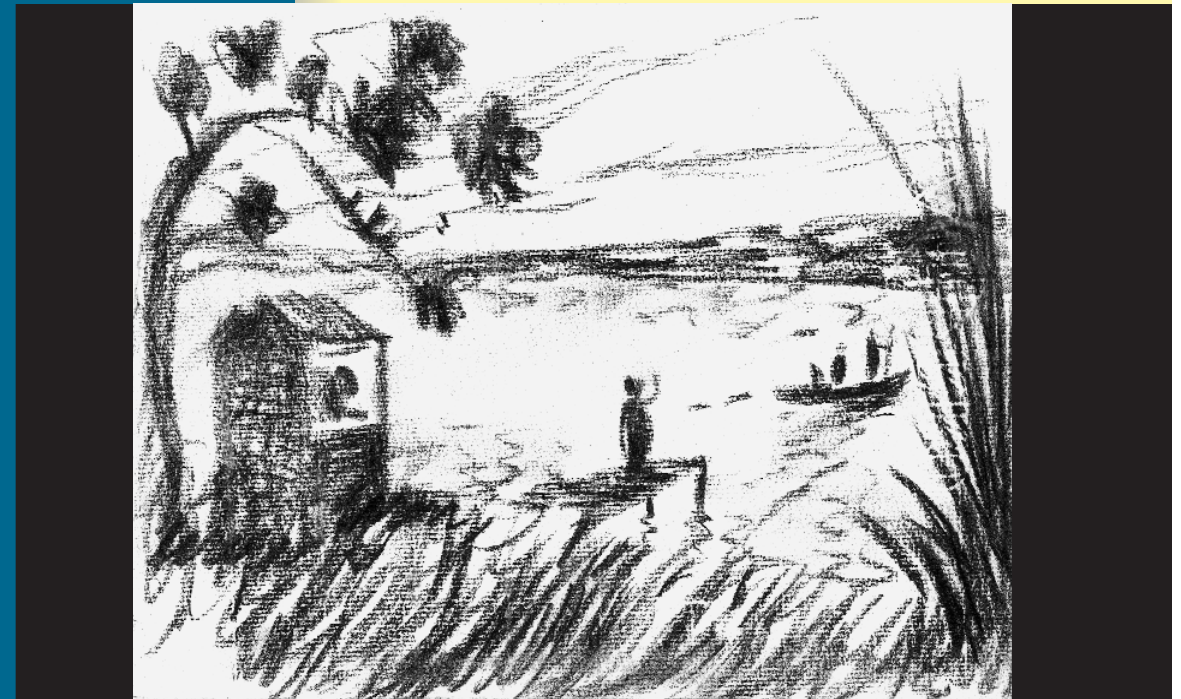


Coordinación: *Lola Teruel*



Herramientas para la gestión del turismo sostenible en humedales

3. Manual para la implementación de buenas prácticas en las empresas turísticas



MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE

SECRETARIA
GENERAL
DE MEDIO AMBIENTE

PARQUES
NACIONALES

MINISTERIO
DE
MEDIO AMBIENTE
PARQUES
NACIONALES

Serie Cuadernillos Técnicos

Serie Cuadernillos Técnicos

Herramientas para la gestión del turismo sostenible en humedales

3. Manual para la implementación de buenas prácticas en las empresas turísticas



CONVENTION ON WETLANDS
CONVENTION SUR LES ZONES HUMIDES
CONVENCIÓN SOBRE LOS HUMEDALES
(Ramsar, Iran, 1971)



VNIVERSITAT
D VALÈNCIA



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



Ministerio de Medio Ambiente
Secretaría General de Medio Ambiente
Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental

2002

Las opiniones expresadas en esta publicación son responsabilidad de sus autores y no reflejan, necesariamente, los puntos de vista de la Secretaría General de Medio Ambiente

Coordinación: Lola Teruel

Autores: Elizabeth Cloquell, Manuela Fernández, Rosana Gil, Ander Las Heras,
Lola Teruel

Colaboradores: Vicente Blanca, Óscar Andreu, Jesús García

Edita: Organismo Autónomo Parques Nacionales
Secretaría General de Medio Ambiente
Ministerio de Medio Ambiente ©

Fotocomposición e impresión: CLOSAS-ORCOYEN, S. L.
Polígono Igarsa. Paracuellos de Jarama (Madrid)

Impreso en papel reciclado

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS	5
2. JUSTIFICACIÓN	7
3. ANTECEDENTES	9
4. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN SOSTENIBLE DE EMPRESAS TURÍSTICAS EN HUMEDALES	11
4.1. IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS	13
4.2. IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS BÁSICAS	16
4.3. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A EMPRESARIOS	19
4.4. DAFO EMPRESARIAL	19
4.5. IDENTIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS	20
4.6. DISEÑO DE PROGRAMAS	40
4.7. PLAN DE INCENTIVACIÓN	41
4.8. EVALUACIÓN DEL PLAN: ANÁLISIS COMPARATIVO	43
5. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA	46
6. ANEXOS	47
I. FICHA PARA IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS	47
II. GUIÓN PARA LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD CON EMPRESARIOS.....	48

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

Uno de los elementos importantes a considerar en la puesta en marcha de un Plan de Uso Público y, en especial, un Plan de Ecoturismo, es el sector empresarial. Es evidente que la implementación de estos planes es una iniciativa que habitualmente llevan a cabo las Administraciones, pero el elemento que luego va a dinamizar la economía de la zona son las empresas, especialmente las privadas. El hecho de encontrarse en las cercanías de espacios de alta fragilidad como son los humedales impone una actitud respetuosa de los empresarios respecto al medio ambiente por varias razones; la primera es que sus actuaciones deben estar en armonía con los objetivos de conservación del espacio natural; en segundo lugar, porque gran parte de su clientela valorará positivamente esta actitud y ello repercutirá en su cuenta de resultados, distinguiéndole así de otras ofertas más convencionales.

En este manual se propone como objetivo principal el diseño de herramientas para la implantación de “Buenas Prácticas Medioambientales” en empresas turísticas que sirvan como un primer paso sencillo hacia la implantación de “Sistemas de Gestión Medioambiental” (SGMA). Estos sistemas son considerados como el medio de actuación más adecuado para la reconversión de las empresas hacia una producción limpia y respetuosa con el medio ambiente. No obstante, conlleva un coste a veces considerable, ya que implica en muchos casos la utilización de tecnologías limpias.

Un tema importante a tener en cuenta en este sentido es que en el sector servicios y, concretamente, en el sector turístico, la mayoría de los productos ofrecidos son intangibles o, cuanto menos, poco elaborados; por ello, la implantación de “Buenas Prácticas” puede reportar notables beneficios sin tener que recurrir a elevadas inversiones en tecnología.

2. JUSTIFICACIÓN

Las herramientas que se proponen en este manual intentan ayudar a los empresarios en la implementación de una estrategia de producción sostenible. Para ello, los responsables del desarrollo del Plan de Uso Público trabajarán en estrecha relación con los empresarios con el objetivo de aunar esfuerzos, aprovechar sinergias y generar una conciencia de respeto hacia el ecosistema y los recursos sobre los que se basa el desarrollo económico de la zona. También se pretende que el sector empresarial se sienta involucrado desde el principio con las iniciativas que se van desarrollar en el territorio, porque, además, se verán directamente afectados.

La necesidad de elaborar este manual responde a la adecuación de la oferta ante una demanda cambiante más concienciada con el medio ambiente que exige no sólo en el espacio natural unas condiciones ambientales determinadas, sino que su experiencia turística sólo se verá realmente satisfecha si los productos y servicios ofertados son coherentes con la calidad entorno. No obstante, hay que tener presente que el concepto de “calidad” en un contexto de un espacio natural difiere del concepto habitual que se maneja en el sector turístico.

3. ANTECEDENTES

Uno de los motivos que nos ha llevado a la inclusión de este manual en un Plan de Uso Público es que habitualmente en este tipo de planes no se tiene mucho en consideración el papel de los empresarios; suelen aparecer propuestas puntuales, pero no de forma integrada y desarrollada en paralelo a los otros planes. No obstante, existen loables ejemplos como la “Carta Europea del Turismo Sostenible”, auspiciada por la Federación de Parques Europeos (*Europarc*), en la cual se plantea llevar a cabo actividades turísticas que cumplan los principios del desarrollo sostenible a través de la gestión conjunta de empresarios y administración. Fue presentada en 1999 y puesta en marcha en 10 parques naturales europeos.

También a nivel europeo, el Consejo de Europa emite recomendaciones genéricas sobre políticas para el desarrollo de un turismo sostenible. La Comisión Europea, por su parte, intenta contribuir a estas iniciativas con su programa “Gestión Integrada de la Calidad” (IQM), que, principalmente, hace hincapié en los procesos de gestión más que en las formas de turismo. Este programa ha sido aplicado a algunas pequeñas islas a partir del proyecto INSULA-UNESCO. El Programa para el Medio Ambiente de Naciones Unidas (PNUMA) ha contribuido al tema a través de publicaciones con referencias a ecoetiquetas y directrices ambientales para la industria del turismo.

Organizaciones no gubernamentales (ONGs), como la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), llevan a cabo la realización de guías en las que se establecen recomendaciones para la gestión del turismo y de las áreas protegidas. Tal es el caso de “Parques para la vida”, trabajo que inspiró la elaboración de la Carta Europea del Turismo Sostenible.

Asimismo, las asociaciones de empresas turísticas, como el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), se encargan también del establecimiento de normas voluntarias y planes de certificación de calidad de las actividades empresariales (*Green Globe*). Este organismo ha impulsado también la creación de una red “*Eco-Nett*”, constituyéndose como un punto de referencia para información ambiental, buenas prácticas y nuevas técnicas y tecnologías. En esta línea está también *Youth Hostels Association*, que ha desarrollado una carta medioambiental para orientar a sus asociados.

Este tema de las certificaciones ha sido quizá el más desarrollado por el sector turístico para mostrar su voluntad por reorientar su estrategia ambiental. Así, tenemos en Europa las “Banderas Azules” (*Blue Flag*), promocionada por la Fundación para la Educación Ambiental en Europa, que premia a las playas preparadas para recibir turistas; *Ecotel*, desarrollada por *HVS Eco Services*; *British Airways Tourism for Tomorrow Awards*, galardón que premia a los operadores turísticos, hoteles, parques y lugares-patrimonio y otras actividades ligadas al turismo, para promover el respeto por el medio ambiente.

La *World Wild Fund for Nature* (WWF) ha lanzado varias campañas en esta línea de trabajo. Así, destaca la campaña *Pan Park*, lanzada desde el Reino Unido, con la intención de crear una marca de calidad en una red de espacios protegidos. También ha prestado su apoyo en Francia, a la red de hoteles rurales *Gîtes Panda*. Por otra parte, en el Mediterráneo se lleva a cabo el programa MEDPO, orientado hacia el turismo sostenible.

Por su parte, la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha elaborado numerosas directrices, plasmadas en publicaciones de su sello o con organismos como la UICN.

Un país que merece la pena ser destacado por sus esfuerzos en la puesta en marcha de iniciativas integradas es Australia. Así, fue creado un organismo, la *Ecotourism Association of Australia* (EAA), que junto con *Australian Tourism Operators Association* (ATOA) y *the Nacional Ecotourism Accreditation Program* (NEAP) catalizan todas las inquietudes del sector, habiendo desarrollado interesantes trabajos en el campo de las buenas prácticas (“Código de Buenas Prácticas para Operadores Ecoturísticos de Australia”) y de las acreditaciones.

4. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN SOSTENIBLE DE EMPRESAS TURÍSTICAS EN HUMEDALES

En este apartado se desarrollarán las herramientas que permitirán llevar a cabo un diagnóstico inicial para el posterior establecimiento de una gestión sostenible de las empresas turísticas en el entorno de los humedales. En primer lugar, se presenta el “Inventario y evaluación de las empresas turísticas” que nos servirá para conocer cuáles son las empresas turísticas y sus procesos productivos. Por otro lado, este inventario se completa con el “Inventario de las Infraestructuras Básicas Turísticas”, cerrando así la caracterización de todos los agentes productivos susceptibles de afectar al espacio natural.

En tercer lugar, es importante conocer la opinión que les merece a los empresarios la implantación de este manual. A través de “Entrevistas en profundidad” con los responsables de las empresas turísticas intentaremos conocer cuál es el grado de concienciación y conocimiento del espacio natural en el que desarrollan sus actividades productivas. Esta herramienta nos permitirá establecer el “DAFO empresarial” que contendrá una visión ordenada de los puntos fuertes y débiles de las distintas empresas productivas.

Una vez llevado a cabo este estudio preliminar, que nos permite un conocimiento en profundidad de las aptitudes del empresario para el desempeño de actividades recreativas y turísticas, se procederá a la “Identificación de Buenas Prácticas” para cada una de las empresas caracterizadas. A continuación, conocida la voluntad de los empresarios en el establecimiento de una gestión sostenible, se pasará a la herramienta siguiente, que consiste en el “Diseño de Programas” para la empresa o empresas objeto de análisis, y que vendrán a paliar las deficiencias detectadas en la fase anterior.

Como colofón a esta sucesión de herramientas, se presenta un “Plan de Incentivación”, que pretende que el empresario vea rentabilizado el esfuerzo de reconvertir su empresa hacia la gestión sostenible. Así, se darán orientaciones sobre las ventajas económicas y sociales de las que se podría beneficiar por su apuesta hacia la sostenibilidad. Por último, se propone la realización de una “Evaluación Comparativa”, en la cual se refleje la situación antes de la implantación de este Manual de Buenas Prácticas y las ventajas comparativas obtenidas.

En el cuadro I se presentan las diferentes herramientas en la correspondiente fase de desarrollo del Plan de Uso Público y de Ecoturismo en la que se tiene que aplicar.

Cuadro I

FASES DE LA REALIZACIÓN DE UN PLAN DE GESTIÓN EMPRESARIAL SOSTENIBLE

FASE PREPARATORIA	
Definición de los objetivos estratégicos del Plan Elección de la metodología de trabajo Selección del equipo de trabajo y adjudicación de responsabilidades	
ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL	
INTERNO	EXTERNO
<ul style="list-style-type: none"> — <i>“Identificación y caracterización de las empresas turísticas”</i> — <i>“Inventario y caracterización de las infraestructuras básicas y turísticas existentes”</i> 	<ul style="list-style-type: none"> — <i>“Análisis de la situación ambiental a través de entrevistas en profundidad con los empresarios”</i> — Análisis de políticas públicas dirigidas a empresas turísticas
DAFO empresarial	
FORMULACIÓN DEL PLAN DE GESTIÓN EMPRESARIAL SOSTENIBLE	
“Identificación de las Buenas Prácticas” “Diseño de Programas para implementar las Buenas Prácticas” Plan de Acción: jerarquización de las acciones, presupuesto y cronograma	
IMPLANTACIÓN DEL PLAN	
Aplicación del plan de Buenas Prácticas “Plan de Incentivación a la implementación de Buenas Prácticas”	
EVALUACIÓN DEL PLAN	
Evaluación del grado de cumplimiento de las actuaciones del Plan “Evaluación de los resultados del Plan: Análisis comparativos”	

4.1. IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

Esta herramienta pretende identificar de forma sistemática las distintas empresas turísticas que desarrollan sus actividades en un espacio natural. Las empresas se clasificarán en función de dos variables:

- Según su carácter público o privado
- Según la actividad que realicen

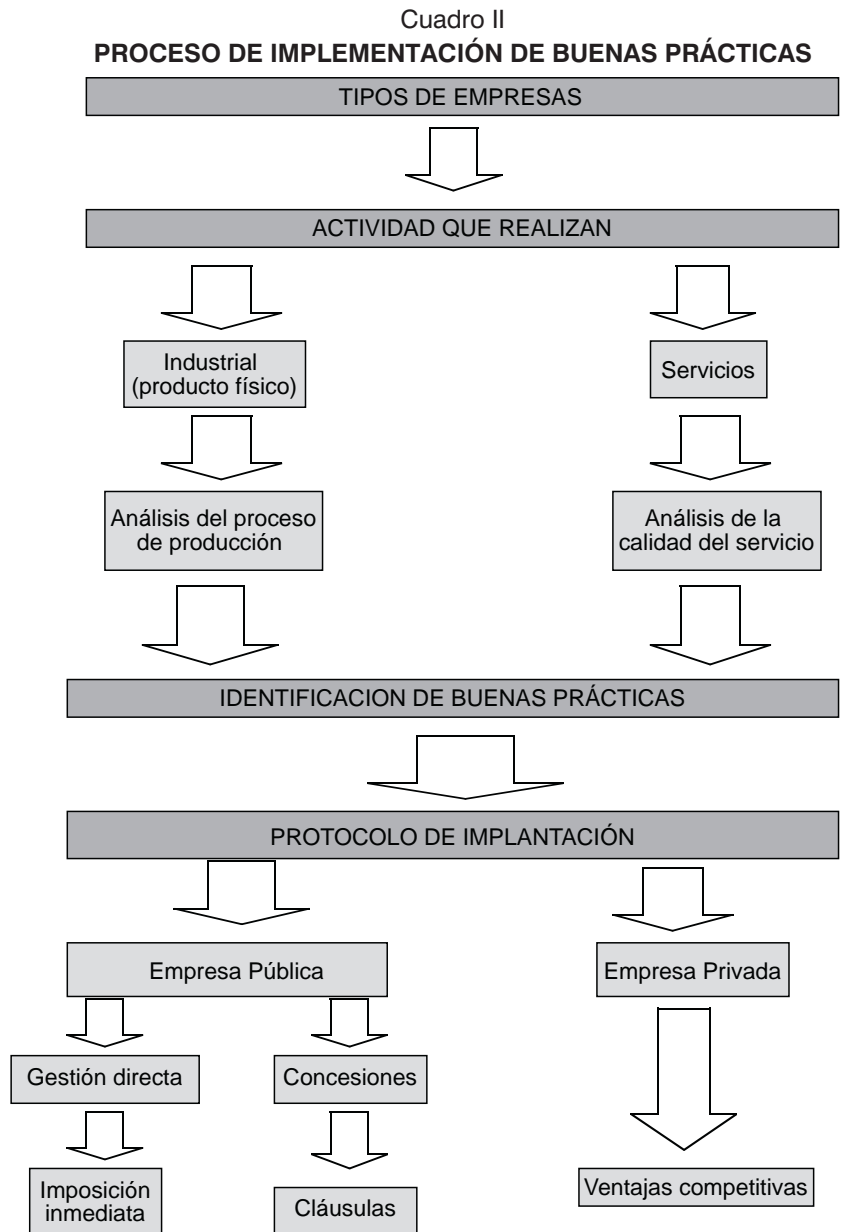
La primera clasificación se refiere a si la empresa es *pública de gestión directa*, *pública concesionada* o *privada*. Se entiende como empresa pública concesionada aquella que obtiene la explotación de una determinada actividad empresarial mediante concurso público. Este tipo de empresa se encuentra sometida a unas normas determinadas por un contrato público establecido entre una empresa privada y la Administración Pública. La empresa está legitimada para realizar determinadas actividades empresariales siendo la Administración en última instancia responsable de sus actuaciones. A cambio, la empresa debe cumplir unas condiciones pactadas que se caracterizan por ciertas limitaciones, como el pago de un canon mensual, y por la limitación temporal del contrato. Este tipo de empresas deberían tener un control exhaustivo de la Administración y deben caracterizarse por una gestión sostenible de sus actividades.

Las empresas privadas son gestionadas directamente por sus propietarios con la única limitación de su responsabilidad y la que venga determinada por las asociaciones o colectivos a los que pertenezca (códigos éticos profesionales, etc.). En este caso, la gestión sostenible de sus actividades dependerá de la voluntad y concienciación del empresario.

En el cuadro II se representa la secuencia del análisis que se debería realizar según se trate de empresas productivas o de servicios, y según sean públicas o privadas.

La segunda clasificación responde a la actividad productiva que realice la empresa (cuadro III). En este caso se distinguen:

- Empresas de alojamiento y restauración
- Empresas de transporte
- Empresas de servicios



Cuadro III
EMPRESAS SEGÚN SU ACTIVIDAD PRODUCTIVA

Empresas de	✓ Administración ✓ Restauración ✓ Animación ✓ Limpieza ✓ Mantenimiento de instalaciones
Transporte	✓ Acuático ✓ Terrestre ✓ Aéreo ✓ Regular ✓ Suministros ✓ Discrecional
Comerciales	✓ Comercios de productos locales y material complementario ✓ Alquiler de medios de transporte ✓ Empresas de intermediación turística
Empresas recreativas	✓ Actividades lúdicas ✓ Actividades interpretativo-educativas ✓ Actividades deportivo-aventureras
Administración	✓ Gestión del espacio natural

Para caracterizar correctamente cada empresa se propone utilizar una ficha (anexo I) en la cual se recogen todos los elementos básicos sobre la empresa (actividades productivas, recursos humanos, tipo de empresa, ubicación, etc.) útiles para la posterior identificación de buenas prácticas.

4.2. INVENTARIO Y CARACTERIZACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS BÁSICAS

Esta herramienta permitirá catalogar y ampliar el conocimiento en torno a las infraestructuras turísticas básicas existentes en el lugar y que, directa o indirectamente, complementan la actividad realizada por las empresas caracterizadas a través de la herramienta anteriormente descrita. A continuación se presenta un listado (cuadro IV) de las posibles infraestructuras que pueden encontrarse y los datos de interés a recopilar de cada una de ellas.

Cuadro IV

INVENTARIO DE INFRAESTRUCTURAS BÁSICAS TURÍSTICAS

URBANIZACIÓN		<ul style="list-style-type: none"> — Número — Tipo: urbanización turística, mixta o no turística — Calidad de construcción — Calidad de la ordenación urbana (buena, media, mala) — Intensidad de la urbanización (elevada, media o poca)
INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE	Red de Carreteras	<ul style="list-style-type: none"> — Intensidad del tráfico turístico — Extensión en km — Comodidad del tráfico — Tipo de calzada — Carretera principal — Deficiencias — Descripción del sistema viario

INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE (cont.)	Puertos	<ul style="list-style-type: none"> — Tipos de puertos — Instalaciones con que cuentan — Líneas de transporte de pasajeros (procedencia, destino y frecuencia) — Tráfico turístico
	Ferrocarriles	<ul style="list-style-type: none"> — Instalaciones de la estación ferroviaria terminal — Procedencia, destino, frecuencia — Grado de comodidad — Volumen de turistas — Descripción del sistema
	Aeropuertos	<ul style="list-style-type: none"> — Tipo de aeropuerto: nacional, internacional, etc. — Horario de utilización — Procedencia, destino y frecuencia de las líneas regulares de pasajeros — Procedencia y destino de <i>charters</i> — Volumen de pasajeros (nacionales y extranjeros en vuelos regulares y en <i>charters</i>) — Descripción del sistema aeroportuario
INFRAESTRUCTURAS URBANAS	Abastecimiento de aguas	<ul style="list-style-type: none"> — Fuentes de abastecimiento — Calidad y cantidad — Tratamientos y red de distribución — Población beneficiaria
	Tratamiento y eliminación de aguas residuales	<ul style="list-style-type: none"> — Tipo de tratamientos — Beneficiarios
	Energía eléctrica	<ul style="list-style-type: none"> — Servicios actuales — Nivel de cobertura y red existente — Población beneficiaria

<p>INFRAESTRUCTURAS URBANAS (cont.)</p>	<p>Tratamiento y eliminación de residuos sólidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Frecuencia de recogida — Tipo de recogida (unitaria o selectiva) — Calidad del servicio — Sistema de tratamiento
<p>OTRAS INFRAESTRUCTURAS</p>	<p>Comunicaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Correos — Teléfonos públicos (nivel de cobertura) — Telégrafos — Medios de comunicación social (prensa, televisión, radio, etc.)
	<p>Bancos y puntos de cambio de moneda</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Número — Localización — Tipo
	<p>Servicios médicos (hospitales, ambulatorios, casas de socorro, postas sanitarias, farmacias, etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Número — Localización — Tipo
	<p>Gasolineras y Talleres mecánicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Número — Localización — Tipo
	<p>Comercios</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Número — Localización — Tipo
	<p>Centros culturales (bibliotecas, teatros, etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Número — Localización — Tipo
	<p>Equipamientos deportivos (piscinas, canchas de tenis, campos de golf, polideportivos, etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Número — Localización — Tipo
	<p>Parque móvil (autobuses, taxis, etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Número — Líneas regulares — Frecuencia

4.3. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD CON LOS EMPRESARIOS

A través de este método se ha perseguido:

- Conocer el grado de concienciación y sensibilización ambiental que muestran los empresarios en su gestión (conocer si realizan actuaciones sostenibles y cuáles son). Esta información cualitativa será de gran utilidad para la posterior implantación de buenas prácticas.
- Hacerles conocedores y partícipes de las ventajas de la implantación de buenas prácticas.

Las entrevistas (anexo II) se han realizado sobre la base de un guión abierto orientado hacia la determinación de:

- a) Procesos productivos
- b) Número de empleados
- c) Facturación anual
- d) Actividades demandadas
- e) Época del año
- f) Otros

4.4. DAFO EMPRESARIAL

El análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) nos permitirá identificar las principales fortalezas y debilidades de la empresa con el fin de dirigir y reforzar adecuadamente los esfuerzos de futuras actuaciones en la gestión empresarial sostenible. Asimismo, a partir del análisis DAFO se detectarán las oportunidades a aprovechar dentro de un mercado competitivo e identificar las Buenas Prácticas que contribuyan a disminuir las amenazas que puedan afectar a la buena gestión de la empresa en términos de sostenibilidad (cuadro V).

Las fortalezas hacen referencia a los puntos fuertes intrínsecos a la empresa que deben aprovechar y fomentar en su gestión empresarial responsable, mientras que las debilidades son aquellos puntos que la empresa debe reforzar. Las oportunidades son aquellos factores externos a la empresa detectados en el mercado que aumentarán la posición competitiva de ésta; las amenazas son los factores negativos que pueden incidir en el futuro de la gestión sostenible de la empresa.

Cuadro V

EJEMPLO DE DAFO DE DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> — Sensibilización de los gestores y empleados con la gestión respetuosa con el medio ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> — Falta de información de los empleados — Falta de formación medioambiental de los gestores y empleados — Procesos productivos no respetuosos con el medio ambiente
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> — Capacidad para captar segmentos de turismo verde. — Mejora de la imagen de la empresa — Ventajas fiscales 	<ul style="list-style-type: none"> — Degradación del entorno — Competencia de otras empresas que tengan implantado un Sistema de Gestión Ambiental

4.5. IDENTIFICACIÓN BUENAS PRÁCTICAS

Una vez realizado el diagnóstico sobre los procesos productivos y los servicios, e identificadas aquellas áreas en donde se puede incidir para llevar a cabo un cambio, procede identificar las buenas prácticas que pueden venir a sustituir las acciones tradicionales.

A continuación se presenta en forma de cuadros algunas de las buenas prácticas que se pueden implantar en las diferentes empresas, siguiendo el criterio de considerar la mayor diversificación posible dentro de una misma empresa. Así, comenzaremos por las empresas de hostelería (hoteles y restaurantes), proponiendo una serie de buenas prácticas para cada uno de los departamentos existentes (cuadro VI) y a continuación se tratarán las empresas de transportes (cuadro VII) y comerciales (cuadro VIII). Las empresas dedicadas a las empresas recreativas se presentan en el cuadro IX y, finalmente, se concluye con algunas buenas prácticas específicas a desarrollar por el órgano gestor (cuadro X).

Cuadro VI

BUENAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS DE HOSTELERÍA

DEPARTAMENTO	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Administración	– Disponer de personal sensibilizado con los problemas medioambientales	– Formación de los empleados en temas medioambientales	– Buena imagen de la empresa – Mayores posibilidades de alcanzar objetivos medioambientales
	– Informar a los clientes de la política medioambiental de la empresa	– Paneles informativos en Recepción y habitaciones – Instrucciones para los clientes en las habitaciones sobre ahorro energético y de agua	– Buena imagen de la empresa – Reducción de costes por buenas prácticas de los clientes
	– Utilizar el establecimiento para apoyar la difusión de información sobre el humedal y su fragilidad	– Situar paneles informativos y entregar folletos a los clientes	– Conservación de los recursos del humedal para su sostenibilidad en el tiempo
	– Solicitar la colaboración de los clientes para la consecución de los objetivos	– Poner a disposición de los clientes buzones de sugerencias	– Satisfacción del cliente por sentirse participe del proceso – Conocimiento de las preocupaciones medioambientales de nuestros clientes (“ <i>feedback</i> ” empresa-cliente)
	– Sensibilizar al cliente sobre los valores y funciones de los humedales y sus problemas medioambientales	– Disponer de revistas de medioambiente en zonas comunes – Disponer de vídeos educativos, cintas sobre el espacio natural en la zona de TV	– Buena imagen de la empresa – Ventajas competitivas en el segmento de turismo verde

MANUAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

DEPARTAMENTO	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Administración (cont.)	<ul style="list-style-type: none"> - Defender activamente un desarrollo turístico responsable con el medio ambiente, y la población y cultura locales 	<ul style="list-style-type: none"> - Promover al máximo que los proveedores de la empresa sean locales - Establecer relaciones empresariales y de colaboración con aquellas empresas que estén en la línea de los objetivos medioambientales del humedal - Pertener a asociaciones y del sector que promuevan el turismo responsable - Apoyar financieramente iniciativas ecológicas del entorno: limpieza de vertederos, reforestación de parajes naturales, restauración de humedales, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor credibilidad medioambiental y fomento de ésta también entre la población local - Mayor alcance de la difusión de las iniciativas realizadas - Ventajas competitivas en el segmento de turismo verde
	<ul style="list-style-type: none"> - Tener en cuenta el entorno en el momento de construir el establecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Respetar las normas y reglamentos que la Administración establezca respecto a las instalaciones dentro del humedal - Utilizar edificios ya existentes a través de la rehabilitación y recuperación del patrimonio arquitectónico - Conservar al máximo el carácter local del establecimiento (técnicas y materiales de construcción locales, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Conservación de los recursos del espacio natural para su sostenibilidad en el tiempo - Buena imagen de la empresa - Ventajas competitivas en el segmento de turismo verde

MANUAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

DEPARTAMENTO	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Restauración	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar los principios de las tres "r": reducción, reutilización, reciclaje: <ul style="list-style-type: none"> • Invertir en ahorro a largo plazo • Cuidar los materiales empleados • Reciclaje de los materiales • Reducción de consumos 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprar productos a granel o con menos envoltorio para reducir envases - Utilizar instalaciones de bajo consumo (lavavajillas, instalaciones frigoríficas, etc.) - Aprovechar el calor residual de las cocinas eléctricas - Evitar el empleo de papel de aluminio y recubrimientos plásticos, sustituyéndolos por recipientes herméticos reutilizables - Utilizar manteles y servilletas de tela - Usar papel reciclado para la carta del restaurante y otros carteles informativos - Priorizar envases de vidrio frente a metal, y papel frente a plástico. - Fomentar la recogida selectiva de basuras (papel y cartón, plásticos, cristal, aceites usados) 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de residuos y sus costes de gestión - Reducción de costes de consumo energético - Mejor imagen de la empresa

MANUAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

DEPARTAMENTO	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Animación	– Fomentar la economía local	– Disponer de información actualizada de las empresas locales que ofrezcan actividades recreativas respetuosas con el medioambiente (paseos a caballo, cicloturismo, visitas a lugares de interés ambiental, senderismo, observación de aves, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> – Satisfacción del cliente por aumento de la oferta disponible – Mejora de la imagen de la empresa – Concienciación de la población local de los beneficios que les aporta el humedal – Conservación de los recursos del humedal para su sostenibilidad en el tiempo
	– Realizar actividades sostenibles	– Respetar la normativa y política medioambiental del humedal en todas aquellas actividades que se realicen	
Limpieza	– Aplicar los principios de las tres “r” (reducción, reutilización y reciclaje) en la limpieza e higiene de habitaciones	<ul style="list-style-type: none"> – Seguir las recomendaciones de los fabricantes en cuanto a la dosificación de detergentes – Reutilizar toallas y sábanas viejas para limpieza – Recomendar al cliente prácticas de ahorro de agua y energía y agradecer su colaboración 	<ul style="list-style-type: none"> – Reducción de residuos y los costes de su gestión – Reducción de costes energéticos y de materiales – Satisfacción del cliente sensibilizado – Conservación de los recursos del humedal para su sostenibilidad en el tiempo
	– Fomentar el uso de productos ecológicos no contaminantes	<ul style="list-style-type: none"> – Usar productos basados en aceites vegetales biodegradables – Evitar productos que tengan componentes corrosivos y tóxicos 	

MANUAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

DEPARTAMENTO	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Mantenimiento e Instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar eficazmente o modificar de forma progresiva el equipamiento de habitaciones y zonas comunes 	<ul style="list-style-type: none"> - Instalar dispositivos limitadores de presión y difusores de agua en lavabos y duchas - Reducir volumen de agua en cisternas - Seleccionar temperaturas óptimas de refrigeración y calefacción - Instalar grifos temporizados en zonas comunes 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de costes de agua y energía
	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar y mantener adecuadamente los sistemas de aire acondicionado y calefacción 	<ul style="list-style-type: none"> - Seleccionar instalaciones de calefacción de menor consumo energético (gas frente a electricidad) y potenciar el uso de energías renovables (solar, geotérmica) - Diseñar los edificios teniendo en cuenta la óptima orientación para ahorro de energía (energía solar pasiva) - Aislar térmicamente los edificios (ventanas, conducciones de calefacción) - Realizar un correcto mantenimiento de las instalaciones de calefacción y aire acondicionado para evitar fugas y controlar el consumo energético 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de costes de agua y energía - Prolongación de la vida de las instalaciones por buen mantenimiento - Obtención de subvenciones para la instalación de energías renovables - Deducciones fiscales por inversión en protección del medio ambiente

MANUAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

DEPARTAMENTO	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Mantenimiento e Instalaciones (cont.)	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar y mantener de forma eficaz las instalaciones eléctricas 	<ul style="list-style-type: none"> - Sustituir progresivamente el alumbrado incandescente por alumbrado de bajo consumo - Mantener limpias bombillas y lámparas - Utilizar interruptores temporizados con detectores de presencia en pasillos - Utilizar detectores de intensidad lumínica en jardines y exteriores 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción del coste energético
	<ul style="list-style-type: none"> - Reducir al máximo el consumo de agua y energía en instalaciones exteriores y jardines - Fomentar las prácticas no contaminantes en el mantenimiento de jardines 	<ul style="list-style-type: none"> - Sustituir las zonas asfaltadas por losas que permitan el filtrado de agua - Fomentar sistemas de recogida de agua de lluvia para riego de jardines - Mantenimiento adecuado de piscinas para evitar sobreconsumos en depuración - Utilizar riego por goteo o microaspersión, y realizarlo en horas de baja insolación - Fomentar la plantación de especies vegetales autóctonas que requieran poca agua - Evitar el abuso de abonos químicos, pesticidas y herbicidas agresivos 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de coste de agua - Prolongación de la vida de las instalaciones por buen mantenimiento - Colaboración en el mantenimiento de las aguas subterráneas - Reducción de la contaminación del suelo y aguas subterráneas - Reducción de riesgos de seguridad y salud por adecuado manejo de productos químicos

MANUAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

DEPARTAMENTO	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Mantenimiento e Instalaciones (cont.)		<ul style="list-style-type: none"> - Seguir las instrucciones del fabricante en el uso de productos químicos - Emplear los materiales orgánicos resultantes de las podas en la fabricación de compost para abonado 	
	<ul style="list-style-type: none"> - Controlar la eliminación de las aguas residuales para evitar la contaminación 	<ul style="list-style-type: none"> - Conectar el alojamiento a las redes de colectores municipales y/o a la depuradora municipal - Instalar depuradora propia o filtro verde (en caso de no existir otra disponible) - Realizar una perfecta impermeabilización de la fosa séptica si ésta es la única alternativa posible - Reutilizar las aguas residuales una vez depuradas como agua de riego de jardines 	<ul style="list-style-type: none"> - Conservación de los recursos del humedal para su sostenibilidad en el tiempo - Reducción del coste de agua - Obtención de subvenciones para inversiones protectoras del medioambiente - Deducciones fiscales por inversión en protección del medio ambiente

Cuadro VII

BUENAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS DE TRANSPORTE

<i>TRANSPORTE ACUÁTICO</i>	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Transporte regular	<ul style="list-style-type: none"> - Minimizar los impactos negativos en la zona protegida 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer las zonas de estacionamiento en los lugares menos sensibles desde un punto de vista medioambiental - Evitar que los recorridos dentro del humedal afecten a especies vegetales o animales - Limitar la periodicidad del transporte - Regular las emisiones gaseosas y los ruidos de los motores de las embarcaciones - Prohibir las limpiezas de tanques y vertidos de aceite en el humedal - Respetar la normativa vigente en cuanto a seguridad en el transporte - Diseñar las infraestructuras necesarias (puertos, edificios, etc.) acordes con la normativa del área 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de la contaminación del agua y la atmósfera del espacio natural - Reducción de los impactos sobre las especies vegetales y animales - Reducción del riesgo de accidentes - Buena imagen de la empresa

MANUAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

<i>TRANSPORTE ACUÁTICO</i>	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Transporte de suministros	<ul style="list-style-type: none"> - Minimizar los impactos negativos en la zona protegida 	<ul style="list-style-type: none"> - Controlar el tamaño de los vehículos, la periodicidad de las entregas y la peligrosidad de las mercancías - Establecer las zonas de estacionamiento en los lugares menos sensibles desde un punto de vista medioambiental - Evitar que los recorridos dentro del humedal afecten a especies vegetales o animales - Regular las emisiones gaseosas y los ruidos de los motores de las embarcaciones - Prohibir las limpiezas de tanques y vertidos de aceite en el humedal - Respetar la normativa vigente en cuanto a seguridad en el transporte - Diseñar las infraestructuras necesarias (puertos, edificios y almacenes) acordes con la normativa del área 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de la contaminación del agua y la atmósfera del espacio natural - Reducción de los impactos sobre las especies vegetales y animales - Reducción del riesgo de accidentes - Buena imagen de la empresa

<i>TRANSPORTE ACUÁTICO</i>	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Transporte regular y discrecional de pasajeros	<ul style="list-style-type: none"> - Minimizar los impactos acústicos y contaminantes sobre el humedal 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar con cierta periodicidad los vehículos para controlar que la combustión funciona correctamente - Evitar en lo posible las señales acústicas en zonas vulnerables - No estacionar en zonas vulnerables y/o de paso; hacerlo sólo en zonas permitidas - Elegir las rutas menos impactantes; que eviten en lo posible el humedal 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de la contaminación y los ruidos en el humedal - Conservación de los recursos del humedal para su sostenibilidad en el tiempo
	<ul style="list-style-type: none"> - Informar a los clientes de la política medioambiental de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Folletos informativos 	<ul style="list-style-type: none"> - Buena imagen de la empresa
	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar la empresa para apoyar la difusión de información sobre el humedal y su fragilidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Folletos informativos 	<ul style="list-style-type: none"> - Buena imagen de la empresa - Ventajas competitivas en el segmento de turismo verde
	<ul style="list-style-type: none"> - Disponer de personal sensibilizado con los problemas medioambientales 	<ul style="list-style-type: none"> - Formación de los empleados en temas medioambientales 	<ul style="list-style-type: none"> - Buena imagen de la empresa - Conservación de los recursos del humedal para su sostenibilidad en el tiempo
	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar al cliente sobre los valores y funciones de los humedales y sus los problemas medioambientales 	<ul style="list-style-type: none"> - Facilitar revistas sobre temas medioambientales de los humedales - Pasar vídeos sobre el humedal que se va a visitar o sobre el que se pasa 	<ul style="list-style-type: none"> - Buena imagen de la empresa - Ventajas competitivas en el segmento de turismo verde

<i>TRANSPORTE ACUÁTICO</i>	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Transporte regular y discrecional de pasajeros (cont.)	<ul style="list-style-type: none"> - Defender activamente un desarrollo turístico responsable con el medio ambiente y la población y cultura locales 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer relaciones con aquellas empresas que estén en la línea de los objetivos medioambientales del humedal - Pertenecer a asociaciones y del sector que promuevan el turismo responsable - Apoyar financieramente iniciativas ecológicas del entorno: limpiezas de vertederos, reforestación de parajes naturales, restauración de humedales, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor credibilidad medioambiental y fomento de ésta también entre la población local - Mayor alcance de la difusión de las iniciativas realizadas - Ventajas competitivas en el segmento de turismo verde
Transporte de suministros	<ul style="list-style-type: none"> - Minimizar los impactos acústicos y contaminantes sobre el humedal 	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluar los impactos de dichos transportes y los de las infraestructuras que los sostienen (zonas de estacionamiento, almacenes, etc.) - Controlar el tamaño de los vehículos, la periodicidad de las entregas y la peligrosidad de las mercancías transportadas 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de la contaminación y ruidos en el humedal - Reducción de la erosión y compactación del suelo

TRANSPORTE ACUÁTICO	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Vuelos línea regular y charters Avionetas privadas pequeñas	<ul style="list-style-type: none"> – Controlar, en la medida de lo posible, el impacto producido por transporte aéreo en el humedal, especialmente el ruido 	<ul style="list-style-type: none"> – Limitar al mínimo necesario el tráfico aéreo sobre el humedal – Establecer el lugar menos vulnerable para situar posibles pistas de aterrizaje – Establecer la zona menos vulnerable para amerizajes de hidroaviones – Situar las infraestructuras terrestres de apoyo en zonas de bajo impacto 	<ul style="list-style-type: none"> – Reducción de la contaminación y ruidos en el humedal – Conservación de los recursos del espacio natural para su sostenibilidad en el tiempo
	<ul style="list-style-type: none"> – Informar a los clientes de la política medioambiental de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> – Folletos informativos 	<ul style="list-style-type: none"> – Buena imagen de la empresa
	<ul style="list-style-type: none"> – Disponer de personal sensibilizado con los problemas medioambientales 	<ul style="list-style-type: none"> – Formación de los empleados en temas medioambientales 	<ul style="list-style-type: none"> – Buena imagen de la empresa
	<ul style="list-style-type: none"> – Sensibilizar al cliente sobre los valores y funciones de los humedales y sus problemas medioambientales 	<ul style="list-style-type: none"> – Pertenecer a asociaciones y del sector que promuevan el turismo responsable – Apoyar financieramente iniciativas ecológicas del entorno: limpiezas de vertederos, reforestación de parajes naturales, restauración de humedales, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> – Mayor credibilidad medioambiental – Mayor alcance de la difusión de las iniciativas realizadas – Ventajas competitivas en el segmento del turismo verde
	<ul style="list-style-type: none"> – Sensibilizar al cliente sobre los valores y funciones de los humedales y sus los problemas medioambientales 	<ul style="list-style-type: none"> – Incluir en las revistas corporativas temas medioambientales de los humedales – Pasar videos sobre los humedales que sobrevuela la ruta aérea 	<ul style="list-style-type: none"> – Buena imagen de la empresa – Ventajas competitivas en el segmento del turismo verde

Cuadro VIII
BUENAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS COMERCIALES

EMPRESAS COMERCIALES	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Comercios de productos locales y material complementario (para las actividades recreativas en el área)	- Disponer de personal concienciado medioambientalmente	- Participar en las actividades formativas en educación ambiental que desde el órgano gestor del espacio protegido se organicen - Tener en cuenta la sensibilidad hacia la conservación del entorno a la hora de contratar personal	- Mayor predisposición del personal a participar en las actividades que el órgano gestor realiza para implicar a las empresas locales
	- Aplicar los principios de las tres "r": reducción, reutilización y reciclaje	- Utilizar materiales reciclados en la elaboración de documentos, folletos, carteles, etc. - Utilizar sistemas de ahorro energético y agua - Fomentar la recogida selectiva de basuras (papel y cartón, plásticos, cristal, etc.)	- Reducción de costes energéticos y de agua - Contribución a la conservación del medioambiente - Mejora de la imagen ante el órgano gestor para la participación en actividades que éste realice con las empresas - Mejora de la imagen general de la empresa
Alquiler de medios de transporte	- Colaborar con el gestor del área en la protección del humedal	- Diseñar las infraestructuras necesarias (puntos de venta, almacén, puerto, etc.) de forma que minimicen el impacto - Limitar o prohibir el alquiler de vehículos a motor - Limitar su utilización a las vías señaladas por el gestor del área	- Reducción de la contaminación en el humedal - Reducción de la erosión y compactación del suelo

EMPRESAS COMERCIALES	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Alquiler de medios de transporte (cont.)	<ul style="list-style-type: none"> – Utilizar el establecimiento como punto de sensibilización medioambiental del visitante 	<ul style="list-style-type: none"> – Formar al personal de la empresa en protección medioambiental y calidad – Informar al visitante sobre las normas de uso del medio alquilado 	<ul style="list-style-type: none"> – Concienciación del visitante sobre los impactos que produce – Ventaja competitiva en el segmento del turismo verde – Buena imagen de la empresa
	<ul style="list-style-type: none"> – Contribuir al desarrollo de la población local 	<ul style="list-style-type: none"> – Potenciar, en la medida de lo posible, el material fabricado en el entorno para favorecer el desarrollo local 	<ul style="list-style-type: none"> – Concienciación de la población local de los beneficios que les aporta el área natural
Empresas de intermediación turística: Tour-operadores, mayoristas y minoristas	<ul style="list-style-type: none"> – Basar sus relaciones en el espacio natural y las de sus empleados en la calidad, tanto respecto del medioambiente como de los turistas y residentes 	<ul style="list-style-type: none"> – Orientar su oferta a favorecer el descubrimiento y la apreciación del patrimonio natural y cultural, la toma de conciencia medioambiental, y la comprensión de los valores y funciones del humedal – Poner en práctica un programa de retorno de capital en el que se destine parte del precio de los viajes a la conservación y mantenimiento del área natural 	<ul style="list-style-type: none"> – Conservación de los recursos del espacio natural para su sostenibilidad en el tiempo – Buena imagen de la empresa

MANUAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

EMPRESAS COMERCIALES	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Empresas de intermediación turística: Tour-operadores, mayoristas y minoristas (cont.)	<ul style="list-style-type: none"> - Colaborar con el área en la sensibilización del visitante 	<ul style="list-style-type: none"> - Facilitar al visitante, previamente a su desplazamiento, información completa sobre el humedal - Informar al visitante durante el viaje a través de los guías sobre las pautas de comportamiento en el área natural, respecto de la flora, fauna y población local - Incluir en los folletos y otros documentos, recomendaciones de buenas prácticas para los visitantes 	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilización de los visitantes sobre la fragilidad del área - Reducción de daños en el área provocados por la falta de información del visitante sobre la fragilidad del entorno - Ventaja competitiva en el segmento del turismo verde - Buena imagen de la empresa
	<ul style="list-style-type: none"> - Contribuir al desarrollo de la población local 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar actividades respetuosas con el estilo de vida y las costumbres locales - Dar prioridad en su programa a los proveedores locales, y fundamentalmente a aquellos que sean respetuosos con el medio ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> - Concienciación de la población local de los beneficios que les aporta el espacio natural

Cuadro IX
BUENAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS RECREATIVAS

EMPRESAS RECREATIVAS	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Actividades lúdicas, Interpretativo-educativas y Deportivo-aventureras	<ul style="list-style-type: none"> - Respetar en todo momento la normativa del humedal y contribuir a su conservación en las actividades que se realicen dentro del área 	<ul style="list-style-type: none"> - Respetar la señalización marcada por el órgano gestor - Seguir siempre los senderos marcados - Respetar la distancia de observación de ciertas especies marcadas por el órgano gestor - Respetar los periodos de nidificación o apareamiento de las especies animales, aplazando las visitas el tiempo necesario para no influir negativamente en estos procesos - Utilizar vehículos adecuados para los desplazamientos por el interior del humedal - Utilizar materiales que sean respetuosos con el medio para el desarrollo de cualquier actividad 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de la erosión y compactación del suelo - Reducción de los impactos sobre las especies vegetales y animales - Conservación de los recursos del humedal para su sostenibilidad en el tiempo
	<ul style="list-style-type: none"> - Disponer de personal medioambientalmente concienciado 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar cursos de formación para el personal encargado de desarrollar las actividades 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor capacidad para sensibilizar a los visitantes
	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar a los visitantes respecto a la fragilidad del espacio protegido en las rutas guiadas que se realicen dentro del área 	<ul style="list-style-type: none"> - Explicar al visitante la importancia de no sustraer especies vegetales o animales de la zona protegida 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducción de los impactos negativos sobre la flora y la fauna

MANUAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

EMPRESAS RECREATIVAS	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Actividades lúdicas, Interpretativo-educativas y Deportivo-aventureras (cont.)		<ul style="list-style-type: none"> - Explicar al visitante la importancia de no introducir especies vegetales o animales en la zona protegida 	<ul style="list-style-type: none"> - Conservación de los recursos del humedal para su sostenibilidad en el tiempo
	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar adecuadamente las actividades a realizar 	<ul style="list-style-type: none"> - Informar a los visitantes de las normas del lugar, mediante folletos y charlas, antes de adentrarse en el área natural y el comportamiento que se espera de ellos - Atender al visitante ante cualquier duda sobre el espacio protegido que pudiera surgirle - Distribuir folletos informativos en agencias de viaje, hoteles, guías turísticos, etc. - Utilizar materiales de educación ambiental específicos para cada grupo - Utilizar materiales reciclados para la impresión de folletos, presentación de exposiciones, y materiales del entorno para las infraestructuras del Centro, etc. - Colocar un buzón de sugerencias en un lugar visible a fin de recoger sugerencias 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor información de los visitantes redundará en un mejor comportamiento de los mismos en el humedal - Aumento de posibilidades de que el visitante venga informado desde la agencia o el hotel - Satisfacción del visitante al hacerle partícipe de la gestión - Buena imagen de la empresa

Cuadro X
BUENAS PRÁCTICAS DEL ÓRGANO GESTOR

ÓRGANO GESTOR	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Espacio Natural Protegido	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar los principios de las tres "r": reducción, reutilización y reciclaje 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar materiales reciclados en la elaboración de folletos, documentos, carteles, etc. - Utilizar los mismos sistemas de ahorro energético y agua recomendados a las empresas - Fomentar la recogida selectiva de basuras (papel y cartón, plásticos, cristal, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor credibilidad de la política ambiental del órgano gestor al predicar con el ejemplo - Reducción de costes energéticos y de agua - Reducción de residuos y del coste de su gestión
	<ul style="list-style-type: none"> - Disponer de personal sensibilizado con los problemas medioambientales 	<ul style="list-style-type: none"> - Formación de los empleados en temas medioambientales relativos al humedal 	<ul style="list-style-type: none"> - Buena imagen del Parque - Mayores posibilidades de alcanzar objetivos medioambientales
	<ul style="list-style-type: none"> - Informar a los visitantes de la política medioambiental en la gestión del Parque 	<ul style="list-style-type: none"> - Paneles informativos en los centros de Interpretación - Instrucciones para los visitantes (Códigos de conducta ética) 	<ul style="list-style-type: none"> - Buena imagen del Parque
	<ul style="list-style-type: none"> - Solicitar la colaboración de los visitantes para la consecución de los objetivos de conservación 	<ul style="list-style-type: none"> - Informar a los visitantes de las normas del lugar, mediante folletos y charlas, antes de adentrarse en el área natural y el comportamiento que se espera de ellos 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor información de los visitantes redundará en un mejor comportamiento de los mismos en el humedal - Satisfacción del visitante por sentirse partícipe del proceso

MANUAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

ÓRGANO GESTOR	BUENAS PRÁCTICAS	ACCIONES	BENEFICIOS
Espacio Natural Protegido (cont.)		<ul style="list-style-type: none"> - Ubicar papeleras en lugares clave para evitar la acumulación de basuras - Poner a disposición de los visitantes buzones de sugerencias 	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de las preocupaciones medioambientales de nuestros visitantes
	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar la economía local 	<ul style="list-style-type: none"> - Promover al máximo que los proveedores del parque sean locales - Establecer relaciones con aquellas empresas que estén en la línea de los objetivos medioambientales del humedal 	<ul style="list-style-type: none"> - Aprecio por parte de la población local - Concienciación de la población local de los beneficios que les aporta el humedal
	<ul style="list-style-type: none"> - Tener en cuenta el entorno en el momento de construir los equipamientos e instalaciones recreativas 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar edificios ya existentes a través de la rehabilitación y recuperación del patrimonio arquitectónico - Conservar al máximo el carácter local del establecimiento (técnicas y materiales de construcción locales, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Conservación de los recursos del espacio natural para su sostenibilidad en el tiempo - Buena imagen del parque

Por lo que respecta al órgano gestor del humedal, se asume que debe implementar todas las buenas prácticas que sean aplicables de las que se han mencionado para los distintos departamentos de establecimientos privados. Se estima que en el caso de un espacio natural protegido, las buenas prácticas forman parte intrínseca de los objetivos del Plan de conservación y del Plan de Recreación a establecer en el parque, por lo que su mención en el texto parece obvia, pero su incumplimiento generaría una falta total de credibilidad del órgano gestor. En el cuadro X, se esbozan algunas prácticas específicas cuya implementación será responsabilidad del órgano gestor.

4.6. DISEÑO DE PROGRAMAS

Una vez identificadas las buenas Prácticas Medioambientales y conocido el DAFO empresarial, se continuará con el diseño de los programas de acción.

El diseño de los programas de actuación se centra en el desarrollo de acciones concretas que permitan poner en marcha las buenas prácticas para paliar las deficiencias detectadas en el DAFO. La elección de los programas y la definición de sus objetivos, recursos económicos y humanos que se van a destinar, los destinatarios y el cronograma, ayudarán a establecer prioridades, y de esta manera quedará articulado el “Plan de Gestión Empresarial Sostenible”.

La puesta en marcha de los programas será responsabilidad del empresario, quien invitará a sus empleados a participar en los diversos programas. Es muy importante que los empleados asuman este cambio no como una imposición, sino por convencimiento.

Los puntos clave que debe contemplar un programa están desarrollados en la “Guía para la gestión recreativa de los recursos naturales”. Los programas que se proponen para desarrollar las acciones de este manual se resumen en el cuadro siguiente (cuadro XI).

Cuadro XI
PROGRAMAS DE ACCIÓN

<p>Programas de Información/Comunicación. Este programa se dirige a:</p> <ul style="list-style-type: none">• Público interno (personal que trabaja en la empresa)• Público externo (clientes, proveedores y acreedores) <p>En cuanto a la información dirigida al público interno, se elaborará un Manual de Comunicación Interna en el que se reflejen los objetivos y actuaciones que se pretenden con la puesta en marcha del Manual de Buenas Prácticas para darlas a conocer e involucrar a todo el personal. En relación a la Comunicación Externa, ésta se realizará a través de material divulgativo (panfletos informativos, pegatinas, folletos, etc.) y presentaciones públicas en las que participarán los trabajadores de la empresa reunidos a modo de comité.</p>
<p>Programa de Formación. Este programa se dirige fundamentalmente a los empleados. El personal de la empresa es un elemento clave para la puesta en marcha del Manual de Buenas Prácticas Medioambientales. Para ello se confeccionará un programa de <i>Formación continua</i> que recicle y amplíe los conocimientos ambientales específicos sobre sus áreas concretas de actuación.</p>
<p>Programa de reconversión de procesos productivos. Este programa pretende que el empresario, consciente de la importancia de la implantación del Manual de Buenas Prácticas, modifique en la medida de lo posible los procesos productivos más impactantes. Esta adaptación empezará por la utilización de materiales reciclados o ecológicos, ahorro de consumibles, correcta ubicación de máquinas, etc.</p>

4.7. PLAN DE INCENTIVACIÓN

En la fase de implantación del Plan de Gestión Empresarial Sostenible se abordan los beneficios que las empresas podrán alcanzar con la implementación de este “Manual de Buenas Prácticas”.

En el plan de incentivación, la Administración juega un importante papel, consciente de la necesidad de apoyar a aquellas empresas que se involucren en la protección del medioambiente.

Las **ventajas** o incentivos directos que promueven las Administraciones Públicas en la mayoría de los países desarrollados son, entre otros:

- Subvenciones para inversiones en instalaciones que favorezcan la protección del medioambiente (instalaciones de bajo consumo energético, energías renovables, depuradoras de aguas residuales, etc.).
- Subvenciones para la formación de personal en temas medioambientales.
- Deducciones fiscales por inversión en la protección del medioambiente, en la formación de personal y en investigación, desarrollo e innovación (I+D+I).
- Certificación de empresas que contribuyan a la protección medioambiental mediante la “adjudicación” de ecoetiquetas.

Existen otras ventajas indirectas que se producen como consecuencia de una política de la empresa medioambientalmente responsable:

- Reducción importante de costes de energía y agua.
- Mayores ventajas competitivas en un mercado cada día más concienciado e informado medioambientalmente:
 - Estar incluido en el material publicitario que elabore la Administración o el órgano gestor del espacio natural.
 - Ser un establecimiento recomendado por el órgano gestor del espacio natural.
 - Poder obtener un sello o marca de calidad reconocida a nivel mundial para ese espacio natural.
- Mayor cuota de mercado entre el segmento de consumidores “verdes”.
- Primer paso para la implantación de un Sistema de Gestión Medioambiental con la consiguiente certificación reconocida internacionalmente.
- Posibilidad de rentabilizar los logros en materia de medioambiente a través del *marketing* ecológico.
- Mejora de la imagen general de la empresa que la diferenciará de sus competidores.

Por otra parte, aunque hemos señalado con anterioridad que se debe tender a la implementación de buenas prácticas por convencimiento y no por obligación o temor a sanciones, hay que destacar también la existencia de penalizaciones para aquellas empresas que, con procesos productivos no sostenibles, contribuyen a la contaminación de su entorno. Por ello, se pueden ver gravemente perjudicadas a través de mecanismos sancionadores, como, entre otros:

- Tasas por incumplimiento de normativas medioambientales.
- Multas por vertidos incontrolados.
- Dificultad o imposibilidad de obtener concesiones públicas para desarrollar su actividad en áreas protegidas.

- Deterioro de la imagen de la empresa por la publicidad altamente negativa que representa la contaminación medioambiental.

En consecuencia, el deseo de obtener las ventajas de la implementación de este “Manual de Buenas Prácticas”, así como el afán de evitar las penalizaciones o sanciones, debe contribuir a la concienciación ambiental de las empresas con aspiraciones a desarrollar su actividad en cualquier espacio natural del mundo.

4.8. EVALUACIÓN DEL PLAN: ANÁLISIS COMPARATIVO

Al igual que se ha mencionado en otros manuales de esta obra, el primer paso antes de evaluar resultados es comprobar que el plan se ha implementado correctamente siguiendo las fases y plazos establecidos. Así pues, luego procede evaluar el Plan de Gestión Empresarial Sostenible. Es difícil evaluar el resultado de la aplicación de buenas prácticas a partir de los recursos, pues no se puede discriminar con claridad los beneficios o perjuicios derivados específicamente de las mismas. No obstante, los indicadores ambientales propuestos en la “Guía para la gestión recreativa de los recursos” serán un punto de referencia a tener en cuenta.

Para este tema en concreto se establecerán indicadores de evaluación que nos permitirán conocer la situación antes y después de la implementación del Plan. Los indicadores de evaluación sirven de modelo o patrón para establecer con cierta objetividad la medida de los resultados obtenidos. Se propone llevar a cabo esta evaluación analizando diferentes elementos:

- Indicadores económicos
- Indicadores de actitud de los empleados
- Indicadores sociales
- Indicadores ambientales

Una vez conocidos los resultados, concluida la aplicación del Plan y conocido el objeto de comparación, se elaborará un informe en el que se recoja cuál era la situación preoperacional y la obtenida posteriormente.

Además es posible completar la recopilación de información a través de la elaboración de encuestas a los públicos internos y externos a la empresa.

5. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Ander-Egg, E., y Aguilar, M. J. (2000): *Como elaborar un proyecto. Guía para diseñar proyectos sociales y culturales*. Ed. Lumen/Humanitas, Buenos Aires, 127 pp.

Bernabé, A. (ed.) (2001): *Guía para el desarrollo turístico de la Vall d'Albaida*, Mancomunitat de Municipios de la Vall d'Albaida (inédito).

Blangy, S., y Vautier, S. (2000): «Europe». En: Weaver (ed.): *The Encyclopedia of Ecotourism*, CABI Publishing, pp. 155-172.

Boo, E. (1990): *Ecotourism: The Potentials and Pitfalls*. World Wild Fundation, Washington, 71 pp.

Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana (1998): *Las buenas prácticas medioambientales en Hostelería y Ocio*. Generalitat Valenciana, Conselleria de Medi Ambient, 87 pp.

Ecotrans (1995): *Manual Ecotrans para la mejora de la calidad ambiental en los alojamientos turísticos*. Ed. Ecotrans, 31 pp.

Insula (1999): *Tourism & Services (dossier)*. Ed. Insula, 98 pp.

Organización Mundial de Turismo (OMT) (1999): *Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. Organización Mundial del Turismo, 222 pp.

Pérez de las Heras, M. (1999): *La guía del Ecoturismo*. Ed. Mundi-Prensa, 277 pp.

Viñals, M. J. (ed.) (2002): *Turismo en espacios naturales y rurales II. Herramientas Técnicas de gestión*. Ed. Universidad Politécnica de Valencia (en prensa).

WWF (1999): *Pan Parks. Investing in Europe's future*. Ed. Pan Parks/WWF/Molecaten Groep, 12 pp.

6. ANEXOS

ANEXO I

FICHA-MODELO PARA LA "IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS"

TIPO DE EMPRESA:				
NOMBRE:				
MUNICIPIO:	DIRECCIÓN:	PROPIETARIO:		
UBICACIÓN				
TIPO DE ESTABLECIMIENTO				
CAPACIDAD DEL ESTABLECIMIENTO				
EQUIPAMIENTO				
TIPO DE CONSTRUCCIÓN				
DECORACIÓN Y AMBIENTE (valorar del 1 al 5 los siguientes aspectos teniendo en cuenta su integración en el medio rural y su estado de conservación)				
Belleza del entorno:	Fachada:	Mobiliario:	Estado de conservación:	
ÉPOCA DE APERTURA				
ACTIVIDAD PRODUCTIVA				
MATERIAL DIVULGATIVO				

ANEXO II

GUIÓN PARA LA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD CON EMPRESARIOS

1. EMPRESA:				
NOMBRE:				
MUNICIPIO:	DIRECCIÓN:		PROPIETARIO:	
2. UBICACIÓN				
3. TIPO DE ESTABLECIMIENTO				
4. CAPACIDAD DEL ESTABLECIMIENTO				
5. TIPO DE CONSTRUCCIÓN				
6. DECORACIÓN Y AMBIENTE (valorar del 1 al 5 los siguientes aspectos teniendo en cuenta su integración en el medio rural y su estado de conservación)				
Belleza del entorno:	Fachada:	Mobiliario:	Estado de conservación:	
7. EQUIPAMIENTOS				
8. ACTIVIDADES QUE DESARROLLA				
9. ÉPOCA DE APERTURA				
10. NÚMERO DE TRABAJADORES DE LA EMPRESA				
11. FORMACIÓN DEL PERSONAL ENCARGADO DEL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES				
12. PÚBLICO DEMANDANTE				
FAMILIAS (CON HIJOS O SIN HIJOS)	GRUPOS DE JÓVENES	GRUPOS TERCERA EDAD	GRUPOS ESCOLARES	OTROS
13. ESTANCIA MEDIA DE LOS CLIENTES				
14. PRECIO DE LAS ACTIVIDADES (POR PERSONA Y/O GRUPO)				
15. FACTURACIÓN ANUAL				
16. EVALUACIÓN Y CONTROL DE LAS ACTIVIDADES				

PREGUNTAS

1. ¿Está protegida la zona en la que realiza sus actividades?
2. ¿Cuántos turistas acuden anualmente al destino?
3. ¿Piensa que el espacio natural está sometido a un desarrollo intensivo?
(comentar los elementos de la columna siguiente)
 - Destrucción de la vegetación
 - Afectación de la fauna
 - Construcciones masivas
 - Degradación del paisaje
4. ¿Se utilizan pistas y senderos en la realización de sus actividades económicas? ¿Ha pensado alguna vez en la erosión y la utilización masiva de estas pistas y senderos?
 - Rutas en bicicletas
 - Rutas a pie
 - Rutas en coche
 - Rutas a caballo
5. ¿Cual es el grado de contaminación acústica?
 - Actividades y vehículos de los turistas
 - Tráfico aéreo
6. ¿Cuál es el grado de contaminación del aire?
 - Uso excesivo de vehículos por parte de los turistas
 - Uso excesivo de vehículos en las actividades económicas
7. ¿Conoce el grado de contaminación del agua?
 - Gestión de los residuos
 - Inexistencia de alcantarillados
 - Inexistencia de sistemas de gestión de residuos sólidos
8. ¿Conoce el grado de banalización paisajística?
 - Tendidos eléctricos
 - Construcciones no integradas en el medio
 - Otros

9. ¿Cómo realiza la comercialización y comunicación turística?
 - Folletos con papel reciclado
 - Tamaño adecuado al segmento de demanda
 - Información sobre los residentes y patrimonio local
10. ¿Se ha planteado la posibilidad de utilizar energías alternativas no contaminantes y el ahorro energético?
 - Energía Solar
 - Energía Eólica
 - Otras fuentes energéticas
11. ¿Emplea o ha empleado a residentes locales en su empresa?
12. ¿Consume productos locales?
13. ¿Insta a sus clientes a ayudar y respetar la cultura local y a los residentes?
14. ¿Ha contratado alguna vez una auditoría ambiental?
15. ¿Colabora o ha colaborado con otras empresas locales?
 - Venden paquetes de actividades conjuntas
 - Tienen algún acuerdo con otras empresas
 - Recomiendan actividades de otras empresas a sus clientes