitaciones podrían incluir la organización de instancias fijas de capacitación, como seminarios, talleres o charlas. Los materiales a trabajar podrían incluir desde videos y exposiciones de casos del mundo que han trabajado estos temas, hasta la realización de simulaciones y prácticas, que son entregadas individualmente al final de la sesión. En el

caso del mencionado operador turístico Vasco Travel, la aprobación de los cursos habilita para recibir el certificado de Maestro Intercultural.

En el caso de San Martín de los Andes se considera sería una oportunidad trabajar para la capacitación de los guías como Maestros Interculturales. En este objetivo se podría involucrar a distintos organismos como la Municipalidad de San Martín de los Andes, los operadores, las comunidades mapuches y la Universidad Nacional del Comahue.

También podría implementarse un sistema de feedback con los clientes, para conocer su opinión se garantiza a través de la entrega de un cuestionario que es distribuido durante el viaje por los tour operadores que trabajan con las empresas operadoras que han sido parte del programa.

- ❖ Con respecto a las guías de buenas prácticas para guías, pueden implementarse a través de una serie de encuentros de capacitación que incluyan temas tales como:
- ❖ Procedimientos de bienvenida
- ❖ Conservación de animales y plantas en áreas protegidas
- ❖ Promover el sentido de observación e interpretación natural en los visitantes
- ❖ Procedimientos de rescate y seguridad en áreas de montaña
- ❖ Conservación del patrimonio rural.

Cada guía requeriría una capacitación de no menos de dos semanas, cada año.

La implementación de las guías se testean en las mismas salidas: los guías deberían llevar un informe de cada viaje, empleando un formulario estándar diseñado al respecto (donde se detallan como se implementaron las guías y procedimientos sugeridos en cada caso).

### ¿Que beneficios trae?

Las entrevistas realizadas a los guías muestran un cambio positivo de éstos sobre su visión del turismo y de los turistas. Los guías capacitados y entrenados en estos temas permite comprender mejor las expectativas de los turistas; se refuerza la comunicación con los turistas, haciéndolas más claras, y reduciendo el peligro de prejuicios o malos entendidos, y promoviendo un aprendizaje intercultural.

La cooperación entre los operadores, los clientes y las comunidades locales ayuda a promover operaciones menos impactantes en los lugares donde se desarrollan las excursiones y paseos. Usualmente, los pasajeros que ven efectivizarse estas buenas prácticas, preguntan en que pueden contribuir, y se vuelven susceptibles de participar en este tipo de programas.

**Para pensar...**

Dado que el programa es esencialmente un proceso de educación y re-educación en el trato con otra gente a largo plazo, los resultados son difíciles de medir. De todas formas, los avances que pueden generarse usualmente van más allá de las expectativas principalmente porque los participantes están sumamente motivados respecto a las oportunidades que ofrece formar parte de este tipo de proceso.

**Para saber más:**

Vasco Travel

<http://www.vascotravel.com>

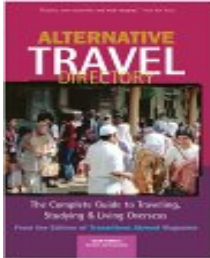
Conservation International: The Centre for Environmental Leadership in Business:

[http://www.celb.org/xp/CELB/programs/travel-leisure/tour\\_operators.xml](http://www.celb.org/xp/CELB/programs/travel-leisure/tour_operators.xml)

#### 4. DESARROLLO DE PRODUCTOS

### Programas vacacionales que contribuyen con el desarrollo y la conservación de los destinos

#### Descripción de la Práctica



**El diseño de las excursiones y circuitos es un punto crítico para la estrategia de sustentabilidad de un operador turístico en un destino.**

Las tres claves para desarrollar programas vacacionales que contribuyan con un desarrollo sustentable de los destinos pasa por:

- ❖ Que las vacaciones no impliquen algún costo o daño para el medio ambiente, implica pensar y diseñar excursiones dirigidas a intereses especiales de la demanda, interactuando con operadores, organizaciones no gubernamentales, empresas que brinden el servicio de alojamiento, etc., que puedan ejercer un impacto directo cierto sobre las comunidades locales, el ambiente, promoviendo transacciones comerciales justas para todos.
- ❖ Que los turistas sean parte activa en el armado del paquete o excursión, pudiendo experimentar itinerarios en donde se integre armónicamente el interés de las comunidades locales y la conservación de la naturaleza.
- ❖ Finalmente, los mismos turistas pueden hasta formar parte de investigaciones y trabajos de conservación que las empresas promuevan

Este tipo de programas son diseñados con el objeto que la actividad turística pueda contribuir efectivamente a las economías y las comunidades locales, para la conservación del ambiente y las culturas. Cada programa debería cumplir con un número de objetivos estratégicos, que pueden incluir:

- ❖ La promoción de modalidades de turismo sustentable
- ❖ Una contribución con los esfuerzos de conservación,
- ❖ Un apoyo financiero, desarrollando en forma conjunta con distintas agencias de desarrollo iniciativas de conservación y protección de la vida silvestre.
- ❖ Una contribución con la toma de conciencia sobre temáticas vinculadas con la conservación,

- ❖ Asegurar que los beneficios de los programas vacacionales permanezcan en las comunidades locales.

### ¿Cómo implementar esta práctica?

La prioridad para la implementación de esta idea es mantener un excelente nivel de comunicación con los clientes, quienes son informados sobre el proyecto durante todas las etapas de sus vacaciones, como por ejemplo:

- ❖ Antes de la visita: a través de artículos, sitios web, y un documento de viaje en el cual se explicaría acerca de la región a visitar, el rol de las comunidades anfitrionas, el proyecto, la cultura local, el idioma y sobre los códigos de conducta que deben tener en cuenta los clientes;
- ❖ Durante la visita: a través de líderes del tour, reconocidos expertos, investigadores y expertos locales;
- ❖ Después de la visita: a través de organizaciones conservacionistas locales y con el envío de un newsletter, a través de un sitio web, conferencias o charlas, en las cuales también se solicitaría la opinión del cliente como feedback.

### ¿Que beneficios trae?

Esta iniciativa ha desembocado en una serie de resultados positivos para la conservación, las comunidades locales, las empresas y los clientes:

Para las comunidades locales los beneficios van más allá de las contribuciones financieras que se generan, dado que además existe la motivación por el sentimiento de ser parte de los proyectos y el orgullo de poder contribuir con el ambiente, los tours han demostrado que el ambiente y los recursos naturales locales pueden ser una fuente de recursos económicos.

Los clientes se benefician con el reforzamiento de la capacidad de entendimiento intercultural, y con una perspectiva fresca sobre el conocimiento del medioambiente. El feedback desde los clientes sobre los proyectos es abrumadoramente positivo, y la compañía tiene altos niveles de fidelidad.

### Para saber más:

Discovery Initiatives

<http://www.discoveryinitiatives.co.uk/discover/home/>

Actividades outdoor en todo el mundo, muestrario por actividad

<http://www.activejourneys.com/about.php>

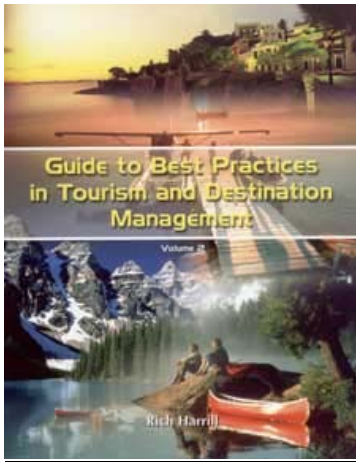
Novedoso: empresa que organiza viajes para ver la aurora boreal

<http://www.altacan.ab.ca/english.html>

## 5.- VINCULACION CON LOS CLIENTES

### RELACIONES INTERACTIVAS CON LOS CLIENTES PARA EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

#### Descripción de la práctica



En 1996, el Departamento Ambiental de la compañía TUI AG, desarrolló su propio sitio web, independientemente del sitio principal de la compañía. El sitio tiene como objetivo cooperar con los destinos: con autoridades locales, representantes municipales, oficinas de turismo, organizaciones conservacionistas, expertos en turismo y ambiente, agentes de viajes, hoteleros y clientes de TUI. Para hacer más fácil la navegación por el sitio, la información esta organizada en función de lo públicos objetivo, permitiendo a cada grupo acceder a micro-sitios, dónde encuentran la información adecuada a sus necesidades.

Por ejemplo, el micro sitio para clientes y agentes de viajes provee información sobre hoteles (y su accionar ambiental) y sobre el estado actual del medioambiente en los destinos. La información en los destinos está basada en un reporte anual elevado por representantes de la compañía, verificados por representantes de los destinos y por el Departamento Ambiental. La información sobre los hoteles está basada en un monitoreo anual que realiza TUI. Además se incluye otra información complementaria dentro del sitio como por ejemplo: los proyectos ambientales vigentes en los destinos, incluyendo información sobre reforestación, cuidado de animales, protección de especies, biología marina, biodiversidad y protección del clima. Los agentes de viajes pueden usar el micro-sitio para dar promoción a los hoteles TUI y sus destinos.

En el futuro se incluirá un micro- sitio para hoteleros que incluye buenas prácticas ambientales, siendo el foco particular el trabajo realizado por TUI, como el monitoreo ambiental y criterios ambientales para hoteles, destinos y gestores.

El sitio no sólo es un medio para difundir información, sino que también es un espacio de encuentro. Tiene un sistema de votación, a través del cual los usuarios pueden emitir su opinión on-line sobre determinados temas que están en discusión. El feedback de los usuarios, a través del envío de e-mails, indica que el conocimiento sobre temas ambientales se esta incrementando.



La información es provista en Alemán e Inglés. Las versiones resumidas se ofrecen en Francés, Griego, Italiano, Portugués y Español. Atrae visitantes de 82 países, principalmente durante horas de trabajo (business hours), lo cual indica que es muy utilizado por profesionales.

### **Beneficios**

El sitio ambiental interactivo se constituyó en una importante herramienta de comunicación, cuyos beneficios son:

- ❖ Los socios, organismos de investigación, los grupos ambientalistas tienen un acceso amplio a información online sobre el trabajo cotidiano del departamento;
- ❖ El sitio ha habilitado y fortalecido la comunicación y el diálogo entre la empresa, los consumidores y las organizaciones ambientales en los destinos;
- ❖ El sitio da la oportunidad a los huéspedes de obtener mayor información –antes del viaje– sobre la situación ambiental de los destinos y el accionar de los hoteles.
- ❖ El feedback con la empresa, a través de e-mails muestra que los consumidores están más sensibilizados en relación a la temática ambiental;
- ❖ La interacción con los usuarios de la web ayuda a construir contactos con gente de las poblaciones locales, que pueden resultar en nuevas iniciativas;
- ❖ Las demandas de los consumidores en relación al turismo sustentable pueden ser identificadas y desarrolladas a través de productos ambientales.
- ❖ La comunicación online permite a la población local participar en aspectos ambientales del desarrollo turístico;
- ❖ El consumo de papel ha sido reducido, dado el soporte informático; y
- ❖ El sitio provee informes, en todo momento, sobre el comportamiento ambiental de la compañía, para ser consultado por socios, accionistas, etc. agregando valor y transparencia.

### **Para saber más:**

<http://www.tui-umwelt.com>  
<http://www.tui-environment.com>  
<http://www.scottwalking.com/>

## 6. COOPERACIÓN CON LOS DESTINOS

**Mantener vínculos de cooperación adecuados con los principales actores en la gestión de los destinos turísticos donde los operadores turísticos desenvuelven sus actividades.**

### Descripción de la Práctica



Se recomienda seguir las siguientes prácticas y acciones:

- ❖ Propiciar acuerdos con representantes locales, para establecer objetivos de empleo y capacitación.
- ❖ Colaborar con la coordinación de programas de capacitación para que las comunidades locales desarrollen habilidades en los negocios.
- ❖ Identificar qué problemáticas debieran ser cubiertas, por ejemplo: seguridad, medio ambiente, acceso a sitios culturales significativos, administración de donaciones, mantenimiento de la integridad cultural, respeto por prácticas religiosas y conocimiento de las culturas nativas.
- ❖ Elegir un método de cooperación –ya sea un arreglo formal o informal.
- ❖ Invitar a las escuelas locales para que los niños conozcan las actividades que realiza la empresa.
- ❖ Trabajar en conjunto con otras iniciativas de otras organizaciones, para la promoción del turismo cultural y el ecoturismo.
- ❖ Generar intercambios con los empleados locales y representantes de la comunidad sobre sus necesidades inmediatas de desarrollo.
- ❖ Tratar al patrimonio cultural con dignidad y respeto. Informar a los visitantes sobre las costumbres y tradiciones locales y los comportamientos apropiados. Asegurarse que los turistas pidan permiso antes de tomar fotografías o filmar a la gente local.
- ❖ Asegurarse de que los turistas no dañan o remueven artefactos culturales o religiosos.

- ❖ Si se opera en un área protegida, consultar con expertos sobre el manejo del área, sus posibilidades de uso y si existen conductas recomendadas para resguardar el comportamiento las especies protegidas, etc.
- ❖ Asegurarse que los empleados conocen la importancia de conservación de la biodiversidad.

Se recogen a continuación ejemplos de acciones y programas de operadores turísticos que han contribuido a la relación con los destinos donde operan, a partir de ejemplos citados por Tour Operators Initiative (TOI) y OMT:

### **Viaggi del Ventaglio: Apoyo a las comunidades locales de República Dominicana.**

En 1998, el Presidente de la compañía; Sr. Bruno Colombo, decidió donar US\$ 1 por cama/noche al Ministerio de Turismo Dominicano, como ayuda para reparar los daños sufridos por el Huracán George, uno de los más violentos en el Caribe, en los últimos años. Este huracán desbastó a la República Dominicana y afectó severamente a la población local cuyo sustento dependía del turismo. Esta operación comenzó el 20 de diciembre de 1998, con la apertura del VentaClub Gran Dominicus y se estableció una cuenta denominada Contribución para Bayahibe de Viaggi del Ventaglio.

### **Implementación**

La contribución para un año fue de US\$ 150.000. El dinero fue invertido en dos proyectos:

- ❖ Reparación de casas en Bayahibe: la mayoría de las casas en Bayahibe ya estaban en un estado decadente antes que el huracán empeorara la situación, amenazando con la subsistencia de las características típicas que distinguen a esta pequeña villa de pescadores. Parte de los fondos fue destinada a reparar y repintar 40 casas, con los colores típicos dominicanos.
- ❖ Conservación y desarrollo de Soana Island: Esta isla de Soana, localizada en el Parque Nacional del Este, en República Dominicana, es de una belleza única, sustentada en un ecosistema frágil, y es la excursión favorita de los hoteles localizados en el área. Las principales actividades económicas de la isla son la pesca y la venta de artesanías de Haití. Los fondos de Ventaglio fueron utilizados para la reconstrucción de 63 casas de la villa Manojean (la cual fue la más dañada por el Huracán) y para promover y desarrollar la venta de artesanías locales, a través de pequeñas donaciones a las empresas locales.

## Beneficios

Estas iniciativas han generado beneficios para las comunidades locales, turistas, autoridades y para la empresa:

- ❖ Para las comunidades locales, la reconstrucción de más de 100 casas, ayudó a mejorar su nivel de vida. Además, la comunidad de Saona ha progresado, con la entrada adicional que implica la valoración de sus artesanías, a través de la estimulación del mercado de bienes culturales.
- ❖ Para los turistas, el mejoramiento del medio ambiente de los destinos, significa añadir valor a sus vacaciones;
- ❖ Para las autoridades, el proyecto significó el encuentro con un nuevo socio para la rehabilitación; y
- ❖ Para la compañía, esta acción ha fortalecido sus relaciones con las autoridades locales, particularmente con el Ministerio de Turismo.

## Comentarios

Esta iniciativa ha sido exitosa, en parte porque concretó acciones donde la compañía pudo conducir las principales operaciones. Además se esperaba que otras compañías pudieran seguir el ejemplo de Ventaglio, lo cual lamentablemente no ocurrió.

Una lección importante de esta experiencia es que se debe mantener el punto de contacto político; el cambio de personal en puestos relevantes del ministerio pueden llevar, lentamente, a la finalización del proceso.

## **Tropic Ecological Adventures: Programa de asociación con la comunidad Huarani (Brasil /Ecuador)**

Este operador posee una larga experiencia de trabajo con comunidades indígenas. En colaboración con asociaciones conservacionistas y las comunidades locales ha desarrollado una red comunitaria basada en experiencias de ecoturismo en los Andes, el Amazonas, Galápagos y bosques templados.

El trabajo conjunto entre este operador y la comunidad Huaorani comenzó en 1994, cuando Tropic Ecological Adventures dio a conocer al mundo el conflicto existente entre la comunidad y la industria petrolera, y continuó con el apoyo para que esta comunidad no sólo defienda sus propias reglas sobre el turismo, sino para que gane, gracias a la fructífera asociación una plaza importante en el mercado internacional de viajes

## Implementación

La comunidad tiene el control completo de la actividad turística y con la guía de Tropic Ecological Adventures, desarrollaron juntos el programa para llevar visitantes al territorio de las comunidades ubicadas en el río Shiripuno. Se necesitaron nueve meses de reuniones de orientación y planeamiento para que la comunidad elabore una estrategia bien definida, en estrecha colaboración con Tropic Ecological Adventures.

Sólo se acepta un grupo de visitantes durante dos a seis días al mes, a fin de evitar que el turismo atente contra el estilo de vida tradicional de cazadores recolectores.

Durante la estancia la comunidad rodea de atenciones a los visitantes y los representantes de los acogen cuando llegan y hablan con ellos de sus problemas ecológicos y sociales. En esta primera reunión, los turistas pagan las noches de alojamiento y el dinero se distribuye por partes iguales entre todas las familias.

Al término de su estancia, se pide a los turistas que den a conocer en sus países los esfuerzos que realizan los huaoranis para defender su tierra y su cultura.

## Beneficios

- ❖ Para las comunidades: ha abierto nuevos horizontes, ya que antes sólo podían elegir entre trabajar en las compañías petroleras o la explotación forestal; las remuneraciones de los empleados (guías locales, encargados del mantenimiento, barqueros, etc.) equivalen al doble de lo que ganarían trabajando en dichas compañías.
- ❖ Este proyecto fue recompensado con el premio al mejor programa de ecoturismo en la Exposición de Turismo de Berlín en 1998
- ❖ La iniciativa de pedir a los turistas que den a conocer la situación de la comunidad ha suscitado donaciones, con las que la comunidad ha financiado talleres de formación, estaciones de radio y paneles solares. En el último decenio se ha desarrollado la conciencia ecológica y son cada vez más numerosos los turistas que quieren saber cómo sus viajes de “aventura y descubrimiento” pueden beneficiar a las comunidades indígenas. Estas reaccionan aunando esfuerzos para dar a conocer sus proyectos y elaborar normas comunes.
- ❖ Para los clientes: la satisfacción de vivir una experiencia única en sus vidas y el reconocimiento de la calidad del servicio que brindan tanto el operador como la comunidad. Estas son algunos de los comentarios publicados en la página web: “esta fue la experiencia de mi vida, nunca la olvidaré”; “ustedes eliminaron todas las preocupaciones, permitiendo que nos concentráramos en el paisaje y la gente, así deberían ser las vacaciones”

## Comentarios

Para ser comercialmente viables, estos proyectos requieren tiempo: por lo menos cinco años, pues la clave del éxito es una capacitación eficaz.

Es indispensable que ciertas nociones esenciales, como la puntualidad y la higiene en la preparación de los alimentos, sean debidamente entendidas por la comunidad. Para que haya un auténtico intercambio con los visitantes, es preciso que los guías sepan explicar su modo de vida y el entorno natural y adaptarse al ritmo de los turistas cuando marchan en la selva. Una buena concertación y la unión en torno a un jefe respetado son también requisitos indispensables.

El reto consiste actualmente en concebir estrategias nacionales que hagan hincapié en la formación, el acceso a los mercados y a los capitales, y las normas de seguridad.

### Para saber más:

<http://www.tropiceco.com/>

[http://www.unesco.org/courier/1999\\_08/sp/dossier/txt23.htm](http://www.unesco.org/courier/1999_08/sp/dossier/txt23.htm):

[http://www.celb.org/xp/CELB/downloads/Rimini\\_Report.pdf](http://www.celb.org/xp/CELB/downloads/Rimini_Report.pdf)

### Equipo de Trabajo

**Este manual es producto del Proyecto de Extensión: “Prácticas Ambientales Ejemplares en San Martín de los Andes” dirigido por la Dr. Adriana Otero. El componente relativo a los operadores turísticos ha sido desarrollado por el Mg. Rodrigo González, Dr. Adriana Otero y la Lic. Patricia Aguirre, todos investigadores del Centro para la Planificación y Desarrollo Sustentable del Turismo –CEPLADES TURISMO- Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue.**

## Referencias Bibliográficas

- Asociación Ecoturismoguatemala (s/f)  
**“Código de Ética para Operadores de Turismo, Guías y Proveedores de Servicios para Turismo en Guatemala”** Guatemala. 7 pp
- Canadian Tourism Commission (1999)  
**“Catalogue of Exemplary Practices in Adventure Travel and Ecotourism”**. Pam Wight & Associates. Canadá. 131 pp
- Center for Environmental Leadership in Business at Conservation International (2003)  
**“Supply Chain Management for Tour Operators - Three Steps Towards Sustainability”**. Tour Operators Initiatives for Sustainable Tourism Development. the United Nations Environment Programme, the World Tourism Organization, and UNESCO. 32 pp.
- Department of Environmental Affairs and Tourism (2002)  
**“Responsible Tourism Handbook. A Guide to Good Practices for Tourism Operators”** Sud Africa. 52 pp.
- OMT/ UNEP/ UNESCO (2003)  
**“Sustainable Tourism: The Tour Operator´s Contribution”**. Tour Operators Initiatives for Sustainable Tourism Development. París. Francia. 95 pp.
- OMT (2002)  
**“Sustainable Development of Ecotourism - A Compilation of Good Practices in SMEs”** Resumen Ejecutivo.
- <http://www.guidetours.com/home.htm>
- <http://www.tropiceco.com/>
- [http://www.unesco.org/courier/1999\\_08/sp/dossier/txt23.htm](http://www.unesco.org/courier/1999_08/sp/dossier/txt23.htm)
- <http://www.ecotrekking.com.ar/>

## Otros Ejemplos de Iniciativas Valiosas en América



# Código de Ética de la Asociación ecoturismoguatemala para Operadores de Turismo, Guías y Proveedores de Servicios del Turismo en Guatemala

---

## Preámbulo

Este Código de Ética ha sido desarrollado por la Asociación ecoturismoguatemala para Operadores de Turismo, Guías y Proveedores de Servicios al Turismo en Guatemala. Ha sido creado, en primer lugar, para regular nuestras propias actividades y las de nuestros huéspedes y clientes.

El espíritu que ha guiado la elaboración de este Código de Ética ha sido el de asegurar una participación abierta en el desarrollo del ecoturismo y el turismo sostenible en Guatemala. El Código está encaminado a que nosotros causemos el menor impacto a la vida silvestre, a su ambiente natural y biológico. Así mismo, buscamos tener el menor impacto al entorno cultural, arqueológico e histórico, mientras tenemos el mayor impacto positivo desde el punto de vista de la conservación del patrimonio natural y cultural, y socio-económico sobre las comunidades anfitrionas del turismo. Buscamos conservar y proteger el patrimonio natural y cultural de Guatemala en su estado actual, apreciarlo, disfrutarlo, y aprovecharlo responsablemente en beneficio del país; pero también conservarlo para nuestras futuras generaciones con la participación de todos los involucrados en la industria turística en especial y de la sociedad en general, particularmente de las comunidades que viven dentro y alrededor de las áreas de interés ecoturístico.

La intención de este Código de Ética es la de guiar y regular nuestras propias operaciones comerciales, ya seamos un alojamiento, un tour operador o un guía de turismo, un restaurante, un proveedor de servicios de transporte u otro. Así mismo, tenemos el deseo de informar, educar e involucrar voluntariamente a otros actores del turismo y a los visitantes en general, y a todo aquel que desee proteger a perpetuidad los recursos sobre los cuales está basado el ecoturismo en Guatemala, para que se adhieran a éste Código de Ética. Deseamos que adopten voluntariamente este código todas aquellas empresas y personas que deseen conservar la oportunidad de tener en Guatemala una experiencia de ecoturismo auténtico con una calidad excepcional, por lo que proveeremos este Código a otros cuando sea apropiado.

## Etiqueta

La mayoría de visitantes que vienen a Guatemala lo hacen para experimentar nuestra diversidad cultural e histórica, así como una naturaleza única y desean hacerlo con seguridad, con responsabilidad y con el máximo respeto. Reconocemos que es una necesidad garantizar que todos ellos puedan tener un tipo de experiencia inolvidable en nuestro país. Específicamente, queremos lograr los siguientes objetivos:

1. Mantener al máximo la seguridad de nuestros grupos, equipo y personal para la operación de nuestras giras y colaborar con las autoridades para mantener un nivel de seguridad elevado en nuestras carreteras, sitios arqueológicos, parques nacionales, biotopos y reservas.
2. Mantener al mínimo los niveles de ruido en los sitios visitados, en campamentos, en caminos, etc. Desaprobaremos cualquier forma de ruido perturbadores en parques y en sitios arqueológicos, y buscaremos que se limite el ruido excesivo de máquinas siempre que sea posible, manteniendo el ruido de nuestros propios grupos restringido tanto como sea posible.
3. Propiciar un sistema de comunicación entre los operadores de turismo nacionales, las agencias gubernamentales y los administradores de los parques y sitios arqueológicos para evitar la destrucción de sitios de importancia biológica, cultural y escénica y prevenir la visitación masiva a destinos populares, coordinando con anticipación qué sitios merecen ser objeto de cuidados especiales y buscando minimizar los impactos negativos de una visitación desordenada.
4. Prohibir las visitas a sitios frágiles con mascotas y prevenir la introducción de especies de plantas y animales foráneos a los ecosistemas.
5. Parquear nuestros vehículos a manera de no obstruir el tráfico ni crear potenciales peligros o molestias a otros conductores.
6. Manejar a las personas de nuestros grupos y sus equipajes en aeropuertos y hoteles cuidando siempre que sus maletas y equipo personales no obstruyan el paso de otros visitantes o usuarios, ni creen problemas de seguridad.
7. Cooperar y comunicarse de una manera cordial y profesional con otros compañeros operadores y guías, así como con otros proveedores de servicios a nuestros ecoturistas.
8. Limitar el tamaño de nuestros grupos a 10 o 15 personas y asegurarnos de tener un guía que cuente con el conocimiento adecuado para guiar a cada grupo.
9. Bañarse en las desembocaduras de los riachuelos, no en los ríos y no cerca de las fuentes de abastecimiento de agua de las comunidades locales y colaborar con ellos en su saneamiento ambiental.
10. Ser acertados y responsables con nuestra publicidad.
11. Desalentar la recolección de materiales naturales (tales como plantas, conchas, rocas etc.) y prohibir la colección de fósiles.
12. Comunicar a las autoridades apropiadas sobre cualquier actividad cuestionable, problemática o de inseguridad.

## Sobre la Vida silvestre y la Flora

Parte de la experiencia de los visitantes es observar de cerca la vida silvestre: aves, mamíferos, insectos y plantas . Para causar el menor grado de intrusión y perturbar lo menos posible los patrones naturales y el comportamiento de la vida silvestre vamos a acercarnos con el máximo de cuidado y sensibilidad. Reconocemos y respetamos la gestión y jurisdicción de los administradores de los parques y de las autoridades competentes y adoptamos sus reglamentos dentro de los parques y reservas, haciéndolos del conocimiento de nuestros visitantes.

- **Poblaciones de aves y sitios en donde anidan**

Reconocemos que Guatemala es un territorio con una alta diversidad de especies de avifauna y con un alto endemismo, muchas de las cuales se encuentran en peligro de extinción. Las aves son particularmente vulnerables especialmente durante sus ciclos de anidamiento y pueden ser dañadas o perturbadas por las visitas de seres humanos. Todos los operadores de turismo y guías deben volverse conocedores de las poblaciones de aves y específicamente comprometerse a:

1. Enviar grupos únicamente acompañados con un guía que tenga el conocimiento y experiencia en observación de aves y vida silvestre.
2. Llevar un mapa, un listado de aves que muestre la alta diversidad de especies de aves que viven o migran a nuestro país.
3. El tour operador o guía que acompañe al grupo, debe tomar en cuenta el tiempo adecuado que deben permanecer en el lugar en donde realizan la observación. Y, particularmente evitar perturbar su entorno como por ejemplo hacer que vuelen y dejen su nido.
4. El guía que acompañe al grupo debe evitar acampar, hacer una fogata cerca de lugares conocidos o visitados de anidamiento.
5. El guía debe evitar que algún miembro del grupo intente subir a un árbol o un risco que contenga nidos de aves, ya que algunas especies son conocidas por abandonar sus nidos cuando éstos son perturbados.
6. Como tour operadores o guías del grupo, debemos informar a nuestros turistas que no es permitido portar armas de fuego y llevarlas al sitio de observación.
7. El guía debe limitar su grupo de visitantes a los sitios de observación a un máximo de 10 personas.
8. Evitaremos por todos los medios posibles que se abuse o se dañe a cualquier especie de ave, incluyendo crear conciencia entre los pobladores locales sobre la importancia que reviste su protección.

- **Poblaciones de mamíferos y otras especies silvestres terrestres y acuáticas**

Reconocemos que Guatemala es un país con una multitud de especies de animales que cohabitan este espacio con nosotros. Es importante nuestro compromiso en los siguientes sentidos:

1. Nos abstendremos de tocar, acercarnos o intervenir en la vida de cualquier especie de fauna.
2. Seremos cuidadosos de no molestar a ninguna especie viviente, incluyendo no darles alimentos aún cuando se muestren dóciles.
3. No promoveremos sobrevuelos sobre sitios frágiles para observaciones directas.
4. No promoveremos el buceo si este significa interponernos en la continuación de la vida en los arrecifes y sistemas marinos.
5. Estaremos siempre atentos para prevenir el tráfico de especies de fauna, y colaboraremos con las autoridades respectivas para proteger y salvaguardar las poblaciones de mamíferos, insectos y toda la vida silvestre en nuestro país, así como la integridad de los diferentes hábitat en donde éstos viven.

- **Comunidades vegetales y flora**

Reconocemos que Guatemala es un país con una multitud de especies de plantas que cohabitan este espacio con nosotros. Es importante nuestro compromiso en los siguientes sentidos:

1. Nos abstendremos de tocar, acercarnos o coleccionar cualquier especie de flora.
2. Seremos cuidadosos de no perturbar a ninguna especie viviente, y no permitiremos que ningún visitante se lleve nuestro germoplasma, tendremos especial cuidado con visitantes de farmacéuticas particularmente.
3. Pondremos sobre aviso a las autoridades pertinentes si llegamos a darnos cuenta de cualquier irregularidad, para evitar que salgan de nuestra areas protegidas plantas y semillas de la biodiversidad de Guatemala.

### **Sobre los Sitios Arqueológicos, Culturales e Históricos**

Reconocemos y respetamos los sitios arqueológicos, culturales e históricos de Guatemala como un patrimonio inalienable de la nación y apoyamos la jurisdicción del Instituto de Antropología e Historia, del Ministerio de Cultura y Deportes, sobre estos sitios y sus reglamentos. Buscamos que las personas que viven cerca de estos sitios se involucren en su protección y en brindar apoyo o servicios a nuestros grupos siempre que sea posible. Por nuestra parte:

1. Tendremos un guía por cada 10 personas que visiten estos sitios, y limitaremos el número de visitantes a no más de 20 personas.

2. No haremos campamentos ni fogatas en los sitios arqueológicos ni sagrados y propugnaremos porque se establezcan áreas adecuadas para acampar fuera de la zona en donde pueda crearse un impacto negativo sobre estructuras, biodiversidad, etc.
3. No permitiremos que se hagan agujeros, se toquen o remuevan artefactos culturales o históricos, y no alteraremos en modo alguno los sitios que se visiten.
4. No dejaremos ninguna basura o desecho humano en estos sitios
5. Enfatizaremos los valores espirituales y botánicos que rodean a los sitios
6. Nos aseguraremos que los fotógrafos y productores de video comerciales cuenten con los debidos permisos emitidos por las autoridades competentes para filmar y fotografiar nuestros sitios arqueológicos y sagrados.

### **Sobre la Seguridad de nuestros visitantes**

La intención de las agencias operadoras de turismo, guías y el Gobierno de la República de Guatemala es que se brinde la máxima seguridad a todas las operaciones turísticas comerciales en carreteras, aeropuertos, sitios arqueológicos y parques.

Así mismo, cabe mencionar que debemos estar informados e informar a nuestros visitantes de las condiciones climáticas que están afectando en cada momento al país, así como sucesos fuertes, tales como incendios, huracanes, etc. que crean un ambiente de peligro e inestabilidad para el visitante. Debemos prepararnos y adaptar nuestras operaciones a estas condiciones en forma responsable, así como entrenar a nuestro staff o guías para enfrentar cualquier tipo de peligro, comprometiéndose a seguir las siguientes sugerencias:

1. Todos los tour operadores y guías deben tener experiencia y conocimiento del estado del lugar que van a visitar antes de empezar una aventura, así como los que operen aventuras en ríos y lagos deben tener experiencia en el manejo de lanchas y embarcaciones, teniendo un estándar adecuado de mantenimiento y equipo, así como conocer todas las normas y estándares que los guardabosques y guardacostas tienen reglamentadas.
2. Como tour operadores y/o guías debemos estar entrenados y equipados para brindar primeros auxilios (de preferencia con un nivel avanzado) en emergencias que se presenten en la selva, ríos o lagos y carreteras.
3. En una situación de emergencia extrema se debe actuar con rapidez, sobre todo en casos tales como la búsqueda y el rescate de un grupo o persona. Debe buscarse el apoyo de las instituciones del Estado, los bomberos, paramédicos, el Ejército, o la autoridad del parque –según sea el caso- e involucrar al mayor número de personas que puedan ayudar y proveer embarcaciones, helicópteros así como personal especializado para el rescate y para brindar primeros auxilios médicos y ayuda de toda clase.
4. Se recomendará a todos los empresarios y personas que adopten este Código de Ética la contratación de seguros para sus viajeros.

5. Los operadores de turismo y guías que se rijan por este código deberán informarse plenamente sobre la situación de potenciales peligros, tales como invasiones de tierras y parques, huelgas, asaltos y violencia, que pudieran afectar la seguridad de sus grupos de visitantes.
6. Desalentar y prohibir el uso de fuegos artificiales y cohetillos, dentro de las áreas protegidas y sobre todo en la proximidad de estructuras con techos de paja o guano, para evitar y prevenir incendios.

### **Sobre los Guías**

La necesidad de contar con elevados estándares y normas para guiar a un grupo es un tema que debe discutirse amplia, abierta y continuamente para lograr que todos los profesionales del ramo puedan desempeñarse de la mejor forma posible en su compromiso de representar a Guatemala ante nuestros visitantes.

Los tour operadores y guías de turismo deben tener la destreza, experiencia, habilidad, el entrenamiento adecuado y el conocimiento de la naturaleza, el patrimonio cultural e histórico de nuestro país. Es esencial que todas las personas involucradas en esta actividad puedan conducir a un grupo e interactuar con sus integrantes en todo momento y situación, incluyendo poder brindar primeros auxilios en un momento de emergencia.

### **Educación y Turismo Responsable**

Como parte de la experiencia de nuestros huéspedes nosotros educaremos y motivaremos a todo el mundo a asegurar la preservación de los recursos culturales y naturales que utilizamos en nuestras giras, así como a reducir nuestros impactos sobre los mismos.

1. Desmotivaremos la recolección de especies y colaboraremos con la autoridad competente (CONAP) para evitar que nuestro germoplasma salga de las fronteras de nuestro país.
2. Cuidaremos de la salud de nuestros visitantes planificando cuidadosamente su alimentación, su transportación y sus visitas.
3. Mantendremos records sobre las especies observadas y compartiremos la información de nuestros grupos con grupos que trabajen en las áreas protegidas que así lo soliciten.
4. Evitaremos la caza, la pesca y los grupos de turistas que quieran realizar actividades no sostenibles.
5. Mantendremos una buena relación con la comunidad y enseñaremos a la niñez a vivir en armonía con su entorno natural.

## Basura

Con el incremento de visitantes a nuestro país Guatemala debe considerar la contaminación derivada del turismo en barcos y yates, naves aéreas y personas en sitios frágiles. Quienes se adhieran a este Código de Ética deberán velar porque el turismo sea verdaderamente sostenible y velar porque sus proveedores de servicio observen ciertas prácticas óptimas que aseguren la prevención de la contaminación:

1. Reciclar el papel y separar las basuras adecuadamente.
2. Velar porque las autoridades correspondientes regulen la disposición de todos los desechos humanos a bordo de embarcaciones y que se regulen a partir de migración para evitar la contaminación de los ríos y lagos de Guatemala.
3. Empacar todas las latas, plásticos, botellas y basura no biodegradable y orgánica y sacarlas hacia centros urbanos en donde puedan depositarse.
4. No descargar tanques de combustibles ni hacer cambios de aceites a embarcaciones creando riesgos para nuestros lagos, ríos y mares, tomando todas las precauciones del caso para no derramar contaminantes en los cuerpos de agua.
5. Cuando se esté en la playa o en campamentos cercanos a cuerpos de agua construir letrinas a no menos de 200 metros de las corrientes o fuentes de agua fresca y buscar siempre el uso de tecnologías adecuadas para disponer de los desechos.
6. Impulsar el uso de jabones biodegradables para los baños de las personas, así como para el lavado de platos o ropa durante las giras.

## Campamentos

Los mejores lugares para acampar son aquellos que puedan dejarse igual o mejor de lo que se les encuentra, asegurándose de:

1. No dejar huellas ni “evidencias” de haber estado allí
2. Hacer sus fogatas cerca de la orilla del agua, si es posible, debajo de las huellas de la “marea alta”. Asegurándose de apagar todo fuego cuando ya no se está utilizando, y utilizando sólo madera seca que se ha caído naturalmente para hacer el fuego.
3. En lugares que se usan con mucha frecuencia apoyaremos la construcción y el uso de letrinas.
4. Limitar el tiempo de estadía en lugares frágiles a no más de algunos días.

## Participación local

Reconocemos nuestra participación en la economía y con el desarrollo del ecoturismo en beneficio del pueblo de Guatemala, por lo que haremos todo lo posible por:

1. Contratar personal local para nuestras operaciones
2. Comprar insumos y materiales localmente.
3. Participar en eventos locales y promoverlos entre nuestros visitantes, para que puedan tener la oportunidad de conocer a sus anfitriones guatemaltecos comunitarios como parte de su experiencia
4. Incentivar que se entrene localmente a personas interesadas en participar de nuestra actividad económica
5. Mejorar constantemente la comunicación entre los operadores y los habitantes de las comunidades y promover activamente la educación ambiental y la cultura ecoturística, sobre todo entre las comunidades que viven dentro o cerca de las áreas de reserva y sitios arqueológicos.
6. Brindar especial énfasis a la niñez en cualquier programa de educación ambiental y cultura ecoturística que promuevan quienes estén adscritos a este Código.



*Discover our true nature*



## **PRÁCTICAS EJEMPLARES DE COLABORACIÓN DE PARQUES Y OPERADORES DE TURISMO PARA LA CONSERVACIÓN Y USO DEL PATRIMONIO NATURAL**

**Pam Wight & Associates  
Canadian Tourism Commission- 1999**

*Discover our true nature*

La Comisión Canadiense de Turismo contrató a Pam Wight & Asociados para analizar las prácticas ejemplares tanto de las Agencias de Parques como de los operadores de turismo. El estudio tuvo una base amplia, y analizó las prácticas específicas en los Parques provinciales, territoriales y federales de todo Canadá. El objetivo principal fue demostrar que mientras que existen una serie de desafíos y problemas de variado tipo en los parques y áreas protegidas, también existe un cuerpo considerable de prácticas adecuadas y relaciones constructivas de colaboración. Estas “buenas prácticas” intentan actuar como ejemplos para la discusión, como incentivos para continuar el camino hacia donde cada una de las partes aspira, y como parte constitutiva de un juego que posibilite mejorar la relación y colaboración, basada en ejemplos prácticos.

En Canadá, el sector turístico dedicado a las actividades al aire libre se caracteriza por empresas que ofrecen productos y servicios de ecoturismo y/o aventura. El ecoturismo se define como viajes que crean un alto nivel de entendimiento e interpretación de la historia natural y cultural, mientras conservan la integridad ecológica de los ecosistemas. Produce beneficios económicos en las comunidades locales que alientan la conservación de los atractivos y el desarrollo de prácticas de desarrollo turístico sustentable. El turismo de aventura, por definición, es una actividad de ocio al aire libre que generalmente se desarrolla en lugares exóticos, remotos, silvestres involucrando en la mayor parte de los casos formas de transporte no convencionales, y tiende a estar asociado a niveles de actividad física de medio a altos. La actividad puede acarrear algún elemento de riesgo.

Las páginas a continuación sintetizan aquellas Prácticas consideradas como las “mejores” y sugerencias asociadas a cada desafío.

Los resultados están organizados en temas principales y complementarios. Las siguientes marcas indican:

- ❖ Un desafío
- ✓ Una buena práctica
- ⇒ Una sugerencia para el futuro
- ✗ No hay práctica o sugerencia disponible

Un resumen de los resultados generales revela que:

- El **Planeamiento** y la **definición de Políticas** constituyen áreas claves como desafíos.
- **Administrar la Integridad Ecológica**, y el **Futuro**, son áreas claves de incertidumbre para todas las partes
- El **Manejo y Administración** de Areas Protegidas, y el **Marketing**, y el **Monitoreo**, requieren trabajo en definir lo consistente en cuanto al enfoque para realizarlos.
- El **Relacionarse**, la **Confianza**, la **comunicación**, y la **Colaboración** son áreas que requieren atención considerable, pero son también áreas que ofrecen las mayores oportunidades (desde ambas perspectivas, tanto de los operadores como de las Agencias de Parques) para resolver una gran variedad de problemáticas.
- El **Compromiso de los Operadores** y la **colaboración actual** son fortalezas, las que se ampliarán y continuarán construyendo en el tiempo.

Es claro entonces que la colaboración en todas estas áreas es fundamental para el desarrollo de relaciones constructivas que permitan el logro de objetivos múltiples para estos lugares especiales de Canadá como lo son sus Parques.

## 1. Planificación

<b>Planificación de largo Plazo</b>	❖ <i>Los operadores necesitan conocer las directrices e intenciones de largo plazo de las Agencias de Parques</i>
<b>Nivel de Cooperación requerido por el Sector como input para la Planificación del Parque-Desafío</b>	❖ <i>Como particulares, los operadores a menudo encuentran difícil el trato con las Agencias de Parques. Las Agencias por su parte encuentran más fácil tratar con los operadores como grupo</i>

### **Los Operadores y Agencias apoyan las Asociaciones del Sector Turístico que colaboran con las Agencias de Parques**

- ✓ En British Columbia, Parks Canada apoya financieramente la realización de reuniones anuales de operadores, las que abren la comunicación entre las partes.
- ✓ Los Operadores de Parques de Montaña trabajan de manera conjunta para establecer estándares para mejorar la calidad de la interpretación. Parks Canada trabaja con este grupo como socio.
- ⇒ Realizar un manual para entrenar/orientar y un sitio web para uso de los operadores y del personal del parque, que posibilite una mejor comprensión de los roles, responsabilidades y expectativas de cada uno

<b>Rol de los Operadores de Turismo</b>	❖ <i>Los puntos de vista de las Agencias de Parques respecto de los Operadores de Turismo varía considerablemente, de negativa a más o menos indiferente</i>
---	--

### **Los Operadores se perciben a si mismos como potenciales aliados de los Parques**

- ✓ **Los operadores actúan como comunicadores del Parque:** Por ejemplo los operadores del Parque de Montaña les comunican los problemas del Parque a los visitantes en relación a los impactos reales y potenciales derivados del uso turístico del área, de manera que el personal del parque se siente muy apoyado. Los operadores sienten que son los ojos, orejas y boca de las Agencias en relación con la protección del área.
- ✓ **Los operadores involucran a sus clientes en el apoyo a los Parques:** p. Ej.:En Ontario, alientan a sus clientes a que les escriban a los Ministros solicitando mayor financiamiento y personal para las áreas protegidas.
- ⇒ Las Agencias deberían cambiar el Paradigma de **“Nosotros y ellos”** a uno **“Somos socios en el manejo de estos recursos y de sus visitantes”**

## 2. Definición de Políticas

<b>Son deseables las autorizaciones justas y el otorgamiento de permisos oportunos</b>	❖ <i>La obtención del acceso a los parques es una preocupación de muchos operadores comerciales de turismo en la naturaleza – los criterios y requerimientos varían, y cambian</i>
<b>Son deseables la estandarización y los procesos regulatorios claros</b>	❖ <i>Las empresas que operan en una variedad de parques observan inconsistencias en los procesos regulatorios. Ellos buscan consistencia, por ej.: en el tipo de trámites para la renovación de permisos, en los horarios, información y las normas básicas requeridas.</i>

### **Estandarización de los Requerimientos deseados**

- ✓ En los Parques de British Columbia existe un proceso estandarizado: una oportunidad de la propuesta se anuncia anualmente, los formularios de solicitud se completan, el personal adjudica usando el siguiente criterio: (a) compatibilidad con el Plan de Manejo del Parque, (b) “solidez” de la propuesta desde el punto de vista empresario/práctico, (c) cantidad de oportunidades similares que ya están siendo provistas en el mismo parque. Los roles de las Agencias son claros:
  - Establecer claramente y clarificar sus expectativas
  - Ofrecer información relativa al recurso (mapas, riesgos, historia, etc.)
  - Responder preguntas rápidamente
  - Estar presente con un plan anual operativo

<b>Colaborar en la definición de Políticas</b>	❖ <i>Involucrar a los operadores significativamente en el desarrollo de políticas</i>
--	---

- ✓ En los parques montaña trabajaron con los operadores para desarrollar la estrategia del patrimonio turístico.
  - ✓ En los Parques de Yukon le solicitaron a los operadores ayuda para definir criterios para la protección de los recursos y /o los procedimientos de asignaciones de licencias, y se comprometieron en consultar con los operadores para desarrollar los itinerarios y permisos a fijar, y las pautas de asignación de uso de senderos en su parque cuando ellos estén llegando a los límites de uso.
  - ✓ Los Parques y Areas Naturales de Manitoba cooperó con los operadores en el desarrollo de un marco de una Política de Turismo de Aventura y Ecoturismo.
- ⇒ Los Parques sugieren sesiones de entrenamiento corto para guías, y entrenamiento conjunto en interpretación y comunicación para la acreditación de operadores.

### 3. Relaciones y Confianza

<p><b>Se necesita consolidar la confianza</b></p>	<p>❖ <i>Existe una falta de confianza mutua. Las Agencias de Parques a menudo tienen poca credibilidad en cuanto a que las compañías operen con criterios ambientalmente adecuados. Los operadores por su parte sienten que cumplen con los estándares fijados por Parques, aún cuando Parques no confía en ellos. Esto inhibe la posibilidad de construir una relación, de generar oportunidades para ambos, de trabajar en una política de colaboración mutua.</i></p>
<p><b>✘ La mutua falta de confianza necesita ser superada</b></p>	
<p><b>Las buenas relaciones y la confianza existen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Un operador de montaña dice que las relaciones de colaboración se dan a menudo cuando se logra limitar la burocracia, o los liderazgos son más personales y logran que las cosas caminen</li> <li>✓ Un operador de los Parques de Ontario comentó su experiencia de colaboración informal con administradores de alto nivel jerárquico para la resolución de los problemas cotidianos, para la mejora de los productos y servicios entre otros.</li> </ul>	
<p><b>Colaboración versus Política</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Un agente de un Parque de montaña dice que ellos tratan de tener un enfoque de colaboración para regular las experiencias de turismo en la naturaleza, pero que los operadores parecen estar deseosos de que les impongan restricciones, la mayoría de ellos espera que Parks Canada regule y restrinja los números y tipos de experiencias en los parques.</li> <li>⇒ <b>Entrenamiento:</b> Un operador sugirió que el entrenamiento a los guardaparques debiera cambiar de un enfoque actualmente muy individualista a uno orientado a la prestación de servicios, a la comprensión del concepto de cliente.</li> <li>⇒ <b>Mayores contactos:</b> Un operador de Québec sugirió que se requieren mayores períodos de contacto entre las partes, los operadores por ejemplo involucrados en el mantenimiento de los equipos del parque, y un esclarecimiento de los roles operativos tanto del gobierno como del sector privado</li> </ul>	
<p><b>Los operadores desean un clima de seguridad</b></p>	<p>❖ <i>Es necesario ajustar las condiciones cambiantes que plantean las Agencias de Parques para generar términos de largo plazo para los operadores</i></p>
<p><b>✘ Las reglas cambian con frecuencia</b></p>	
<p><b>La falta de términos de seguridad de largo plazo les genera a los operadores problemas en sus empresas</b></p>	<p>❖ El administrador de un área backcountry (sin acceso vehicular) en Gwaii Haanas ha sido la misma persona durante ocho años. Los operadores dicen que esta continuidad en el manejo debe ser destacada.</p>
<p><b>Se requiere conocimiento empresario del Personal a cargo de las Agencias de Parques</b></p>	<p>❖ <i>Las Agencias necesitan adquirir conocimiento real de la cuestión empresarial y del impacto de las decisiones de la Agencia en las empresas de los operadores turísticos</i></p>
<p><b>✘ Existe preocupación por las acciones unilaterales y la falta de consulta</b></p>	

**No se comprenden las necesidades de las empresas de operadores medianos y pequeños**

- ⇒ Un operador de montaña sugirió educar a los administradores de Parques respecto de las dificultades de las pequeñas empresas. Ellos también sugirieron mayores esfuerzos para incluir al personal de parques en sus productos para demostrar que *ellos* apoyan el mandato de Parques.
- ⇒ Un operador de la Costa Este sugirió que los Parques conozcan más respecto a las necesidades de los pequeños emprendimientos ecoturísticos, y del número mínimo de visitantes que ellos necesitan para permanecer en el mercado
- ⇒

**Compartir la información es una forma que todos ganen**

❖ *Superar la mutua aversión a compartir la información*

**✘ Las Agencias necesitan información por parte de los operadores de los recursos para sus propósitos de Manejo**

**Los operadores necesitan información de las Agencias en relación a los recursos para ofrecerle mensajes a sus clientes**

- ✓ El parque Nacional Waterton Lakes ofrece entrenamiento y material informativo al personal que trabaja para los operadores.
- ✓ El Parque Nacional Kluane explica los resultados de sus investigaciones a los operadores.
- ⇒ Un operador de Montaña sugirió se envié información a los operadores, ya que los operadores actúan como canalizadores de los mensajes del Parque: por ejemplo, emails o boletines con resultados de investigaciones del parque, los pros y contra del desarrollo de determinado proyecto, los efectos de controlar incendios. Todas estas informaciones servirían para mantener al público informado.

## 4. Comunicación

<b>Diálogo entre Parques y el sector Turístico</b>	❖ <i>Cada una de las partes necesitan un vocero, especialmente entre los operadores y los altos jefes de la administración de Parques.</i>
<b>Las Oportunidades para la comunicación a veces son limitadas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Información (de ida y vuelta):</b> Un parque de Québec ofrece comentarios de los clientes a los administradores de Parques.</li> <li>✓ <b>Entrenamiento:</b> En el Parque Nacional Kejimikujik el personal entrena a los guías. En un parque del Norte, se les hace saber a los operadores cuando estarán disponibles las oportunidades de entrenamiento.</li> <li>✓ <b>Reuniones – Individuales y Grupales:</b> Un parque de Québec realiza reuniones para establecer que esta andando bien y que no, de manera habitual con los operadores.</li> <li>✓ <b>Boletines:</b> El Parque Nacional Yukon publica un boletín electrónico para guías, resaltando los problemas, las iniciativas, las regulaciones. Esto busca lograr un mayor entendimiento.</li> <li>⇒ <b>Representación del sector turismo:</b> Un operador de Bristish Columbia sugirió que representantes locales formen un comité de co-manejo, no simplemente Parques y los representantes de las comunidades originarias, especialmente cuando las comunidades locales no están completamente constituidas por pueblos originarios.</li> </ul>	
<b>Estandarización de los procesos de comunicación</b>	❖ <i>Los procesos actuales de comunicación consumen mucho tiempo y en algunos parques no tienen ningún tipo de respuesta por parte de los operadores. Se necesita crear un proceso estandarizado de otras características.</i>
<b>Mejorar los procesos de comunicación formal entre Agencias-Operadores a todo nivel</b>	
⇒ Un operador del Parque Nacional Jasper sugirió un proceso formal de encauzar los problemas, incluyendo el envío de las preocupaciones por escrito a la Agencia de Parques, y una respuesta de la Agencia mediante un informe describiendo cómo el problema fue investigado y cual fue su tratamiento	
<b>Comunicación con el Público en General</b>	❖ <i>Informar al público de los problemas del parque (tanto las Agencias de Parques como los operadores de turismo)</i>

**El trabajo de los operadores de educar al público**

- ✓ Algunos operadores centran la discusión en los recursos patrimoniales del Parque, y comunican los valores del parque a los visitantes, y desarrollan las experiencias para ellos basados en los objetivos del parque.

**El trabajo de las Agencias de Parques de educar al público**

- ✓ El Parque Nacional de Yukon trabaja este tema en estrecha relación con la Cámara de Comercio
- ✓ En British Columbia, los centros de información y las publicaciones a cargo de las Agencias de Parques son según la opinión de los operadores la mejor contribución a los esfuerzos de las empresas por educar a sus clientes

**Colaboración entre Agencias y Operadores para educar al Público**

- ✓ **Los operadores presentan los Programas de las Agencias de Parques:** Los Parques de Montaña utilizan a los operadores para transmitir sus mensajes, aportándoles recursos y bibliografía, entonces los operadores arman los programas y los operan.
- ✓ **Los operadores contratan personal de las Agencias de Parques;** En algunos casos los operadores contratan personal del Parque y encuentran que sus presentaciones interesantes. Estas iniciativas se llevan a cabo por administradores de parques que alientan a sus empleados a probar nuevas oportunidades. El personal del parque aprecia que el operador le adelante sus planes de alta temporada de manera anticipada y que los mismos sean consistentes con los objetivos del Parque.



## 5. Manejo y Administración

<b>Interface con el personal del Parque-Consistencia deseada</b>	❖ <i>Se necesita consistencia para superar los problemas (por ej.: recambio del personal jerárquico de manejo, vaivenes en la política, burocracia, y las necesidades de servicio de los clientes)</i>
<b>✘ Recambio de personal</b>	
<b>✘ Políticas inconsistentes debido a cambios de Intendente</b>	
<b>✘ Falta de Comunicación con el personal jerárquico del Parque</b>	
<b>✘ Personalidades Conflictivas</b>	
<b>✘ Sistema Burocrático</b> ⇒ Un operador sugirió que <i>todo</i> el personal del servicio de Parques debiera recibir un entrenamiento de orientación de servicios al cliente.	
<b>Relaciones con la comunidad</b>	❖ <i>El desarrollo de relaciones con la comunidad estimula la conciencia de los beneficios del parque.</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Un operador del Parque Nacional Yukon ha desarrollado relaciones comerciales con los pueblos originarios locales, llevando a algunos de ellos en excursiones por el río para promoverlos como guías.</li> <li>✓ Algunos operadores de Nunavut Katannilik no solamente trabajan en el Parque sino en las comunidades, con la tercera edad y en el centro comunitario. Ellos discuten prácticas de los pueblos originarios en la comunidad para exaltarlas y lograr la comprensión de los turistas. Los prestadores están comenzando a contratar residentes para guiar, y alientan a sus clientes a permanecer por más tiempo en la comunidad lo cual aumenta los beneficios locales.</li> </ul>	

## 6. Manejo para la Integridad Ecológica

<b>Gran apoyo al mandato de lograr la integridad ecológica de las áreas</b>	❖ <i>Existe apoyo a la Integridad Ecológica por parte de los operadores y de las Agencias, alentado por la necesidad de superar la <b>incertidumbre</b> respecto del futuro. Se requiere entonces buena comunicación.</i>
<b>Clarificar las implicancias prácticas de la Integridad Ecológica</b>	❖ <i>Necesidad de implementar la integridad ecológica de manera práctica y factible, y presentarle a todos los usuarios de los parques lo que la Integridad Ecológica significa en el campo, <b>cómo</b> se deben hacer las cosas para su logro.</i>
<b>Facilitar las experiencias de los visitantes contratando operadores locales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ En Ontario, las Zonas Verdes son Tierras de la Corona, donde los visitantes se clasifican en dos tipos; <i>Residentes</i> (canadienses), y <i>No Residentes</i> (extranjeros). Los no residentes no pueden acampar a menos que sean clientes de un tour operador con licencia.</li> <li>⇒ Un operador de la Pradera sugirió una variedad de enfoques de colaboración con la Administración de Parques (no solamente el uso de Cuotas y limitaciones, o demarketing) tales como: educación, selección de los mercados correctos, monitoreo adecuado, límites de uso apropiados para cada caso, regulaciones adecuadas, combinación adecuada de productos con las distintas estaciones del año, mejorar posicionamiento, y desarrollo adecuado de la imagen.</li> </ul>	

## 7. Visión de los Operadores de su Compromiso

### Diseño cuidadoso y provisión de excursiones, paquetes u otras facilidades

#### Presentación, Interpretación, y los guiados refieren al sentido de lugar

- ✓ Muchos operadores ofrecen interpretación, posters educativos, discusiones respecto de los problemas, desafíos e investigaciones recientes de los parques; posibilitando la comprensión de los distintos lugares y de los impactos humanos en ellos, centrando su discusión en el poder de los visitantes para cambiar la dirección de los impactos, mediante un uso responsable del patrimonio

#### Utilización de Recursos Humanos Capacitados

- ✓ Muchos operadores tienen guías muy entrenados y otros especialistas o científicos, y a veces contratan expertos del propio parque.

### Entrenamiento

#### Entrenamiento Formal e Informal

- ✓ Algunos operadores entrenan a sus propios guías sobre los estándares de las asociaciones de interpretación

### Protección del Recurso y Sustentabilidad

#### Sensibilidad al Medio Ambiente

- ✓ Los operadores excepcionales siguen criterios ecoturísticos, se aprovisionan localmente, contratan personal de apoyo y guías locales, educan a sus clientes respecto de la misiones y mandatos de la Agencia del Parque, trabajan con los investigadores o empleados del Parque, evitan las áreas altamente impactadas

#### Conservación de Materiales

- ✓ Los operadores concientes adhieren a los preceptos de las tres R: por ej.: conservan materiales, evitan los descartables, usan jabones biodegradables, transportan la basura que generan sus clientes, y les solicitan a sus proveedores que sigan prácticas ambientales vinculadas a la conservación y con relación al empaque.

#### Considerar los sistemas de transporte

- ✓ Algunos operadores han mejorado el equipamiento vinculado al transporte, cambiando los motores de sus lanchas a motores de cuatro tiempos, evitando el uso de jetskies, utilizando veleros personales, utilizando medios de transporte para todo el grupo, o usando llamas para reducir el impacto animal de los porteadores.

#### Grupos Pequeños

- ✓ Muchos operadores tienen grupos de clientes pequeños, por ejemplo, de 8 a 10 personas, y relaciones guía-visitantes muy bajas.

#### Minimizar los impactos en ambientes naturales: Códigos y Estándares de Comportamiento

- ✓ Los operadores concientes instruyen a su personal y a sus clientes respecto del comportamiento ambiental esperado, incluyendo principios del tipo "No dejes huellas", juntando la basura personal y la de otros, minimizando el molestar a otros grupos de visitantes como a la fauna silvestre

#### Apoyar los esfuerzos de Conservación Regionales

- ✓ Algunos operadores realizan donaciones para actividades en el Parque, o aportan fondos para proyectos ecológicos o culturales.

### Contribuir a la Comunidad Local

#### Beneficiar a las comunidades locales

- ✓ Algunos operadores involucran comunidades locales o pueblos originarios en sus programas

#### Compras y Contrataciones locales

- ✓ Muchos compran repuestos, materiales y contratan servicios localmente, y promueven las comunidades fuera de los parques para sus visitantes
- ✓ Algunos han comenzado a ofrecer adicionales a sus programas regulares (por ej.: visita a museos locales, experiencias con pueblos originarios, entre otros)

## Servicios y Relaciones con el cliente

### Preparar a los visitantes antes y durante el viaje

- ✓ Muchos operadores preparan a sus clientes con materiales respecto del parque antes del viaje, y además de los guiados, normalmente les hacen presentaciones. Otros continúan el proceso educativo a sus clientes mediante el envío de Boletines.

### Personalizar los productos para atender las necesidades de mercados específicos

- ✓ Algunos operadores tratan de cubrir los vacíos de idioma en los materiales promocionales del Parque, desarrollando su propio material promocional, en los idiomas de sus principales mercados

## 8. Colaboración para alcanzar logros positivos

### Recomendación mutua para actividades ambientales

#### Protección y comunicación ambiental global

- ✓ La mayoría de los operadores de Waterton incorporan los mensajes del parque en sus promociones y sus productos.

#### Las Agencias de Parques colaboran con los operadores

- ✓ El Parque Nacional Kejimikujik produce la *Guía de los Guías* y, cursos para los guías de los ómnibus enfocados en la interpretación.
- ✓ El Parque Nacional Yukon sugiere ofrecer asignación de incentivos para aquellos operadores de turismo que lleven adelante *Prácticas de Bajo Impacto* (como por ejemplo permitirle que accedan a áreas menos accesibles, si los guías llevan pocos clientes y se comprometen a utilizar estas prácticas)

#### Clarificar cómo la estructura de precios y comisiones funciona en turismo

- ⇒ Un operador de la pradera sugirió una discusión conjunta respecto de los precios de los servicios que permita a todas las partes dialogar respecto de los objetivos comunes y su habilidad para trabajar juntos

#### Colaboración en Proyectos de Mejora del Parque

- ✓ **Mantenimiento:** Muchos operadores colaboran con sus parques en la limpieza de senderos, en las instalaciones privadas y en el mantenimiento general del parque.
- ✓ **Investigación:** Un número de operadores colabora realizando observaciones en el parque, o realizando directamente investigación, como por ej.: trabajos de carácter experimental para evaluar los impactos de los caminantes o de los helicópteros en en la vida silvestre o en otros recursos del parque.

<b>9. Marketing</b>	
<b>Rol del Parque</b>	❖ <i>Resolver el rol actual de marketing dentro de los parques, y la relación del marketing entre los operadores comerciales y las agencias de Parques</i>
<b>Marketing y el Mandato</b>	
⇒ Los operadores sugieren que los Parques debiera colaborar con los operadores para educar y seleccionar los mercados correctos, para realizar el monitoreo apropiado, para establecer límites apropiados en el uso de regulaciones, para combinar las estaciones con los productos a ofrecer, y para posicionar y desarrollar imágenes apropiadas.	
<b>Colaboración en Marketing</b>	❖ <i>Relaciones de marketing que varían de excelentes a inexistentes. Algunos parques parecen tener más aptitud para la realización de marketing conjunto</i>
<b>Algunos operadores y Agencias de Parques colaboran actualmente en sus acciones de Marketing</b>	
✓ A partir de solicitudes concretas muchos operadores colaboran con las Agencias de Parques en oportunidades de marketing, desde los guías hasta ferias comerciales, y también un número de parques colabora con los operadores (por ejemplo en el requerimiento de medios, vinculación a sitios web, u otros adicionales sin costo.	

<b>10. Monitoreo</b>	
<b>Monitorear operaciones ilegales en el Parque</b>	❖ <i>Asegurarse que todos los operadores tienen los permisos y licencias correspondientes.</i>
<b>Los operadores ilegales deberían ser identificados y eliminados</b>	
✓ A los operadores de British Columbia les <i>gusta</i> ser revisados por la Agencia de Parques (desde que esto implica que se siga de cerca de las compañías ilegales.	
<b>Los operadores monitorean las compañías y negocios ilegales</b>	
✓ Los operadores de Québec colaboran con parques ( por ejemplo reportando las cosas mal hechas por los visitantes)	
⇒ Muchos operadores sugieren que los Parques deberían intensificar el monitoreo, especialmente en lo relativo a operaciones ilegales, otorgamiento de licencias, seguridad y estándares de acatamiento de las normas, especialmente en los parques de montaña.	
<b>Monitorear Estándares, Criterios y Actividades</b>	❖ <i>Asegurarse que todos los operadores adhieren a los estándares, requisitos y criterios operativos</i>
<b>Poner en Vigencia criterios y estándares de operación</b>	
⇒ Tanto los operadores como los Agentes de Parques les gustaría que exista un mayor cumplimiento de las regulaciones en el otorgamiento de licencias para la operación de actividades al aire libre	
⇒ Los operadores sugirieron que si ellos fueran alentados a participar en la planificación de los parques y en colaborar, ellos podrían tener roles vinculados a participar en el monitoreo de los visitantes en general, de los usuarios de trailers locales, o de los operadores comerciales.	

## 11. Sugerencias para el Futuro

### Desafíos para el futuro

#### La educación de los Guías y Operadores

- ⇒ El Parque Nacional Jasper vería con agrado un énfasis mayor en la educación de los guías (por ejemplo trabajar sobre conceptos como Integridad Ecológica y la minimización de los impactos de los grupos)

### Oportunidades para el Futuro

#### Oportunidades relacionadas con las Evaluaciones de Impacto

- ⇒ **Orientación al recurso** (investigación y actividades de restauración); **Orientación hacia el visitante** (demostrar distintas alternativas de disfrutar la naturaleza, por ejemplo visitar lugares remotos, en grupos de tamaño limitado, mayor cantidad de actividades de interpretación, mayor monitoreo de los visitantes, vacaciones dedicadas a la conservación); **Orientación al marketing** (cambios de imagen, desarrollo de marca, mercadeo); y **Orientación a los operadores.**

#### Apuntar a captar los segmentos de visitantes apropiados

- ⇒ Existe la oportunidad de concentrar los esfuerzos en atraer segmentos de mercado más atractivos desde el punto de vista de su gasto.

#### Incorporar componentes de los pueblos originarios

- ⇒ Considerar la oportunidad de trabajar en asociaciones con los pueblos originarios, centrando la vinculación en su compromiso ambiental de los lugares concebidos como únicos en los Parques

#### Investigación y productos basados en la Ciencia

- ⇒ Existen oportunidades de centrar la captación y satisfacción de visitantes en colaboración en proyectos de investigación, vacaciones de trabajo, vacaciones para la conservación (por ejemplo: relevamiento de pájaros, excavaciones arqueológicas, monitoreo fotográfico, construcción de sendas, restauración o participación en procesos para reforestar áreas.

#### Oportunidades de Comunicación

- ⇒ Existen oportunidades para experiencias educativas, para el desarrollo de mensajes interpretativos de calidad, sustitución de productos, presentaciones culturales o de los pueblos originarios, y oportunidades para difundir los mensajes del Parque en comunidades más amplias.

#### Interpretación

- ⇒ Oportunidades para interpretar la integridad ecológica, y estandarizar la capacitación para la interpretación

#### Colaboración entre los operadores y los parques para el desarrollo de Productos

- ⇒ Un número importante de operadores y agentes de Parques están interesados en colaborar mutuamente para el desarrollo de productos mejores

#### Sustituir productos, más que crear nuevos productos

- ⇒ Tanto las agencias como los operadores tienden a ver oportunidades en cambiar o intercambiar productos o actividades existentes

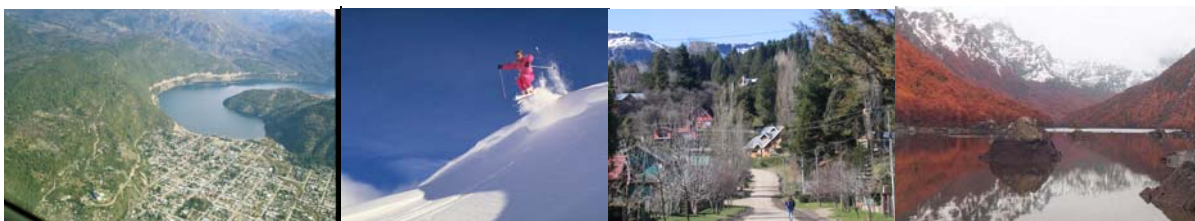
#### Ampliar la visión de los valores de los parques más allá de sus límites

- ⇒ Los parques ven oportunidades en los operadores y en los visitantes de defender los valores de los parques y comunicarlos en sus propias comunidades



Facultad de Turismo  
Universidad Nacional del Comahue

## Manual de Buenas Prácticas para el Manejo Urbano de los Destinos Turísticos de Montaña

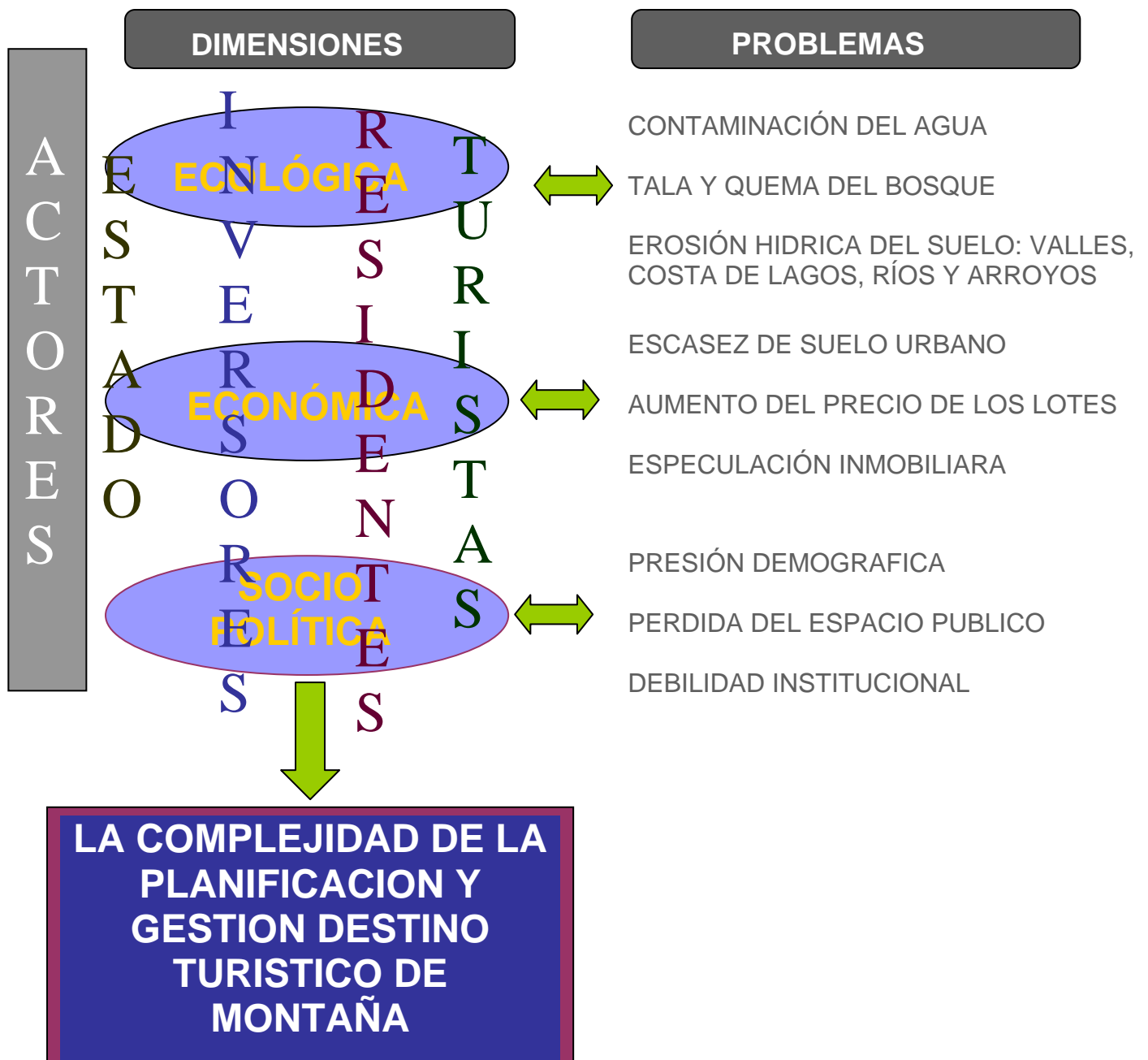


-Julio 2007-

## Presentación

La visión sustentable del manejo urbano de los destinos de montaña afecta la calidad de vida de turistas y residentes. En función de ello, requiere de un tratamiento integrado de problemas analizados en tres dimensiones: ecológicas, económicas y sociopolíticas. Los actores sociales participan del desarrollo del destino, y productos de sus intereses diversos y en muchos casos contrapuestos se producen una variedad de problemáticas en cada una de las dimensiones enunciadas, según se señala en el siguiente esquema:

### Esquema de Problemas y los Actores Sociales de los Destinos Turísticos



***En el día a día de la operación diaria de los destinos de montaña existen muchas oportunidades para la aplicación de principios ambientales que permitan conservar los recursos naturales y mejorar la eficiencia en el uso de los mismos. Su práctica no sólo beneficia el estado del ambiente, sino que puede generar ahorros en el largo plazo.***

## **El uso del Agua**

*El abastecimiento adecuado de agua potable es vital para el desarrollo humano y resulta un déficit generalizado de los destinos turísticos, especialmente en la temporada estival.*

### **Principio: Uso racional del agua para abastecimiento de facilidades en el destino**

#### **Descripción de la Práctica:**

- ❖ Realizar controles en el uso del agua y aplicar tecnología para la reducción del consumo de agua.
- ❖ Promover la instalación de equipamiento que haga un uso eficiente del agua en áreas de uso público y privado, tanto en artefactos electrodomésticos, tales como lavaplatos y lavarropas como en canillas y retretes.
- ❖ Promover la participación de los prestadores de servicio en programas de conservación del uso del agua, como por ejemplo el asociado al lavado de toallas y ropa de cama en los alojamientos turísticos.
- ❖ Educar a los visitantes respecto de los beneficios de la conservación del recurso agua en general y en las áreas de montaña en particular.

### **Principio: Maximizar el uso eficiente del agua para jardines y usos estivales**

#### **Descripción de la Práctica:**

- ❖ Promover la planificación y diseño de sistemas de irrigación para loteos nuevos con tecnologías que permitan el reciclado de agua para riego.
- ❖ Promover donde sea posible el uso de plantas que resistan la falta de agua y plantas nativas en jardines y espacios públicos.
- ❖ Evitar toda acción que atente contra la retención de agua en el suelo, como por ejemplo remoción de cobertura vegetal, deforestación, movimiento de suelos innecesarios.
- ❖ Realizar inspecciones y monitoreos de los sistemas de distribución de agua, de manera de evitar pérdidas a lo largo de la red de distribución.
- ❖ Promover prácticas de riego a horarios que minimicen la evaporación.
- ❖ Educar a los empleados del mantenimiento de áreas públicas respecto de las prácticas de conservación y uso eficiente del agua.



## Principio: Manejo responsable de aguas residuales

### Descripción de la Práctica

- ❖ Planificación interurbana a escala de cuenca de la deposición final de las aguas para el mediano y largo plazo, según previsión de crecimiento de los destinos.
- ❖ Evitar urbanizaciones en áreas frágiles (laderas, áreas mallinosas, áreas cercanas a arroyos).
- ❖ Evitar la aprobación de loteos que no cuenten con los sistemas de disposición de efluentes adecuados a la densidad prevista (sistemas individuales, plantas de tratamiento).
- ❖ Control estricto de las densidades permitidas según zonificación establecidas por los códigos de edificación.
- ❖ Promover el uso de tecnologías que permitan el reciclado de las aguas tratadas para otros usos.
- ❖ Ejercer controles de calidad de agua en cuencas de deposición final como elemento de control del manejo adecuado de las aguas residuales.

## Manejo de las Areas de Bosque

*Las áreas de montaña reconocen la importancia de un compromiso responsable en el manejo de los bosques y áreas naturales que posibilitan las oportunidades públicas de recreación. Un manejo adecuado de las mismas y de los ecosistemas de apoyo puede beneficiar el hábitat para la vida silvestre, la pesca, la calidad de las cuencas visuales, reducir la erosión, y la contaminación del aire.*

## Principio: Manejar los efectos negativos en los bosques y la vegetación para posibilitar la existencia de bosques y ambientes de montaña que conserven sus condiciones

### Descripción de la Práctica

- ❖ Inventariar y monitorear bosques y otros recursos vegetales.
- ❖ Podar ramas y copas de árboles en lugar de remover árboles cuando sea posible.
- ❖ Remover árboles muertos y enfermos, considerando el valor del habitat, para promover bosques sanos y áreas públicas seguras.
- ❖ Adoptar planes de manejo de la vegetación.
- ❖ Replantar árboles en áreas de loteos y establecer de acuerdo a plan de manejo, las especies y plantas que pueden ser removidas y cuáles no.

- ❖ Replantar aquellas áreas de caminos que ya no se utilizan.
- ❖ Señalizar informando a los visitantes las áreas con vegetación sensible.

Los destinos de montaña poseen un potencial natural que debe ser capitalizado como un atributo para aumentar significativamente las densidades de espacios verdes por habitante, teniendo en cuenta la percepción de los residentes de estos lugares. Esto sucede si al verde real de la ciudad se le suman los bosques protectores de las laderas, pertenecientes a tierras privadas y fiscales, los baldíos acondicionados, los antejardines en los retiros obligatorios de los edificios públicos y residenciales y los canteros con rosales y flores ornamentales en las calles.

Para aumentar el capital ecológico de los bosques protectores de las laderas de las montañas, es necesario que además de proteger su fragilidad, se realice un manejo del uso recreativo-turístico sustentable a través de la implementación de senderos pedestres y miradores naturales de tipo interpretativo. De esta manera, la implementación de actividades en la naturaleza y el disfrute de actividades de bajo impacto, posibilitan desarrollar la capacidad perceptiva del visitante.

La promoción de una política de subsidios para espacios verdes debiera fundamentarse en la priorización de la flora autóctona que consolida la identidad el paisaje urbano. Debido a que la introducción de especies nativas es de lento crecimiento, sería conveniente realizar combinaciones entre éstas y las especies exóticas (de más rápido crecimiento), localizando las nativas en los sitios destacables. Para ello, los viveros municipales y provinciales debieran proveer de especies para el acompañamiento simultáneo de acciones de fortalecimiento de la flora autóctona.

Se recomienda considerar -respondiendo a lo prescripto por la ley nacional de bosques-a las áreas ribereñas como parques lineales, en una franja que comprenda desde la línea de ribera húmeda hasta la línea de ribera seca (línea de máximas crecidas ordinarias). De acuerdo al Código Civil, esas áreas son de dominio público y debieran encontrarse en condiciones para el uso público. De esta manera se mantienen los bordes de agua libres para el desarrollo de actividades recreativas, y pueden trazarse senderos peatonales y bici sendas entre otros.

En el caso de San Martín de los Andes por ejemplo, existe un proyecto para la costanera del lago Lácar y del arroyo Pocahullo, que garantiza el uso sustentable del área.

## Imagen Urbana

### ¿Qué es la imagen urbana de un destino turístico?

Es el conjunto de elementos naturales -ríos, lagos, bosques- construidos -edificios, calles plazas-culturales -población, actividades, tradiciones- que integran el marco visual y vivencial de turistas y residentes.

### ¿Cuáles son los problemas que afectan la imagen de los destinos turísticos?

1. La ausencia de conciencia ambiental en la elaboración de las normativas provoca urbanizaciones con lotes de dimensiones pequeñas y alta ocupación poblacional y edilicia incidiendo no sólo en la pérdida del bosque, sino en la degradación de la imagen urbana.

Es imprescindible la elaboración y aplicación de normativas que contemplen la dimensión ambiental y los límites de crecimiento.

Alta densidad poblacional deteriora la oferta ambiental



San Carlos de Bariloche. Provincia de Río Negro

Manejo Ambiental: armonía entre lo construido y las laderas



Villa Pehuenia. Provincia del Neuquén

2. El conocimiento de los procesos del medio natural y el respeto por el relieve en la construcción y mantenimiento de rutas y caminos de accesos garantiza un tratamiento adecuado evitando el desmoronamiento del suelo y la formación de cárcavas entre otros procesos.

El desconocimiento de los procesos naturales provoca erosión hídrica en el suelo (cárcava)



San Martín de los Andes desde Neuquén

La protección del bosque garantiza calidad ambiental



San Martín de los Andes, Neuquén desde Ruta 7 Lagos

3. La falta de control y mantenimiento de los bosques protectores que bordean los destinos de montaña por diversas causas (deforestación, escurrimiento del agua, erosión hídrica) requiere de un manejo y control. No obstante se pueden implementar actividades de bajo impacto que no alteren el paisaje; por ejemplo senderos pedestres.

Los elementos que se desprenden del bosque contaminan el agua de lagos y arroyos



Villa Traful

El bosque conservado aumenta la calidad ambiental del paisaje



Villa Pehuenia



4. La puesta en valor de la costa de lagos y arroyos aumenta la disponibilidad y uso del espacio público evitando la degradación y la localización de asentamientos marginales.

La costa del arroyo deteriorada produce un foco de contaminación



Arroyo Calbuco San Martín de los Andes. Nqn.

La recuperación de la consta del río aumenta la disponibilidad de espacio público



Arroyo Pocahullo San Martín de los Andes. Nqn.

5. La falta de tratamiento y cuidado de plazas y paseos requiere de su recuperación mediante la definición de usos, implementación de elementos arquitectónicos, instalaciones, juegos, bancos, iluminación y cartelería, afianza el sentido de pertenecía y garantiza seguridad a los residentes y turistas.

La falta de usos y de instalaciones de una plaza genera inseguridad



Plaza Centenario San Martín de los Andes. Nqn

EL tratamiento integrado de una plaza produce bienestar



Chacra 4. San Martín de los Andes. Nqn.

6. El estado de abandono del patrimonio histórico necesita de la puesta en valor del los atractivos culturales históricos y de su entorno para fortalecer la imagen de un destino y su identidad.

El estado de abandono de un atractivo deteriora la imagen urbana



Primer molino de la provincia del Neuquen El Cholar

La revalorización del atractivo cultural jerarquiza la imagen urbana



Museo Primeros Pobladores San Martín de los Andes

7. La contaminación visual producto del cableado aéreo de electricidad, teléfonos y cable visión, requiere de políticas de aplicación gradual de ocultamiento del cableado subterráneo en las áreas gravitacionales turísticas.

El cableado aéreo produce contaminación visual



San Martín de los Andes . Neuquén.

El cableado subterráneo promueve valores estéticos



Villa Caviahue. Neuquén



8. La ausencia de recovas y /o veredas o su discontinuidad dificulta la realización de actividades recreativas y de esparcimiento en época invernal. Es necesario el tratamiento integrado de las mismas para garantizar seguridad y bienestar al peatón,

Las recovas discontinuas generan malestar al peatón durante los días de lluvia



San Martín de los Andes . Neuquén

La continuidad de las recovas produce seguridad y bienestar al peatón



Villa La Angostura. Neuquén

9. La ausencia de diseño y la falta de aplicación de materiales del lugar, madera, piedra, en la cartelaría, luminarias, cestos para residuos, bancos requiere de un tratamiento que le otorgue singularidad al patrimonio urbano consolidando su identidad.

Una cartelera sin la aplicación de elementos propios deteriora la imagen urbana



Andacollo .Neuquén

Una cartelaría con la aplicación de materiales genuinos fortalece la imagen urbana



San Martín de los Andes. Neuquén

## ¿Cómo podemos intervenir para mejorar la imagen urbana?

- ❖ En el medio artificial, específicamente en el espacio público.
- ❖ En el medio natural conservando los recursos hídricos y el bosque de las laderas.

### **Principio: Generar una imagen urbana propia, identificable, jerarquizada y consolidada al destino turístico**

#### **Descripción de la Práctica**

#### **¿Qué criterios aplicar para generar unicidad en la imagen urbana?**

- ❖ Respetar las limitaciones ambientales, tanto territoriales como ecológicas para conservar libres aquellas áreas de alta calidad ambiental.
- ❖ Reconocer el límite superior de crecimiento.
- ❖ Priorizar la calidad y disponibilidad del agua como recurso vital para el desarrollo humano.
- ❖ Fortalecer la articulación público –privada.
- ❖ Promover la formación ambiental ciudadana para lograr la participación de la comunidad.
- ❖ Afianzar el sentimiento de identidad y pertenencia manteniendo las costumbres y tradiciones de los habitantes.
- ❖ Definir directrices urbanísticas a través de procesos de participación ciudadana.
- ❖ Generar espacios públicos y jerarquizar aquellos de mayor significación para la población local.
- ❖ Mantener eficientes el suministro de los servicios de infraestructura básicos: distribución de agua, energía y gas, residuos sólidos, red pluvial y cloacal.
- ❖ Evitar la contaminación sonora, visual, atmosférica y del suelo.
- ❖ Conservar aquellas construcciones que dan cuenta de la arquitectura popular de la Ciudad.
- ❖ Jerarquizar los accesos a la ciudad.
- ❖ Cuidar el diseño y mantenimiento del mobiliario urbano en el espacio público.
- ❖ Cuidar el diseño y mantenimiento de los elementos arquitectónicos en el espacio público. (parques, plazas, calles etc.)
- ❖ Replantear el diseño de las veredas y la construcción de rampas para discapacitados.
- ❖ Promover patrones que rescaten elementos de la flora, fauna del lugar.
- ❖ Jerarquizar los atractivos turísticos urbanos.



## ¿Como lograrlo?

### La calle, la esquina, las recovas, las fachadas y los antejardines

- ❖ Organización de Talleres con la participación de los Proyectistas, Organismos Municipales y los frentistas localizados en las calles relevantes para el tratamiento de las sendas turísticas y la priorización consensuada de criterios de intervención.
- ❖ Socializar las normas urbanísticas existentes en el municipio y el proyecto de modificación en tratamiento. Es importante recordar que cada norma rige para el futuro y, en el caso de muchos centros de montaña, ciertas situaciones son preexistentes al dictado de las normas y en consecuencia han permanecido luego de su sanción.
- ❖ Construir acuerdos relacionados con el tratamiento integrado de problemas de los espacios públicos y la viabilidad social y técnica de las intervenciones sugeridas. Entre ellos se destacan los siguientes:
  - Acuerdos para el mejoramiento de fachadas en cuanto a materiales, colores y diseños.
  - Pautas de unidad de diseño, que garantice la continuidad de las recovas y veredas.
  - Pautas para un concurso de proyectistas.
- ❖ Acuerdos para convertir en subterráneos los cableados pertenecientes a energía telefonía y cablevisión, existentes con anterioridad a las reglamentaciones vigentes.
- ❖ Generación de incentivos fiscales como la desgravación total o parcial de impuestos municipales a los frentistas que apliquen las pautas adoptadas en fachadas y recovas.

### Las plazas, las costas, los bosques de las laderas y protectores

- ❖ Organización de un Taller por barrio con la participación de los vecinos y Organismos Municipales para el tratamiento de problemas de cada plaza, o similar y la priorización consensuada de proyectos participativos.
- ❖ Realización efectiva del taller, con la participación de los vecinos y organismos que respondan a la convocatoria, para construir los siguientes acuerdos pertinentes.
- ❖ Profundización de la normativa existente a los efectos de organización del espacio de la reserva fiscal.
- ❖ Promover la selección de los atractivos naturales y culturales que identifiquen al barrio con los niños de las escuelas.
- ❖ Pautas para un concurso de dibujo en las escuela primaria “Como me gustaría que sea mi plaza?” para rescatar ideas con el protagonismo de los niños del barrio.

- ❖ Pautas para un concurso para rescatar la memoria de la formación del barrio con los primeros pobladores e impulsar la realización de murales y estatuas por artesanos del lugar.
- ❖ Forestación con plantas autóctonas y acuerdos para el riego y mantenimiento.
- ❖ Acuerdos para la disposición del mobiliario urbano, iluminación, juegos para niños, abuelos y discapacitados.

### ¿Cuáles son los roles de los actores públicos para la mejora de la imagen urbana?

- ❖ Convocar a los actores involucrados del sector público y organizaciones intermedias para priorizar problemas y consensuar acuerdos.
- ❖ Propiciar la elaboración de un documento de base, que contenga las intervenciones necesarias, sus responsables, plazos y recursos pertinentes para su ejecución.
- ❖ Debatir el documento de base para la apropiación de contenidos por parte de los actores sociales involucrados y posterior elevación al Gobierno Municipal , como aporte para la sanción de una norma jurídica.
- ❖ Publicación del documento legitimado por consenso, por todos los medios locales posibles.
- ❖ Monitoreo del programa por parte de los actores sociales que participaron en la discusión del documento.

### ¿Cual es el rol de los futuros inversores para la mejora de la imagen urbana?

- ❖ Asistir a la Secretaria de Turismo para asesoramiento crediticio y pautas administrativas a seguir si trata de un proyectos turístico.
- ❖ Asistir al Municipio, a inmobiliarias y propietarios para consulta si se trata de un proyecto residencial.
- ❖ Respetar los códigos urbanos y de edificación.
- ❖ Ejercer buenas prácticas para colaborar y mejorar la imagen urbana.

### ¿Cual es el rol del turista para la mejora de la imagen urbana?

- ❖ Asistir a la oficina de informes de la Secretaria de Turismo, para conocer los circuitos turísticos, servicios y actividades durante su estadía.
- ❖ Cuidar el mantenimiento de los espacios públicos del lugar.
- ❖ Arrojar la basura en los residuos.
- ❖ Cumplir las normas para cuidar el bosque.
- ❖ Denunciar las irregularidades ocasionadas en la prestación de servicios turísticos.

### ¿Cuál es el rol del residente de los destinos de montaña para mejorar la imagen urbana?

- ❖ Participar en organizaciones intermedias que velen por la calidad del destino y el manejo de su patrimonio.
- ❖ Cuidar el entorno de vida del destino: bosque y agua.
- ❖ No despilfarrar el uso del agua en uso domestico y riego de jardines.
- ❖ Cuidar el mantenimiento de plazas y paseos.

## Espacio Público

### ¿Qué es el espacio público?

Es un lugar de relación y de identificación entre personas, de recreación y de expresión comunitaria. Tiene una dimensión socio cultural y supone dominio público, uso social colectivo y multifuncional.

### ¿Que elementos conforman el espacio público?

- ❖ La calle con sus veredas para peatones y su calzada para vehículos,
- ❖ La esquina, formada por la intersección de dos calles
- ❖ Las recovas, que cubren las calles (vereda y calzada) peatonales
- ❖ Las fachadas de las edificaciones
- ❖ Los antejardines de las edificaciones con retiros.
- ❖ Las plazas.
- ❖ Las costas de lagos, ríos y arroyos.
- ❖ Los bosques de las laderas y los bosques protectores.
- ❖ Los atractivos turísticos urbanos: museos, ferias artesanales, parques temáticos etc.

## ¿Cuál es el significado de cada uno de ellos?

**La calle:** es el espacio público por excelencia y conforma la estructura vial general de la ciudad. Por sus valores estéticos y /o funcionales se transforma en senda turística, cuando comunica a los atractivos turísticos con las áreas de servicios turísticos.

**La esquina:** constituye un espacio amplio y propicio para el encuentro social, concretando lazos de amistad e intercambios de información. Además es el lugar apropiado por las paradas de taxis y colectivos.

**La recova:** espacio cubierto del área de circulación peatonal de la calle. Protege al peatón de las inclemencias del clima, en la temporada invernal y estimula la dinámica comercial.

**Las fachadas:** de los edificios públicos y privados que poseen cualidades de diseño, elementos arquitectónicos y materiales típicos de la zona provoca sensaciones de placer estético.

**El antejardín:** espacio privado situado en las áreas residenciales donde las viviendas se retiran de la línea de la calle, y se encuentran generalmente parquizados; permite percibir una mayor densidad de espacios verdes.

**La plaza y costa de lagos, ríos y arroyos:** constituyen pulmones verdes y lugares sociales donde se realizan actividades recreativas, tomar sol, leer, pasear animales, hacer gimnasia, tomar mate, jugar al fútbol, alternando con otras actividades deportivas caminatas, torneos y eventos culturales como ventas de artesanías, muestras de arte ;entre otras. Cuando por sus cualidades, atraen una demanda de turistas, se convierten en atractores turísticos.

**Los bosques en la ladera de la montaña y los bosques protectores:** reflejan la riqueza biológica del lugar y pertenecen al dominio privado o público. Se integran al paisaje urbano ampliando el tamaño del espacio verde, desde la capacidad sensorial del sujeto.

**Los atractivos turísticos culturales urbanos:** constituyen lugares de atracción que motivan la visita de turistas y residentes.( ferias artesanales, museos, parques temáticos, entre otros).

*Si consideramos que la calidad del espacio público se evalúa por la intensidad y calidad de las relaciones sociales que facilita, y por su capacidad de estimular la identificación simbólica, expresión y la integración cultural (Borja, J. 1.998), entonces su abordaje, resulta una tarea de envergadura, debido a que en él se desarrollan todas las dimensiones del ser humano. Surge entonces la necesidad de generar espacios públicos mas humanizados, solidarios y sustentables, donde se conjuguen valores éticos y estéticos: entendiendo por ética a una convivencia mas plena, y a lo estético como una necesidad de belleza y armonía entre el patrimonio natural y cultural.*

**Principio: Es indispensable el tratamiento integrado del espacio público accesible al desarrollo de actividades sociales, deportivas, culturales tanto de residentes como de turistas.**

**Descripción de la práctica**

- ❖ La necesidad de tratamiento integrado del espacio público como espacio de encuentro debe ser asumida por los municipios, las organizaciones barriales y las asociaciones comunitarias involucradas como una prioridad para la jerarquización y consolidación de la imagen urbana de los destinos turísticos.
- ❖ Para jerarquizar la imagen urbana satisfaciendo las demandas sociales, es imprescindible diseñar un sistema de plazas que favorezca la accesibilidad y la permanencia tanto de residentes como de turistas,
- ❖ Los espacios de permanencia como las plazas deben conectarse a través de sendas. Sin embargo, esto es generalmente posible en los barrios céntricos (o casco histórico de los destinos de montaña, que en general se encuentran consolidados) pero no es así en las plazas ubicadas en los barrios periurbanos -donde reside la gran mayoría de la población permanente-. La situación de consolidación de este tipo de espacios es en general de desarrollo incipiente, debido principalmente a la falta de delimitación, instalaciones y mantenimiento de los mismos. Asimismo, las plazas en los barrios periurbanos se encuentran aisladas y se localizan predominantemente en los espacios residuales de los loteos y su mantenimiento depende más de los vecinos que del municipio.
- ❖ En barrios se requiere generar espacios públicos claramente delimitados, que jerarquicen aquellos espacios de mayor significación histórica para la población del barrio; y posibiliten en la medida de lo posible la realización de la mayor diversidad de actividades recreativas, evitando los conflictos de uso.
- ❖ Para fortalecer la identidad cultural de la comunidad barrial y afianzar el sentimiento de pertenencia de sus vecinos, es necesario revalorizar el patrimonio cultural, recuperando la historia de vida de antiguos pobladores o artesanos del lugar, y poniendo en valor los testimonios materiales e inmateriales de la evolución del pueblo.
- ❖ Para el diseño y mantenimiento del mobiliario urbano de las plazas se debe promover, dada su importancia, la participación de los niños del barrio, por su capacidad de interpretar el barrio de una manera más cercana (ellos piden moverse, caminar, pasear, jugar). A través de la escuela y de las comisiones vecinales, es conveniente convocarlos de manera que puedan expresar sus necesidades dándole vida a la plaza de su barrio. Así, las plazas se convierten en un espacio social por excelencia a escala barrio.

- ❖ Las plazas de los cascos históricos de las localidades de montaña, por su antigüedad y por estar generalmente localizadas en las áreas de alta gravitación turística en general tienen un mantenimiento sistemático por parte de la municipalidad. Lo que se requiere potenciar en ellas es una agenda de actividades programadas durante las temporadas turísticas. En estos casos se deben atender las demandas asociadas de mejoras en la iluminación y en la seguridad de los usuarios.

*Los valores escénicos son aspectos importantes para las comunidades de montaña y para los turistas que acuden a ellas. El desarrollo de los centros de esquí y su calidad paisajística son una parte importante de las visuales de las áreas de montaña. Los mismos pueden ser diseñados y desarrollados de manera de complementar el escenario natural de dichas áreas y de conservar los valores genuinos del patrimonio natural, de manera de evitar hacer de la experiencia de esquí, una experiencia en un ambiente altamente antropizado.*

### **Principio**

**Crear ambientes contruidos que complementen el ambiente natural mediante la generación de acuerdos con organizaciones o instituciones que promuevan la conservación de espacios naturales (Administración de Parques Nacionales, Dirección de Parques y Reservas Provinciales, Reservas Municipales, Dirección de Bosques, Direcciones de Administración de Tierras Fiscales y otros grupos de interés que procuren proteger los espacios abiertos de carácter comunal.**

### **Descripción de la Práctica**

- ❖ Planear los desarrollos inmobiliarios incluyendo valores escénicos.
- ❖ Minimizar los desarrollos urbanos en la línea de los cerros.
- ❖ Promover la protección de los espacios abiertos en las distintas áreas de la comunidad para reforzar la protección de los paisajes regionales.
- ❖ Utilizar estilos arquitectónicos locales que resalten los rasgos del espacio natural, de manera de minimizar la ruptura con las visuales mas destacadas y crear experiencias más auténticas.
- ❖ Utilizar simuladores visuales para planificación de desarrollos urbanos y residenciales, que permitan ayudar a planificar efectos visuales de proyectos terminados.
- ❖ Diseñar y construir senderos que posibiliten la apertura de los desarrollos urbanísticos a los espacios naturales.
- ❖ Utilizar materiales que eviten la generación de reflejos y promover el uso de colores del tono de los predominantes en los paisajes de la zona.

- ❖ Plantar árboles y otra vegetación para mejorar calidad visual del entorno.
- ❖ Incorporar niveles de iluminación bajos o iluminación direccionada para reducir los impactos de la luz en los cielos nocturnos, aunque se deben asegurar los niveles mínimos de iluminación que reconocen las necesidades de seguridad y mantenimiento requeridas.
- ❖ Mantener las áreas de estacionamiento ordenadas y libres de basura.
- ❖ Realizar cableado subterráneo para el tendido de nuevas líneas de infraestructura de servicios de manera de evitar la contaminación visual por cableado aéreo.

*El mercado ha multiplicado el predominio de lo privado sobre lo público tanto -como forma de vida como en el tratamiento que se le da al espacio público- la fuerte especulación inmobiliaria ha elevado el precio de los terrenos incidiendo notablemente en la pérdida del espacio público cercano a bienes comunes, riberas de lagos, ríos y laderas de montañas.*

**Principio: Es fundamental el fortalecimiento del rol del estado municipal para promover el uso comunitario del espacio público en las riberas de ríos- lagos y en las laderas de montañas.**

### **Descripción de la Práctica**

- ❖ Propiciar el control catastral en urbanizaciones colindantes con ríos y lagos para evitar la expansión de los lotes sobre las áreas de dominio público.
- ❖ Promover en el diseño de nuevas urbanizaciones una calle colectora costera para definir su delimitación como así también evitar el avance de los lotes privados sobre el espacio público ribereño.
- ❖ Consensuar acuerdos entre Instituciones pertinentes para ejercer el control de policía mediante la aplicación de normativas vigentes que protejan el patrimonio natural de los destinos turísticos (bosques, ríos, lagos, arroyos, entre otros).
- ❖ Promover la inclusión de espacios públicos ecológicamente valiosos en las urbanizaciones de laderas de montaña, a los efectos de garantizar el disfrute de la comunidad y la protección del bosque.
- ❖ Concienciar a los propietarios ribereños sobre sus derechos y obligaciones con respecto al uso del espacio público y a los beneficios que brinda para el bienestar comunitario.
- ❖ Implementar cursos de capacitación y formación de guardias ambientales a los efectos de ejercer el control de policía y la protección de áreas de dominio público.

*A modo de síntesis.,debido a la situación actual en la que se encuentran los municipios turísticos en áreas de montaña, el gran desafío consiste en conservar los recursos naturales, replantear, recuperar, jerarquizar y humanizar estos espacios tanto para el residente como para el turista..*

*Hablar de buenas prácticas en favor de la sustentabilidad presupone hablar de prácticas que corrijan las tendencias desfavorables. La altura de las edificaciones, el alineamiento de fachadas con recovas, los espacios internos privados de los antejardines, los arbolados públicos en calles y canteros, las esquinas y plazas, son significantes colectivos. Por su significación social y su formación en el imaginario del sujeto, residente o turista, debieran ser contemplados por el protagonismo de los vecinos y turistas para jerarquizar la imagen urbana de los destinos turísticos de montaña.*

### **Equipo de Trabajo**

**Este manual es producto del Proyecto de Extensión: “Prácticas Ambientales Ejemplares en San Martín de los Andes” dirigido por la Dr. Adriana Otero. El componente relativo al Manejo Urbano de los Destinos Turísticos de Montaña ha sido desarrollado por la Mg. Susana Marioni, la Arq. Elisa Gallego y la Dr. Adriana Otero, todos investigadores del Centro para la Planificación y Desarrollo Sustentable del Turismo –CEPLADES TURISMO- Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue.**



## Bibliografía

- Borja J. (1998) "Ciudadanía y Espacio Público en revista Ambiente y Desarrollo". Santiago de Chile.
- Facultad de Turismo (2005) "Diagnóstico Ambiental de la Ciudad de San Martín de los Andes" Alumnos de la cátedra de Planificación y Gestión de Centros Turísticos. Universidad Nacional del Comahue.
- National Ski American Association (2005) "Sustainable Slopes – The Environmental Charter for Ski areas" 20 pp.
- The George Washington University (1998) Tourism Community Design and Practices.

**La sustentabilidad se ha convertido indudablemente en el problema central del desarrollo de políticas turísticas. Son las autoridades locales las que tienen el rol institucional para la toma de decisiones en una gran cantidad de áreas vinculadas a las políticas públicas –relativas a aspectos patrimoniales, económicos y sociales- y son estas decisiones las que determinarán si el turismo se desarrollará o si simplemente crecerá devorando espacios públicos y privados, y haciendo desaparecer los sistemas de valores y tradiciones locales. Las autoridades locales pueden servir como el punto focal para la participación comunitaria en las decisiones de política, manejo y control turístico. También pueden ejercer el rol de generar los vínculos necesarios entre las instituciones claves, ya sean públicas o privadas, que deban estar involucradas en los procesos que aseguren la sustentabilidad.**

**CEPLADES- Turismo  
Facultad de Turismo  
Universidad Nacional del Comahue**

**Buenos Aires 1400, CP (8300)  
Neuquén, Argentina**

**Tel: +54-299-4490300 Int. 450  
E-mail: [ceplades@uncoma.edu.ar](mailto:ceplades@uncoma.edu.ar)  
Página Web: <http://fatu.uncoma.edu.ar/ceplades/index.htm>**

**Neuquén, Septiembre de 2007**