

Guía de Buenas Prácticas

# Gestores de la sustentabilidad

Agencias de Viajes y Tour Operadores ACHET

ORGANIZA



CO-PRODUCCIÓN



PROYECTO  
APOYADO POR



PATROCINA



# Índice

PP. 4

**Carta editorial:**  
Lorena Arriagada

PP. 6

**¿Qué es la sustentabilidad?**

PP. 8

**Sustentabilidad en Turismo:** reconociendo los impactos positivos y negativos

PP. 12

**Cambio Climático y Turismo:** compromisos para futuros sustentables

PP. 14

**Gestores de la sustentabilidad:** un rol clave de influencia y liderazgo en la empresa

PP. 17

**Oficina sustentable:** recomendaciones para impulsar acciones sustentables en los espacios de trabajo

PP. 20

**40 acciones para impulsar la sustentabilidad:** Gestión sustentable, comunidad local, patrimonio cultural y medioambiente.

PP. 29

**Comunicando la sustentabilidad:** acciones y recomendaciones

PP. 32

**Promoviendo comportamientos sustentables en los viajeros**

PP. 34

**Decálogo del viajero responsable**

PP. 36

**Bibliografía**

**El sector turismo y de los viajes, definitivamente es un sector que, además de tener un rol en la acción sustentable, también es co-responsable de que ello ocurra. Y aún más, cada persona que trabaja en el sector o quien sea un viajero, es un actor protagonista para que logremos hacer de cada destino un lugar en el que se valore no sólo la naturaleza, sino también a quienes viven en ella.**

Con ese grado de inquietud y de interés, tomamos la decisión de ser un gremio comprometido con la sustentabilidad. Por ello decidimos realizar el “Programa Sustentabilidad en el Mundo de los Viajes y las Empresas de Turismo”, co-producido por Cuidadores de Destinos y co-financiado por Sercotec, porque sentimos que debíamos hacer más que sólo participar en acciones generales o globales.

El cambio comienza cuando uno comprende por qué las cosas deben cambiar. Y ese ha sido el propósito del Programa dirigido a nuestros socios, que representan a Agentes de Viajes y Tour Operadores, quienes además de comercializar un destino, pueden establecer un vínculo con el pasajero y el destino, y así paso a paso cada persona podrá, en el corto plazo, ser “un gestor de la sustentabilidad” en su entorno más directo y simple.

A través del Programa, se han revisado situaciones y conductas de viajeros y de empresas de turismo, identificando cuáles acciones concretas y tangibles pueden ser aplicadas en la vida privada o profesional con un foco en la sustentabilidad. En este proceso, queremos ir sumando cada vez a más empresas en la construcción de un turismo respetuoso y responsable. Para ello, hemos estimado necesario formar gestores de la sustentabilidad, representantes de cada empresa, quienes actuarán como agentes de cambio para involucrar al resto del equipo y a quienes interactúan con éste en el tema.

Esta Guía de Buenas Prácticas, para Gestores de la Sustentabilidad de Agencias de Viajes y Tour Operadores

ACHET es la culminación del Proyecto que contempló la realización de 5 talleres presenciales. Esperamos que esta Guía sea una herramienta útil para Gestores quienes tendrán la gran tarea de liderar el cambio al interior de sus empresas y a todos quienes se interesen en involucrarse activamente en este tema.

La Guía está dividida en 5 secciones: en la primera se hace un repaso de algunas definiciones claves acerca del tema de sustentabilidad, turismo sustentable y cambio climático, para poner en contexto el tema; la segunda trata del rol del Gestor de la Sustentabilidad, papel clave de influencia y liderazgo en la empresa y de recomendaciones para impulsar acciones sustentables en los espacios de trabajo.

La tercera sección aborda los distintos tipos de acciones factibles de desarrollar para impulsar la sustentabilidad con la comunidad local, respecto al patrimonio cultural y el medioambiente, presentando ejemplos inspiradores para cada instancia. La cuarta parte, está dedicada al proceso de Comunicación, con sugerencias y recomendaciones para comunicar de manera eficaz. Finalmente, cómo promover comportamientos sustentables a los viajeros es el tema de la quinta sección, la cual incluye ejemplos de mensajes para motivar al pasajero.

**Un viajero y un profesional de la industria también es un gestor de la sustentabilidad. Por ello, cada información y opción que tomemos, tendrá un impacto del cual también seremos responsables.**



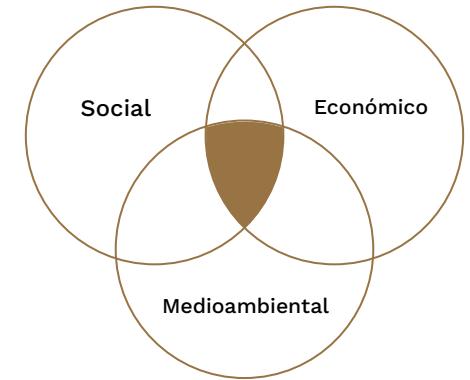
**Lorena Arriagada Gálvez**  
Secretaría General ACHET  
Enero 2024

# ¿Qué es la

Existen distintas definiciones de sustentabilidad, sin embargo, la más reconocida es la de la Comisión Brundtland de las Naciones Unidas del año 1987, que definió el desarrollo sustentable como: “el que permite satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades propias”<sup>1</sup>.

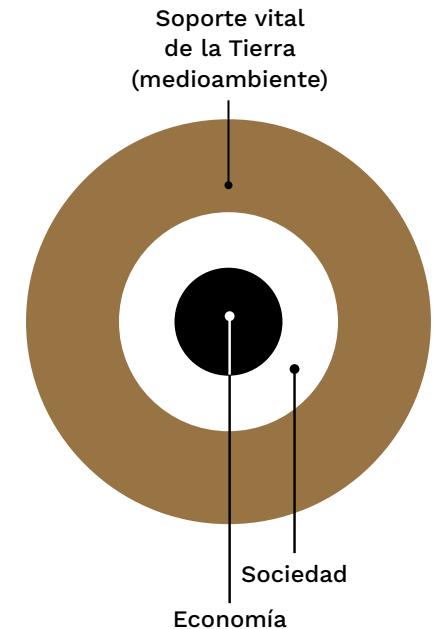
# sustentabilidad?

SUSTENTABILIDAD BASADA EN 3 PILARES



Según esta teoría, la sustentabilidad se basa en tres pilares: social, medioambiental y económico; y señala que debe existir un equilibrio entre los mismos.

SUSTENTABILIDAD SEGÚN DAVID GRIGGS



Sin embargo, definiciones más recientes ponen relevancia en la importancia que la base de todo es la naturaleza y el medio ambiente, pues sin ella, ni lo social, ni lo económico tienen sustento. David Griggs (2013) lo define de la siguiente forma: “Desarrollo que satisface las necesidades del presente mientras resguarda el sistema de soporte vital de la Tierra, del cual depende el bienestar de las generaciones actuales y futuras”<sup>2</sup>.

Otra definición, es la del Instituto de Sustentabilidad de la Pontificia Universidad Católica de Chile que entiende la sustentabilidad como “una construcción colectiva mediante la cual la humanidad aspira a la posibilidad de que el ser humano y otras formas de vida florezcan en la Tierra para siempre”.

Reconociendo los impactos positivos y negativos

# Sustentabilidad en Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el Turismo Sustentable es aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas<sup>3</sup>.

Históricamente, los mensajes sobre los múltiples beneficios del turismo han sido repetidos constantemente, por ejemplo: generación de divisas, generación de empleo, tanto directo como indirecto, sector que brinda oportunidades laborales a las mujeres, entre muchos otros. Sin embargo, los impactos negativos que el sector genera no han sido entendidos, comunicados ni incorporados como parte de las responsabilidades de las empresas. En la siguiente página, se presentan algunos ejemplos de los impactos positivos y negativos que puede llegar a generar el turismo. No siempre se dan a la vez ni con la misma intensidad, pero igualmente se deben tener en cuenta.

**La sustentabilidad no sólo se trata de mitigar impactos negativos, sino también, de identificar oportunidades para la innovación y el crecimiento sustentable.**

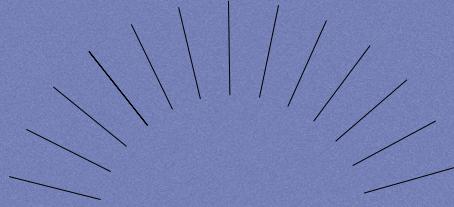
En lo concreto, se invita tanto a Tour Operadores, Agencias de Viaje y administrativos, a contribuir con un turismo más responsable que maximice los impactos positivos y minimicen los negativos del turismo. Para efectos de esta guía de buenas prácticas, se recomienda seguir los **Criterios del Consejo Global del Turismo Sostenible**, GSTC por sus siglas en inglés. El GSTC establece y gestiona los estándares mundiales para la sustentabilidad en viajes y turismo; y ofrece la acreditación internacional para Organismos de Certificación de turismo sustentable, como por ejemplo el Sello S de SERNATUR. Se basa en cuatro pilares: Gestión sustentable; Impactos socioeconómicos para la comunidad local; Impactos en el patrimonio cultural; e Impactos medioambientales<sup>4</sup>.

## IMPACTOS POSITIVOS DEL TURISMO

Económico	Socio-cultural	Medioambiental
Generación de divisas	Empoderamiento de los residentes al sentirse valorados por su cultura y tradiciones	Valorización del patrimonio natural
Incremento de la oferta laboral y por ende de los ingresos	Preservación del patrimonio cultural	Aumento de los ingresos que se pueden destinar a conservación del patrimonio natural
Más oportunidades laborales para la mujer	Incrementa el sentimiento de pertenencia y el arraigo a un lugar	Capacitación y sensibilización respecto al cuidado de las áreas naturales que se visitan

## IMPACTOS NEGATIVOS DEL TURISMO MAL PLANIFICADO

Económico	Socio-cultural	Medioambiental
Incremento de los precios para los residentes en servicios básicos	Turistificación: los residentes sienten una masificación y congestión de los espacios (playas, plazas, monumentos, parques, etc.)	Contaminación y polución en los destinos ya sean ciudades, playas o áreas protegidas
Fuga económica: El dinero que llega al destino por turismo se va inmediatamente del territorio porque trabajadores, dueños de los negocios e insumos básicos, son importados o de fuera del destino	Deterioro y descuido del cuidado del patrimonio cultural tangible e intangible (deterioro de monumentos, graffitis en las calles, ridiculización de expresiones culturales, etc.)	Reducción de la biodiversidad
Alto costo en mantenimiento (infraestructura pública, servicios de aseo, etc.) para los gobiernos locales, sin percibir ingresos del turismo debido a la fuga económica	Incremento de la presencia de alcohol, drogas, crimen y explotación sexual infantil	Escasez de agua para los residentes por la alta demanda del turismo



**El turismo tiene una responsabilidad directa con el cuidado de la riqueza natural, social y cultural de los destinos.**

**Territorios sanos no sólo permitirán la continuidad de nuestra industria, si no que, de ellos depende el sostenimiento de la vida.**

Compromisos para futuros sustentables

# Cambio climático y turismo

FIRMA LA DECLARACIÓN DE GLASGOW



## ¿Qué es el cambio climático?

El cambio climático, se refiere a los cambios a largo plazo de las temperaturas y los patrones climáticos. Desde el siglo XIX, las actividades humanas han sido el principal motor del cambio climático, debido, principalmente, a la quema de combustibles fósiles como el carbón, el petróleo y el gas. La quema de combustibles fósiles, genera emisiones de gases de efecto invernadero, que actúan como una manta que envuelve a la Tierra, atrapando el calor del sol y elevando las temperaturas. Las emisiones principales de gases de efecto invernadero que provocan el cambio climático, son el dióxido de carbono y el metano<sup>5</sup>.

El Acuerdo de París, es un tratado internacional sobre el cambio climático jurídicamente vinculante. Fue adoptado por 196 Partes, incluyendo Chile, en la COP21 en París el año 2015. Su objetivo, es limitar el calentamiento mundial por debajo de 2°C, preferiblemente a 1,5°C en comparación con los niveles pre-industriales<sup>6</sup>.

## Cambio climático y turismo

Según un informe de la revista Nature del año 2018, el turismo aporta el 8% de los Gases de Efecto Invernadero<sup>7</sup>. Las emisiones de CO2 relacionadas al turismo, aumentaron en un 60% del 2005 al 2016, según datos de la OMT<sup>8</sup>. Si no hacemos ningún cambio, las emisiones

pueden aumentar en un 25% al 2030. Además, recientemente el World Travel Tourism Council compartió un estudio informando las emisiones de carbono de las cuales el turismo es responsable por país. Por primera vez en Chile, se sabe que el turismo es responsable del 8,2% de todas las emisiones de CO2 del país<sup>9</sup>.

## Declaración de Glasgow de 2021

La Declaración de Glasgow se lanzó oficialmente durante la COP26. Propone un plan para el turismo con el objeto de respaldar el compromiso global de reducir a la mitad las emisiones para 2030 y lograr cero emisiones netas antes de 2050<sup>10</sup>.

Destaca que la transformación sustentable del sector hacia la carbono neutralidad, sólo será posible si el turismo acelera la adopción de un consumo y una producción sustentable y redefine el éxito para considerar no sólo el valor económico, sino también, la regeneración de los ecosistemas, la biodiversidad y las comunidades.

El turismo es altamente vulnerable al cambio climático y al mismo tiempo, contribuye a la emisión de gases de efecto invernadero (GEI), causantes del calentamiento global.

Por esto, la invitación es a ser parte de la solución y firmar la Declaración de Glasgow, adoptando un compromiso concreto hacia la Acción Climática.

# Gestor de la sustentabilidad

un rol clave de influencia y liderazgo en la empresa

En el contexto empresarial actual, la sustentabilidad se ha convertido en un imperativo, no sólo ético, sino también estratégico. Ante la creciente conciencia global sobre los impactos negativos de las actividades humanas en el medio ambiente y las culturas locales, las sociedades exigen a las empresas asumir un rol activo en la mitigación de estos efectos.

En este escenario, empresas líderes están invirtiendo recursos en la creación de roles dedicados a impulsar la sustentabilidad organizacional. Si bien, el rol ha evolucionado de manera orgánica dentro de las empresas, desde colaboradores con interés personal en mejorar el impacto ambiental y social de la empresa, hasta la profesionalización que vemos hoy, con empresas turísticas que cuentan incluso con Gerentes de Sustentabilidad. En ese espectro, el Gestor de la Sustentabilidad emerge como una propuesta al camino sustentable que inician las organizaciones. En ellos, identificamos un rol concreto de **influencia y liderazgo clave**, desempeñando un papel crucial en la definición e implementación de estrategias que impulsen la sustentabilidad de la empresa.

El Gestor de la Sustentabilidad, es un profesional que fusiona conocimientos en negocios, medio ambiente y responsabilidad social. Su labor no se limita a la gestión de programas de reciclaje o la reducción de emisiones; más bien, implica una **transformación integral de la cultura empresarial**. El gestor, actúa como catalizador de cambios, integrando prácticas sustentables en todas las áreas de la empresa, desde la cadena de proveedores, hasta las operaciones diarias.

Uno de los principales roles del Gestor de la Sustentabilidad es **influenciar** el cambio sustentable de la

empresa, alineando las operaciones con objetivos sustentables, asegurando un impacto positivo y medible, en las sociedades y el medio ambiente.

La influencia del Gestor de la Sustentabilidad va más allá de las fronteras de la empresa. **Colabora estrechamente con organizaciones externas**, desde proveedores hasta clientes y comunidades locales. Establece alianzas estratégicas con organizaciones no gubernamentales, gobiernos, municipios y otras empresas, fomentando la cooperación para abordar desafíos comunes. Esta colaboración, no sólo fortalece la posición de la empresa en la comunidad, sino que, también contribuye a la construcción de un ecosistema empresarial más sustentable.

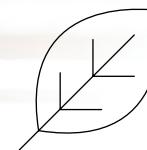
**La comunicación es otro pilar del trabajo** del Gestor de la Sustentabilidad. Informa a los públicos de interés internos y externos sobre los logros y desafíos en materia de sustentabilidad, promoviendo la transparencia y construyendo una confianza sólida con sus públicos. Además, facilita y promueve la capacitación para colaboradores de la empresa y fomenta una cultura corporativa comprometida con valores éticos y ambientales.

El Gestor de la Sustentabilidad es un **agente de cambio** que desempeña un papel fundamental en la transformación de las empresas hacia modelos más sustentables. En un mundo

donde la sustentabilidad no es sólo una opción, sino una necesidad imperativa, estos profesionales son los líderes de un futuro empresarial más ético, responsable y sustentable.

#### Algunos roles donde influye el Gestor de la Sustentabilidad:

- **Desarrollo de estrategias sostenibles:** Formulación y aplicación de estrategias internas que fomenten prácticas sostenibles en todas las operaciones de la empresa. Integración de criterios éticos y ambientales en la toma de decisiones, desde la selección de proveedores, hasta la elección de destinos.
- **Gestión de proveedores:** Evaluación y selección de proveedores que sigan prácticas sostenibles. Establecimiento de criterios ambientales y sociales para la selección de alojamientos, transporte y otras actividades asociadas a la operación.
- **Capacitación y sensibilización:** Capacitación de los colaboradores y clientes sobre prácticas de turismo sustentable. Creación de material educativo que destaque la necesidad de preservar la cultura local, el medio ambiente y promueva comportamientos éticos durante los viajes y de la gestión interna de la empresa.
- **Monitoreo y reporte de impacto:** Evaluación de los impactos de las operaciones de la empresa y desarrollo de estrategias para minimizar los impactos negativos y aumentar los positivos. Elaboración de informes periódicos que destaquen los logros y desafíos en términos de sustentabilidad.
- **Desarrollo de paquetes turísticos sostenibles:** Influenciar en el diseño de itinerarios que respeten la biodiversidad, minimicen la huella de carbono y promuevan el respeto cultural. Colaboración con proveedores locales, para garantizar que los beneficios económicos del turismo se distribuyan equitativamente.
- **Gestión de residuos y consumo responsable:** Implementación de políticas para reducir, reutilizar y reciclar los residuos generados durante los viajes, como también, de la gestión interna de la empresa. Fomento de prácticas de consumo responsable entre los viajeros y los colaboradores, como la minimización del uso de plásticos y la elección de productos locales.
- **Relaciones con las comunidades locales:** Establecimiento de relaciones positivas y sostenibles con las comunidades locales. Desarrollo de programas que beneficien a las comunidades anfitrionas, promoviendo el turismo como una fuerza para el bien social y el cuidado de la naturaleza.



# Oficina sustentable

Recomendaciones para impulsar acciones sostenibles en los espacios de trabajo.



### Reducir uso de papel

- Reducción de las impresiones mediante la digitalización de los procesos.
- Uso de papel reciclado para la confección de su papelería (tarjetas de presentación y folletería, entre otros).
- Antes de imprimir reflexionar si es indispensable.
- Imprimir a doble cara.



### Uso eficiente del agua

- Hacer un uso responsable del agua, evitando tener el grifo abierto cuando no sea necesario.
- Usar aireadores de agua (atomizadores).
- No verter productos nocivos al WC.
- Instalar WC con doble carga.
- Avisar a los responsables de mantenimiento si se detectan pérdidas en las llaves o cisternas de los WC.



### Reducir consumo energético y huella de carbono

- Aprovechar al máximo la luz natural.
- Suministro eléctrico de energía 100% renovable (Leds de bajo consumo).
- Lámparas respetuosas con el medio ambiente que no emiten radiaciones infrarrojas.
- Apagar los aparatos eléctricos (computadores, impresoras, etc.) cuando no estén en uso.
- Instalar reguladores de intensidad y sensores de movimientos para el uso eficiente de artefactos de calefacción y refrigeración (ej; aire acondicionado y estufas).
- Uso responsable del aire acondicionado y calefacción. Bajar la calefacción reduciendo 1°C la temperatura de la oficina puede disminuir el consumo energético en un 6%.
- Considerar la contratación de una auditoría energética para su empresa como punto de partida para implementar un plan de ahorro de energía.
- Uso de transporte público, bicicleta o scooter eléctrico en lugar del auto.



### Triple R: reducir, reutilizar y reciclar

- Escoger productos con poco empaque.
- Preferir envases retornables o reciclables.
- Reciclar y reutilizar, en la medida de lo posible, el papel y cartón.
- Disminuir el uso de bolsas plásticas.
- Separar los residuos que se generan, al menos en reciclables y no reciclables.
- Contactar con empresas recicladoras para que puedan recolectar los residuos.
- Uso de pilas recargables. Disponer de un contenedor especial para pilas usadas para uso de empleados y clientes.
- Usar productos de limpieza respetuosos con el medio ambiente.
- Compostar los residuos orgánicos.



### Proveedores sustentables

- Compra de materiales de oficina sustentables (por ejemplo: papel reciclado).
- Utilizar productos de limpieza respetuosos con el medio ambiente.
- Regalos corporativos o merchandising ecológico y sustentable.
- Priorizar la compra de productos locales.
- Comprar a granel.

40

# acciones para impulsar la sustentabilidad

Gestión Sustentable, Comunidad Local, Patrimonio Cultural y Medioambiente.

\*BASADO EN LOS CRITERIOS DEL GSTC\*

## Gestión sustentable

**1. Compromiso de los colaboradores:** Los equipos de la empresa están comprometidos con el desarrollo e implementación de acciones sustentables. Se generan incentivos, premios para quienes lideren de manera efectiva la transformación sustentable desde sus roles. Todos los colaboradores de la empresa, firman un compromiso escrito, para llevar adelante acciones sustentables desde sus roles.

### Ejemplo de inspiración:

Los empleados de **EcoExploradores** no sólo asumen el compromiso de implementar acciones sustentables en sus roles, sino que también, participan en un desafío mensual creativo para proponer e implementar nuevas iniciativas eco-amigables.

**2. Satisfacción del cliente con foco sustentable:** La empresa monitorea la satisfacción del cliente incluyendo aspectos de sustentabilidad. Se toma en cuenta la visión del cliente y se adoptan medidas correctivas para mejorar su satisfacción respecto a acciones sustentables del viaje.

### Ejemplo de inspiración:

Después de cada viaje, **Sustainable Journeys** envía a sus clientes una "Tarjeta Verde" para evaluar su experiencia sustentable.

**3. Cumplimiento de reglas de convivencia:** La empresa conoce los requisitos legales y culturales en los destinos donde opera. Se demuestra conocimiento y cumplimiento de las leyes relacionadas con el uso de áreas naturales y actividades en el destino. Se conoce la cultura local para obtener la "licencia social" para operar.

### Ejemplo de inspiración:

**GreenGetaways** Organiza sesiones mensuales de capacitación para su personal, destacando anécdotas culturales y casos de estudio legales en destinos específicos.

**4. Gestión de la cadena de proveedores:** La empresa evalúa y selecciona proveedores que sigan prácticas sustentables. Establece criterios sustentables para la selección de alojamientos, transporte y actividades asociadas a su operación. Cuando se relaciona con proveedores ya existentes para la empresa, los incentiva a tomar prácticas sustentables para avanzar juntos en el camino de la sustentabilidad.

### Ejemplo de inspiración:

**Enchanting Travels** comparte una encuesta con sus proveedores de alojamiento para entender qué tan sustentable es su operación.

**5. Capacitación y sensibilización de los colaboradores:** La empresa capacita periódicamente a sus colabo-

radores sobre prácticas sustentables, sobre cambio climático y los impactos del turismo. Los inspira a transformar el turismo en una herramienta que impacte positivamente al planeta y las personas.

#### **Ejemplo de inspiración:**

En **Harmony Holidays**, la capacitación no es sólo una actividad obligatoria, ¡es una experiencia! Los empleados participan en talleres interactivos que incluyen salidas de campo para comprender de cerca los desafíos medioambientales.

**6. Gestión de residuos y consumo responsable:** La empresa implementa políticas para reducir, reutilizar y reciclar los residuos generados por su operación. Fomenta la práctica de consumo responsable, minimizando el uso de plásticos y eligiendo productos locales siempre que sea posible.

#### **Ejemplo de inspiración:**

**GreenVoyages** ha implementado una política de "Zero Plastic" en sus operaciones. Los viajeros reciben kits de viaje ecológicos y cada guía lleva consigo una "Bolsa del Planeta", para recolectar residuos durante las excursiones.

**7. Colaboración con el ecosistema turístico:** La empresa busca participar de espacios de colaboración para enfrentar desafíos comunes. Se relaciona con el sector público y privado para impulsar la sustentabilidad en

todo el sistema turístico. Se hace parte de espacios de colaboración nacional e internacional, para compartir experiencias y aprender de otros.

#### **Ejemplo de inspiración:**

La **Declaración de Glasgow** para una década de acción climática en turismo genera **espacios de colaboración** periódicamente entre las empresas y destinos que han firmado la declaración.

**8. Compromiso con los destinos donde opera:** La empresa se involucra activamente en los destinos donde opera, al menos con uno. Se pone en contacto con la organización de gestión del destino y participa de actividades que impulsan la sustentabilidad en el territorio.

#### **Ejemplo de inspiración:**

**Intrepid Travel** cuenta con la **Fundación Intrepid** que impulsa acciones sustentables en destinos donde opera.

**9. Reporte de sustentabilidad:** La empresa comunica sobre aspectos claves de su operación, alineados con su estrategia de sustentabilidad, sus objetivos y acciones. El reporte está disponible de manera periódica; una vez al año o según el período que defina su estrategia.

#### **Ejemplo de inspiración:**

Reporte anual de emisiones de **Much Better Adventures**.

#### **10. Estrategia de sustentabilidad:**

La empresa cuenta con una estrategia de sustentabilidad, con propósito y objetivos definidos, claros y alcanzables, integrando procedimientos que permiten su ejecución por todos los miembros de la organización.

#### **Ejemplo de inspiración:**

**Intrepid Travel** y su política de viajes responsables.

#### **Comunidad Local**

**1. Colaboración con empresas locales:** La empresa fomenta alianzas estratégicas con proveedores locales para maximizar el impacto económico positivo en las comunidades locales.

#### **Ejemplo de inspiración:**

**Open Eyes** se relaciona activamente con las empresas locales en los destinos donde opera.

**2. Apoyo al empleo local:** La empresa da igualdad de oportunidades de empleo para residentes de los territorios donde opera, incluyendo puestos gerenciales. Ofrece capacitación a residentes para mejorar sus oportunidades de empleabilidad.

#### **Ejemplo de inspiración:**

**EcoJobs Worldwide** no sólo ofrece oportunidades de empleo igualitarias para los residentes locales, sino que también, organiza programas de

capacitación en colaboración con instituciones educativas locales.

**3. Apoyo a la comunidad local:** La empresa apoya activamente iniciativas sustentables para la comunidad local; educación, capacitación, proyectos que abordan los impactos del cambio climático.

#### **Ejemplo de inspiración:**

**Rewilding Chile** trabaja con las comunidades aledañas a los parques nacionales.

**4. Promoción de productos locales:** La empresa prioriza la oferta de productos y servicios locales en su operación, además de incentivar el consumo local con sus clientes, siempre que estén disponibles y sean de calidad satisfactoria.

#### **Ejemplo de inspiración:**

**Spice Girls Tour** en Delhi.

**5. Respetar formas de vida local:** La empresa no afecta negativamente el acceso local a las diferentes formas de vida, incluyendo el uso de recursos hídricos y de los territorios, transporte y vivienda. El acceso local a los medios de subsistencia, se considera en las decisiones de desarrollo y operación de la empresa. Existe un mecanismo de comunicación para que las comunidades locales informen cualquier caso de acceso limitado a sus medios de subsistencia por efectos del turismo.

### **Ejemplo de inspiración:**

**WildHarmony Canoe**, al operar en áreas de alta biodiversidad, ha implementado un sistema de comunicación bidireccional con las comunidades locales.

### **6. Participación activa en eventos comunitarios:**

La empresa se involucra en eventos y festividades locales, mostrando respeto y aprecio por la cultura y la identidad de la comunidad local.

### **Ejemplo de inspiración:**

**Huilo-Huilo** es parte activa del Festival de la Primavera de Neltume.

### **7. Programas de voluntariado:**

La empresa impulsa o se hace parte de programas de voluntariado para que colaboradores, proveedores y clientes contribuyan directamente al bienestar de la comunidad local.

### **Ejemplo de inspiración:**

**Fundación Ama** de Reserva Las Torres.

### **8. Apoyo a emprendedores locales:**

La empresa apoya a emprendedores locales en el desarrollo y venta de productos y servicios sustentables que provienen del entorno natural, cultural e histórico del territorio. Brinda asesoría y apoyo a los emprendedores respecto a calidad y sustentabilidad de sus productos y servicios.

**Ejemplo de inspiración:** **World of woman tour** apoya a mujeres guías a tener una fuente de ingresos extra.

### **9. Prevención de explotación y acoso:**

La empresa implementa acciones en contra la explotación comercial, sexual o cualquier forma de explotación o acoso, particularmente de niñas, niños, adolescentes, mujeres y grupos vulnerables. No se contratan ni visitan prestadores de servicios donde exista evidencia de posible explotación.

### **Ejemplo de inspiración:**

**SERNATUR** ha creado el Código de Conducta para prevenir la Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes (ESCNA).

### **10. Inclusión de la comunidad en decisiones empresariales:**

Incluir a representantes de la comunidad en procesos de toma de decisiones que puedan afectar directamente al bienestar de la comunidad local.

### **Ejemplo de inspiración:**

**Nitmiluk Tours** invita a la comunidad local a ser parte de los procesos de toma de decisiones relacionadas con proyectos de expansión, políticas operativas y proyectos de responsabilidad social, garantizando que la comunidad tenga una voz directa en el desarrollo de la empresa.

## **Patrimonio Cultural**

### **1. Educar al cliente sobre el patrimonio cultural:**

La empresa ofrece información sobre el patrimonio cul-

tural de los destinos que opera, promoviendo la conciencia y el respeto.

### **Ejemplo de inspiración:**

**EnlightenTrips** proporciona a sus clientes guías interactivas en línea antes de sus viajes, ofreciendo contenido educativo sobre la historia y la cultura de los destinos.

### **2. Cuidado de piezas y artefactos arqueológicos:**

La empresa no comercializa piezas ni artefactos arqueológicos, excepto cuando sea permitido por la legislación local e internacional.

### **Ejemplo de inspiración:**

**TimelessTreks** comprometidos con la preservación, ha adoptado una política estricta contra la comercialización de artefactos arqueológicos.

### **3. Apoyo a la preservación del patrimonio:**

La empresa contribuye financieramente a los proyectos de preservación y restauración del patrimonio cultural local.

### **Ejemplo de inspiración:**

**Heritage Guardians** destina un porcentaje de sus ingresos anuales a proyectos de preservación y restauración del patrimonio cultural local. Han financiado la restauración de murales históricos y la conservación de sitios arqueológicos, contribuyendo así a la protección del legado cultural.

### **4. Colaboración con organizaciones culturales:**

La empresa establece colaboraciones con organizaciones culturales locales, para promover eventos y actividades que resalten la riqueza cultural de los destinos donde se opera.

### **Ejemplo de inspiración:**

**CultureConnect**, en asociación con museos y galerías locales, organiza eventos culturales que van más allá del turismo convencional. A través de estas colaboraciones, los visitantes tienen acceso exclusivo a experiencias culturales auténticas y contribuyen directamente al apoyo de estas instituciones.

### **5. Capacitación a los colaboradores sobre el patrimonio de los destinos que opera:**

La empresa capacita de manera continua a sus colaboradores impulsando una sensibilidad cultural y respeto por el patrimonio local.

### **Ejemplo de inspiración:**

**Travolution** capacita sobre el patrimonio y mantiene relaciones con las comunidades locales donde opera.

### **6. Programa de intercambio cultural:**

La empresa facilita y/o promueve programas de intercambio cultural entre visitantes y residentes locales para fomentar la comprensión mutua.

### **Ejemplo de inspiración:**

**Viaje cultural** es un viaje donde se refuerza la relación visitante y cultura local.

**7. Trabajo con guías locales:** La empresa prioriza la contratación de guías locales con conocimientos profundos sobre la historia y cultura local.

**Ejemplo de inspiración:**

Política de empleabilidad de Kava Kava Tours en Rapa Nui.

**8. Incorporar el patrimonio en la operación:** La empresa valora e incorpora elementos auténticos locales de la cultura en su operación, diseño, decoración, gastronomía, respetando los derechos de propiedad intelectual de las comunidades locales.

**Ejemplo de inspiración:**

Los viajes de **turismo comunitario** incorporan en toda su cadena de valor la identidad única de los destinos que se operan.

**9. Protección del patrimonio:**

La empresa contribuye a la protección, preservación y mejora de propiedades locales, sitios y tradiciones con significado histórico, arqueológico, cultural y espiritual, sin impedir el acceso de los residentes locales a ellos.

**Ejemplo de inspiración:**

Explora a través de su alianza con Terevaka para proyectar hacia el futuro el gran trabajo de formación de jóvenes de Rapa Nui en cuanto a su propio patrimonio cultural y ambiental.

**10. Respeto a comunidades indígenas:** La empresa demuestra conocimiento y cumplimiento de las buenas prácticas internacionales, nacionales y locales existentes para las visitas turísticas a sitios culturales y comunidades indígenas.

**Ejemplo de inspiración:**

Nitmiluk Tours tiene integrado en su propósito el respeto a las comunidades indígenas que son la fuente de su negocio.

**Medioambiente**

**1. Compra ambientalmente responsable:** La empresa tiene una política de compra que favorece a productos ambientalmente sustentables, incluyendo alimentos, bebidas, materiales para la oficina, etc.

**Ejemplo de inspiración:**

EcoTravel Adventures selecciona cuidadosamente proveedores y colabora con empresas locales que sigan prácticas sustentables.

**2. Consumo responsable de la energía:** La empresa monitorea y gestiona la energía utilizada en sus operaciones. Se favorece fuentes de energía renovable cuando es posible. Se usan equipos y prácticas para minimizar el uso de energía. Se establecen metas para reducir el consumo de energía. Los colaboradores reciben directrices sobre cómo minimizar el consumo de energía.

**Ejemplo de inspiración:**

Better Places mide y comparte de manera transparente su consumo energético.

**3. Cuidado del agua:** La empresa mide el consumo de agua en su operación y establece metas para minimizar su consumo. En áreas de alto riesgo hídrico, se identifican y persiguen objetivos de administración de agua de acuerdo al contexto.

**Ejemplo de inspiración:**

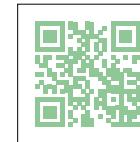
Much Better Adventures incluye en su operación un compromiso de cuidado al agua y reporta sobre su huella hídrica.

**4. Medición de emisiones:** La empresa identifica y calcula las emisiones de gases de efecto invernadero e implementa procedimientos para reducirlas. Se toman acciones para reducir las emisiones y se comparan de manera anual. Existen distintas calculadoras para medir emisiones en la oficina y en los viajes. Aquí compartimos algunas de ellas:

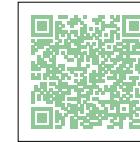
CARBON FOOTPRINT



ROUTE ZERO



SUSTAINABLE TRAVEL CALCULATOR



CALCULADORA DE VISIT SCOTLAND



**5. Transporte de bajas emisiones:** La empresa promueve activamente el uso de alternativas limpias y eficientes de transporte por parte de los clientes, colaboradores, proveedores y en sus propias operaciones.

**Ejemplo de inspiración:**

Karün utiliza un sistema de trazabilidad en su Programa de Sustentabilidad para conocer las emisiones del transporte que utiliza para su operación.

**6. Gestión de residuos sólidos:** La empresa implementa mecanismos para reducir los residuos. Reutiliza o recicla cuando es posible. Conoce las gestiones de residuos en los destinos donde opera como también, en el territorio donde está su oficina física. Entrega recomendaciones a colaboradores, clientes, proveedores sobre cómo minimizar los residuos.

**Ejemplo de inspiración:**

Política de sustentabilidad del Tour Operador **Royal Mountain Travel Nepal**, donde presenta sus compromisos con el medioambiente y la comunidad local.

**7. Capacitación a colaboradores sobre el medioambiente:** La empresa capacita periódicamente a sus colaboradores sobre el medioambiente donde está inserta su oficina, así como de los principales destinos donde opera. Incentiva un sentimiento de cariño y cuidado por los territorios naturales donde la empresa tiene operación.

**Ejemplo de inspiración:**  
**Huilo Huilo** capacita periódicamente a sus colaboradores sobre el cuidado al medio ambiente.

**8. Participación en iniciativas de restauración medioambiental:** La empresa se hace parte de actividades de regeneración y restauración ambiental. Limpieza de playas y recolección de basura en áreas naturales, plantación de árboles son algunas de las actividades donde la empresa participa de manera activa.

**Ejemplo de inspiración:**  
**Sao Viajes** promueve un turismo con visitantes que activamente se hacen parte de la regeneración de los destinos que visitan.

**9. Etiqueta de carbono por servicios:** La empresa mide las emisiones de sus servicios y los informa al cliente. Además, ofrece formas de compensación. Impulsa servicios carbono-neutral.

**Ejemplo de inspiración:**  
**Byway** mide e informa sobre las emisiones de cada uno de sus viajes y ofrece formas de compensación.

**10. Plástico cero:** La empresa evita de manera activa el consumo de plásticos y promueve un empaquetamiento sustentable.

**Ejemplo de inspiración:**  
**Tourism Declares** creó una guía para ayudar al canal de distribución ponerse objetivos basados en la ciencia que incluyen la meta de plástico cero.

# Comunicando la sustentabilidad



Acciones y recomendaciones

Comunicar sobre las prácticas sustentables y los productos turísticos sustentables, es una de las etapas más esenciales en la estrategia de marketing y comercial a implementar en la empresa. La comunicación es clave para destacar los aspectos positivos de este producto, permitiendo atraer a aquellos viajeros / clientes que buscan experiencias responsables y conectadas con el entorno.

La comunicación permitirá el intercambio de información hacia todos los colaboradores que forman parte de la empresa, quienes conocerán además, el propósito, las prácticas sustentables y todo lo que de una u otra forma aporta valor a la imagen de la marca.

Hoy existen diversos canales para transmitir de manera óptima el mensaje que se quiere comunicar sobre las prácticas y productos sustentables, las que van desde la publicidad y promoción de manera más tradicional, las redes sociales, hasta la interacción directa con los clientes durante la planificación de su viaje; lo importante es tener claridad de qué comunicar y a quién comunicar.

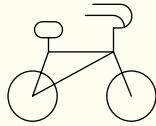
#### **Ideas para comunicar prácticas y productos sustentables**

- Instalar en el centro de la comunicación a las personas, el valor de la empresa está en su capital humano y por ende la sustentabilidad y las prácticas sustentables de la empresa deben ser transmitidas por personas, eso genera empatía en quien recibe el mensaje. En ese sentido, dar a conocer claramente las prácticas sustentables que se implementan en la empresa, como la gestión eficiente de residuos, el uso de energías renovables son sólo algunos de los mensajes que se deben transmitir.
- Utilizar imágenes y videos que muestren la belleza natural y cultural del

destino que se está promoviendo en nuestro producto y al mismo tiempo, los esfuerzos que como empresa aportan para preservar y proteger esos recursos.

- Compartir historias de éxito sobre cómo la empresa ha tenido un impacto positivo en la comunidad local y el medio ambiente. **“Las historias personales pueden conectar emocionalmente con tu audiencia”.**
- Informar a los clientes sobre la importancia de practicar el turismo responsable y cómo su elección puede marcar la diferencia. Del mismo modo, entregar información sobre la cultura local y la flora / fauna para fomentar el respeto y el cuidado.
- Dar a conocer las alianzas con organizaciones locales que trabajen en proyectos sustentables. Esto puede fortalecer la conexión con la comunidad y demostrar el apoyo de la empresa hacia iniciativas locales.
- Participar en ferias, eventos, talleres, relacionados con el turismo sustentable. Esto permite conectar con un público comprometido y mostrar los valores y el propósito de la empresa en esas áreas.
- Dar a conocer experiencias memorables de clientes que puedan ser inspiración para potenciales viajeros que quieran vivir una experiencia similar.





# Promoviendo comportamientos sustentables en los viajeros

Se debe cambiar el enfoque de promover la sustentabilidad a través de etiquetas y certificaciones, para promoverla a través de viajes muy atractivos y de experiencias únicas. Haz que tus servicios con características sustentables sean por diseño la opción más atractiva.

## 1. Efecto Bandwagon:

Utiliza el “efecto bandwagon”, para mostrar que un número creciente de viajeros elige opciones sustentables. Mensajes como “Únete a la creciente comunidad de viajeros sustentables”, puede motivar a otros a unirse.

## 2. Feedback inmediato:

Proporciona retroalimentación inmediata y positiva cuando los viajeros adoptan comportamientos sustentables. Mensajes de agradecimiento o reconocimiento pueden fortalecer el comportamiento sustentable.

**3. Historias de éxito:** Utiliza testimonios e historias de éxito que muestren a viajeros reales adoptando prácticas sustentables. Esto inspira a otros a seguir su ejemplo.

## 4. Compromisos voluntarios:

Invita a los viajeros a hacer compromisos voluntarios para adoptar prácticas sustentables. Este enfoque genera sentido de responsabilidad y coherencia con sus propias declaraciones. Detallando de manera simple a qué se compromete, con acciones realistas y pequeñas, fáciles de realizar.

## 5. Utiliza mensajes positivos:

Enfatiza de manera positiva y entretenida los comportamientos sustentables que deseas que el viajero realice. No comuniqués desde la negación o el no. Comunica de manera positiva el comportamiento deseado.

## 6. Comunica los beneficios:

Destaca lo que los viajeros recibirán en su experiencia sustentable. Habla sobre ellos y su experiencia, no solamente sobre el impacto en el medioambiente. Enfatiza el valor de la experiencia sustentable para ellos.

## 7. Incorpora humor a tus mensajes:

Haz que la sustentabilidad sea entretenida! El humor puede ayudar a hablar de temas complejos de manera entretenida e impacta de mejor manera para impulsar un comportamiento sustentable.

CONOCE A BESMART Y CÓMO IMPULSA  
COMPORTAMIENTOS SUSTENTABLES



# Decálogo del

Un viaje responsable significa viajar de una forma más consciente teniendo en cuenta el impacto que tienen nuestras decisiones y acciones antes, durante y después del viaje. A continuación presentamos el decálogo del viajero responsable:

1.

**INFÓRMATE BIEN SOBRE EL DESTINO AL QUE VAS A VIAJAR**

Averigua sobre la cultura, las tradiciones y las costumbres. Ten en cuenta las diferencias culturales de la comunidad anfitriona.

4.

**SÉ CONSCIENTE DE TUS RESIDUOS**

Lleva contigo una bolsa reutilizable para llevar tus residuos.

2.

**SÉ RESPETUOSO CON EL PATRIMONIO CULTURAL (TANGIBLE O INTANGIBLE)**

Cuida los monumentos y sitios históricos. Sé parte de la conservación del patrimonio cultural, incluso puedes participar aportando a ONG's o fundaciones que se dediquen a esto.

**Los viajes tienen impactos positivos y negativos. ¿Qué huella quieres dejar en tus próximas vacaciones? ¡Sé un viajero responsable!**

3.

**APOYA LA ECONOMÍA LOCAL**

Compra artesanía local, disfruta de la comida local pues no tiene que viajar muchos kilómetros para estar en tu plato.

# viajero responsable

5.

**¡AHORRA AGUA!**

El agua es un recurso muy preciado. Cierra la llave del agua cuando no la estés usando, toma duchas cortas y pide que no te cambien las sábanas y toallas todos los días.

6.

**¡AHORRA ENERGÍA!**

Apaga las luces que no sean necesarias, desconecta los aparatos que no estén en uso, sé responsable con el uso del aire acondicionado.

7.

**REDUCE TU HUELLA DE CARBONO**

Sólo prefiere el avión en desplazamientos de larga distancia que no se pueda reemplazar por otros medios de transporte menos contaminantes.

8.

**RESPECTA LA VIDA SILVESTRE**

Infórmate sobre la distancia de acercamiento recomendada, evita hacer ruido y no alimentos a los animales.

9.

**DERECHOS HUMANOS**

Rechaza la explotación infantil, la explotación sexual y cualquier otra actividad que ponga en peligro el bienestar de la comunidad local.

10.

**COMPARTE Y CELEBRA**

Difunde con tu familia, amigos y en RRSS aquellos negocios, que realmente hacen un esfuerzo por llevar a cabo prácticas sustentables.

# Bibliografía

1.

Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future, 1987.

2.

Sustainable development goals for people and planet. Nature. GRIGGS, D. 2013.

3.

Organización Mundial del Turismo. Desarrollo Sostenible.

4.

Global Sustainable Tourism Council. Acerca del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC), 2016.

5.

Naciones Unidas. Acción por el clima. ¿Qué es el cambio climático?

6.

Naciones Unidas. Cambio Climático. El acuerdo de París.

7.

Nature. The carbon footprint of global tourism.

8.

Organización Mundial del Turismo y Foro internacional de Transporte, Las emisiones de CO2 del sector turístico correspondientes al transporte – Modelización de resultados, OMT, Madrid, DOI, 2020.

9.

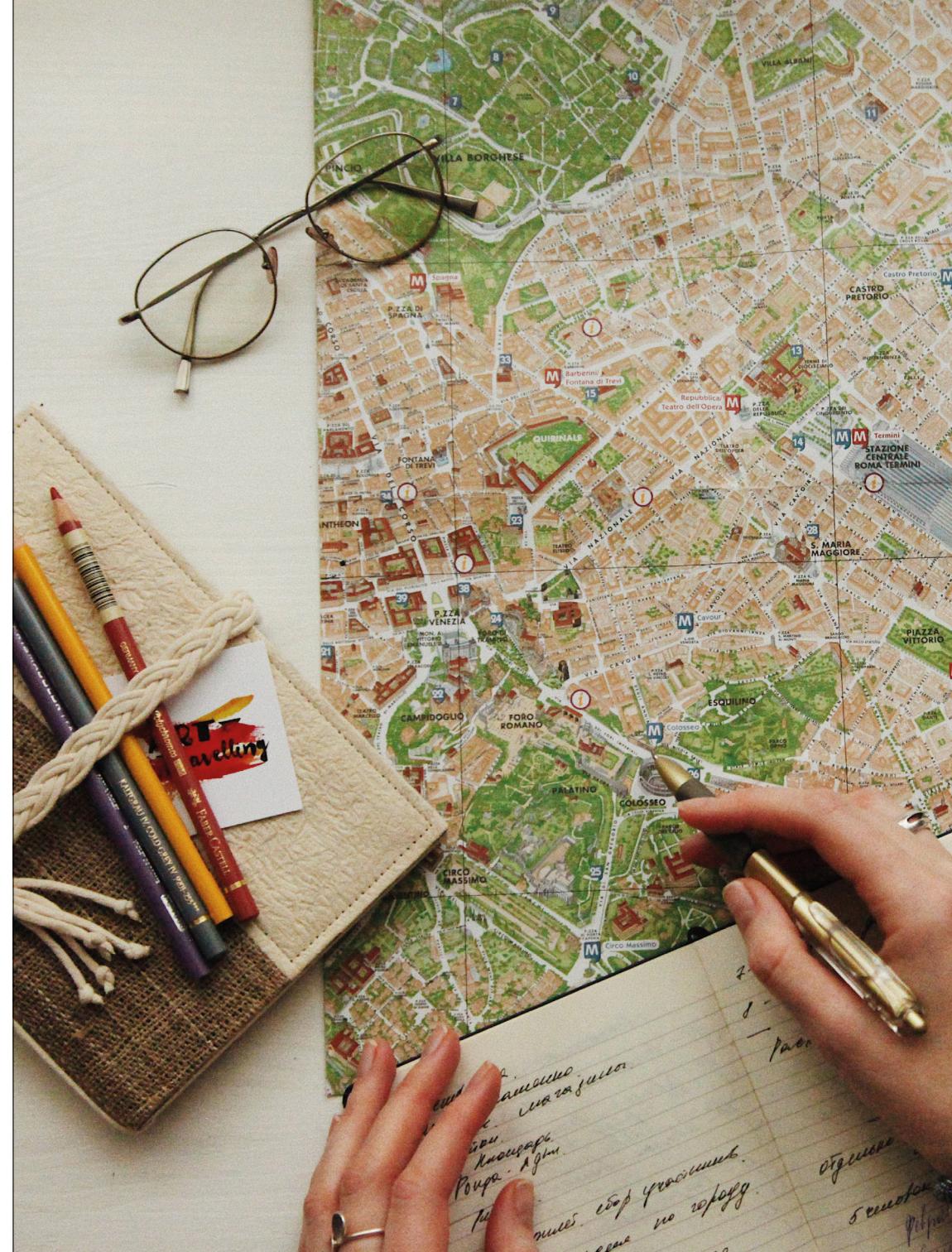
The Environmental Impact of Global Tourism Report, WTTC, 2023.

10.

Glasgow Declaration: a Commitment to a Decade of Climate Action, 2021.

11.

GSTC Industry Criteria for Tour Operators.





/imagine

prompt

Gestor de la Sustentabilidad ACHET



CU

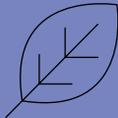
¿Qué es un Gestor de la Sustentabilidad?



Un Gestor de la Sustentabilidad es un profesional encargado de planificar, implementar y supervisar estrategias y prácticas empresariales que buscan equilibrar el desarrollo económico con la responsabilidad social y ambiental. Su objetivo principal es promover la sustentabilidad, que implica satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Message ChatGPT...





**Esta Guía de Buenas Prácticas para Gestores de la Sustentabilidad de Agencias de Viajes y Tour Operadores ACHET, es la culminación del Proyecto que contempló la realización de 5 talleres presenciales. Esperamos que esta Guía sea una herramienta útil para Gestores quienes tendrán la gran tarea de liderar el cambio al interior de sus empresas y a todos quienes se interesen en involucrarse activamente en este tema.**

**Guía de Buenas Prácticas**  
**Gestores de la Sustentabilidad ACHET**  
Enero 2024  
Primera Edición  
Asociación Chilena de Empresas de Turismo, ACHET

Si quiere reproducir total o parcialmente alguno de sus contenidos, por cualquier medio o procedimiento, por favor solicite autorización a [comunicaciones@achet.cl](mailto:comunicaciones@achet.cl)