

Manual de buenas prácticas Ecoturísticas



06/

Antes de
empezar

**Conceptos
clave**



12/

Criterios
ecoturísticos

**Buenas
prácticas**



- 4 Presentación
- 4 ¿Por qué un manual de buenas prácticas ecoturísticas?
- 7 Antes de empezar tengamos en cuenta algunos conceptos clave
- 11 La red de senderos de Tenerife
- 12 Yo sí apuesto por la calidad, ¿por dónde puedo empezar?
- 14 Criterios ecoturísticos/ buenas prácticas
- 14 Generalidades
- 17 Legislación
- 19 Gestión ambiental
- 27 Seguridad y prevención de riesgos
- 29 Espacios de acogida y visita
- 31 Accesibilidad universal
- 34 Atención al público
- 37 Información
- 39 Prestación del servicio
- 43 Educación ambiental e interpretación del patrimonio
- 46 Gestión del personal
- 47 Responsabilidad social corporativa
- 50 Comercialización y promoción
- 53 Seguimiento y evaluación de los servicios
- 55 Casos de éxito



AGRADECIMIENTOS:

El desarrollo de este manual ha contado con el apoyo de empresas del sector turístico que desarrollan su actividad en el entorno de los Espacios Naturales Protegidos de la isla de Tenerife, así como del personal técnico de las áreas de turismo y medio ambiente del Cabildo de Tenerife. A todos ellos queremos agradecerles su colaboración y participación en el proceso.

Turismo de Tenerife
C/ Alcalde José Emilio García Gómez, 9
38005, Santa Cruz de Tenerife
Islas Canarias, España
Tel.: 0034 902 321 331
Fax : 0034 922 237 872
info@webtenerife.com

Diseño y maquetación
As Publicidad

Fotografía
Alfonso Bravo
Banco de imágenes Turismo de Tenerife
Impresión

Número de depósito Legal
TF 604-2017





1. Presentación

■ El proyecto CAMINMAC “Acciones para el desarrollo y difusión de una red de senderos señalizados, en consonancia con los principios de la Carta Europea del Turismo Sostenible en los Espacios Protegidos”, se enmarca dentro del Programa de Cooperación Transnacional MAC 2007-2013.

Se trata de una iniciativa que pretende poner en valor la red de senderos del Parque Natural de la Corona Forestal para promover su uso turístico, desde una perspectiva de seguridad y conservación de los mismos, impulsando el desarrollo socioeconómico a través de la potenciación de actividades ecoturísticas y sostenibles en torno a ellos.

La colaboración público-privada es necesaria para impulsar el desarrollo de actividades ecoturísticas de calidad, que permitan al visitante vivir una experiencia única y que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los habitantes.

El Cabildo de Tenerife, Turismo de Tenerife y el Parque Nacional del Teide trabajan de forma coordinada para impulsar esta iniciativa y que el turismo sostenible y de calidad se convierta realidad en nuestra isla.

Este Manual de Buenas Prácticas Ecoturísticas pretende ser una referencia para todas aquellas empresas turísticas que desarrollan su actividad en torno a esta red de senderos, de forma que cuenten con unos estándares de calidad que aporten un valor añadido a su labor y contribuyan con el medio ambiente y la sociedad en la que están inmersos.

Las recomendaciones que aporta la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) actúan como líneas base para las propuestas de este manual, ya que promueve una mejora en la viabilidad económica, social y ambiental del turismo, a través de la acción conjunta de instituciones públicas y organizaciones privadas.

Este manual se ha desarrollado de forma participada con empresarios vinculados a la red de senderos del Parque Natural de la Corona Forestal de la Isla de Tenerife, y es el resultado de una apuesta común por un turismo sostenible que mejore la calidad de vida de los habitantes de la isla y la experiencia de quienes nos visitan.

1.1 ¿Por qué un Manual de Buenas Prácticas Ecoturísticas?

■ EL MEDIO AMBIENTE juega un papel clave en el turismo. Los espacios naturales tienen una gran capacidad de atracción de visitantes y, al mismo tiempo, son lugares frágiles, por lo que es responsabilidad de todos contribuir a su conservación y protección.

El turismo, como actividad económica, revierte beneficios a favor de la conservación y promueve el desarrollo de las localidades. Sin embargo, si no se maneja adecuadamente puede conllevar impactos no deseados a nivel sociocultural y, principalmente, medioambiental.

Este manual responde a la necesidad de fomentar la diversificación económica, compatibilizando la conservación del medio ambiente con el desarrollo turístico

y contribuyendo a la articulación de una oferta turística de calidad y respetuosa con el entorno.

Los miles de turistas que visitan nuestras islas cada año demandan productos y servicios que demuestren su compromiso con el medio ambiente. La implicación de los empresarios y administraciones en el fortalecimiento de este compromiso será una de las claves para responder adecuadamente a esta demanda.

Los criterios y buenas prácticas que se recogen en este manual buscan, de forma efectiva y sencilla, maximizar los beneficios de la actividad turística en el entorno sociocultural, ambiental y empresarial en el que se engloban.



1.1.1 ¿A quién va dirigida?

Este manual está dirigido a todas aquellas empresas y profesionales independientes que desarrollan su actividad turística en el entorno del Parque Natural de la Corona Forestal.

Si bien cualquier empresario que trabaje en un entorno natural puede beneficiarse de su contenido.

1.1.2 ¿Qué beneficios obtengo?

La implementación de buenas prácticas en ecoturismo promueve una serie de beneficios desde el punto sociocultural, ambiental y económico.

Algunos beneficios son:

- » Ofrecer una garantía de calidad de los productos y servicios.
- » Adecuar la oferta a las expectativas y necesidades del cliente.
- » Mejorar su comportamiento ambiental y su conexión con el Parque Natural.
- » Apoyar el desarrollo local y mejorar el compromiso social de la empresa.

1.1.3 ¿Qué puedo hacer yo?

En el camino hacia la calidad y la sostenibilidad todos tenemos algo que aportar y cualquier acción por pequeña que sea es valiosa.

“Apostar por la calidad y la sostenibilidad turística es apostar por un producto turístico diferenciado y competitivo”

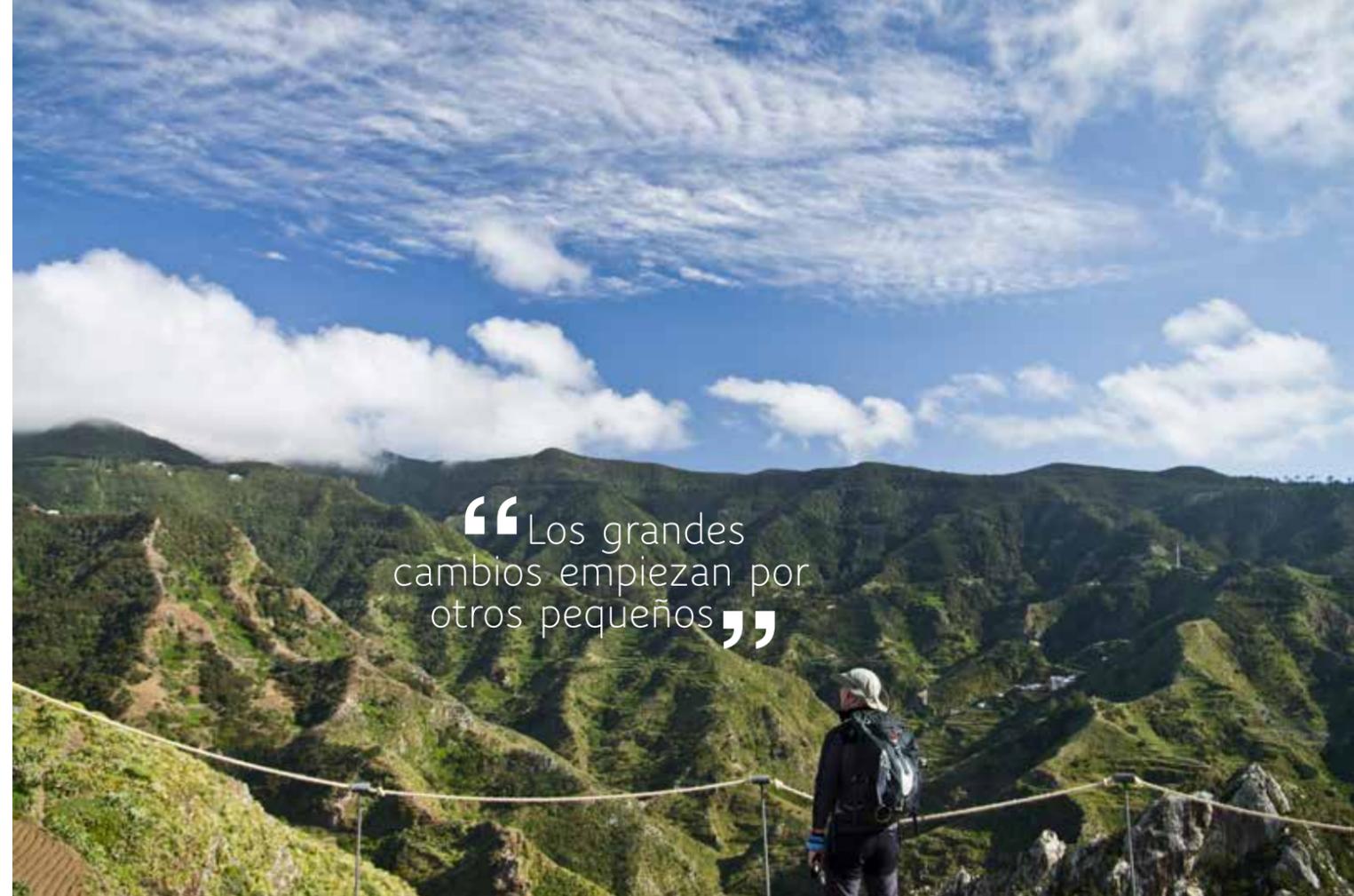
1.1.4 ¿Cómo se organiza el manual? y, sobre todo, ¿cómo puedo empezar a utilizarlo?

El manual cubre tanto los criterios vinculados a buenas prácticas en la EMPRESA, como criterios relacionados con las buenas prácticas en el SERVICIO, ambos incluidos dentro de las siguientes temáticas:

- Legislación
- Gestión Ambiental
- Seguridad Y Prevención De Riesgos
- Espacios De Acogida Y Visita
- Accesibilidad Universal
- Atención Al Público
- Prestación Del Servicio
- Educación Ambiental e Interpretación Del Patrimonio
- Gestión Del Personal
- Responsabilidad Social Corporativa
- Comercialización Y Promoción
- Seguimiento Y Evaluación De Los Servicios

Para desarrollar las tareas que se describen en este manual no es necesario una gran inversión económica, lo único que se requiere es esfuerzo y compromiso social.

Por último, este manual recoge algunos casos de éxito de la implantación de mejores prácticas en la gestión sostenible de la actividad turística. Si otros han podido, ¿por qué no lo podemos hacer nosotros?



“Los grandes cambios empiezan por otros pequeños”

2. Antes de empezar tengamos en cuenta algunos conceptos clave

■ **Turismo sostenible, ecoturismo y calidad...** conceptos con una gran conexión entre sí y muy divulgados hoy en día, pero, ¿realmente aplicamos estos conceptos en nuestro negocio? Repasemos algunos aspectos clave antes de empezar.

Para que nuestra empresa y sus servicios promuevan un **turismo sostenible**, debemos tener en cuenta el desarrollo de tres pilares fundamentales:

Ambiental: *hacer un uso óptimo de los recursos ambientales, ayudando a conservar el medio ambiente y la diversidad biológica.*

Además, se ha de asegurar un alto grado de satisfacción al público-visitante de forma que se convierta en una experiencia significativa.

Económico: *asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que contribuyan a la creación de empleo estable y la obtención de ingresos para el destino.*

El ecoturismo es una tipología de turismo sostenible. La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES) define **ecoturismo** como “un viaje responsable a áreas naturales que apoya la conservación del medio ambiente y mejora el bienestar de las comunidades locales”.

Sociocultural: *respetar la autenticidad sociocultural, conservando su patrimonio cultural y tradiciones.*

El ecoturismo promueve una serie de principios que definen el respeto por el medio ambiente y la cultura local:



2.1 Principios del ecoturismo

- 1/ Minimizar los impactos, ambientales y sociales.
- 2/ Aumentar la conciencia y el respeto por el ambiente y la cultura.
- 3/ Ofrecer experiencias positivas, tanto para los visitantes, como para los anfitriones.
- 4/ Ofrecer beneficios financieros directos para la conservación.
- 5/ Proveer beneficios financieros y participación real para la población local.
- 6/ Aumentar la sensibilidad de los turistas hacia el país anfitrión en su clima político, cultural y social.

(Sociedad Internacional para el Ecoturismo, TIES)

■ **La calidad** en los productos reside en algunos aspectos como su prestigio, diferenciación, fiabilidad y rigurosidad. Todo ello para asegurar al público-visitante la mejor experiencia turística posible.

Existe un creciente interés por parte de los empresarios que ofrecen servicios relacionados con los recursos naturales y culturales de espacios protegidos, de garantizar la calidad y que se les reconozca el esfuerzo de conseguir un distintivo para este fin.

La **Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS)** es un sistema de calidad que tiene como objetivo promover el desarrollo del turismo sostenible en espacios naturales protegidos. Es un compromiso voluntario por el que empresas y espacios protegidos apuestan para aplicar principios de sostenibilidad, definiendo estrategias para lograrlo.

La CETS remarca la importancia de proporcionar a los visitantes experiencias de alta calidad en todas las facetas de su estancia, así como colaborar con los actores implicados directa e indirectamente en el sector turístico, para el desarrollo conjunto de estrategias para el destino.

Las líneas de desarrollo que marca la CETS y los principios del ecoturismo, serán la base de las buenas prácticas de este manual.

Los **principios del turismo sostenible**, según marca la Federación EUROPARC, en espacios protegidos de la CETS son:

1. Implicar a todas las partes relacionadas con el turismo en el espacio natural protegido, en la gestión y el desarrollo turístico del territorio.
2. Elaborar y aplicar una Estrategia de Turismo Sostenible y un Plan de Acción.
3. Proteger y promocionar el patrimonio natural y cultural del territorio para el turismo y con el turismo, evitando un desarrollo turístico excesivo que ponga en peligro la conservación.
4. Ofrecer a los visitantes una experiencia de alta calidad en todos los aspectos.
5. Proporcionar información adecuada a los visitantes sobre los valores singulares del territorio.
6. Desarrollar y promocionar productos turísticos genuinos que permitan a los visitantes descubrir, comprender y establecer una relación con el territorio.
7. Ampliar los conocimientos sobre el espacio natural protegido y los temas de sostenibilidad entre los actores relacionados con el turismo.
8. Garantizar la mejora de la actividad turística sin que por ello se reduzca la calidad de vida de la población.
9. Aumentar los beneficios del turismo para la economía local.
10. Controlar e influir sobre los flujos de visitantes para reducir los impactos negativos que pudieran generar.





“ La isla de Tenerife posee una importante riqueza natural y diversidad biológica ”

3. Red de senderos de Tenerife

Las Islas Canarias albergan espacios naturales privilegiados, entornos de una gran belleza y valor natural, lo que las convierte en uno de los destinos más atractivos a nivel nacional y europeo.

Tenerife es la isla del archipiélago que cuenta con una mayor superficie a conservar; más de la mitad de su territorio es de gran valor natural, patrimonial y paisajístico.

La **Red de Senderos de Tenerife** cuenta con 3 tipos de rutas:

- 1. Gran Recorrido (GR)**, son recorridos cuya longitud supera los 50 km.
- 2. Pequeño Recorrido (PR)**, su longitud oscila entre los 10 y los 50 km.
- 3. Sendero Local (SL)**, son recorridos de menos de 10 km.

Para el diseño de los senderos se tienen en cuenta los estándares europeos de la ERA (European Ramblers Association) y se homologan por la FEDME (Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada), lo que avala la calidad de su señalización y niveles de seguridad.

El Parque Natural de Corona Forestal es el anillo forestal que rodea el Parque Nacional del Teide, ocupando una superficie de 46.612,9 hectáreas. Declarado por la Ley 12/1987, de 19 de junio, de Declaración de Espacios Naturales de Canarias, como Parque Natural de Corona Forestal, y reclasificado por la Ley 12/1994, de 19 de diciembre, de Espacios Naturales de Canarias.

Se trata de la zona protegida más extensa de Canarias, un conjunto de importante valor paisajístico que alberga fauna y la flora de una importante biodiversidad endémica

entre las que se encuentran varias especies amenazadas. La importante superficie ocupada por el pinar canario lo convierte en el pulmón de la isla. A esto hay que añadir su papel fundamental en la captación de aguas y la conservación de suelos ante la erosión.

También existen elementos geomorfológicos de gran singularidad como barrancos, pitones o lavas recientes, el paisaje lunar, etc., que son representativos de la geología insular.

Los senderos que transcurren por el Parque Natural de Corona Forestal, son los siguientes:

- » GR 131 Anaga – Chasna
- » PR-TF 35 La Caldera – Mamio – La Caldera
- » PR-TF 40 Ladera de Tigaiga
- » PR-TF 43 Garachico – Montaña Chinyero
- » PR-TF 70 Guía de Isora – Tágara – Boca Tauce
- » PR-TF 72 Vilaflor – Paisaje Lunar – Vilaflor
- » PR-TF 83 Altos de Granadilla
- » PR-TF 86 Villa de Arico – Cumbre de Arico
- » SL-TF 81 Camino de La Orilla del Monte

Proteger y defender este Parque Natural y cualquier otro espacio natural es tarea de todos, para que las generaciones del futuro continúen disfrutando de este patrimonio.

4. Yo sí apuesto por la calidad

Por dónde puedo empezar

■ Empezaremos por el principio... ¡Lo primordial es tu compromiso! Compromiso por ofrecer un servicio de calidad respetuoso con el medio ambiente.

Las buenas prácticas que proponemos a continuación son aplicables **tanto en tu empresa como en el servicio** que ofreces a tus clientes.

Los criterios y buenas prácticas expuestos en este manual son de aplicación a las diversas tipologías de empresas vinculadas a la Red de Senderos de los espacios protegidos: turismo activo, transporte, consultoría, agencias de viaje y turoperadores, restauración, alojamientos, bodegas y centros visitables, entre otras posibles.

No obstante, pudieran existir algunos que, por la tipología de empresa (o profesional independiente) o de servicio que se ofrezca, no sean de aplicación. Igualmente existen criterios de aplicación específica para determinados sectores. Encontrarás apartados de información que pueden ser aplicables a tu empresa, identificados, de ser el caso, mediante los siguientes iconos:



Este manual, además de informar acerca de los criterios ecoturísticos que deberían cumplir las empresas y sus servicios, busca ser también un método de autoevaluación para que la empresa conozca su situación de partida, es decir, que criterios cumple ya y en cuales debe mejorar.

En cada una de las temáticas que se tratan en el manual (gestión ambiental, espacios de acogida, prestación de servicio, etc.), se exponen **criterios generales** que se deben cumplir y, dentro de estos, **criterios específicos** o **buenas prácticas** que ayudan a su cumplimiento.

Te animamos a que realices, a medida que lees el manual, una autoevaluación de tu empresa y tus servicios, marcando aquellos criterios/buenas prácticas que ya cumples, así como aquellos que todavía no estás aplicando.

Con esta autoevaluación podrás conocer cuáles son los aspectos en concreto que debes mejorar, convirtiéndolos en los objetivos o retos que deberás cumplir en el corto-medio-largo plazo, para convertirte en una empresa que trabaja bajo los estándares del ecoturismo.

Ten en cuenta que este manual es una guía para ayudarte a conseguir ese objetivo, y que son varias las buenas prácticas que se pueden llevar a cabo para su consecución, por lo que te animamos a que busques posibilidades de cumplir con los criterios que mejor se adapten a tu tipología de empresa y servicio ofertado.



5. Criterios ecoturísticos

Buenas prácticas

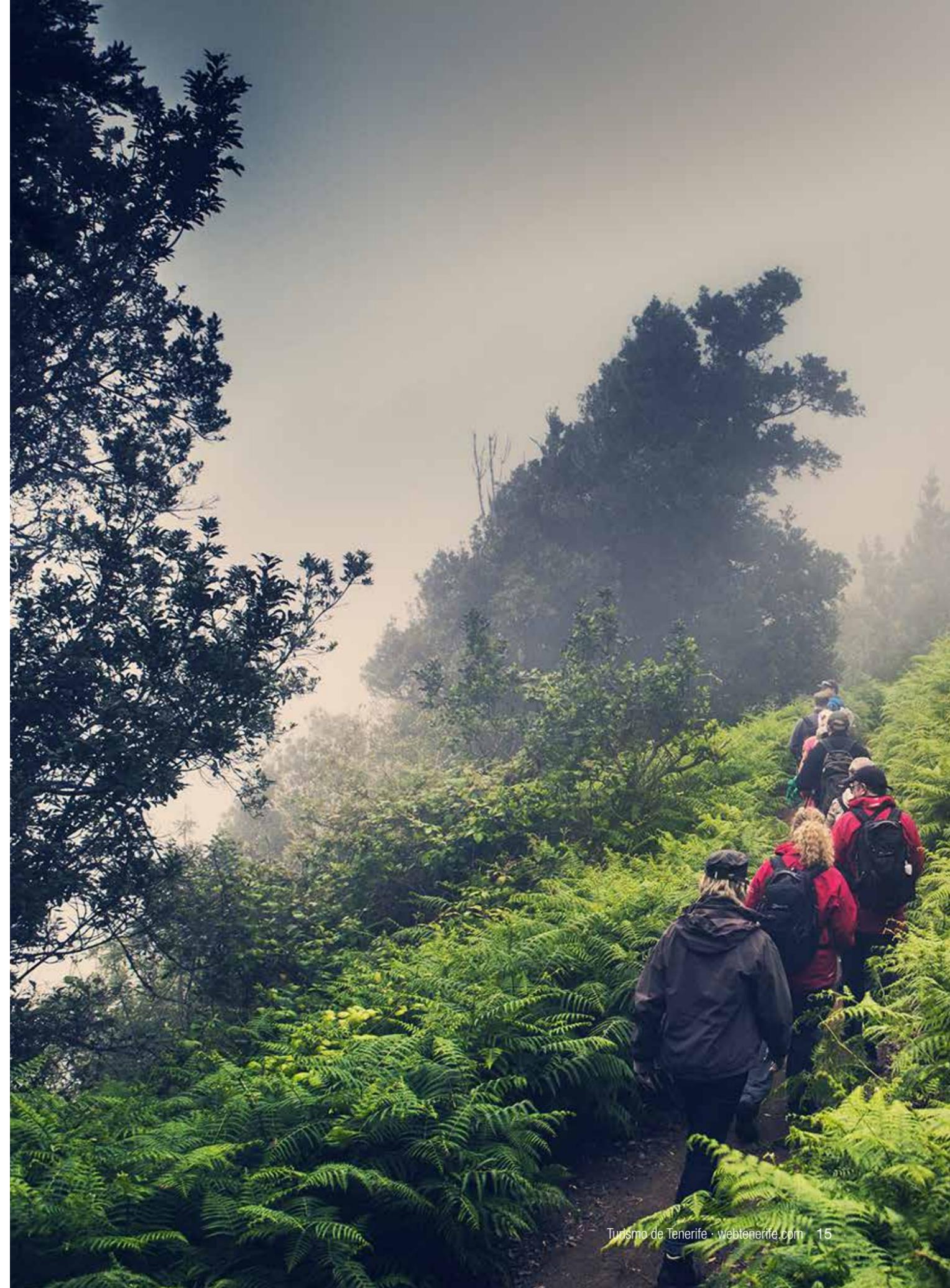
Generalidades

Las empresas que desarrollan su actividad en entornos con altos valores patrimoniales como son los espacios naturales protegidos, deben ser las que más apuesten por su conservación, ya que de ello depende en gran medida el éxito y la finalidad de su empresa. Si esos valores desaparecen, sus servicios verán mermada su calidad y pondrán en peligro su existencia. Por lo tanto, la empresa, todos sus integrantes y las acciones que de ella se deriven, deberán desarrollarse en base a unos criterios de sostenibilidad, de conservación del patrimonio natural y cultural, y de apoyo al desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales. Igualmente, los diversos servicios que puedan prestar las empresas vinculadas a la Red de Senderos deberán cumplir también una serie de criterios, que contribuyan a que el conjunto de la actividad (empresa + servicio) esté acorde con un modelo ecoturístico y de calidad.

Las temáticas en las que se han agrupado los criterios y buenas prácticas que la empresa y sus servicios deberían cumplir, en la medida de sus posibilidades, implicación y atendiendo a la tipología de actividad o servicio que ofrecen, son:

- 1/ Legislación
- 2/ Gestión ambiental
- 3/ Seguridad y prevención de riesgos
- 4/ Espacios de acogida y visita
- 5/ Accesibilidad Universal
- 6/ Atención al público
- 7/ Información
- 8/ Prestación del servicio
- 9/ Educación ambiental e Interpretación del patrimonio
- 10/ Gestión del personal
- 11/ Responsabilidad Social Corporativa
- 12/ Comercialización y promoción
- 13/ Seguimiento y evaluación de los servicios

A continuación se proponen una serie de criterios para cada una de las temáticas.





5.1 Legislación

■ Toda empresa debe cumplir con la legislación y reglamentos que le sean de aplicación a nivel local, autonómico y nacional. Una premisa básica a nivel legal es el cumplimiento con la legislación obligatoria.

- 1/ Contar con la licencia de apertura o de actividad económica.
- 2/ Disponer del alta fiscal de la empresa.
- 3/ Estar inscrita en el registro mercantil de la Comunidad Autónoma de Canarias (en caso de actividades turísticas en el registro general turístico).
- 4/ Contar con un seguro en función de las actividades y/o servicios ofertados (seguro de responsabilidad civil, etc.).
- 5/ Comunicar a la administración competente sobre cualquier modificación que afecte a los datos o manifestaciones declaradas en el inicio de la actividad, que afecten al desarrollo de la misma.
- 6/ Solicitar los permisos necesarios y obligatorios para el transporte por carretera y/o para el desarrollo de actividades en los espacios naturales protegidos de la isla.

De igual modo, la empresa debe prestar especial atención a la normativa referente a la gestión ambiental, accesibilidad universal, y seguridad y prevención que le sea de aplicación. Se recomienda tener esta legislación, actualizada y accesible al personal de la empresa para su consulta, ya sea en papel, soporte digital, acceso desde Internet, etc.

Las Islas Canarias no cuentan, actualmente, con normativa específica que regule el Turismo Activo en la comunidad, si bien desde el Gobierno Canario se está trabajando en el borrador de un decreto para su regulación en el momento de publicación de este manual (Octubre 2015). No obstante, existe legislación y normativa que se debe tener en cuenta:

Medio Ambiente

» Ley 33/2015, de 21 de septiembre, por la que se modifica la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad.

» Resolución de 16 de febrero de 2012 relativa a la aprobación de la memoria ambiental y aprobación definitiva y de forma parcial del Plan de Uso y Gestión del Parque Nacional de la Corona Forestal.

» Real Decreto 1274/2011, de 16 de septiembre, por el que se aprueba el Plan estratégico del patrimonio natural y de la biodiversidad 2011-2017, en aplicación de la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad.

» Resolución del Consejero Insular del Área de Medio Ambiente de 14 de abril de 2011 que regula el tránsito motorizado por pistas forestales.

» Ley 10/2006, de 28 de abril, por la que se modifica la Ley 43/2003, de 21 de noviembre, de Montes.

» Decreto Legislativo 1/2000, de 8 de mayo, por el que se aprueba el Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio de Canarias y de Espacios Naturales de Canarias.

» Ley 31/1988 de 31 de octubre sobre Protección de la Calidad Astronómica de los Observatorios del Instituto de Astrofísica de Canarias (también conocida como Ley del Cielo) que establece un conjunto de medidas tendentes a garantizar la calidad de los observatorios del Instituto de Astrofísica de Canarias y limitan el alumbrado de exteriores, además de la instalación y funcionamiento de emisoras de radio y al establecimiento de industrias, actividades potencialmente contaminadoras de la atmósfera.

Además de esta legislación es importante recordar que los Espacios Naturales Protegidos cuentan con sus propios planes de ordenación y gestión (Planes de Ordenación de los Recursos Naturales, y Planes Rectores de Uso y Gestión), que pueden limitar o condicionar el uso público y las actividades turísticas que se pueden desarrollar en los mismos. Asegúrate de cumplir con la normativa de cada espacio en concreto.

Turística

» Ley 9/2015, de 27 de abril, de modificación de la Ley 2/2013, de 29 de mayo, de modernización y renovación turística de Canarias, y de otras leyes relativas a la ordenación del territorio, urbanismo y medio ambiente.

» Decreto 29/2013, de 31 de Enero, que modifica el Decreto 90/2010, de 22 de julio, por el que se regula la actividad turística de restauración y los establecimientos donde se desarrolla.

» Decreto 50/2011, de 8 de abril, por el que se establecen los formatos y las características de las placas-distintivo de los establecimientos turísticos de alojamiento, de restauración y de intermediación turística.

» Decreto 13/2010, de 11 de febrero, por el que se regula el acceso y ejercicio de la profesión de guía de turismo en la Comunidad Autónoma de Canarias. El Decreto 9/2013, de 19 de febrero, introduce algunas modificaciones sobre esta norma.

» Decreto 142/2010, de 4 de Octubre, por el que se aprueba el reglamento de la Actividad Turística de Alojamiento y se modifica el Decreto 10/2001, de 22 de enero, por el que se regulan los estándares turísticos.

» Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias. Accesible aquí. (Última modificación – Ley 14/2009, de 30 de diciembre por la que se modifica la Ley 7/1995, de abril de Ordenación de Turismo de Canarias.

Accesibilidad

» Real Decreto Legislativo 1/2013 de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social.

» Decreto 148/2001, de 9 de Julio, por el que se modifica el Decreto 227/1997, de 18 de Septiembre, que aprueba el reglamento de la Ley 8/1995, de 6 de Abril, de accesibilidad y supresión de barreras físicas y de la comunicación.

» Ley 8/1995, de 6 de abril, de accesibilidad y supresión de barreras físicas y de la comunicación.

Transporte

» Decreto 115/2015, de 22 de mayo, por el que se modifica el Reglamento de desarrollo de la Ley 13/2007, de 17 de mayo, Ordenación del Transporte por Carretera de Canarias, aprobado por el Decreto 72/2012, de 2 de agosto.

» Decreto 72/2012, de 2 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 13/2007, de 17 de mayo, de Ordenación del Transporte por Carretera de Canarias que incluye la regulación del transporte público regular de viajeros o el transporte turístico público y privado complementario.

Otra legislación de interés

» Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

» Decreto 168/1996, de 4 de julio, por el que se regulan las características de las hojas de reclamaciones y el procedimiento de tramitación de las reclamaciones.

» Decreto 225/1994, de 11 de noviembre, por el que se regulan las Hojas de Reclamaciones de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad Autónoma Canaria.



“Una mejor gestión ambiental se traduce también en una reducción de costes y un ahorro económico para la empresa”

5.2 Gestión ambiental

■ Supone la incorporación de medidas para hacer un uso más eficiente en cuanto a la energía, el agua, las emisiones, los residuos y los consumos, como parte de la propia gestión de la empresa, lo que repercutirá directamente en el ahorro y en la conservación del medio ambiente. Además de definir y documentar un protocolo de gestión ambiental adaptado a la empresa, es importante hacer una labor de sensibilización dirigida a trabajadores con

el objetivo de que puedan colaborar activamente en las labores definidas por la empresa al respecto.

Del mismo modo, el público-visitante puede contribuir a la mejora de la gestión ambiental, pero para ello, la empresa debe informarle sobre los mecanismos que lleva a cabo y los medios que pone a su disposición para aportar su *granito de arena*.

5.2.1 Energía

1. Lleva un registro y reduce tu consumo energético.

· Lleva un registro del consumo de energía (Kwh) cada mes, utilizando por ejemplo una ficha similar a la que te proponemos a continuación:

MES	ÁREA	CONSUMO (KWH)	OBSERVACIONES	RESPONSABLE
-----	------	---------------	---------------	-------------

Apunta las variaciones en el consumo de energía respecto al mes anterior

Fig.1. Ejemplo de ficha para el registro de consumo energético. Fuente: Elaboración propia.

¿Sabías que...

... la sustitución de los sistemas de alumbrado tradicionales por sistemas de bajo consumo permite un ahorro de hasta el 80% de energía?

- Programa las actividades que requieran un gasto energético elevado según la tarificación más conveniente.
- Utiliza bombillas de bajo consumo.
- Apaga las luces y aparatos que no se estén utilizando. Fomenta entre los clientes y empleados el hábito de apagar las luces cuando no estén en uso. Los detectores de presencia pueden ayudar a optimizar el uso de la iluminación. Utiliza también programadores/temporizadores de corriente eléctrica para asegurarte el apagado/encendido de las luces y/o aparatos electrónicos en horarios concretos.
- Cuando no los estés usando, desconecta los aparatos de la red eléctrica, ya que en modo de espera consumen una importante cantidad de energía.
- Busca la temperatura adecuada para el aire acondicionado y la calefacción ya que son de los equipos que más

energía consumen (T^a recomendada para calefacción 21°C y T^a recomendada para aire acondicionado $24-26^{\circ}\text{C}$). Realiza un mantenimiento periódico a los equipos de aire acondicionado; el simple hecho de limpiar los filtros ayudan a reducir el consumo de energía.

- Reemplaza progresivamente los sistemas y aparatos más antiguos por productos nuevos de mayor eficiencia energética (etiqueta energética A+++).
- Pinta las paredes con colores claros ya que reflejan más la luz y acentúan la iluminación, contribuyendo a tener que encender menos las luces.
- Involucra a tu personal para que identifiquen prácticas que te permitan un ahorro energético y premia estas iniciativas.

Para comprobar la eficacia de los medios utilizados para el ahorro en el consumo de energía, define indicadores que te permitan medir los resultados a corto/medio plazo. Un indicador para medir el consumo de electricidad puede ser kwh por día.

2. Apuesta por el uso de energías renovables.

- Utiliza energía solar térmica para producir agua caliente sanitaria. Las Islas Canarias cuentan con condiciones óptimas para la utilización de este sistema.
- Analiza con expertos qué otros tipos de energías alternativas puedes implementar en tu establecimiento (biogás, energía fotovoltaica, etc.).

¿Sabías que...

...la variación de 1 grado en la temperatura del aire acondicionado supone una diferencia de un 6% en el consumo eléctrico?

5.2.2 Agua

3. Lleva un registro y reduce el consumo de agua.

- Lleva un registro del consumo de energía (Kwh) cada mes, utilizando por ejemplo una ficha similar a la que te proponemos a continuación:

Las buenas prácticas relacionadas con la gestión del agua, energía, y residuos sólidos contribuyen a reducir la producción de gases de efecto invernadero

FECHA	ÁREA	CONSUMO	OBSERVACIONES	RESPONSABLE
Día: Mes: Hora:			Apunta las variaciones en el consumo de agua respecto al mes anterior	

Fig.2. Ejemplo de ficha para el registro de consumo de agua. Fuente: Elaboración propia.

- Programa un mantenimiento general, al menos una vez al mes, para revisión de tuberías e instalaciones para la reparación de llaves que gotean u otro tipo de fugas. Solicita al personal que reporten las fugas que detecten.
- Instala dispositivos economizadores de consumo, como por ejemplo, grifos monomando, dispositivos de doble descarga en descarga para inodoros, perlizadores en los grifos de los lavabos y duchas, y/o temporizadores en lavabos.

¿Sabías que...

... instalando perlizadores en los grifos puedes llegar a ahorrar un 50% de consumo de agua?



PARA RESTAURANTES

- » Utiliza el lavavajillas cuando esté lleno para maximizar el aprovechamiento del lavado.
- » Adquiere equipos de cocina que permitan el ahorro agua, por ejemplo, una cafetera con sistema de "erogación continua" (conexión directa a la red de agua).



PARA ALOJAMIENTOS

- » Motiva a los usuarios a participar en el ahorro de agua. Utiliza diferentes medios como tarjetas impresas o rótulos en la habitación y otros puntos estratégicos, para facilitar instrucciones sobre cómo pueden ayudar en esta tarea, como por ejemplo:
 - » Reutilizar las toallas y sábanas que estén limpias, colocando en el suelo aquellas que quieren que se lave y dejar en el lugar la que esté limpia.
 - » Cerrar la llave del agua cuando no la estén utilizando.



4. Implanta sistemas adecuados para el tratamiento de aguas residuales.

- Mantén el sistema de evacuación de aguas residuales en buen estado de funcionamiento, y asegúrate de que los conductos de evacuación de aguas residuales están diseñados para soportar las cargas necesarias.
- Evita el vertido de sustancias tóxicas a los desagües o canalizaciones.
- Implanta un sistema que te permita reutilizar las aguas grises (lavabos, fregaderos, etc.), por ejemplo, para regar las zonas verdes.

- Sustituye los vehículos más antiguos y contaminantes, por vehículos nuevos y de mejor rendimiento, e incluso cuando sea posible por vehículos con fuentes de alimentación alternativas (híbridos, eléctricos).
- Utiliza cuando sea necesario, y en la medida de lo posible, medios de transporte colectivo.
- Pon a disposición de tus clientes, un servicio de transporte que minimice el uso de automóviles privados, o mantén debidamente informados a tus clientes sobre las posibilidades de transporte público, alquiler de bicicletas, etc., en las cercanías.
- Prioriza la contratación de empresas de transporte que sean sostenibles y respetuosas con el medio.
- Revisa periódicamente los vehículos propios de la empresa (si dispones de ellos), para asegurarnos un buen rendimiento y eficiencia de los mismos.

La contaminación lumínica puede provocar importantes trastornos en el comportamiento de algunos animales

- Planifica convenientemente los desplazamientos para reducir la contaminación y el impacto que pueden producir.
- Motiva a tus clientes, personal y proveedores a desarrollar comportamientos que permitan reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero relacionados con el transporte.
- Promueve entre tus clientes actividades que no necesiten de automóviles.
- Calcula la huella de carbono que deja su empresa, es decir, la cantidad de dióxido de carbono y otros gases de efecto invernadero que se emiten durante la actividad de tu empresa, a fin de determinar cuándo se debe utilizar un proceso más eficiente.

5.2.3 Contaminación

5. Reduce la contaminación lumínica, acústica y las emisiones de gases.

- Utiliza las luminarias certificadas como no contaminantes por el Instituto de Astrofísica de Canarias.
- Utiliza luminarias de exteriores con una emisión de luz hacia el hemisferio superior, inferior al 0.2% respecto al flujo total saliente de la luminaria.
- Evita excesos en los niveles de iluminación y apaga la instalación a partir de ciertas horas de la noche. Utiliza detectores de presencia o temporizadores que apaguen y/o enciendan luces de manera programada.
- Dispón de maquinaria que posea el marcado CE para garantizar que las emisiones acústicas y atmosféricas están dentro de los límites exigibles por la legislación vigente.
- Limita el nivel sonoro de las actividades lúdicas para cumplir con los horarios y límites marcados por las ordenanzas correspondientes.

6. Reduce las emisiones de gases y minimiza el impacto medioambiental del transporte.

- Informa a tu personal y a tus clientes sobre el calentamiento global, sus implicaciones para la empresa y las maneras en que ellos pueden contribuir a mitigar sus efectos.
- Participa en actividades de plantación de árboles autóctonos, que ayudan a absorber el dióxido de carbono de la atmósfera.

¿Sabías que...

... con la plantación de 4 árboles se compensan aproximadamente las emisiones de un coche utilitario durante 1 año (o 10.000 Km para vehículos que emiten 120 g CO₂ por Km)?

	CONSUMO DE COMBUSTIBLES	LITROS/M ³	FACTOR DE EMISIÓN	TON CO ₂
EMISIONES DIRECTAS	Gas natural			
	Fuelóleo			
	Gasóleo			
	CLP			
	Propano			
	Butano			
	TRANSPORTE			
	Vehículos propiedad de la empresa (1)			
	Vehículos propiedad de la empresa (2)			
	TOTAL EMISIONES DIRECTAS			
	CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA	MWH	FACTOR DE EMISIÓN	TON CO ₂
EMISIONES INDIRECTAS	Consumo de energía eléctrica			
	TOTAL EMISIONES INDIRECTAS			

Fig.3. Ejemplo de Plantilla para el cálculo de la Huella de Carbono¹. Fuente: Elaboración propia.

¹Manual de cálculo y reducción de Huella de Carbono en el Sector Hotelero. Observatorio de la Sostenibilidad en España (OSE)

¿Sabías que...

... el empleo de vehículos híbridos favorece la reducción de emisiones de CO₂ hasta un 75%, a la vez que economiza combustible?

El cálculo de la huella de carbono se obtiene multiplicando la cantidad consumida por el factor de emisión. El factor de emisión se detalla en la siguiente tabla:

FACTOR DE EMISIÓN DE CO ₂	
Energía eléctrica	0,39 Kg CO ₂ / Kwh
Gas natural	0,20 Kg CO ₂ / Kwh
Gasóleo / Diesel	2,68 Kg CO ₂ / litro
GLP	1,61 Kg CO ₂ / litro
Propano / Butano	1,43 Kg CO ₂ / litro
Gasolina	2,32 Kg CO ₂ / m ³

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, ha desarrollado una serie de herramientas para facilitar el cálculo de la Huella de Carbono a las organizaciones, contando con una "Guía para el cálculo de la huella de carbono y para la elaboración de un plan de mejora" y con "Calculadoras de la huella de carbono", así como otra información de interés.

Fig.4. Tabla que detalla el Factor de Emisión de CO₂. Fuente: Elaboración propia.

²El factor de emisión se actualiza de forma periódica, estos factores se pueden consultar en el Inventario de Gases de Efecto Invernadero de España.

7. Minimiza el uso de sustancias perjudiciales para el medio ambiente (Plaguicidas, desinfectantes, materiales de limpieza, etc.).

El aceite usado se puede utilizar para la elaboración de jabones artesanales. Colabora con empresas o profesionales locales que se dediquen a esta actividad

- Sustituye y reemplaza las sustancias perjudiciales por productos o procesos inocuos, cuando estén disponibles. (p. ej., limita la utilización de limpiadores contaminantes y abrasivos como la lejía y el amoníaco y sustitúyelos por productos biodegradables, utiliza detergentes sin fosfatos, etc.).
- No utilices herbicidas ni productos tóxicos para la fauna en el cuidado de los jardines o piscinas. Si es estrictamente necesario utiliza herbicidas bioespecíficos.
- Almacena y utiliza productos químicos peligrosos de manera adecuada y acorde a la normativa legal.
- No viertas aceite usado a la red, almacénalo en contenedores adecuados y llévalos a un punto limpio o entrégalos a un gestor autorizado.

5.2.4 Residuos

8. Aplica la triple R: reduce, reutiliza y recicla residuos.

- Promueve entre tus empleados y clientes la clasificación de los residuos generados, antes, durante y posteriormente a la prestación del servicio, facilitando el reciclaje de los mismos o su reutilización posterior.
- Mejora la gestión de los residuos realizando un adecuado plan de compras con criterios ambientales, que permita adquirir la cantidad necesaria de materias primas en lotes adecuados y que permita generar el mínimo de residuos posible (p. ej. con el mínimo de envoltorios posibles, un envase mayor mejor que muchos pequeños, etc.).
- Promueve la compra de productos a granel y evita los productos envasados, como alimentos en bandejas de poliestireno, etc.
- Minimiza el consumo excesivo de productos que originan residuos no biodegradables. Una buena práctica es sustituir las bolsas de plástico por bolsas reutilizables y los manteles, platos y vasos de papel por materiales lavables o reutilizables.
- Ofrece productos artesanales con envolturas biodegradables.
- Adquiere productos de calidad; éstos suelen ser más duraderos y no necesitarás renovarlos con frecuencia.
- Coloca en los baños dispensadores de jabón, champú y papel higiénico para evitar que se malgaste en estos productos.
- Reutiliza productos ya usados que pueden ser utilizados nuevamente para un fin similar o distinto al original (p. ej., adquiere productos de limpieza en recipientes grandes y para un uso habitual rellena botellas más pequeñas ya vacías; los frascos de cristal de mermeladas, mayonesas, etc. pueden servir para el almacenamiento de otros productos; etc.).

REDUCE las cantidades de productos consumidos, **REUTILIZA** los materiales para fines variados y **RECICLA** aquellos materiales que no puedan ser reutilizados

¿Sabías que...

... los residuos sólidos tienen un gran impacto sobre las áreas naturales, principalmente si se trata de plásticos, latas, colillas de cigarro, etc.?

Una lata de aluminio tarda unos 10 años en degradarse, mientras que una bolsa de plástico puede durar hasta 150 años.

Tu empresa se puede adherir al programa Empresas + Sostenibles, un proyecto colaborativo entre empresas e instituciones que promueve el Cabildo de Tenerife para la adecuada gestión y la recogida selectiva de residuos, con el fin de potenciar un modelo de empresa responsable y sostenible. Podrás encontrar más información en: www.personasmassostenibles.es

- Imprime documentos a doble cara y reutiliza el papel impreso que ya no utilizas para hacer anotaciones.
- Fomenta el uso de envases retornables.
- Habilita contenedores para reciclaje para la separación del aluminio, plásticos, vidrio, papel y orgánicos. Estos puntos de recogida deben estar señalizados conforme a la legislación vigente que le sea de aplicación.
- Utiliza productos fácilmente reciclables, y también cuando sea posible productos elaborados a través de materiales reciclados, ya que en su fabricación no se emplea tanta energía.
- Mantén debidamente informado al personal sobre la correcta gestión de los residuos.

¿Sabías que...

... las actividades turísticas influyen de manera significativa en el cambio climático, debido al gasto de combustible y el consumo de energía en general?

Reciclar 1 lata de aluminio ahorra energía suficiente como para hacer funcionar un ordenador durante 3 horas, mientras que reciclar 1 tonelada de papel ahorra hasta 20.000 litros de agua y salva la vida de 70 árboles.



5.3 Seguridad y prevención de riesgos

■ La empresa debe informarse de todas las medidas necesarias en materia de seguridad para la prestación de sus servicios. Para cubrir estas medidas, debes tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Prevención de riesgos y accidentes.
- Seguridad de personas y bienes, incluyendo protección contra incendios y gestión de las emergencias.
- Seguridad sanitaria y alimentaria (para empresas de alojamiento y restauración).

La seguridad debe tratarse como un tema transversal en cualquier actividad de la empresa, debiendo existir un plan de seguridad que tenga como propósito evitar y minimizar los riesgos, accidentes e incidentes en todas las acciones y servicios empresariales, en el resguardo de la integridad tanto de trabajadores como de visitantes.

Los servicios turísticos que se ofrecen deben tener un bajo riesgo para la empresa, sus trabajadores y los visitantes, de forma que se asegure la satisfacción de los mismos.

1. Asegúrate de cumplir con toda la legislación y los reglamentos pertinentes en materia de prevención de riesgos.

- Comprueba que la empresa tiene seguro de responsabilidad civil y accidentes acorde con la legislación vigente, y adecuado para el servicio que se ofrece. Los seguros deben estar a disposición del personal y del público-visitante en caso de ser necesario.
- Identifica, evalúa y controla los posibles riesgos. Para ello define acciones preventivas y correctivas frente a posibles escenarios de riesgo.
- Imparte formación al personal en materia de seguridad y prevención de riesgos laborales.
- Adopta un procedimiento para la identificación y gestión

de las no conformidades: mal funcionamiento de instalaciones, equipos y aparatos que afecten a la prestación del servicio, entre otros.

- En caso de manipular productos tóxicos y peligrosos, establece un lugar con instrucciones breves y comprensibles para su manipulación.

- Busca asesoramiento profesional en aquellas áreas que requieran mayor conocimiento de especificaciones técnicas.

2. Asegúrate de cumplir con los criterios de seguridad necesarios.

- Establece medidas de vigilancia y control como alarmas, controles de acceso, vigilancia permanente, por video cámaras, etc.
- Adecúa los elementos necesarios de prevención, detección y extinción de incendios (extintores, detectores de humo, etc.) en el lugar en el que se prestan los servicios y en las cercanías. Estos elementos deben cumplir las especificaciones técnicas y estar operativos en todo momento.
- Las salidas de emergencia deben estar señalizadas y libres de obstáculos, así como permitir su fácil apertura. La iluminación de emergencia debe ser acorde a la normativa legal en materia de seguridad.

- Define un plan de autoprotección adaptado a tu empresa, conforme a la legislación vigente, para la evacuación de personas, coordinación con otras entidades (bomberos, policía, etc.), equipos de intervención, etc. Asegúrate de que todo el personal conoce este plan, su responsabilidad y cómo actuar en caso de emergencia.

- Cuenta con personal capacitado para el mantenimiento de los equipos y las instalaciones seguras.

- Informa al público-visitante sobre cómo actuar en casos de emergencia y evacuación.

PARA EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO

- » Informa al cliente sobre el material a llevar y las condiciones exigidas para la práctica de la actividad.
- » Cuenta con personal capacitado para manejar riesgos de emergencia en la naturaleza y facilítale el material necesario para atender las emergencias que puedan surgir (botiquín, emisoras, teléfono fijo y/o móvil, números de teléfonos de seguro y emergencias, etc.).
- » Informa al visitante sobre el comportamiento adecuado a mantener en el área o durante la realización de la actividad.

PARA RESTAURANTES Y ALOJAMIENTOS

- » Las empresas de restauración deben garantizar la seguridad sanitaria y alimentaria, para ello, la adopción de prácticas correctas de higiene es fundamental para minimizar riesgos sanitarios asociados a las actividades alimentarias. La vigilancia sanitaria se sustentará en la evaluación de riesgos y las buenas prácticas de manipulación de alimentos, que será ejercida por personal debidamente formado.
- » Asegúrate de cumplir con toda la legislación y reglamentos pertinentes en materia de calidad y salubridad.
- » Asegúrate de que los productos utilizados tienen en correspondiente registro sanitario.
- » Asegúrate de que el personal que manipule los alimentos tiene la autorización pertinente para hacerlo.

5.4 Espacios de acogida y visita

■ Es necesario disponer de algunas dotaciones en las instalaciones de la empresa, en el que caso de que esta reciba al público-visitante en su establecimiento.



1. Asegúrate de que dispones de todos los elementos necesarios para ofrecer un espacio de acogida agradable.

- Dispón de un vestíbulo o zona de recepción con espacio suficiente para acoger al público-visitante. Este espacio debe ser apto para recibir al público, ofrecerles información, adaptar una sala de espera, etc. Para su adecuación es recomendable disponer de:
 - Mobiliario de oficina (mostrador de recepción, escritorio, sillas, etc.).
 - Panel, cartel, rótulo o similar, indicando el nombre de la empresa.
 - Cartelería, folletos informativos, revistas, etc., relacionados con la actividad de la empresa y actividades de interés que se pueden realizar en la zona.
 - Medios informáticos (ordenador, impresora, etc.)
 - Buzón de Quejas y Sugerencias
- Asegúrate de mantener el espacio de acogida (recepción, aseos, salas, etc.) con una correcta iluminación y ventilación, y en perfecto estado de orden y limpieza para el recibimiento de tus clientes.
- Dispón un servicio de consigna, en caso de que el público-visitante tenga que dejar sus pertenencias en el establecimiento a cargo de la empresa durante la actividad.

En este caso es aconsejable:

- Contar con un sistema de identificación de las prendas y bienes.
- Informar sobre las condiciones del servicio de consigna, tanto directamente al público-visitante, como en un lugar visible.
- Garantizar la seguridad de las prendas y tener un espacio claramente delimitado.
- Pon a disposición del público-visitante aseos equipados que cumplan con la legislación vigente y estén en buen estado de conservación y limpieza. Procura dotar los aseos con, al menos, lo siguiente:
 - Lavabo e inodoro.
 - Espejo y accesorios de aseo (como mínimo, jabón, papel higiénico y algún mecanismo para el secado de manos).
 - Percha o colgador.
 - Papeleras.

2. Dispón de los elementos de señalización que faciliten la organización y orientación del público-visitante.

- Señaliza los accesos exteriores del establecimiento, facilitando la orientación del público-visitante especialmente en la llegada, en los estacionamientos y en los cambios de dirección y desvíos.
- Comprueba que el establecimiento cumple la normativa referente a la señalización de los elementos de seguridad (salidas de emergencia, extintores y manguera).
- En el interior y exterior del establecimiento, señala el acceso a las áreas (habitaciones, salón, jardines, exposiciones, etc.) y también todas aquellas dependencias de uso prohibido para el público-visitante y aquellos lugares de uso limitado por razones de seguridad, confidencialidad, etc.
- En caso de disponer de un código de identificación del tipo de establecimiento, éste deberá exhibirse según la normativa vigente en la entrada principal. (Decreto 50/2011, de 8 de abril, por el que se establecen los formatos y las características de las placas-distintivo de los

establecimientos turísticos de alojamiento, de restauración y de intermediación turística. Accesible aquí).

- En caso de disponer de horarios, éstos deben ser fácilmente visibles para el visitante.

PARA BODEGAS / MUSEOS / CENTROS DE VISITANTES

» Delimita y señala los espacios visitables para mejorar la orientación del visitante. Señaliza el recorrido a seguir para facilitar el flujo de visitantes (señalética, carteles, paneles, etc.).

» Identifica todas las dependencias visitables con una placa o similar, y fácilmente legible.

» Diseña planos detallados en los que se marque el recorrido de visita, especialmente cuando este sea largo o existan varias temáticas en la visita.

5.5 Accesibilidad universal

■ La accesibilidad universal significa acceso para todos, avanzar hacia un turismo inclusivo donde no existan barreras, tanto para las personas con alguna discapacidad permanente como temporal.

La empresa debe estar preparada para atender a público-visitante con movilidad reducida, en silla de ruedas, con dificultades de comunicación oral, con deficiencia visual, con dificultades de audición, o con dificultad de comprensión, entre otras.

Los problemas de accesibilidad a los que se enfrenta una persona con algún tipo de discapacidad pueden impedir el disfrute de una experiencia turística plena. Por ello, tanto

las infraestructuras como la información que la empresa ponga a disposición de sus clientes, deben ser accesibles y facilitar que las personas puedan acceder de manera autónoma e independiente a la misma.

Es recomendable que la empresa actúe de manera gradual en la implantación de mecanismos que faciliten la accesibilidad física y de la comunicación.

Dispón de información sobre la accesibilidad de los equipamientos del espacio protegido y de otros establecimientos turísticos de interés en la zona, para facilitársela a tus clientes

1. Elimina cualquier barrera arquitectónica que impida un fácil acceso a personas con movilidad reducida a tu establecimiento o a los servicios que prestas.

- El acceso al establecimiento o a los servicios no tendrá desniveles y, en caso de existir, deberán salvarse con una rampa de suave pendiente. Para el diseño de rampas, se atenderá a las directrices técnicas recogidas en la normativa de la Comunidad Autónoma (máximo desnivel, ancho mínimo, etc.).

- El pavimento en las entradas debe ser antideslizante, tanto en seco como en mojado.

- El ancho libre de paso de las puertas de acceso será de 90 cm. Si la puerta es de dos hojas, al menos una tendrá esta dimensión. La puerta no tendrá resaltes inferiores que entorpezcan el paso.

- Si dispones de un mostrador de recepción, éste debe contar con al menos una zona donde la altura sea adecuada para que una silla de ruedas pueda aproximarse y ser atendida sin dificultad (p. ej. una mesa con una altura de entre 0,70 y 0,85 m y una profundidad mínima de 0,50 m puede ser el mobiliario de recepción adaptado para una silla de ruedas).

- Dispón en tu establecimiento de al menos un baño accesible.

- Dispón de zonas reservadas de estacionamiento con identificación adecuada para los vehículos de las personas con movilidad reducida, procurando que se ubiquen lo más cerca posible de los puntos de entrada y salida del establecimiento, y que cuenten con las dimensiones adecuadas establecidas.

- Si debes hacer uso de transporte para el traslado de clientes con movilidad reducida, utiliza un vehículo adaptado a las circunstancias.

PARA ALOJAMIENTOS

Dispón de al menos, una habitación accesible, con su propio baño también accesible, cumpliendo con lo establecido en la normativa legal.



2. Información sensorial que facilite la independencia de las personas con discapacidad.

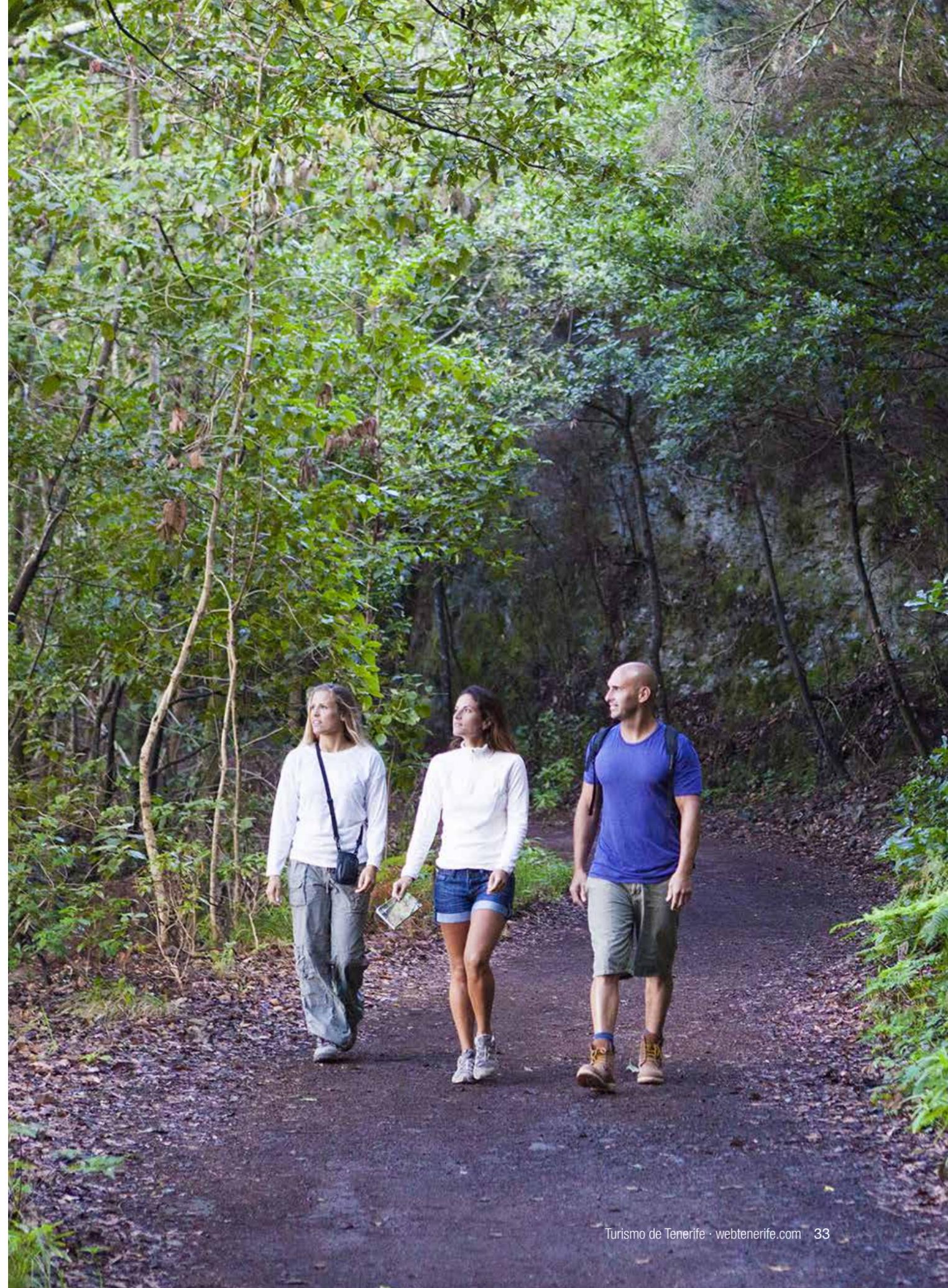
- Utiliza un lenguaje universal y coloca señalización e información sonora y táctil, acondicionando en puntos específicos megafonía, audioguías, carteles en braille, etc., siempre rigiéndose por las directrices de la normativa vigente.
- La mayoría de sistemas de alarma son sonoros (sirena, voces de emergencia por megafonía, etc.), por lo que es conveniente complementar este sistema de forma visual, con luces rojas, dando la posibilidad de dar señal de alarma a todas las personas.

En la página web de la Sociedad Insular para la Promoción de las personas con discapacidad, SINPROMI (www.sinpromi.es), podrás encontrar documentación de utilidad referente a la supresión de barreras físicas. La entidad también dispone de un servicio de asesoramiento.

La Organización Nacional de Ciegos de España, ONCE (www.once.es), proporciona asesoramiento en materia de discapacidad visual grave, y en su web podrás encontrar también información y publicaciones que pueden ser de gran utilidad.

3. En la comunicación, tanto oral como escrita, utiliza un lenguaje claro y sencillo.

- Sé **NATURAL**. Sé discreto si tienes que proporcionar algún tipo de ayuda, y siempre pregunta primero si la persona necesita algo. Nunca ayudes sin antes proponérselo.
- Guarda **RESPECTO**. No es necesario gritar para que la persona nos entienda mejor, cuando somos nosotros quienes, en muchas ocasiones, no les comprendemos.
- Aplica el **SENTIDO COMÚN** para no ofender a la persona con la que estamos tratando.
- En la comunicación escrita utiliza imágenes que faciliten el entendimiento del mensaje. Utiliza además el lenguaje braille siempre que te sea posible.
- En los soportes para información escrita, evita cualquier brillo que pueda producir molestias, dificulte la resolución de las imágenes y/o contribuya a una mayor fatiga visual.
- Para el diseño y colocación de carteles o paneles, ten en cuenta la ubicación, soporte, alturas máximas y mínimas para su colocación, tamaño de letra, relación figura-fondo, etc.



5.6 Atención al público

■ Cuidar cada detalle en la atención al público es fundamental para lograr una experiencia gratificante. Desde el primer momento en que el cliente establece contacto con la empresa hasta el final del servicio o incluso después, cada acción debe reflejar profesionalidad

en la atención, cordialidad en el trato personal y eficacia en la gestión. Con sentido común y cumpliendo una serie de criterios, se puede lograr una atención al público de calidad que proporcione excelencia al servicio prestado.

1. Crea una identidad corporativa que unifique la imagen del personal y muestre profesionalidad.

· Utiliza uniformes adecuados para cada tipo de servicio, que permita identificar a la empresa y al personal, además de que sean funcionales para la actividad que se va a desarrollar y apropiados para cada empleado (tallas y modelos adecuados, ropa técnica, etc.). El uniforme ofrece una imagen consistente y unificada de la empresa además de sugerir profesionalidad.

· El aseo personal y un aspecto neutral (sin exceso de maquillaje y complementos, con peinado sencillo, etc.) deben ser parte fundamental de la imagen del personal.

· Además de que el nombre de la empresa aparezca reflejado en el uniforme, dispón de algún elemento identificativo de la persona (placa o tarjeta identificativa, nombre serigrafiado en el uniforme, etc.).

2. Crea protocolos de atención al cliente (en persona, telefónica, e-mail, mensajes, y en las redes sociales).

· Establece y transmite al personal la forma correcta y protocolaria de atender al cliente a través de los diferentes medios de contacto (en persona, telefónica, e-mail, mensajes, en las redes sociales).

· Debe existir personal para los servicios (atención al público y actividades) capacitado para comunicarse con el cliente en su idioma o al menos en los idiomas más demandados en el territorio.

· Atiende al cliente a la mayor brevedad posible, muestra interés en conocer sus necesidades y ofrécele siempre un trato amable, correcto y cordial.

· Si no puedes ofrecer el servicio o la información que el cliente necesita, ofrécele alternativas y sugierele opciones que puedan satisfacer su demanda (otros servicios, teléfonos de contacto, localización de puntos de información, etc.).

· En la atención telefónica contesta a las llamadas en el más breve tiempo posible y emplea fórmulas de cortesía (saludo, identificación de la empresa y/o persona que atiende, mostrar interés por el motivo de la llamada, etc.). Si no puedes resolver la demanda del cliente en el momento de la llamada, anota sus datos y llámalo más tarde.

· En el momento de realizar el servicio dispón de un listado con los datos de los clientes y todas sus especificidades.

· El personal de atención al público en las instalaciones de la empresa debe estar accesible y visible para el cliente.

· Pasa por escrito (preferiblemente electrónicamente) al personal que va a realizar un servicio, toda la información relativa al mismo (datos de cliente/es, condiciones del servicio, datos de servicios complementarios, especificidades, etc.).

DATOS DE LA ACTIVIDAD				
		Fecha:		
		Horario:		
		Lugar de encuentro / Recogida:		
		Personal (guías, monitores, etc)		
NOMBRE	FUNCIÓN	TELÉFONO	HORARIO	OBSERVACIONES
OTROS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS				
NOMBRE/EMPRESA	SERVICIO	HORARIO	TELÉFONO	OBSERVACIONES
GRUPOS				
Persona de contacto:				
Teléfono:				
Nº personas:				
Observaciones				
INSCRIPCIÓN INDIVIDUAL:				
NOMBRE	DNI	TELÉFONO	OBSERVACIONES	

Fig. 5. Ejemplo de Formulario para recoger datos de una actividad. Fuente: Elaboración propia.

3. Conoce al detalle los servicios que se prestan en la empresa.

· Para que el personal conozca al detalle toda la información relativa a los servicios y productos que ofrece la empresa, elabora un dossier y distribúyelo entre todos para que puedan tener información fiable y actualizada de los servicios que presta la empresa.

· Conoce personalmente los servicios y los recursos que se emplean o de los que se informa al cliente.

· Incentiva y permite que los empleados experimenten la oferta de servicios de la empresa.

· Para mostrar al cliente crea un dossier específico donde se detalle la información completa relativa a los servicios que ofrece la empresa.

4. Establece un sistema eficiente de reservas.

- Responde en el menor tiempo posible a las solicitudes de reserva.
- Ofrece diferentes plataformas de reserva: telefónicamente, e-mail, canales electrónicos (web, app, redes sociales) y/o a través de intermediarios.
- Recoge en un formulario (electrónico preferiblemente) los datos del cliente (datos personales, de contacto), el servicio contratado y otras especificaciones (reserva individual o grupal, observaciones médicas, condiciones particulares del servicio, etc.). Ten en cuenta que debes cumplir con la Ley de Protección de Datos (Accesible aquí.)
- Asegúrate de que el cliente recibe (e-mail, información en web o plataformas de reserva, comunicación oral) toda la información relativa a las condiciones del servicio y la reserva antes de proceder a registrarla (tarifas, condiciones de pago, disponibilidad, etc.).
- Una vez realizada la reserva, genera un justificante para el cliente y otro para la empresa con la información relativa a la reserva, al cliente y a las particularidades del servicio y/o la reserva (preferiblemente en formato electrónico).
- Si no existe disponibilidad para el servicio, ofrece al cliente alternativas (otros servicios, otra fecha, otras empresas, etc.).
- Genera un justificante de pago y/o factura, preferiblemente electrónicamente, del servicio contratado. No esperes a que el cliente lo solicite.



5.7 Información

■ Transmitir información relevante acerca del servicio que se presta es prioritario para ofrecer excelencia en la oferta. Mantener informado al cliente de los detalles básicos del servicio, proporcionar información acerca de normativa o comportamientos éticos, así como de los valores patrimoniales que van a formar parte de la actividad, son necesarios y contribuirán a ofrecer una experiencia más satisfactoria. Igualmente los soportes en los que se proporciona dicha información marcan la diferencia en el cumplimiento de los criterios de sostenibilidad.



1. Informa al cliente sobre las condiciones del servicio y las recomendaciones.

- Previamente, en el momento de la reserva, informa al cliente de las condiciones del servicio (horarios, programación, punto de encuentro, transporte, equipo personal necesario, menú, horario de entrada y salida, etc.) y de las recomendaciones para el disfrute y seguridad (bebidas, alimentación, protección solar, abrigo, etc.).
- En el momento de comenzar el servicio informa al cliente del programa que se seguirá (horarios, recorridos, lugares a visitar, dificultad, comportamientos adecuados y/o inadecuados, etc.) y las condiciones particulares que se puedan dar (inclemencias del tiempo, retrasos, etc.).
- Informa al cliente lo antes posible si hay modificaciones en el servicio, explícale las razones y ofrécele la opción de cambiar o anular la reserva si es posible.
- Presenta la información con criterios de calidad y que se ajusten a criterios de sostenibilidad (uso de colores adecuados para un menor gasto de tinta, uso de materiales menos contaminantes, etc.).

2. Proporciona información del entorno y los valores patrimoniales del territorio donde se va a desarrollar el servicio.

- Proporciona a tus clientes información veraz y relevante acerca de los valores patrimoniales del entorno (flora, fauna, geología, productos agroganaderos, prácticas forestales, etc.). Trasmíteselo de forma oral o proporciona información impresa o digital (libros, folletos, audiovisuales, etc., por ejemplo para alojamientos o restaurantes en las zonas de acogida).
- Informa al cliente de otros servicios que se pueden disfrutar en el entorno (equipamientos o lugares visitables o de ocio, alojamientos, restauración, adquisición de productos locales, transportes, etc.) acordes con modelos ecoturísticos y de sostenibilidad.



5.8 Prestación del servicio

■ La calidad de una empresa ecoturística se verá reflejada en la forma en que presta sus servicios, demostrando su profesionalidad con el cumplimiento de las normativas, anteponiendo la seguridad del cliente y del medio natural, demostrando el conocimiento profundo del entorno y sobre todo proporcionando una experien-

cia diferenciadora y gratificante. Todo ello contribuirá a poner en valor la empresa y sus servicios creando un producto atractivo y singular, cada vez más demandado por los visitantes, y muy necesario para la conservación y el desarrollo sostenible de una isla con altos valores patrimoniales.

1. Cumple la legalidad vigente para ejercer la actividad.

- Solicita los permisos necesarios para la realización de la actividad (actividades en espacios naturales protegidos, para el transporte de pasajeros, circulación de vehículos en espacios restringidos, etc.).

- Fórmate y/o acredítate adecuadamente para la realización de las actividades que así lo requieran (guía en el medio natural, intérprete del patrimonio, educador ambiental, transporte de pasajeros, etc.).

- Ofrece servicios y/o productos turísticos que sean respetuosos con el medio ambiente, evitando actividades potencialmente agresivas con el entorno en espacios de alta sensibilidad (zonas de nidificación de aves, yacimientos arqueológicos sensibles, etc.). Mantente informado de las restricciones de cada espacio natural (p. ej., no hacer rapel en el barranco de Carrizal, en el P.R. de Teno, durante la época de nidificación).

- Limita el número de clientes al tipo de actividad o a la capacidad de carga del lugar donde se va a desarrollar.

- Diseña tus actividades para grupos que tamaño reducido que permiten un mejor aprovechamiento de la oferta y tienen un menor impacto en el medio.

- Adecua la cantidad de personal en función del número de clientes, o viceversa (ratio recomendado, un guía por cada 10-15 personas máximo).

- El personal que está presente durante la actividad velará porque los clientes cumplan la legalidad y las normas de conducta de los espacios.

- Cumple con los códigos éticos de ciertas actividades aunque por ley no estén establecidos. Explícaselo al cliente y da ejemplo con tu comportamiento.

Fig.6. Modelo de Solicitud de Actividades en Espacios Naturales Protegidos de Tenerife.

Fuente: www.tenerife.es. Accesible [aquí](#).

3. Proporciona información adaptada a la tipología del cliente.

- Define el tipo de cliente al que van orientados tus servicios y proporcióname información adaptada a sus particularidades: idioma, edad, lugar de procedencia, condiciones físicas y/o cognitivas, expectativas del servicio, requerimientos del cliente, individual, colectivos (grupos, centros educativos, empresas, asociaciones, familias), etc.

- Dirige la información de tus servicios a cada tipología de cliente, es decir, agrupa la información para facilitar su comprensión: actividades grupales, individuales, en idiomas, colectivos especiales, etc.

- Adapta el contenido de la información al tipo de cliente, explicando de forma didáctica, sencilla o técnica en función de la tipología y características del usuario.

4. Crea soportes sostenibles para mostrar la información.

- Crea un dossier de información priorizando los soportes permanentes y/o reutilizables (láminas plastificadas, soportes digitales, carteles, papel reciclado, etc.).

- Maximiza el uso del espacio disponible en los soportes de información (tamaño del soporte y de la letra, información clara y sencilla, uso de pictogramas, etc.).

- Potencia la consulta de información acerca de los servicios en soportes digitales (página web, apps para móviles, redes sociales, códigos QR, etc.) frente al uso de soportes en papel (folletos, dossiers impresos, etc.).

2. Mantente informado de las condiciones meteorológicas y de las particularidades o acontecimientos del entorno donde se desarrolla la actividad.

- Consulta periódicamente y antes de realizar la actividad las condiciones meteorológicas (p. ej. en www.aemet.es), y cumple las recomendaciones y/o prohibiciones de las entidades públicas decretadas para circunstancias excepcionales.
- Mantente informado de los acontecimientos/eventos que puedan interferir en la actividad y/o complementarla.
- Mantente informado de los periodos sensibles o de determinadas épocas del año en las que es necesario evitar realizar ciertas actividades que puedan interferir en los procesos naturales y en el desarrollo de las comunidades locales (nidificación de aves, ubicación temporal de colmenas, descenso de barranco en épocas de lluvia, etc.).

3. Cerciórate de ofrecer todas las condiciones de seguridad al cliente y que este cumpla con los requisitos mínimos para la realización de la actividad.

- Comprueba antes que el equipo necesario para la realización de la actividad está en perfectas condiciones, y asegúrate de tenerlo disponible en el momento que se requiera (botiquín, emisoras, móvil, etc.).
- Asegúrate previamente de que otros servicios complementarios a la actividad (transporte, restauración, alojamiento, etc.) están confirmados y concretados los detalles (por seguridad).
- Prepárate con anticipación para la actividad y llega puntual.
- Infórmate previamente de la tipología del cliente y adapta las condiciones del servicio a él.
- Asegúrate previamente si es posible, de que el cliente va a realizar el servicio, para evitar imprevistos (planificación del servicio, plazas disponibles, etc.).
- Ofrece información previa al cliente de cuáles deben ser los requerimientos mínimos, tanto físicos (capacidades, estado físico en el momento de la realización, etc.) como de equipamiento y elementos necesarios para el correcto desarrollo de la actividad. Crea fichas con dicha información para que no se te olvide ningún detalle y trasmítesela a los clientes.
- El personal debe asumir la responsabilidad de impedir que un cliente disfrute del servicio si no cumple los requisitos mínimos exigidos (por seguridad).
- Asegúrate de que al dirigirte al cliente y/o grupo recibe la información de forma correcta y comprensible.
- Ofrece al cliente los medios de los que dispongas y que le permitan realizar la actividad con mayor seguridad y satisfacción (bastones para caminar, mochila, ropa de abrigo, menaje adecuado, linternas, etc.).

FICHA INFORMATIVA	
Actividad:	Ruta por la Corona Forestal
Dificultad:	Alta
Duración:	8 horas
Condicionantes:	Personas sin problemas de movilidad y en buenas condiciones físicas
MATERIAL	
Obligatorio:	-Botas o zapatillas resistentes y cómodas para caminar -Abrigo (jersey y/o chaqueta paraviento) -Tentempié y almuerzo -Bebida suficiente para todo el recorrido (1,5 L) -Protector solar -Mochila
Recomendable:	-Bastón para caminar -Gorra o sombrero -Chubasquero -Bebidas isotónicas

Fig.7. Ejemplos de ficha informativa para los clientes. Fuente: Elaboración propia.

4. Conoce en profundidad el servicio y el entorno donde se va a desarrollar la actividad.

- Conoce de primera mano el espacio natural protegido, recorre sus senderos y visita los puntos de información, centros de visitantes, etc.
- Infórmate y visita todas las veces que sean necesarias el lugar donde se va a realizar la actividad.
- Infórmate de lugares y/o actividades alternativas a los que recurrir en caso de necesidad (desvíos del sendero, otros restaurantes y alojamientos, etc.).
- Infórmate acerca del territorio: restricciones y/o prohibiciones, peligros, valores patrimoniales más sensibles, equipamientos visitables, transporte público, etc.
- Ten disponible siempre durante el servicio un listado de teléfonos que te pudieran hacer falta (emergencias, seguros, transportes públicos, servicios complementarios, etc.).

5. Ofrece una experiencia gratificante.

- Planifica con antelación la actividad y concreta todos los detalles de la misma antes de su realización (evitar la improvisación, salvo que las condiciones obliguen a ello) e intenta cumplir las condiciones establecidas.
- Ten presente que el cliente disfruta del servicio en su momento de ocio, por lo que debes ofrecer un servicio donde el cliente pueda disfrutar de la experiencia.
- Utiliza todos los medios necesarios para ofrecer una experiencia satisfactoria (prismáticos, láminas divulgativas, libros de flora y fauna, uso de nuevas tecnologías, etc.).
- Explica antes de comenzar el servicio toda la información relevante (condiciones del servicio, normas, etc.).
- En el caso de grupos dirígete al responsable para organizar el servicio.
- Mantente abierto a la posibilidad de cambios en el servicio siempre y cuando sea posible, que permitan mejorar la experiencia del cliente (acortar y/o alargar la actividad, modificar las condiciones iniciales del servicio-menú en un restaurante, noches de estancia en un alojamiento-, etc.).
- Localiza ubicaciones seguras y que proporcionen al cliente las condiciones adecuadas para disfrutar de la experiencia (zonas de sombra, senderos acondicionados, evitar laderas de derrubio, etc.).





5.9 Educación ambiental e interpretación del patrimonio

■ La transmisión de información meramente instructiva no es suficiente para lograr un desarrollo sostenible, especialmente en aquellos territorios con importantes valores patrimoniales naturales y culturales que merecen ser conservados. Es necesario lograr un impacto que permita “conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los valores del recurso patrimonial o lugar visitado” (Asociación para la Interpretación del Patrimonio, AIP). Ello permitirá potenciar su capacidad de sensibilización ambiental con el fin de lograr cambios de valores, actitudes y

comportamientos que permitan la conservación y el desarrollo sostenible de dichos territorios.

La educación ambiental y la interpretación del patrimonio son las disciplinas que, incluidas como parte fundamental de los servicios prestados, permitirán esa sensibilización ambiental, necesaria para lograr la preservación de los valores patrimoniales y el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales. Además aportarán un valor añadido de calidad y diferenciación frente a otro tipo de actividades meramente informativas o de ocio.

1. Fomenta entre los clientes las actitudes responsables y respetuosas con el entorno.

“Utiliza técnicas de comunicación y elabora mensajes impactantes y relevantes para tus clientes”

PARA BODEGAS / MUSEOS / CENTROS DE VISITANTES

» En caso de ser un centro de producción, como una bodega, explica el funcionamiento de la maquinaria, procesos de producción, técnicas y tecnologías empleadas, etc., para favorecer el conocimiento de la actividad.

» Utiliza los medios oportunos para apoyar el recorrido y su comprensión, como carteles, elementos multimedia, pantallas informativas, etc. Los contenidos deben ser claros y comprensibles para el público-visitante.

» Asegúrate de mantener unas condiciones ambientales adecuadas, cuidando la temperatura, si es en una instalación cerrada, y el ruido que pueda impedir la correcta transmisión de información.

» En el caso de realizar paradas superiores a 15 min para ofrecer información durante el recorrido, es recomendable habilitar asientos para que puedan descansar algunos de los visitantes.

TUOPERADORES Y AGENCIAS DE VIAJE:

» Ofrece paquetes turísticos para grupos reducidos, contribuyendo así a moderar el impacto sobre el medio.

» Diseña viajes y planifica las actividades en lugares o en periodos menos sometidos a explotación.

» Prioriza la inclusión en el paquete turístico de los servicios que cumplan criterios ecoturísticos y que apuesten por la conservación y el desarrollo socioeconómico de la población local.

· En el diseño y ejecución de los servicios emplea siempre técnicas basadas en la interpretación del patrimonio y la educación ambiental, especialmente en actividades guiadas, autoguiadas, talleres y/o en el diseño de materiales. Descarta la transmisión de información meramente instructiva y el guiado tradicional.

· Diseña carteles que fomenten comportamientos responsables con el medio ambiente y colócalos en lugares visibles (en los idiomas habituales de tus clientes, que sean fácilmente legibles y/o interpretables, colócalas junto a los lugares a los que hace referencia la actitud, prioriza el uso de pictogramas, etc.).

· Explica y proporciona información antes o durante la realización del servicio, de las conductas más adecuadas para apoyar la conservación de los valores patrimoniales, especialmente de los espacios naturales protegidos, y potenciar un desarrollo socioeconómico sostenible de las poblaciones vinculadas al territorio donde se desarrolla la actividad (evitar molestias y alteraciones de los hábitos de la fauna, respeto por la flora y las comunidades locales- respetar el modo de vida rural y su población-, recogida de residuos, no abandonar los senderos, uso racionalizado de servilletas de papel, etc.).

· Preferiblemente no prohíbas sino sugiere actitudes positivas a realizar.

· Desarrolla campañas de promoción entre los clientes donde se potencien los comportamientos respetuosos (concursos que muestren actitudes sostenibles, difusión de acciones responsables realizadas durante el desarrollo de actividades, participación y/u organización en acciones de voluntariado ambiental, etc.).

· Pon en valor los productos locales e incentiva su consumo (explicando sus particularidades, los beneficios de conservar la biodiversidad, de qué manera se beneficia la población local y el medio natural, etc.).

· Sugiere lugares o establecimientos que el cliente pueda visitar, o acciones a realizar, que potencien actitudes respetuosas con el entorno (centros de visitantes o museos, miradores con paneles interpretativos, participación en acciones de voluntariado, tiendas de artesanía local, comercios donde vendan productos locales de calidad, etc.).

· Incentiva a los clientes a realizar visitas al medio natural de una forma responsable y respetuosa.

2. Utiliza métodos y herramientas que favorezcan la sensibilización del cliente.

- Pon en marcha sistemas de medición de consumos que sean visibles para el cliente (Huella de Carbono, realiza comparativas de consumo, etc.).
- Emplea imágenes o datos comparativos de las consecuencias de comportamientos adecuados e inadecuados (por ej. espacio vegetación autóctona-espacio colonizado por especies introducidas; ladera con vegetación-ladera erosionada; fauna en su medio natural sin alteraciones-fauna desaparecida por alteraciones del medio; consumos de agua en diferentes épocas, etc.).
- Favorece la interacción del cliente con actividades tradicionales y/o de conservación para que conozcan de primera mano la realidad de su situación. Favorece el contacto con la población local y/o con las personas que desempeñan labores de conservación.

En la página web de la Asociación para la Interpretación del Patrimonio (**AIP – www.interpretaciondelpatrimonio.com**) y de la Asociación Española de Educación Ambiental (**AEEA – www.ae-ea.es**), podrás encontrar documentación de utilidad para ayudarte en este aspecto.

- Desarrolla actividades que permitan que el cliente compruebe por sí mismo los valores de un recurso y/o las consecuencias de acciones positivas o negativas en el medio natural (catas de productos locales, proceso de elaboración artesanal, recolección de productos agroganaderos, visitas a territorios degradados, visitas a territorios recuperados, etc.).
- Haz uso de recursos ya existentes para complementar las acciones de sensibilización (audiovisuales, paneles interpretativos, folletos de difusión o sensibilización, etc.).
- Da a conocer a los clientes las acciones que realiza la empresa para cumplir con su compromiso en el desarrollo de una política ambiental acorde con el entorno donde desarrolla su actividad empresarial.
- Establece medidas que incentiven un comportamiento sostenible por parte del cliente (premios, descuentos, promociones, acreditación de cliente sostenible, etc.).

Asegúrate del adecuado comportamiento de tus clientes, infórmalos de las normas del espacio y recuérdales la importancia de no dejar residuos en cualquier lugar, depositándolos en los lugares habilitados para ello.



5.10 Gestión de personal

■ La gestión del personal es clave para contar con un buen equipo de trabajo, y un buen ambiente laboral, que se traslade al desempeño de sus funciones, y permita una mejor calidad de los servicios prestados.

Por esto es importante promover un buen ambiente de trabajo, facilitar la conciliación laboral y personal, y promover la mejora en las condiciones laborales.

Igualmente, la formación del personal es un aspecto clave para mejorar el desempeño de la empresa, ya que permite

el desarrollo de conocimientos y habilidades del personal respecto a su puesto de trabajo. La formación enfocada en prácticas sostenibles, permite que los empleados se sensibilicen y sean más responsables en los aspectos sociales y ambientales. La formación del personal otorga una ventaja competitiva frente a los competidores, ya que el personal brinda servicios de calidad y responsables, y reciclan sus conocimientos otorgando un punto de vista actualizado en la empresa.

Las empresas disponen de un crédito anual para la formación de sus empleados que se hace efectivo mediante bonificaciones en los seguros sociales. Infórmese a través de la Fundación Tripartita en www.fundaciontripartita.org.

1. Contribuye a mejorar las condiciones laborales, personales y/o familiares de tu personal.

- Promueve la igualdad de géneros entre el personal.
- Fomenta la autorrealización de tus empleados.
- Fomenta el crecimiento dentro de la empresa y de las funciones que desempeñan.
- Facilita la conciliación laboral, familiar y/o personal de todos los trabajadores de la empresa.

¿Sabías que...

...la formación del personal contribuye a un mayor retorno de inversión y reducción de costes, ya que el personal desempeña mejor sus tareas, con mayor creatividad y con una buena disposición de trabajo.

La capacitación conduce a mejorar el trabajo en equipo.

2. Facilita y promueve que tu personal reciba formación y capacitación de forma periódica relacionada con el correcto desempeño de sus funciones.

- Desarrolla un plan de formación para el personal en temas ambientales, culturales, de sostenibilidad turística o primeros auxilios de acuerdo a sus funciones específicas.
- Facilita el conocimiento de idiomas por parte del personal, principalmente de aquellos que tienen una relación directa con el cliente.
- Prepara al personal para conocer, entender y tratar las necesidades que planteen los clientes con alguna discapacidad.
- Contribuye a mejorar la implicación del personal en la empresa delegando responsabilidades en el personal capacitado para la realización de determinadas funciones.
- Evalúa de forma periódica el desempeño de los diferentes miembros del equipo de trabajo para detectar posibles áreas de mejora.



5.11 Responsabilidad social corporativa

■ Las empresas turísticas conviven y están rodeadas de una cultura local que también influye en el éxito de su negocio. La relación entre la empresa turística y su entorno debe basarse en la búsqueda del beneficio mutuo, trabajando de forma conjunta para la conservación y sostenibilidad de los aspectos culturales y ambientales. Cuando contribuimos al desarrollo local, estamos contribuyendo a nuestro propio desarrollo.

Como empresa turística generas beneficios como:

- Beneficios económicos: al trabajar junto con proveedores locales, estás reduciendo costes operativos y a su vez, aportando beneficios a la localidad.
- Beneficios sociales: al fomentar el desarrollo local, la empresa crea un ambiente de buenas relaciones, por lo que la población se siente cómoda con las actividades que se desempeñan desde la empresa, aportando valores culturales a la misma. Los visitantes pueden percibir con mucha facilidad este buen ambiente y querrán repetir la experiencia con esta empresa.
- Beneficios ambientales: la empresa puede apoyar programas de educación ambiental y otra tipología de proyectos que promueven la conservación del medio ambiente.

1. Promueve y desarrolla servicios sostenibles que contribuyan al desarrollo local.

- Define una política con acciones claras y específicas en la empresa que promuevan el respeto y el desarrollo local. Comunícaselo al personal y recibe sus aportaciones.
- Informa al público-visitante y la población local de tu compromiso con el desarrollo local, utilizando folletos, reuniones, redes sociales y página web, etc., y fomenta los valores patrimoniales, culturales y naturales del territorio.
- Difunde este compromiso a través de asociaciones, clubes, etc., relacionados con tu actividad. Esta comunicación se puede realizar a través de mailing, correo postal u otros medios. Envía recordatorios cuando consigas alguno de los logros marcados en esta política.
- Establece sinergias con otras empresas turísticas de tu entorno y con los gestores del espacio natural protegido en el que realizas tu actividad.

2. Compra y ofrece bienes y servicios locales, siguiendo los principios del comercio justo y de respeto por el medio ambiente.

- Promueve la comercialización de productos elaborados por empresas locales (artesanía, productos agrícolas, etc.). Aprovecha para fomentar el conocimiento de la cultura de la localidad, ofreciendo información de cómo son producidos estos productos locales, las tradiciones, etc. Además de favorecer la economía local contribuyes a ahorrar la energía empleada en el transporte y reduce las emisiones de CO₂ a la atmósfera.
- Informa a tus clientes sobre actividades culturales, fiestas tradicionales, servicios complementarios, etc., en los que pueden participar.

Utiliza la web del Cabildo de Tenerife: www.tenerifeartesanía.es/portal/ para identificar artesanos que pueden ofrecer talleres para tus clientes (rafía, cerámica, etc.), productos con los que decorar tu establecimiento o incluso puedes colaborar con ellos promoviendo su comercialización en la tienda de tu empresa.

PARA RESTAURANTES Y ALOJAMIENTOS

- » Diseña tus menús con productos locales y de temporada.
- » Establece acuerdos con proveedores locales.
- » Favorece los productos orgánicos de productores locales cuando estén disponibles.

3. Implícate activamente en proyectos locales y apoya la conservación y protección del patrimonio natural y cultural.

- Apoya las actividades de conservación del espacio natural protegido.
- Patrocina y/o participa en eventos relacionados con el espacio natural protegido o que promuevan actividades sostenibles.
- Desarrolla actividades con motivo del día de los Parques, de la Biodiversidad, etc., que contribuyan a dar visibilidad al espacio natural protegido y a tu servicio.
- Participa como miembro activo en asociaciones que fomenten la planificación e implementación de objetivos de desarrollo local sostenible. Presta las instalaciones de la empresa para llevar a cabo alguna reunión del grupo en que participes, esto servirá para reafirmar el compromiso e informarles también de la política de la empresa en cuestión de turismo sostenible.

4. Ofrece oportunidades de empleo y formación en el entorno local.

- Promueve el empleo entre la población local. Define el perfil profesional que se busca y difunde la información en la localidad.
- Detecta las necesidades de formación entre el sector y en la comunidad local para, así, poder suplir estas necesidades y emplear a la población local.
- Contacta con centros educativos especializados para solicitar alumnos que quieran obtener una titulación relacionada con el sector ecoturístico, y establece un acuerdo para ofrecer prácticas a los alumnos.



5.12 Comercialización y promoción

■ Los criterios de sostenibilidad deben estar presentes en todas las acciones que realiza la empresa, por lo que en la comercialización y promoción también se deben cumplir con ellos. El diseño de materiales, los formatos o los soportes deben estar orientados a provocar el

menor impacto ambiental posible y a promover actitudes sostenibles, que además puedan servir de valor añadido a la promoción de la empresa y reduzcan los costes de comercialización y promoción.

1. Promueve y trasmite la política de sostenibilidad que aplica la empresa.

- Crea servicios coherentes con la política de sostenibilidad de la empresa y aprovéchalo para la promoción y valorización (uso de productos ecológicos, locales o de temporada; número limitado de usuarios en una actividad; empleo de técnicas de educación ambiental e interpretación del patrimonio frente al guiado tradicional; servicios complementarios locales; etc.).
- Trasmite las razones ambientales del uso de canales y soportes digitales para la promoción y comercialización, e incentiva su uso.
- Sugiere a los potenciales clientes o intermediarios un uso eficiente de los soportes de promoción (compartir folletos promocionales entre diferentes personas, no coger folletos sino van a tener un uso efectivo, sugerir la utilización de las webs y/o códigos QR presentes en los soportes de promoción en lugar de llevarse un folleto, etc.).

2. Desarrolla estrategias de comercialización y promoción respetuosas y coherentes con la política de sostenibilidad de la empresa.

- Diseña materiales de promoción y comercialización donde se promueva la sostenibilidad (pictogramas de reciclaje, mensajes de sensibilización, valorización de las acciones sostenibles de la empresa, etc.).
- Ubica espacios de comercialización y promoción con criterios de sostenibilidad, donde no produzcan impactos ambientales, ni hagan mermar la calidad y el disfrute del entorno (interrumpiendo el paisaje, abordando a los visitantes para ofrecerles información, utilizando materiales y diseños acordes con el entorno, etc.).
- Establece prioritariamente sinergias con empresas que desarrollen políticas de sostenibilidad y turismo responsable, y organiza de forma efectiva la promoción con o a través de ellas (inclusión en sus plataformas y/o canales digitales de promoción y/o comercialización, proporciona materiales reutilizables – dossier de consulta, soportes reutilizables para cartelería-, ubicación de la información en espacios acordes con la política de la empresa, etc.).
- Respeta al resto de empresas y profesionales del sector, sus materiales promocionales y los acuerdos que tengan establecidos con otras empresas (valoriza tu empresa sin desvalorizar al resto).
- Comercializa y/o promociona prioritariamente otros servicios y/o empresas que desarrollen políticas de sostenibilidad acordes con las de tu empresa.



3. Utiliza soportes y canales de comercialización y promoción sostenibles.

- Aprovecha las nuevas tecnologías y crea canales de comercialización y promoción digitales en diferentes formatos: webs, redes sociales, correo electrónico, portales especializados, etc.
- Crea plataformas de venta online e incentiva su uso. Genera justificantes digitales y propicia su validación (no exijas su presentación en papel). En la venta en persona, promueve también que los justificantes sean facilitados de manera digital.
- Utiliza preferiblemente los soportes digitales y/o permanentes (cartelería) para la promoción y comercialización de los servicios, y desde ellos deriva a los canales electrónicos (nombre de la web, pantallas donde se muestran presentaciones y/o desde donde se puede acceder a los canales, links a los canales y a las plataformas de pago, códigos QR, etc.).
- Incluye la máxima información posible en los formatos digitales (evita que el cliente deba hacer nuevas consultas a través de otros medios –teléfono, correo electrónico, personalmente-).
- Si tienes que usar soportes en papel, minimiza la edición de materiales y el tamaño del soporte, e incentiva la consulta digital.
- Crea sinergias con otras empresas del sector y/o complementarias para realizar campañas de promoción y comercialización conjunta.
- Escoge preferiblemente plataformas y canales que potencien la conservación y el desarrollo socioeconómico sostenible del lugar (agencias de viajes, turoperadores y portales especializados, empresas sostenibles, etc.).





5.13 Seguimiento y evaluación de los servicios

■ El seguimiento y la evaluación de los servicios deben ser fundamentales para cualquier empresa que desee ofrecer calidad en su oferta, ya que permite comprobar que todo ha transcurrido como estaba planificado o bien muestra las deficiencias que han podido surgir y que deberían subsanarse.

Un adecuado y eficaz seguimiento y evaluación de los servicios no sólo repercute en la satisfacción del cliente o en la sostenibilidad del entorno, sino que también beneficia

a la empresa desde el punto de vista de la organización interna, la promoción y la rentabilidad económica. Por un lado, la posibilidad de disponer de información relativa a las incidencias permitirá mejorar los servicios y la organización de la empresa, haciendo más efectivo cada servicio. Por otro lado, si se subsanan deficiencias existentes los clientes podrán disfrutar de una experiencia más satisfactoria que seguro redundará en una mejor promoción, y todo ello contribuirá a mejorar los beneficios económicos de la empresa.

1. Registra todas las incidencias observadas durante el servicio.

- El personal que desempeña un servicio debe estar atento a cualquier incidencia, queja o sugerencia del cliente, debe registrarla y hacerla llegar a la persona responsable (lentitud en el servicio, excesivamente largo, no adecuado a la tipología de cliente, falta de medios para hacer más satisfactoria la experiencia, etc.).
- Desarrolla un protocolo de incidencias observadas por el personal, en el que queden registradas por fechas, tipología de la incidencia, si se tomaron medidas in situ, sugerencias del cliente, medidas a adoptar para la mejora y los resultados obtenidos tras la aplicación de las mejoras.
- Consulta al cliente o al responsable del grupo (en persona, telefónicamente o vía correo electrónico) si el servicio ha sido de su satisfacción y en caso negativo infórmate de las razones. Discúlpate y ofrécele alguna compensación acorde a las circunstancias (correcciones de los errores en próximos servicios, descuento en el servicio o en otros posteriores, gratuidad en otro servicio, etc.).
- Observa y registra cambios en el entorno tras cada servicio (cuando se vuelve a realizar el servicio). Analiza si puede ser consecuencia del servicio realizado, y en caso afirmativo toma medidas correctoras, o bien informa a las autoridades competentes (desaparición de ejemplares de plantas por pisoteo debido a que siempre se realiza en el mismo punto una parada explicativa; deterioro del camino por el tránsito de grupos excesivamente grandes; abandono de un nido por las molestias de usuarios demasiado ruidosos; aparición de plagas por acumulo excesivo de basura en contenedores; degradación del acceso por paso de vehículos no adecuados, etc.).

2. Facilita al cliente la información y/o los medios para que pueda expresar sus opiniones o quejas.

- Informa al cliente que tiene a su disposición el Libro de Quejas/Sugerencias (obligatorio según Decreto 225/1994, de 11 de noviembre, por el que se regulan las Hojas de Reclamaciones de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad Autónoma Canaria. Accesible aquí).
- Facilita al cliente un cuestionario, preferiblemente electrónico (correo electrónico, web, etc.) para conocer su opinión (satisfacción), sugerencias y/o quejas.
- Pon a disposición del cliente un libro de visitas en papel o en digital.
- Sugiere que expresen su satisfacción en plataformas digitales (redes sociales, plataformas de opinión - Tripadvisor -, etc., con opiniones escritas, colgando fotos, etc.).
- Premia al cliente que ya ha disfrutado del servicio, por su difusión posterior, por manifestar su opinión, o por responder a un cuestionario de evaluación del servicio (ofrécele descuentos, sorteos, premios/gratificaciones/detalle en posteriores servicios, etc.).
- Gestiona positivamente las críticas negativas en redes sociales o plataformas de opinión. Responde de forma cordial, discúlpate y ofrece una compensación acorde a las circunstancias (correcciones de los errores en próximos servicios, descuento en el servicio o en otros posteriores, gratuidad en otro servicio, etc.).



6. Casos de éxito

■ Son muchas las entidades y empresas que se suman a trabajar bajo los estándares de desarrollo de un turismo responsable y ecoturismo, especialmente en los espacios naturales protegidos.

Existen organizaciones que avalan el trabajo bajo unos criterios y estándares de ecoturismo de todos sus miembros, tanto a nivel internacional, como europeo o nacional. A continuación exponemos algunas de estas organizaciones, dónde podrás obtener información y documentación que avalan el desarrollo de un turismo sostenible y ecoturismo en los territorios, así como información sobre otras entidades y empresas que ya trabajan sobre estos criterios.

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES), es una organización sin ánimo de lucro fundada en 1990, dedicada a la promoción del ecoturismo, que avala el trabajo de todos sus miembros, en más de 120 países, bajo los "Principios del Ecoturismo", respetando el medio ambiente y la cultura local.

Para obtener más información sobre empresas avaladas por TIES: <http://www.ecotourism.org/membersearch>

La Red Europea de Ecoturismo, apoya el desarrollo y aplicación del estándar ecoturístico común europeo (European Ecotourism Labelling Estándar), una iniciativa que asegura una base común de criterios de calidad y sostenibilidad en el ecoturismo.

Para obtener más información sobre empresas que cumplen con este estándar europeo: <http://www.ecotourism-network.eu/es-ecotourism-standard/es-adopt-criteria>

A nivel nacional, el Club de Producto de Ecoturismo de la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS), de la Secretaría de Estado de Turismo, avala a aquellas empresas acreditadas con la CETS de alguno de los Espacios Naturales Protegidos de nuestro territorio que cuentan con ella.

Para obtener más información sobre empresas acreditadas con la CETS: <http://soyecoturista.com>

Te animamos a que te informes de cuáles son los criterios y estándares bajo los que trabajan estas entidades, y que te pueden ayudar a conseguir tu objetivo de mejora en pro del ecoturismo.



webtenerife.com

Síguenos en:  facebook.com/visittenerife  twitter.com/twittenerife

