

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES CAMPO DE CALATRAVA

A large, stylized white graphic on a dark blue background. It features a house silhouette at the top right, with several long, thin rays extending downwards and to the left. Below the rays is a decorative cross with ornate, curved arms. The word 'TURISMO' is written in red, bold, sans-serif capital letters across the bottom of the graphic.

TURISMO



2

Turismo

Esta guía se ha realizado dentro del programa de apoyo medioambiental a las pymes del campo de calatrava, cofinanciado por el fondo social europeo, en el marco del programa operativo «iniciativa empresarial y formación continua» (2000-2006), objetivo 1 y 3, con una tasa de cofinanciación del 75 y 45% respectivamente.

Ficha Técnica

Edición:	Mancomunidad de Municipios de Campo de Calatrava. (2002)
Coordinación:	Pedro J. Ripoll Vivancos. Araceli Monescillo Díaz. J. Juan López Rojo.
Elaboración:	Marcelino Felix Sánchez. Carmen Donoso Donoso. Felicidad Villanueva Ciudad. Carlos Gustavo Barbe Alcaide.
Diseño:	Julian Almansa Gonzalez. Apolonio Oliver del Hierro.



4

Turismo



Desde hace más de diez años, la Mancomunidad de Municipios del Campo de Calatrava ha venido desarrollando diversas acciones en colaboración con todos los ayuntamientos que la componen, cuyo objetivo final es el de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de nuestro territorio.

Con esta intención la Mancomunidad de Municipios, y con la cofinanciación de la Fundación Biodiversidad y del Fondo Social Europeo, pone en marcha el PROGRAMA DE APOYO MEDIOAMBIENTAL PARA PYMES DEL CAMPO DE CALATRAVA, con el que se pretende avanzar en el cumplimiento de tres objetivos fundamentales: la mejora del entorno natural; el fomento de una actividad económica más respetuosa con el medio ambiente y la aplicación del principio de responsabilidad compartida en la conservación de la naturaleza.

Así, con los presentes manuales de buenas prácticas, se está procediendo a llevar a cabo un programa de actuaciones de información, formación y de sensibilización para trabajadores de PYMES y autónomos cuya actividad incida de alguna forma en el medio ambiente, al considerar que son éstas unas vías especialmente adecuadas para avanzar en el conocimiento de la problemática medioambiental y a través de ello en los criterios de desarrollo sostenible definidos en la cumbre mundial de Río de Janeiro.

Almagro 22 de Septiembre de 2002

Antonio García Rivero
Presidente



6

Turismo

Índice

Análisis económico	9
Restauración	10
Alojamiento	13
Transporte	15
Agencias de viaje.....	16
Turismo y medioambiente	19
1. Sistema de turismo responsable	20
2. Aplicación de la gestión medioambiental a las empresas del sector turístico.....	20
3. Buenas prácticas ambientales para implantar un sistema de turismo responsable	26
3.1 Buenas prácticas de gestión	26
3.2 Buenas prácticas de compras	27
3.3 Buenas prácticas de operaciones	27
3.4 Buenas prácticas de instalaciones, sistemas y equipos	28
3.5 Buenas prácticas de información y servicios	29
4. Implantación de buenas prácticas ambientales	30
5. Sistema de turismo responsable: normas del estandar	33
5.1 Gestión	33
5.2 Buenas prácticas en Compras	33
5.3 Buenas prácticas en operaciones	34
5.4 Informaciones y servicios	35
5.5 Instalaciones, sistemas y equipos	35
6. Manual de procedimientos medioambientales	37
6.1 Denominación	37
6.1.1 Objeto	37
6.1.2 Alcance	37
6.1.3 Procedimiento	37
6.1.4 Reponsabilidad y organización	38
6.1.5 Regisro	38
6.2 Denominación	38
6.2.1 Objeto	38
6.2.2 Alcance	39
6.2.3 Procedimiento	39
6.2.4 Responsabilidades y organización	40
6.2.5 Registro	40
6.3 Denominación	40
6.3.1 Objeto	40
6.3.2 Alcance	41
6.3.3 Responsabilidad y organización	41
6.3.4 Directrices e intrucciones	41
6.3.4.1 Evaluación ambiental de los proveedores.....	41
6.3.4.2 Buenas prácticas	43
6.3.5 Registro	47



8

Turismo

Análisis Económico

La Mancomunidad de Municipios del Campo de calatrava está formada por los siguientes municipios: Aldea del Rey, Almagro, Ballesteros de calatrava, Bolaños de Calatrava, Carrión de Calatrava, Granátula de Calatrava, Miguelturra, Pozuelo de Calatrava, Torralba de Calatrava, Valenzuela de Calatrava, Villanueva de San Carlos y Villar del Pozo.

La comarca se encuentra en el centro de la provincia de Ciudad Real, articulando territorialmente la misma, y ocupando una superficie de 1.284,4 kilómetros cuadrados. La población de derecho es de 43.072 habitantes con una densidad media de 33,53 habitantes por kilómetro cuadrado, si bien su distribución es bastante desigual entre el eje formado entre Miguelturra, Almagro y Bolaños y las zonas periféricas de la comarca, con valores por kilómetro cuadrado muy bajos (Villanueva de an Carlos, 4,97; Villar del Pozo, 7,42; Ballesteros de Calatrava, 10,5).

El sector relacionado con las actividades turísticas muestra presenta en el territorio gran importancia, debido a la presencia en el mismo de uno de los principales focos receptores de turismo cultural a nivel regional, la localidad de Almagro. Dicha importancia se encuentra reflejada en el Censo de Altas del IAE. Así, las actividades incluidas en los epígrafes correspondientes a restauración, alojamiento, transporte y agencias de viajes suponen el 9,98 % de las actividades comarcales, con 312 altas, y el 8,31 % sobre el total de

Turismo



actividades relacionadas con el sector a nivel provincial.

Restauración

Las actividades de restauración suponen el 81,09 % del sector a nivel comarcal, con 266 altas. Este subsector se compone de 46 restaurantes (17,29 %) y 207 bares y cafeterías (77,81 %), a los que habría que sumar las 13 altas existentes como salas de baile y discotecas (4,88 %), por su similitud en la problemática medioambiental.

Dentro del apartado de restaurantes, están representados la totalidad de las categorías existentes a nivel provincial (de tres, dos y un tenedor), suponiendo el 10,29 % del total provincial (447 altas). Si bien, las 4 altas existentes en la comarca para restaurantes de tres tenedores corresponden al 25 % del total de este epígrafe en la provincia, siendo además prácticamente el doble

Turismo



la relación existente entre el número de altas y el total del censo: mientras a nivel comarcal, el epígrafe supone el 0,13 % del total de actividades, en el ámbito provincial la relación no llega al 0,05 %.

La categoría de bares y cafeterías, en la que incluimos por similitud las salas de baile y discotecas, con 220 altas, supone el 8,49 % del total provincial (2591 altas). Destacan los epígrafes correspondientes a «Otros cafés y bares», con 153 altas lo que supone el 49,04 % del total de estas actividades a nivel comarcal; y el referido a «Bares de categoría especial», con 45 altas (14,42 % del comarcal); siendo prácticamente irrelevantes el resto de las actividades, a excepción de las «Salas de baile y discotecas», 13 altas (4,17 %).

En la distribución comarcal de las actividades de restauración, se observa una clara preponderancia de Almagro, por su destacada orientación turística,

seguido de Bolaños de Calatrava y Miguelturra. En la ciudad encajera, se encuentran situados el 39,13 % de los 46 restaurantes del territorio; y el 26,14 % de las licencias de bares. Por su parte, en Bolaños de Calatrava existen sólo 6 restaurantes (13,04 %) y 36 licencias de bares (23,53 %), si bien destaca el epígrafe correspondiente a «Bares de categoría especial» con 16 licencias, lo que supone el 35,56 % del total comarcal. Miguelturra cuenta con 11 restaurantes (el 23,91 % comarcal), 31 licencia de bares (20,26 %) y el 20 % de los «Bares de categoría especial», con 9 altas.

A cierta distancia de los núcleos ya señalados, se encuentran Pozuelo de Calatrava, Torralba de Calatrava, Aldea del Rey y Carrión de Calatrava. El primero de los señalados cuenta con un total de 19 licencias, de las cuales 13 corresponden a bares (el 8,50 % comarcal), 4 a «Bares de categoría especial» (8,89 % comarcal) y 2 a «Restaurantes de dos tenedores (el 11,76 %). Torralba tiene 8 altas de bares, 2 como «Bares de categoría especial», otras 2 como restaurantes y 1 como «Café-bar de sociedades y casinos»; mientras que Aldea del Rey, también con un total de 13 altas, cuenta con 2 restaurantes, 7 bares y 4 «bares de categoría especial». Carrión de Calatrava sólo tiene 9 licencias en este apartado: 6 bares, 1 «Bar de categoría especial» y 2 restaurantes.

El resto de poblaciones de la Mancomunidad de Municipios presentan ya una baja tasa de actividad. Así, Ballesteros de Calatrava sólo cuenta con 4 licencias, si bien en ésta población está ubicado uno de los cuatro únicos restaurantes de tres tenedores existentes en el territorio; Granátula de Calatrava cuenta también con 4 altas (tres como bares y uno como «bares de categoría

Turismo



especial»), si bien con posterioridad a la fecha de confección oficial del Censo, ya dentro del presente ejercicio, cuenta con un mesón-restaurant; Valenzuela de Calatrava, con 5 altas como bares; Villanueva de San Carlos, con 3 (un restaurante y dos bares), siendo en Villar del Pozo inexistente la actividad.

Alojamiento

Teniendo presente lo señalado en cuanto a la orientación turística de la comarca, a través del importante núcleo receptor de visitantes que representa la localidad de Almagro, con su conjunto momental y el teatro, las actividades de alojamiento suponen el 7,05 % (22) del censo comarcal de altas relacionadas con el turismo, mientras a nivel provincial representan tan sólo el 5,99 %.

Las altas como hoteles en la comarca son 4, el 8,16 % de las existentes en la provincia, llegando al 12,77 % en el caso de las licencias como hostales y

pensiones, con 12 altas en todo el territorio. Por su parte, el alojamiento en casas rurales cuenta con 4 licencias, el 10,26 % de las provinciales, siendo prácticamente irrelevante las altas como fondas o casas de huéspedes, con sólo 2 licencias (el 5,71 % provincial). No obstante, la comarca no cuenta con alta alguna como campings, campamentos o apartahoteles.

Por distribución comarcal, el municipio de Almagro representa el 36,36 % del total de comarcal, con 8 altas en actividades de hospedaje. Cuenta con tres de las cuatro licencias correspondientes a hoteles, entre las que se encuentra uno de los dos únicos paradores nacionales existentes a nivel provincial. Asimismo, aparecen 2 altas como hostales, que representan la totalidad de las existentes en la comarca; mientras las fondas y casas de huéspedes, con un alta, suponen el 50 % de las comarcales, al igual que las casas rurales, con dos establecimientos.

Bolaños de Calatrava, a pesar de la ser el municipio mayor y su cercanía a Almagro, cuenta tan sólo con 2 altas en la categoría de «Hostales y pensiones», lo que supone tan sólo el 9,09 % del total comarcal. Con igual número de altas, a pesar de su menor población, se encuentra Carrión de Calatrava, donde existe una licencia como hostel y otra como fonda o casa de huéspedes. Miguelturra, debido a su proximidad a la capital, cuenta con un total de tres altas para establecimientos de hospedaje en la categoría de hostales o pensiones; al igual que Pozuelo de Calatrava, donde dichas licencias suponen el 25 % de las existentes para la categoría a nivel comarcal. En Torralba de Calatrava existen dos licencias, una correspondiente a la categoría de hoteles y otra como hostel o pensión.

Turismo



Por su parte, en los municipios de Aldea del Rey y Granátula de Calatrava no existe hospedaje alguno, a pesar del atractivo turístico que supone en alguno de ellos el patrimonio monumental y arqueológico, ligado a Oreto como capital romana y sede episcopal visigoda o al sacro convento de Calatrava la Nueva, como sede de la Orden de Calatrava. Asimismo, tampoco existe hospedaje ni en Valenzuela de Calatrava, a pesar de su proximidad al centro receptor de Almagro, ni en Villar del Pozo.

Transporte

Las actividades relacionadas con el transporte de personas cuentan en la comarca de 22 altas, el 7,05% del censo comarcal de las altas relacionadas con el turismo. En la provincia de Ciudad Real existen 389 en este tipo de actividad, el 10,36% de las altas del sector turístico.

Dentro de esta categoría, se pueden encontrar en la comarca dos tipos de actividad, las incluidas en el epígrafe correspondiente al “Transporte por Autotaxis” y las de “Transporte de viajeros por carretera”.

En la comarca existen 19 altas en transporte por autotaxis, el 6,09% de las altas del sector turístico. Los municipios que cuentan con un mayor número de altas corresponden a los más poblados de la comarca, Bolaños y Miguelturra, ambos con 5 altas, distribuyéndose el resto de las altas de forma desigual por la mayor parte de los municipios de la comarca, con las excepciones de Carrión, Granátula y Villar del Pozo, donde no hay registrada ninguna licencia de este tipo.

Por su parte, bajo el epígrafe de transporte de viajeros por carretera, existen 3 altas a nivel comarcal. Destacar que en la provincia esta actividad cuenta con un número de altas proporcionalmente muy superior, existiendo 129 de ellas. Es un hecho que resulta difícilmente explicable sobre todo teniendo en cuenta la localización geográfica de la comarca y las buenas comunicaciones con las que cuenta. Las altas comarcales están situadas en los municipios de Ballesteros, Bolaños y Valenzuela. Corresponden a empresas que prestan sus servicios no solo a usuarios locales, sino también a turistas, con transporte a puntos de toda la provincia.

Agencias de viajes

En las localidades que forman la Mancomunidad de Municipios existe actualmente una única alta en actividades correspondientes a Agencias de viajes, que se sitúa en Bolaños de Calatrava. En la provincia de

Turismo

Ciudad Real se contabilizan 49 de este tipo de altas. Como se ocurría anteriormente la comarca presenta un escaso desarrollo en este sector de actividad, máxime si se considera la importancia turística que presentan muchos de los municipios de la comarca, y especialmente Almagro.





18

Turismo

Turismo y Medioambiente

La actividad turística es una de las más dependientes de un entorno saludable y adecuado a cada particular tipo de turismo. Desde el turismo más estrictamente de ciudad, que requiere de cuidadas zonas históricas, parques y jardines, hasta el turismo de aventuras y activo en espacios naturales.

El caso castellano-manchego en general y el del Campo de Calatrava en particular, se basa en una oferta de temperaturas variables (invierno-verano), entornos urbanos agradables y añadido a esto el aliciente de algunos interesantes espacios naturales.

En el Campo de Calatrava, el paisaje tan peculiar por sus características volcánicas y las formas de cultivos tradicionales, que también configuran el paisaje, son de una gran fragilidad, pues estos paisajes geológicos no se pueden regenerar con la facilidad de un bosque, y las zonas de cultivo tradicional también están desapareciendo, por el abandono de las labores agrícolas en beneficio del sector terciario y por cambios en las prácticas y tipos de cultivo.

La percepción del entorno para nuestros visitantes es de gran importancia para nuestra oferta turística y su “naturalidad” uno de los pilares de nuestra diferenciación respecto a otros destinos.

1. SISTEMA DE TURISMO RESPONSABLE.

Ninguna empresa puede hoy día permanecer ajena a los factores medioambientales, ya que estos están presentes en todas las actividades humanas, bien como agente que las condiciona o como elemento que resulta afectado por ellas.

Por otra parte, la nueva legislación, el interés de los consumidores y la concienciación de la importancia del cuidado de nuestro entorno, son aspectos que influyen decisivamente en la política medioambiental a adoptar por las empresas.

Por ello es importante establecer políticas que tengan como resultado la aplicación de buenas prácticas ambientales como instrumento para la consecución de un sistema de turismo responsable.

Para alcanzar este objetivo, toda empresa debe prepararse previamente a través de los siguientes pasos:

a.- Definición de la política medioambiental, definiendo por escrito la política de actuación en materia medioambiental, para comunicar a todas las partes interesadas de la organización hacia donde se dirige la empresa, dando lugar a un compromiso del cumplimiento de la legislación medioambiental y de mejora continua en relación con el medio ambiente.

La política debe ser adoptada al más alto nivel de dirección para ser verdaderamente efectiva y debe ser revisada periódicamente.

B.- Revisión medioambiental inicial que permita

conocer detalladamente el actual estado de la empresa desde el punto de vista de la gestión medioambiental, incluyendo una revisión del cumplimiento de la legislación medioambiental aplicable.

C.-Evaluación de los efectos medioambientales que constituye una metodología eficaz para conseguir información objetiva y fiable acerca de los posibles efectos medioambientales derivados de las actividades de la empresa y puede servir de base para la formulación de los objetivos medioambientales de la misma.

D.- Elaboración de un programa medioambiental para determinar estrategias, objetivos, líneas de actuación, recursos actualizados y la asignación de responsabilidades que permitan a la empresa alcanzar los objetivos medioambientales previamente expresados.

E.- Implantación de un sistema de gestión medioambiental para conseguir alcanzar los objetivos propuestos por medio de un sistema de procedimientos operativos y de control. Este sistema deberá recoger como mínimos obligatorios los puntos a que se hace referencia en la norma UNE-EN-ISO 14001:1996, además de los que la organización considere oportuno incluir.

F.- Una vez implantado el sistema se debe proceder a la realización de auditorias medioambientales para evaluar el grado de cumplimiento de los requisitos exigidos y de los compromisos adquiridos por la propia empresa a través de sus objetivos medioambientales.

G.- Elaboración de informes medioambientales como requisito de la norma.

2. APLICACIÓN DE LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL A LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO.

El sector turístico, al igual que cualquier otro sector económico, basa su actividad en el aprovechamiento y utilización del medioambiente como un recurso fundamental de su oferta (naturaleza) y como base para la propia instalación (suelo, agua, energía...). Así, el éxito está cada vez más determinado por que los establecimientos turísticos estén ubicados en un medioambiente cuidado y bien conservado, dispongan de un aporte de recursos (agua, energía, materias primas) asegurado y de calidad, y traten sus residuos lo más adecuadamente posible.

El reto está en mantener un buen nivel de rentabilidad y, paralelamente, asegurar que la competitividad no va a verse dificultada en un futuro por una pérdida de atractivos. Esto pasa por un mayor respeto al medio ambiente, lo que sólo será alcanzable a través de una gestión adecuada del mismo. Incluir la variable medioambiental tiene dos implicaciones claras para el sector turístico: por un lado va a contribuir a un mejor posicionamiento en el mercado y por otro permite una mayor eficacia en la gestión.

En cuanto al primer aspecto los beneficios fundamentales serían los siguientes:

* Mejor imagen de la empresa de cara al turista y a la población local, ya que cada vez los ciudadanos, en particular los europeos, son más conscientes de los problemas medioambientales.

* Aumento de la cuota de mercado fruto de disponer de un valor añadido como el medioambiental, cada día más tenido en cuenta en la toma de decisiones de los clientes.

* Preferencia por parte de los Touroperadores hacia empresas con un correcto comportamiento medioambiental. En la actualidad algunos Touroperadores incorporan variables de tipo medioambiental en los cuestionarios que pasan a sus clientes.

* Preparación para prevenir nuevas situaciones de demanda o exigencia ambiental. Esta exigencia puede venir desde el propio mercado bien por los agentes comercializadores, bien por los clientes directamente.

* Posibilidad de incrementar el precio del servicio, tras una comunicación de las medidas que se están adoptando.

La puesta en marcha de acciones de mejora medioambiental en empresas turísticas induce a la obtención de importantes beneficios desde el punto de vista de su gestión interna, como por ejemplo:

* Ahorro energético mediante una reducción en el consumo, con el consiguiente ahorro económico.

* Ahorro y reutilización del agua.

* Disminución de residuos mediante medidas de reutilización, reciclaje y valorización de los mismos.

* Ahorro ante costes motivados por cánones por utilización de recursos tales como: agua potable, agua residual, residuos, etc.

* Mejora de las relaciones con la Administración y con el entorno social, favoreciendo la obtención de licencias y permisos.

* Prevención ante multas y sanciones,

evitándose la producción de denuncias y quejas por terceros.

- * Mejora del entorno inmediato, favoreciendo directamente la calidad paisajística del destino.

- * Incremento de la calidad de la empresa, al actuar las medidas medioambientales como medidas sinérgicas de calidad y ser algunas de estas medidas copartícipes del concepto de calidad total turística.

- * Mejora del ambiente de trabajo y creación de una conciencia de eficacia en el conjunto de la empresa.

- * Prevención ante producción de accidentes que pueden perjudicar al medio ambiente, con sus consiguientes consecuencias jurídicas, económicas y sociales.

- * Mayor disponibilidad de recursos, colaborando con la sostenibilidad del destino turístico.

No debemos olvidar que la introducción de parámetros y exigencias medioambientales en la gestión de las organizaciones españolas cada vez es mayor, a raíz de nuestra incorporación a la Unión Europea, con las consiguientes transposiciones de Directivas comunitarias al derecho español, y la aplicación de reglamentos comunitarios en materia de medioambiente. Es por ello, que las empresas que se adelanten a dichos requerimientos obtendrán una posición privilegiada de posicionamiento y aumentarán su competitividad.

Como resumen, indicamos que los requisitos que componen el estándar del Sistema de Turismo Responsable y los criterios en los que éstos se basan son:

- * Criterios de ahorro de recursos: basados en el

objetivo de minimizar el consumo de recursos, especialmente los no renovables, mediante la adopción de sistemas de ahorro y usos eficaces. Se refiere a los elementos y sistemas físicos y a las actividades que se realizan en los procesos básicos: indirectos (internos o de gestión) y de servicios (orientados al cliente).

* Criterios de eficacia medioambiental: basados en la gestión consciente y responsable del establecimiento para que su actividad sea consecuente con la protección del medioambiente. Básicamente agrupa al conjunto de criterios que permiten minimizar el impacto ambiental.

* Criterios de sostenibilidad: en los que se incluyen aquellos relacionados con los principios y objetivos adoptados en los diversos foros de turismo sostenible.

* Criterios de calidad ambiental: relativos a las características ambientales de los diversos factores físicos y otros, internos y externos, que concurren en el establecimiento y en su actividad, así como los productos y servicios que este ofrece que pueden afectar a la salud, a la seguridad y al confort de los clientes y del personal del mismo y a la satisfacción de sus expectativas de calidad en relación al entorno.

* Criterios de calidad turística: relativos a la veracidad del marketing, a la orientación hacia la satisfacción de los clientes y a otros aspectos de los servicios de los clientes.

3. BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA IMPLANTAR UN SISTEMA DE TURISMO RESPONSABLE.

Las normas del Sistema de turismo Responsable se dividen en los siguientes grupos:

- * De gestión de buenas prácticas en compras.
- * De buenas prácticas en operaciones.
- * De instalaciones, sistemas y equipos.
- * De información y servicios.

3.1. BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN.

Se recogen en este grupo normas que van desde el cumplimiento de las disposiciones legales de carácter ambiental de modo previo y continuado, a la implantación en la conservación y mejora de los patrimonios y de la calidad de vida del destino turístico.

Es muy importante la implicación del establecimiento turístico en la calidad del entorno y de la vida cultural y patrimonial de la zona en que se desarrolla su actividad, así como en la comunicación por el sistema de sugerencias y quejas tanto de clientes, como de asociaciones de carácter público o privado, autoridades y, por supuesto, de los propios clientes.

La sostenibilidad de las zonas turísticas está muy relacionada con la buena gestión ambiental, la conservación del patrimonio y calidad de vida de la zona turística.

3.2. BUENAS PRÁCTICAS DE COMPRAS.

No fabricamos productos agresivos, no tenemos grandes instalaciones de producción, pero en el sector terciario podemos incidir en esta de forma notable con una política de compras responsable que minimice o anule los consumos de productos que tengan los costes medioambientales más altos.

En esto se fundamenta la política de buenas prácticas de compras. Básicamente, estas normas tratan de eliminar los consumos de productos como CFC, carbón, odorantes, colorantes químicos, cloro, etc. Por otro lado, hacer una valoración de nuestros proveedores y crear en ellos la necesidad de unos procedimientos de trabajo más respetuosos con el medio ambiente.

3.3. BUENAS PRÁCTICAS DE OPERACIONES.

Se encuadran en este apartado una serie de normas que tratan de que los trabajos que se realizan habitualmente por los distintos departamentos tengan el mejor resultado medioambiental.

Se trata de minimizar las molestias del funcionamiento de diversa maquinaria o eventuales trabajos de reforma, limitaciones de sonido de teléfono y en equipos de televisión y música.

Podemos agrupar otras normas de este apartado como las relacionadas con el tratamiento de los residuos, la donación de artículos desechados a entidades

benéficas, la recogida de pilas o aceites usados y la no incineración.

Entre las normas de operaciones hay que destacar las que tratan de la eficaz gestión del agua y de la energía. Es recomendable mantener un libro de registro de energía en el que figuren los consumos, así como los contratos, tarifas de compañías suministradoras y otros datos de interés. En el bloque que podríamos llamar de emisiones, tenemos las referidas a calderas y revisiones de vehículos del establecimiento, que también pueden relacionarse con la eficiencia energética.

Algunas de estas normas están recogiendo preceptos legales, por ejemplo las de potabilidad del agua, control de productos tóxicos y peligrosos, emisiones de caldera y vehículos, uso de plaguicidas y herbicidas, pero se trata de ir un poco más allá del cumplimiento legal, tratando de alcanzar los mejores procedimientos posibles dentro de unos razonables costes.

3.4. BUENAS PRÁCTICAS DE INSTALACIONES, SISTEMAS Y EQUIPOS.

En este grupo se incluyen normas que podríamos considerar de carácter previo, es el caso de la ubicación en zona libre de actividades clasificadas o el bajo impacto ecológico por construcción, otras que serían procedimientos de buenas prácticas como la recogida selectiva interna de residuos o la de residuos especiales.

Son de especial de interés, como reseñamos anteriormente, las normas que tienen que ver con el uso del agua, su reciclado y reutilización y dispositivos de bajo consumo en duchas y sanitarios. Para lograr la menor incidencia visual y una cierta relación del edificio con el entorno se utilizarán elementos decorativos autóctonos.

3.5. BUENAS PRÁCTICAS DE INFORMACIÓN Y SERVICIOS.

Encontramos aquí normas de servicio como son los platos típicos de la zona y vegetarianos y el poner a disposición de los clientes de modo gratuito o el alquiler bicicletas. Se trata con ello de generar comportamientos responsables con el transporte y la alimentación al promocionar los productos autóctonos para los platos típicos.

Se aconseja a los establecimientos a disponer de abundante información sobre las actividades que no sean agresivas con el entorno.

Es importante aconsejar a los clientes un comportamiento responsable con el entorno y desarrollar una labor didáctica y de justificación de las medidas adoptadas por el establecimiento y que les pueden resultar desconocidas.

4. IMPLANTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES.

A continuación, con el fin de facilitar a las empresas turísticas la implantación de Buenas Prácticas Ambientales, elaboramos una tabla resumen en la que aparecen las principales disconformidades y los medios para subsanarlas.

AREA	NO CONFORMIDAD	POSIBILIDAD DE MEJORA
	1.1. Inexistencia de objetivos y política medioambiental escrita.	Formular una serie de objetivos medioambientales que vertebren una política medioambiental escrita.
	1.2. No existe la figura del responsable medioambiental.	Crear la figura del responsable en temas medioambientales. (esta responsabilidad no debe ser exclusiva)
	1.3. No existen programas de formación medioambiental a ningún nivel.	Elaborar un calendario con programas de formación.
	1.4. La empresa no cuenta con manuales de gestión y auditoría ni de buenas prácticas ambientales.	Elaborar un manual de buenas prácticas ambientales.
	1.5. No se cuenta con carteles informativos sobre medidas de calidad y buenas prácticas.	Creación de carteles informativos sobre medidas de calidad y buenas prácticas.
	1.6. El sistema de quejas y encuestas de satisfacción de clientes no contempla aspectos medioambientales.	Introducir la variable medioambiental en este sistema. Mejorar el sistema actual existente.
	1.7. No existe un sistema interno de comunicación, sugerencias y quejas.	Implantar la estructura de comunicación adecuada.
COMPRAS	2.1 no existe un control medioambiental sistemático de los proveedores de servicios y productos.	Contactar con los proveedores y exigirles los requisitos de calidad y medioambientales verificables.
	2.2 consumo de plaguicidas y herbicidas de toxicidad media y alta.	Elegir alternativas a estos productos que sean menos contaminantes (toxicidad baja)
	2.3. No se utiliza papel reciclado o ecológico en el establecimiento.	Contactar con proveedores e imprentas que utilicen papel reciclado.
	2.4 consumo de cloro en piscinas.	Estudiar métodos alternativos para el mantenimiento de las piscinas (ozono, sales, etc...)

AREA	NO CONFORMIDAD	POSIBILIDADES DE MEJORA
AGUAS	3.1. No hay un programa escrito de minimización de consumos.	Estudiar la posibilidad de utilizar las aguas jabonosas para uso en cisternas. Incluir el control de los consumos de agua en los controles de mantenimiento y control de instalaciones y consumos.
	3.2. No hay implantadas medidas de ahorro de agua.	Instalación de cabezales de bajo consumo en las duchas. Controlar periódicamente el flujo de descarga de los retretes. Instalar grifos temporizados o por células.
	3.3. No hay libro de mantenimiento y revisión periódica de los grifos, fregaderos y lavabos.	Elaboración de un libro de mantenimiento y revisión periódica.
ENERGIA	4.1. No existe un libro de registro de energía.	Elaborar un libro que recoja los consumos, los aspectos técnicos de las instalaciones, sus revisiones, etc...
	4.2. No se utilizan bombillas de bajo consumo.	Instalación de bombillas de bajo consumo.
	4.3. Estudio y empleo de energías renovables.	Estudiar la implantación de energías renovables.
EMISIONES GASEOSAS	5.1. no hay control de calidad del aire interior.	Estudio periódico de la calidad del aire interior sobre la presencia de microorganismos en los sistemas de aire acondicionado.
	5.2. No hay mantenimiento periódico y registros de los filtros de aire y ventilación.	Revisiones periódicas y registro documental de las mismas.
AGUAS RESIDUALES	6.1. No se utilizan las aguas residuales para la alimentación de sistemas.	Estudiar la posibilidad de emplear las aguas jabonosas procedentes de los lavabos y duchas para los sistemas.
RESIDUOS	7.1. no existe una minimización de residuos y gestión adecuada de los valorizables.	Recogida selectiva de residuos valorizables existentes en las basuras y que actualmente pueden ser gestionados: papel, cartón, vidrio, envases, plásticos, textiles... etc. Estudio de minimización de residuos desde compras.
	7.2. No existe un plan de recogida selectiva de residuos.	Elaborar un plan escrito en el que se indique como realizar la recogida selectiva y la gestión de los residuos valorizables y residuos especiales.
	7.3. No hay información visible en puntos de manejo de productos tóxicos.	Elaboración de carteles informativos sobre características y manipulación de productos tóxicos, peligrosos o inflamables en aquellos lugares donde se almacenen o manipulen.
	7.4. Hay freones R12 en los distintos equipos.	Sustituir los freones R12 por otro tipo de productos menos perjudiciales para la capa de ozono (se pueden sustituir por freón R22).
	7.5. Falta control documental (registros) de gestión de residuos.	Debe existir constancia documental de los residuos retirados por gestores autorizados. Debe existir constancia documental de los residuos generados y de los tratamientos de los mismos.

AREA	NO CONFORMIDAD	POSIBILIDADES DE MEJORA
INSTALACIONES Y SERVICIOS	8.1. No existen iniciativas para favorecer el patrimonio del territorio.	Buscar los cauces para colaborar en la conservación del patrimonio local. Incluir elementos de artesanía local en las zonas comunes y en las unidades de alojamiento.
	8.2. No se da información medioambiental a los clientes.	Deben existir carteles indicadores de los beneficios medioambientales derivados de la realización de buenas prácticas medioambientales: cambio de ropa de cama y de toallas de baño de forma no diaria.
	8.3. No existe control de la contaminación acústica.	Realización de mediciones periódicas. Cumplimentación del libro de registro. Limitación de ruidos en TV y equipos de sonido.
	8.4. No hay implantación de periodos de silencio.	Informar por escrito de estos periodos de silencio.
	8.5. No se cuenta con acristalamiento aislante o tintado en áreas con temperatura acondicionada.	Estudiar la posible implantación de esta medida.
	8.6. No hay sistemas de información medioambiental mínimos.	Colocar avisos y notas informativas sobre comportamiento y consejos ecológicos.
	8.7. No existe control sobre la promoción ecológica y turística.	Informar de forma veraz a los clientes sobre posibles alternativas turísticas existentes en el territorio.

5. SISTEMA DE TURISMO RESPONSABLE: NORMAS DEL ESTANDAR.

5.1. GESTIÓN

- * Disposiciones legales de finalidad ambiental.
- * Política de turismo responsable.
- * Plan de acción para el cumplimiento de la política de turismo responsable.
- * Programa de motivación y formación de los empleados.
- * Marketing responsable.
- * Sistema receptor de sugerencias y quejas.
- * Periodos de especial silencio en zonas de alojamiento.
- * Programa de eficiencia y ahorro energético.
- * Calidad ambiental del entorno inmediato del establecimiento.
- * Conservación y mejora de los patrimonios y de la calidad de vida del destino.
- * Mejora de la gestión responsable.

5.2. BUENAS PRÁCTICAS EN COMPRAS

- * Adquisición de productos y servicios.
- * No consumo de productos en pequeñas porciones y en envases no ecológicos.
- * No consumo de carbón.
- * No consumo de odorantes químicos no ecológicos.
- * No consumo de papel higiénico coloreado.
- * Papel reciclado en consumo interno.

- * Consumo de papel fabricado sin cloro para comunicaciones con públicos externos.
- * No utilización de cuberterías, platos, vasos, manteles y servilletas de usar y tirar en material no reciclado.
- * No consumo de aerosoles con CFC.
- * No consumo de equipos de frío con gases perjudiciales para la capa de ozono.
- * No consumo de extintores con Halones.
- * No consumo de productos derivados de especies de flora y fauna que necesiten protección.

5.3. BUENAS PRÁCTICAS EN OPERACIONES

- * Minimización de molestias.
- * Control periódico de la potabilidad del agua.
- * Mantenimiento periódico de los filtros.
- * Eficiencia y ahorro energéticos.
- * Mantenimiento de un libro de registro de energía.
- * No vertido de aceites, grasas u otros residuos de cocina en desagües.
- * Ahorro en el consumo de agua.
- * Cambio de toallas.
- * Reducción del volumen de descarga de las cisternas de los sanitarios.
- * Uso de productos de lavado, mantenimiento, limpieza y desinfección, de bajo impacto ambiental.
- * Minimización de la generación de residuos y adecuada disposición final de estos.
- * Donación de artículos desechados a organizaciones benéficas o colectivos necesitados.
- * Recogida y entrega de pilas a un gestor

autorizado.

- * Revisión y certificación periódica de las emisiones de las calderas.
- * No incineración de residuos.
- * Control del uso de fertilizantes, plaguicidas y herbicidas químicos.
- * Control del uso de productos tóxicos, peligrosos e inflamables.
- * Limitación del sonido de los teléfonos.
- * Limitación del volumen máximo de televisores, radios e instalaciones musicales.
- * Mantenimiento periódico de los vehículos.

5.4. INFORMACIÓN Y SERVICIOS

- * Comportamiento responsable de los clientes.
- * Transporte público para clientes.
- * Servicio de información turística.
- * Áreas con prohibición de fumar.
- * Platos típicos y vegetarianos.
- * Bicicletas para clientes.

5.5. INSTALACIONES, SISTEMAS Y EQUIPOS

- * Ubicación en zona libre de actividades clasificadas y vías de alta velocidad.
- * Bajo impacto ecológico por emplazamiento, construcción y consumo de recursos.
- * Limitación del nivel sonoro.
- * Luminarias de bajo consumo.
- * Desconectadores generales de iluminación y ventilación en las unidades de alojamiento.
- * Dispositivos de regulación de la calefacción

y del aire acondicionado.

- * Ubicación de los radiadores.
- * Reutilización de la energía residual o aprovechamiento de energías renovables.
- * Tuberías de calefacción y agua caliente aisladas con material no contaminante.
- * Depuración de aguas residuales.
- * Separadores de aceites y grasas.
- * Dispositivos de bajo consumo o reutilización de aguas para riego de jardines.
- * Cabezales de bajo consumo en duchas de unidades de alojamiento.
- * Grifos temporizados o de activación por célula en los lavabos de los servicios higiénicos de uso general.
- * Fluxómetros en los urinarios de los servicios higiénicos de uso general.
- * Receptores de residuos en los cuartos de baño.
- * Sistema de recogida selectiva de residuos urbanos.
- * Sistema de recogida selectiva interna y entrega a gestor autorizado de residuos especiales.
- * Depósitos para pilas y medicamentos.
- * Almacenamiento de productos tóxicos, peligrosos e inflamables.
- * Área exterior ajardinada.
- * Plantas de interior.
- * Control y mantenimiento del nivel adecuado de humedad del aire interior.
- * Minimización del impacto visual de las instalaciones con pantallas vegetales.
- * Zonas de enarenado y rodales de plantas autóctonas en jardines.
- * Decoración con elementos de artesanía local.

6. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS MEDIOAMBIENTALES.

6.1. DENOMINACIÓN

Procedimiento de Marketing Responsable.

6.1.1. Objeto

Todos los mensajes promocionales del establecimiento deben facilitar una información veraz y equilibrada sobre la calidad y la oferta del establecimiento y del destino, especialmente en lo relativo a actuaciones, comportamiento y calidad ambiental. Además, esta información debe no crear expectativas no ecológicas o perjudiciales para el destino y para los espacios naturales.

6.1.2. Alcance

El alcance de este procedimiento es encontrar todos los mensajes promocionales que se facilitan en el establecimiento, tanto los privados, elaborados por el mismo establecimiento u otros agentes, como los públicos de la Mancomunidad u otros organismos.

6.1.3. Procedimiento

Todo folleto, mensaje en cartel o información publicitaria a presentar en el establecimiento debe ser revisado por la dirección.

Se aprobará o desestimará su exposición en el establecimiento según el criterio de la dirección.

En los casos en que la publicidad sea desestimada, se informará por escrito al agente, quedando constancia en el registro. También se

registrarán los mensajes que hayan sido aprobados para su exposición en el establecimiento.

Todos los mensajes promocionales, tanto los propios del establecimiento, como los públicos y privados del destino, deben ser revisados y sometidos anualmente a nueva aprobación.

6.1.4. Responsabilidad y Organización

El control y evaluación de todo mensaje promocional interno o externo es responsabilidad directa de la dirección o del encargado@ de marketing si existiera.

6.1.5. Registro

Se debe llevar un registro documental de toda la publicidad propia y de terceros, públicos o privados, expuesta en el establecimiento. Estarán registradas las desestimaciones que se hayan hecho durante el año.

6.2. DENOMINACIÓN

Procedimiento de Información Turística.

6.2.1. Objeto

El servicio de información turística debe proveer a los clientes, además de información verbal en la recepción, de material organizado y estructurado para consulta. Debe contener información acerca de:

- * Excursiones, rutas, actividades, acontecimientos y manifestaciones programadas (propias o de terceros).

- * Recursos turísticos visitables.

- * Paisajes, flora y fauna.
- * Costumbres, producción artesanal y gastronomía.

Debe motivar a la visita a zonas infravisitadas, no debe incluir datos de oferta de actividades con impacto ambiental; debe contener consejos sobre comportamiento ecológico, aspectos medioambientales a cuidar especialmente, sobre respeto a las costumbres locales, observaciones sobre lugares y valores sensibles y otros aspectos.

6.2.2. Alcance

Este sistema de información tiene que ser suficiente para cubrir todas las cuestiones de los clientes sobre el destino. Debe estar visible y se informará de su existencia en la información general del establecimiento.

6.2.3. Procedimiento

El responsable del servicio será el personal de recepción, excepto la elaboración del folleto que corresponde a la dirección o al personal de marketing si lo hubiera.

Los folletos turísticos generales estarán en recepción.

Se ubicarán en un lugar visible.

El personal encargado de la recepción conocerá el folleto para dar las indicaciones precisas a los clientes. Serán responsables del control de su uso según las normas implantadas.

Las normas de consulta se mostrarán claramente en la portada de los folletos.

Se revisará semanalmente el estado de los

folletos para su reposición.

La revisión y actualización será anual.

6.2.4. Responsabilidades y Organización

La responsabilidad de elaboración y selección corresponde a la dirección y al encargado de la recepción.

6.2.5. Registro

Se llevará registro de las actualizaciones del folleto. Serán revisadas, aprobadas y registradas por la misma dirección.

6.3. DENOMINACIÓN

Directrices e Instrucciones de Compras.

6.3.1. Objeto

La compra de productos y servicios y la adquisición de bienes y equipos son una de las partes más importantes de los procedimientos que se llevan a cabo en los establecimientos turísticos.

Su incidencia en la gestión medioambiental es, por lo tanto, elevada. Influye en actividades de uso de productos, en la generación de residuos, en su posible carga contaminante y en otros aspectos que deben ser considerados.

Este manual de directrices e instrucciones pretende controlar toda la gestión de compras, atendiendo a los criterios medioambientales.

6.3.2. Alcance

Las compras que deben controlarse por este manual son todas las necesarias para el funcionamiento y provisión del establecimiento. Esto es, las siguientes:

- Comida y bebida.
- Productos de limpieza, jardín y piscina y mantenimiento, como pinturas y disolventes.
- Mobiliario y equipamiento.
- Productos de oficina y publicidad.

6.3.3. Responsabilidad y Organización

El responsable de llevar a cabo todas las directrices e instrucciones de este manual es el encargado de compras.

La dirección hará las revisiones y comprobaciones pertinentes según la propia reglamentación interna.

6.3.4. Directrices e instrucciones

6.3.4.1. *Evaluación ambiental de los proveedores.*

El criterio de evaluación de proveedores está basado en:

1. *Un análisis de las prácticas medioambientales del proveedor:*
 - a. Reutilización de embalajes.
 - b. Recogida y adecuada gestión de residuos provenientes de los productos suministrados.
 - c. Posible existencia de un sistema de gestión medioambiental normalizado, o de medidas adoptadas de carácter medioambiental.

2. *Las características medioambientales de los productos suministrados:*

a. Las características y especificaciones del producto o servicio, considerando su calidad, carga contaminante y la peligrosidad en el manejo.

b. Facilidad de gestión o de reutilización de los residuos del producto.

La evaluación de proveedores se realizará de acuerdo a criterios de calidad y medioambientales.

Para evaluar periódicamente a los proveedores, el encargado de compras dispone de los datos procedentes de las no conformidades que le llegan desde las diferentes áreas del establecimiento, de las incidencias registradas en el área de compras y de las innovaciones de carácter medioambiental que pueden haberse adoptado.

Con carácter anual, el encargado de compras analiza todos los proveedores con las no conformidades, incidencias e innovaciones producidas, estableciendo una evaluación que se cataloga de la siguiente forma:

- Muy negativa: incumplimiento de forma manifiesta de los requisitos medioambientales mínimos. En estos casos no se mantiene en el inventario de los proveedores.

- Negativa: a pesar de no incumplir de forma manifiesta, se pone en dificultad el desarrollo normal del sistema de gestión medioambiental del establecimiento. En estos casos, se decide un plazo para que el proveedor adopte las acciones necesarias.

- Aceptable: los proveedores han probado una mejora en sus preocupaciones por el medioambiente

introduciendo acciones de protección medioambiental, de reciclaje, de reutilización, incluso adoptando un sistema de gestión medioambiental. Se mantiene en el inventario de proveedores.

6.3.4.2. Buenas prácticas

Se elaborará un inventario con todos los proveedores y productos con los que trabaja el establecimiento.

Deberá contener datos de domicilio, características de homologación-evaluación, aspectos significativos del producto y cuantos datos adicionales sean necesarios.

Se hará control inmediato de los suministros, atendiendo a las especificaciones que se tiene de ellos, a los embalajes que traen, etc.

En los casos en los que el control se realice en el área que recibe los productos, el responsable de dicho área pasará un informe al encargado de compras indicando la comprobación y las posibles no conformidades.

Se estudiará el uso y la utilidad de todos los productos y elementos comprobados. El objetivo es reducir y/o eliminar los productos poco necesarios.

Deben exigirse las especificaciones e instrucciones de manejo, cuando sea el caso, que incluyan la repercusión medioambiental, para cada uno de los productos adquiridos.

Deben favorecerse las compras de productos locales. En el inventario de proveedores y productos y servicios, deberán indicarse cuales son los locales.

Deben favorecerse la compra de productos frescos.

Debe estudiarse la compra de productos alimentarios no tratados con pesticidas y herbicidas.

La compra de productos de mantenimiento debe seguir criterios ecológicos. Existen líneas de productos ecológicos y naturales que pueden sustituir a los tradicionales contaminantes.

Los productos tóxicos utilizados en el establecimiento deben adquirirse con un control detallado de sus especificaciones técnicas, en las que se refleje su grado de peligrosidad y como deben ser almacenados y manipulados. Igualmente deben aparecer las especificaciones precisas de los procedimientos a seguir en caso de intoxicación.

Las áreas del establecimiento que manipulen estos productos dispondrán de sus fichas para que elaboren carteles indicativos en los que se reflejen las especificaciones técnicas de los productos tóxicos y/o peligrosos, así como de las indicaciones para su uso y manipulación.

Los carteles deben encontrarse localizados en los sitios donde estén los productos y serán claros y concisos.

44

Los productos mencionados en el apartado

Turismo

anterior deben almacenarse en un lugar apartado de los alimentos y debidamente señalizado. El almacén de estos productos será ventilado y seco.

Se suprimirá la compra de odorantes químicos para los sanitarios y se favorecerá el uso de ambientadores ecológicos.

Se tenderá a la compra de productos alimenticios a granel para evitar los residuos procedentes de sus envases.

Se comprará papel reciclado.

Se debe favorecer la adquisición de productos que generen la menor cantidad de residuos de envases y embalajes.

Se debe suprimir la compra de productos alimenticios envasados en porciones individuales.

Se suprimirá la compra de productos no ecológicos en kits de baño.

Se suprimirá la compra de manteles, cubiertos, platos y servilletas de usar y tirar que no sean de material reciclado.

No se comprarán extintores con halones.

Los herbicidas y plaguicidas utilizados no podrán ser de lenta degradación.

No se comprarán productos derivados de especies de fauna y flora que necesiten protección.

El papel higiénico debe ser blanco.

Los aerosoles utilizados no contendrán gases contaminantes de la capa de ozono (CFCs y HCFCs).

6.3.5. Registros

El encargado de compras deberá llevar al día los siguientes documentos:

- Inventario de proveedores y productos.
- Registro de compras con fecha, cantidad y coste.

Si es necesario se adjuntarán las fichas de características del producto.

Se indicará en el registro de las compras si se ha hecho control del suministro y las posibles no conformidades encontradas.

El registro será revisado y firmado mensualmente por la dirección.

ESTABLECIMIENTO:				MANUAL DE DIRECTRICES E INSTRUCCIONES	
REFERENCIA:	DENOMINACIÓN: Directrices e instrucciones de compras			FECHA:	EDICIÓN:
RESPONSABLE EMISIÓN:		Sistema de Calidad Responsable	REVISIÓN:	Página	
RESPONSABLE APROBACIÓN:					
HOJA DE EVALUACIÓN					
PROVEEDOR:			DIRECCIÓN:		
Reutilización de embalajes	Recogida y gestión de residuos y productos de suministro		Existencia de medidas o gestión ambiental		Evolución y observaciones
Artículos	Fecha	Características del producto	Facilidad de gestión de residuos	Alternativa	Evaluación
NO CONFORMIDADES					
PROVEEDOR:		PRODUCTO:	FECHA:	CAUSA DE NO CONFORMIDAD:	



48

Turismo



Mancomunidad de Municipios del Campo de Calatrava

Plaza Mayor, 1
Almagro (Ciudad Real)

Tel.: 926 26 10 15

e.mail: m-campo-calatrava@localjarama.es



Mancomunidad de Municipios del Campo de Calatrava



GOBIERNO REGIONAL
de Castilla-La Mancha

UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo



El fondo social europeo contribuye al desarrollo del empleo, impulsando la empleabilidad, el espíritu de empresa, la adaptabilidad, la igualdad de oportunidades y la inversión en recursos humanos.