



BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD PARA LAS EMPRESAS DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA TAJO INTERNACIONAL



0. INTRODUCCIÓN

1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

- 1.1. Conocer mejor la demanda de su empresa y del destino turístico
- 1.2. Mejorar la oferta turística
- 1.3. Realizar una promoción responsable
- 1.4. Trabajar conjuntamente con otros agentes del territorio
- 1.5. Adoptar y comunicar una política de sostenibilidad

2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

- 2.1. Consumo responsable
- 2.2. Potenciar la Reserva de la Biosfera
- 2.3. Contribuir a la conservación de la biodiversidad
- 2.4. Ahorro de energía
- 2.5. Ahorro de agua
- 2.6. Potenciar la movilidad sostenible
- 2.6. Gestión de los residuos
- 2.7. Minimizar la contaminación
- 2.8. Gestión medioambiental

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

- 3.1. Potenciar la cultura y el patrimonio local
- 3.2. Difundir los oficios y tradiciones
- 3.3. Gestionar su establecimiento respetando el entorno local
- 3.4. Fomentar un consumo responsable y una alimentación saludable
- 3.5. Fomentar prácticas saludables
- 3.6. Apoyar las causas locales
- 3.7. Apoyar la conservación y la puesta en valor de la cultura local
- 3.8. Adoptar una Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

- 4.1. Crear servicios de mayor valor añadido
- 4.2. Generar una relación a largo plazo con la demanda
- 4.3. Gestionar su empresa con criterios de rentabilidad
- 4.4. Fomentar la economía circular
- 4.5. Influir en el comportamiento de los viajeros y la sociedad local
- 4.6. Apoyar la economía local

INTRODUCCIÓN

El año 2015 fue un año decisivo para el desarrollo mundial, al haber aprobado los Gobiernos la **Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible**, junto con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**. Partiendo de los históricos Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), este ambicioso conjunto de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, con 169 metas asociadas, está centrado en las personas, es transformador y universal, y funciona como un todo integrado. **El turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos los objetivos.** Concretamente, se ha incluido en algunas de las metas de los objetivos 8, 12 y 14 relacionados respectivamente con el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles.

El turismo sostenible tiene una posición firme en la Agenda 2030, pero para cumplir esta agenda hace falta un marco de aplicación claro, una financiación adecuada e inversión en tecnología, infraestructuras y recursos humanos.



INTRODUCCIÓN



El turismo sostenible ya era una tendencia al alza en estos últimos años. La pandemia por COVID-19, que ha supuesto un importante punto de inflexión en el sector turístico, la ha reforzado.

En el marco de la situación post-pandemia actual que vive el sector turístico, la **sostenibilidad** se presenta como **uno de los pilares del nuevo modelo turístico** que se debe desarrollar con el objetivo de satisfacer las necesidades de un turista cada vez más concienciado con el medioambiente y la sociedad, y la importancia de los destinos y empresas turísticas sostenibles.

Por tanto, las estrategias que desarrollen tanto los establecimientos como de los destinos turísticos **deberán ir encaminadas a mejorar su alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible**.

Tendremos que reforzar la cadena de valor local, **fomentando una economía mucho más sostenible en nuestro entorno** y apoyándonos unos a otros.

INTRODUCCIÓN

En este sentido, el presente documento, destinado a las **empresas del sector turístico de la Reserva de la Biosfera Transfronteriza Tajo Internacional**, tiene como finalidad última proporcionar una serie de **recomendaciones, ejemplos y herramientas** que, abordando todas las vertientes de la sostenibilidad (medioambiental, económica, social y cultural) faciliten la **adecuación del sector a las políticas y estrategias de turismo sostenible** que están impulsando las administraciones públicas, al igual que a las **tendencias actuales del mercado**, muy en consonancia con las ya mencionadas necesidades de un turista cada vez más responsable y concienciado con la sostenibilidad en sus prácticas turísticas.

En esta **Guía de Sostenibilidad** se abordarán cuestiones relacionadas con la movilidad sostenible, la eficiencia energética, la potenciación de la cultura y el patrimonio local, la digitalización o la competitividad empresarial, entre otras.



INTRODUCCIÓN



Las recomendaciones que se proporcionan a las empresas turísticas de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional a través de los ejemplos y/o herramientas presentados en esta Guía, se estructuran en torno a **4 grandes ejes** que engloban las acciones prioritarias e indispensables que todo destino o empresa turística debe llevar a cabo para conseguir evolucionar su modelo turístico hacia un turismo plenamente sostenible:

- 1. Mejorar la oferta turística y su conexión con el entorno.**
- 2. Mejorar el comportamiento ambiental del sector.**
- 3. Potenciar la cultura y el patrimonio local y su relación con la sociedad.**
- 4. Potenciar el desarrollo económico de la empresa y del territorio.**



1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.1 CONOCER MEJOR LA DEMANDA DE SU EMPRESA Y DEL DESTINO TURÍSTICO

El conocimiento sobre quiénes son los clientes potenciales y reales, las actividades y experiencias que buscan y aquello que nuestra empresa o entidad puede ofrecerles, es esencial a la hora de poner en valor una actividad e implantar una estrategia de sostenibilidad en la empresa. Para ello, se pueden desarrollar diferentes acciones que nos permitan conocer esta demanda y adaptar en mayor medida nuestros productos y servicios.

1. Estudiar los informes de mercado o demanda del destino.

- Procedencia
- Nivel de gasto
- Expectativas
- Productos y servicios de mayor interés
- Días de estancia
- Características de los grupos



1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.1 CONOCER MEJOR LA DEMANDA DE SU EMPRESA Y DEL DESTINO TURÍSTICO



2. Realizar encuestas formales / informales.

- Aprovechar el paso del turista por nuestra empresa o entidad para conocerlo mucho mejor y determinar sus preferencias.
- Realizar encuestas de satisfacción y analizar los resultados (preferiblemente online para facilitar el tratamiento de los datos).
- Desarrollar momentos de encuentro o conversación para conocer con mayor detalle las motivaciones y saber por qué nos han elegido.
- Identificar el nivel de interés por los distintos servicios que ofrece nuestra empresa.

3. Caracterizar los distintos grupos de viajeros, agrupándolos en la medida de lo posible.

- Determinar grupos de viajeros con características comunes.
- En base a lo anterior, identificar segmentos concretos de mercado.
- Definir el “buyer persona” o perfil del viajero, con sus motivaciones.

1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.1 CONOCER MEJOR LA DEMANDA DE SU EMPRESA Y DEL DESTINO TURÍSTICO

EJEMPLO ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS						
Gracias por su estancia en XXXXXX. Su opinión es muy importante para nosotros, por ello le pedimos contestar algunas preguntas que nos permitirán mejorar día a día nuestros servicios.						
Fecha entrada:	Fecha salida:	Nº Estudio:				
Marque con una X la puntuación que considere más acorde con el servicio recibido (1 muy deficiente, 5 excelente)						
		1	2	3	4	5
Valoración general de la estancia						
ESTUDIO RURAL		1	2	3	4	5
Estado general del estudio rural						
Limpieza						
Agua (presión y temperatura)						
Iluminación						
Comodidad de las camas						
Equipamiento de Cocina						
Tv						
Wifi						
Insonorización						
Estado del mobiliario						
Comentarios:						
INSTALACIONES		1	2	3	4	5
Zonas comunes						
Recepción						
Restaurante						
Salones de reuniones						
Zona de parrillas						
Zonas de jardines						
Aparcamiento						
Comentarios:						

PERSONAL	1	2	3	4	5
Recepción					
Personal de limpieza					
Camarero/as Restaurante					
Comentarios:					
GASTRONOMÍA	1	2	3	4	5
Calidad comidas/cenas					
Variedad comidas/cenas					
Presentación comidas/cenas					
Cantidad comidas/cenas					
Calidad Desayuno Buffet					
Variedad Desayuno Buffet					
Presentación Desayuno Buffet					
Comentarios:					
¿Había estado en nuestro hotel antes?					
¿Por qué eligió nuestro alojamiento para su estancia? (Marque más de una opción si lo considera necesario)					
<input type="checkbox"/> Ubicación <input type="checkbox"/> Precio <input type="checkbox"/> Instalaciones <input type="checkbox"/> Servicios					
¿Cómo ha conocido nuestro alojamiento?					
<input type="checkbox"/> Sitios de opiniones (TripAdvisor, Google Maps, etc) <input type="checkbox"/> Motores de reservas (Booking, Trivago, etc) <input type="checkbox"/> Redes sociales (Facebook, Instagram, etc) <input type="checkbox"/> Agencia de viajes <input type="checkbox"/> Recomendación de familiares y amigos <input type="checkbox"/> Otro:					

1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.1 CONOCER MEJOR LA DEMANDA DE SU EMPRESA Y DEL DESTINO TURÍSTICO

EJEMPLO DE IDENTIFICACIÓN DEL BUYER PERSONA



CARLOS AGUILAR
PROFESIONAL DEL MARKETING

Carlos es SEO Manager de una Agencia de Marketing Digital. Tiene 28 años y una de sus mayores aficiones es viajar. Le encanta descubrir nuevos lugares y conocer su historia. Sin embargo, el escaso tiempo disponible le obliga a buscar destinos cercanos que pueda visitar en fines de semana y puentes.

- 📍 Tiene 28 años y suele viajar tanto dentro como fuera de España al menos 3 veces al año.
- 🎓 Es SEO Manager de una Agencia de Marketing Online.
- 📍 Es soltero y vive con dos compañeras de piso en un barrio de Madrid.
- ★ Busca destinos cerca de España para visitar en fines de semana y puentes, pero con un gran interés histórico y sociocultural.
- 💰 Tiene un salario bruto anual de 20.000 euros.
- 💬 Su principal reto es encontrar un destino con un trayecto corto y lo suficientemente pequeño para verlo en menos de 3 días.



Identifica a tus buyer personas

1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.1 CONOCER MEJOR LA DEMANDA DE SU EMPRESA Y DEL DESTINO TURÍSTICO

4. Analizar las opiniones que publican los turistas del destino en webs como Tripadvisor o Google Reviews.

- Lectura y análisis de las opiniones que los clientes tienen de la empresa tras la realización de un servicio.
- Es necesario dedicarle tiempo a analizar las opiniones para identificar posibles mejoras en nuestro producto y servicio.
- Es conveniente responder siempre al cliente, tanto si las opiniones son positivas como si son negativas.

5. Analizar la competencia.

- Es necesario saber qué ofrecen nuestros competidores directos y qué es aquello que les está funcionando para actuar en consecuencia y ofrecer un producto y/o servicio acorde a las expectativas de la demanda.
- Esto puede hacerse por distintas vías (visitas tipo Mystery guest, estudio de opiniones en TripAdvisor, o Google Reviews, etc...).



1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.2 MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA



La adaptación de la oferta turística a los principios de la sostenibilidad es de gran importancia, ya que esto no sólo aportará valor a las actividades que realicemos, sino que también nos servirá de altavoz para promocionar la política de sostenibilidad que se ha implementado en la empresa.

Algunas de las acciones que se pueden llevar a cabo para mejorar la oferta turística buscarán que el turista no sólo conozca nuestra empresa y los productos, sino que también se interese por el paisaje, la biodiversidad (la flora, la fauna, ...), la cultura local, las tradiciones y el territorio que nos rodea.

1. Fomentar actividades al aire libre y la biodiversidad del territorio.

- Visitas a los recursos naturales más singulares del territorio caminando, en bicicleta, u otro transporte sostenible que incluyan explicaciones sobre el territorio, la flora y la fauna.
- Picnics o actividades gastronómicas (degustaciones, catas) en enclaves naturales singulares.

1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.2 MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA

2. Crear propuestas turísticas más personalizadas y para grupos reducidos.

- La personalización de las experiencias turísticas supone una mayor satisfacción de los clientes, máxime en una situación como la actual en la que tras la pandemia por COVID-19 los grupos de viaje reducidos son cada vez más comunes y los turistas buscan actividades que se limiten a su grupo de acompañantes.

3. Crear actividades que den a conocer la cultura local.

- Inclusión de explicaciones sobre la historia, patrimonio y características del lugar en el discurso de las visitas. Potenciar esta faceta para divulgar en mayor medida la cultura local.
- Puesta en valor de las tradiciones y costumbres locales desarrollando actividades concretas basadas en estos recursos.
- Realización de actividades de carácter especial en los festivos señalados del territorio, con el fin de dar a conocer la cultura local, como por ejemplo las candelas, la matanza popular del cerdo o la fiesta de la mormentera.



1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.2 MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA



4. Emplear productos locales durante las actividades.

- Uso de productos locales en actividades con componente gastronómico como pueden ser picnics, almuerzos, comidas, etc.. Venta de estos productos locales.

5. Realizar seguimiento de quejas y sugerencias de los clientes y desarrollar actuaciones para corregirlas.

6. Colaborar con otras empresas locales.

- Propiciar acuerdos con otras empresas locales, con el fin de crear una actividad conjunta en la que se pongan en valor los productos o servicios de ambas empresas.

7. Formación para la mejora de la competitividad.

- Formación continua del personal en materia de sostenibilidad, digitalización, nuevas tecnologías, etc.

1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.2 MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA

FORMULARIO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

Formulario de	QUEJA / COMPLAINT	<input type="checkbox"/>	Marque lo que proceda <i>Mark the relevant box</i>
Form	SUGERENCIA / SUGGESTION	<input type="checkbox"/>	

DATOS PERSONALES / PERSONAL DATA

Nombre / Apellidos / *Name and Surname*

Domicilio / *Address*

Foblación

C. Postal

Provincia

City

Zip Code

Country

NIF

Telf. Contacto

Id

Contact Tel.

Correo electrónico / *email*

Fecha de la incidencia

Date of incident

Motivo de la Queja / *Sugerencia*

Reason for the Complaint / Suggestion

Indique el medio por el que desea recibir las comunicaciones referentes a su queja o sugerencia.
Preferred communications channel for tracking the processing of your complaint or suggestion

Carta	<input type="checkbox"/>	Email	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
Post	<input type="checkbox"/>	Email	<input type="checkbox"/>	Gibers	<input type="checkbox"/>

Firma del interesado

SIGNATURE

Le informamos que su dirección de correo electrónico, así como el resto de los datos de carácter personal que nos facilite, serán objeto de tratamiento en nuestros ficheros, con la finalidad de gestionar y darle solución a su formulario de queja o sugerencia. Vd. podrá en cualquier momento ejercer el derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición en los términos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, mediante notificación escrita a: REFORMA-T 2013 SL, C/ Herrera, 18 Bajo, 10002 Castellón de la Plana (Castellón) indicando Ref: Protección de Datos.

In accordance with the provisions of Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (Law of protection of Personal Data), all data provided will be used confidentially for the purposes of processing your complaint or suggestion. You may exercise your right of access, rectification, cancellation and opposition before REFORMA-T 2013 SL, C/ Herrera, 18 Bajo, 10002 Castellón de la Plana (Castellón), indicating Ref: Data Protection.

1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.3 REALIZAR UNA PROMOCIÓN RESPONSABLE

1. Crear campañas de promoción eficientes que no malgasten los recursos de la empresa.

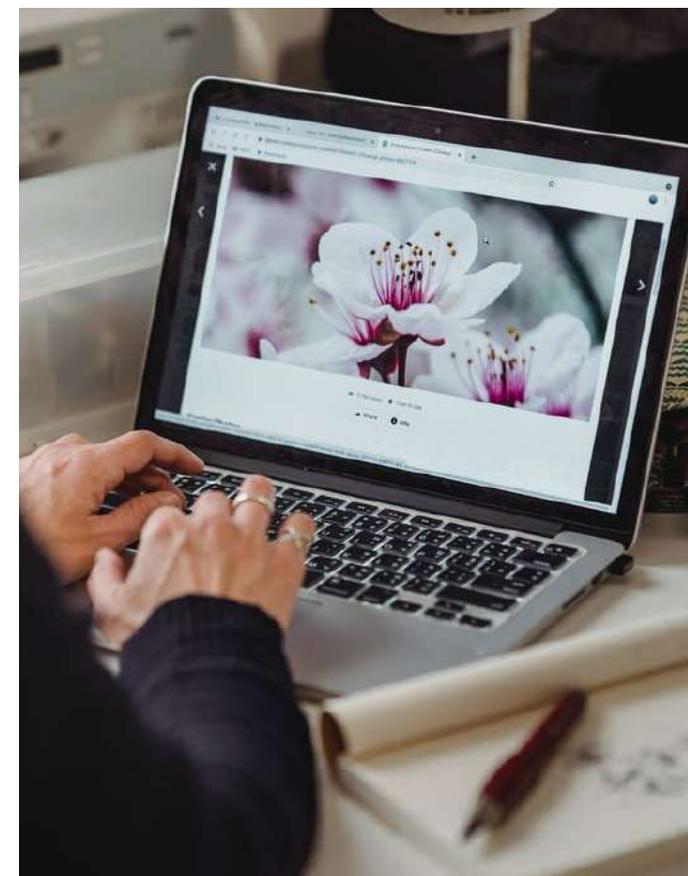
- Comunicación en redes sociales, promoción digital, campañas específicas dirigidas a públicos objetivo.

2. Utilizar materiales biodegradables para soportes promocionales físicos.

- Intentar usar en la medida de lo posible materiales biodegradables o reciclados para la creación de catálogos y otras formas de promoción.
- Esta acción servirá, además de para ser más responsables, para captar a clientes concienciados con el medioambiente.

3. Reutilizar recursos siempre que sea posible.

- Diseño de soportes y estructuras que perduren en el tiempo y puedan adaptarse a las diversas circunstancias. Por ejemplo, reaprovechar la estructura de un roll-up.



1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.3 REALIZAR UNA PROMOCIÓN RESPONSABLE



4. Evitar email marketing masivo.

- En el caso de realizar email marketing, no realizar bombardeos masivos de información y promociones sino, realizar una promoción consciente y responsable, buscando un equilibrio.

5. Hacer una promoción veraz y transparente.

- Toda promoción realizada contenga información veraz y transparente sobre los productos o servicios que se está promocionando.

6. Crear y desarrollar un plan de fidelización de clientes.

- Crear clubes de amigos de la empresa o entidad, para mantenerlos informados sobre las novedades existentes en el territorio / empresa.

1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.3 REALIZAR UNA PROMOCIÓN RESPONSABLE

7. Cuidar el contenido de las campañas de promoción.

- Los materiales promocionales utilizados por la empresa deben incluir información, suficiente y correcta, sobre el espacio natural protegido, cuidando no utilizar imágenes de actividades que puedan generar un impacto negativo en el entorno.
- Se debe intentar promocionar aquellas zonas menos conocidas del espacio, así como aquellas actividades que se pueden realizar en épocas de baja demanda, con el objetivo de lograr desestacionalizar el destino.

8. Promocionar los servicios o productos de la empresa en portales y con agencias de viajes especializados en turismo sostenible, responsable, ecoturismo, turismo accesible, etc.



1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.4 TRABAJAR CONJUNTAMENTE CON LOS AGENTES DEL TERRITORIO



1. Comprar productos locales y contratar a proveedores locales.

Siempre que sea posible se recomienda a las empresas:

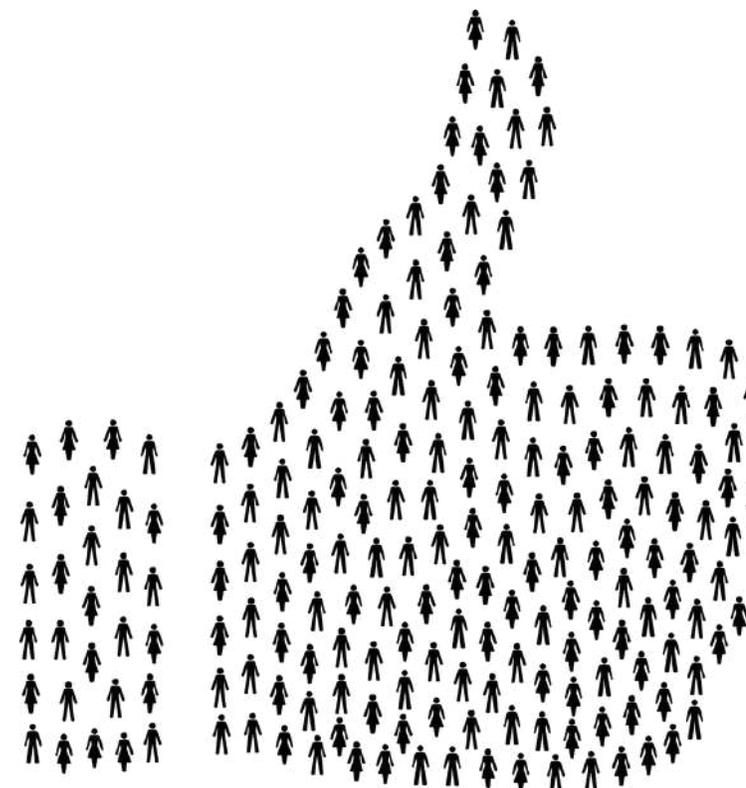
- Dar prioridad y fomentar la adquisición de productos artesanales o alimenticios locales, fabricados de manera sostenible y proporcionar información a los visitantes sobre los mismos o las formas de adquirirlos.
- Vender productos locales en el establecimiento.
- Contar con empresas de servicios locales, que propicien relaciones ganar – ganar.

1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.4 TRABAJAR CONJUNTAMENTE CON LOS AGENTES DEL TERRITORIO

2. Realizar acciones conjuntas con otros agentes.

- Realización de famtrips y presstrips con empresas locales en temporada baja.
- Colaborar con las entidades de promoción turística públicas y público-privadas.
- Establecer acuerdos con otras empresas para coordinar periodos y horarios de apertura, buscando el beneficio conjunto.
- Compartir experiencias con otras empresas y fomentar el intercambio de buenas prácticas, como forma de promocionar nuestro saber hacer y nuestra política sostenible.
- Formar parte de asociaciones empresariales locales que apoyen y ayuden a la dinamización del territorio (Asociación de turismo de Tajo Internacional-Sierra de San Pedro, Asociación de turismo Tajo-Salor-Almonte...).
- Establecer convenios con empresas de gastronomía locales para ofrecer gastronomía sana local.



1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.4 TRABAJAR CONJUNTAMENTE CON LOS AGENTES DEL TERRITORIO

3. Recomendar a los clientes de actividades, entornos y empresas locales.

- Proporcionar información a los clientes sobre otras empresas turísticas de la zona, centros de interpretación, actividades singulares, artesanos o fábricas de productos agroalimentarios.
- Recomendar a los clientes la visita a los distintos pueblos de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional, especialmente a los lugares con menos actividad

4. Contratar personal local.

- Ayudar a los jóvenes a complementar su formación con prácticas remuneradas y becas en la empresa.
- Contratación de población de la zona con el fin de ayudar a evitar la despoblación.
- Contratación de personal en riesgo de exclusión.

5. Colaborar con entidades con fines sociales.

- Síndrome de Down.
- Otros colectivos como ASINDI o AIDIM, que realizan una notable labor de integración de discapacitados en la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional

1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.5 ADOPTAR Y COMUNICAR UNA POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD



1. Adoptar una política de sostenibilidad.

- El primer paso para avanzar hacia una mayor sostenibilidad en nuestra empresa es adoptar una política de sostenibilidad que aborde las distintas dimensiones (social, medioambiental, cultural, económica, ...).

2. Llegar a acuerdos con otras empresas.

- Trabajar con otras empresas con políticas de sostenibilidad similares para promocionar nuestros servicios mutuamente.

3. Compartir nuestras experiencias en “Desarrollo Sostenible”.

- Es necesario comunicar en redes sociales y en nuestra propia página web el desarrollo sostenible al que la empresa está contribuyendo para difundir esta política y asociar nuestra empresas o entidad con esta imagen de sostenibilidad.

1. MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA Y SU CONEXIÓN CON EL TERRITORIO

1.5 ADOPTAR Y COMUNICAR UNA POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

4. Difundir campañas que respeten la conservación del patrimonio cultural.

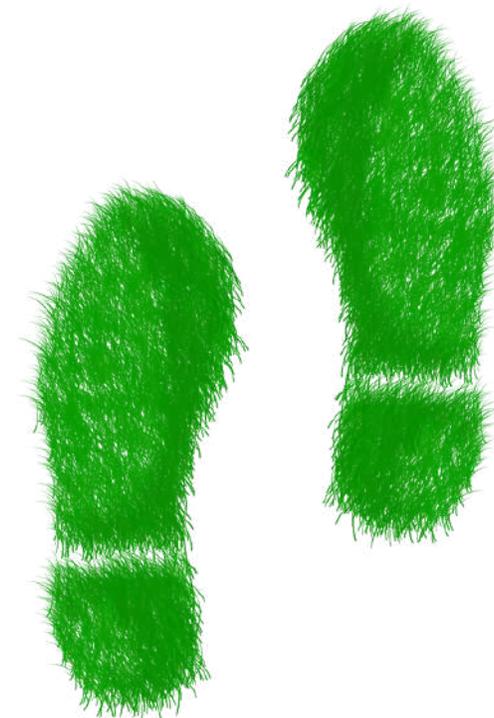
- Dentro de la vertiente cultural de la sostenibilidad, la conservación y protección del patrimonio cultural del territorio es uno de los pilares del turismo sostenible. Demos a conocer nuestro patrimonio y fomentemos también su conservación.

5. Participar en ferias y congresos profesionales.

- Como forma para compartir experiencias con otros agentes que nos permitirán mejorar la sostenibilidad de nuestra propia empresa.

6. Ofrecer charlas en colegios e institutos.

- La sensibilización de la población local, en especial de colectivos como los jóvenes y los niños, es vital para conseguir un destino turístico sostenible.



A photograph of a deer with large, dark antlers standing in a field of tall, golden-brown grass. The scene is set under a large, gnarled tree with thick branches, and the background is filled with more trees. The lighting is warm and golden, suggesting a sunset or sunrise. A semi-transparent white banner is overlaid across the middle of the image, containing the text.

2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.1 CONSUMO RESPONSABLE



1. Marcar un objetivo de reducción de compras de productos desechables/consumibles y realizar seguimiento.

- Compra de lo justo y necesario, priorizando productos locales, productos frescos, a granel y con el menor envase posible.
- Priorización del uso de materiales biodegradables en la creación de obsequios para clientes.
- Adquisición de productos tecnológicos reacondicionados por empresas locales.

2. Contratar proveedores que llevan a cabo una gestión sostenible de su empresa.

- Contratación de proveedores que estén sensibilizados con el medio ambiente y priorizar alianzas con colaboradores con políticas de cero residuos.

2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.1 CONSUMO RESPONSABLE

3. Donar de alimentos sobrantes a empleados o a alguna organización social.

- Realizar un convenio con alguna organización local para la recogida de alimentos sobrantes.
- Establecer un sistema por el cual los alimentos sobrantes se repartan entre los empleados.



2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.2 POTENCIAR LA RESERVA DE LA BIOSFERA

1. Poner en valor nuestro singular entorno natural y la biodiversidad.

- Dar a conocer la biodiversidad y el patrimonio natural más destacable del territorio, siempre que sea posible, como por ejemplo: el monumento natural de La Data, el Parque Periurbano de la charca de Brozas, la Sierra de San Pedro...
- En las visitas, crear momentos para observar la biodiversidad, y para el descanso en el entorno natural.
- Crear momentos para picnic, almuerzos, meriendas, observación del paisaje.
- Utilizar los miradores para obtener vistas panorámicas de los diversos paisajes que nos ofrece la Reserva de la Biosfera: la Carrasquera, Las Viñas, el Balcón del Mundo, Casa Miñola...
- Disfrutar de los caminos y senderos para recorrer el entorno, ya sea andando o en cualquier medio de transporte sostenible (bicicletas, vehículos eléctricos, etc.): la Vía de la Estrella, el Camino natural del Tajo, la Cañada Real de Gata, el Molino de la Negra...



2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.2 POTENCIAR LA RESERVA DE LA BIOSFERA



2. Poner el valor en valor otros valores del territorio, como la fusión de culturas, riqueza patrimonial y gastronómica, y maneras de sentir y vivir.

- Dar a conocer la relación del modo de vida local con el paisaje.
- Potenciar las figuras de Parque natural Internacional y Reserva de la Biosfera Transfronteriza por su excepcional patrimonio natural y cultural, representando uno de los retos más ambiciosos para la conservación en la Península Ibérica.
- Contribuir a la difusión de los valores naturales, además de los culturales, estéticos y científicos, reconocidos por la sociedad y respaldados por una norma legal.

2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.3 CONTRIBUIR A LA CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

1. Protección y conservación de la fauna y vegetación autóctonas en nuestras instalaciones.

- Identificar los recursos naturales de nuestro entorno y desarrollar medidas específicas para protegerlos y conservarlos.
- Disponer de material informativo sobre senderos y rutas y lugares para visitar en el entorno de su establecimiento, sin necesidad de utilizar el vehículo privado.
- Conservación de los espacios verdes con valores naturales y favorecemos su conectividad: La biodiversidad y la funcionalidad de los ecosistemas.
- Somos respetuosos con nuestros caminos y rutas sin asfaltar.
- Colaboración con asociaciones locales para la conservación y reforestación de zonas verdes con especies autóctonas (encina, alcornoque, madroño, brezo...).
- Organización de jornadas de recogida de residuos y plástico.
- Facilitación de información sobre la Reserva de la Biosfera a los visitantes.



2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.3 CONTRIBUIR A LA CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD



2. Evaluación del estado de la relación entre la empresa y la biodiversidad: Dependencia e impacto de la empresa respecto a la biodiversidad.

- Definir un plan de acción con objetivos realistas y medibles para conservar la biodiversidad.
- Designar en la empresa un interlocutor responsable de la consecución de los objetivos.
- Informar a los proveedores de los objetivos de la empresa en el ámbito de la biodiversidad y apoyarles a que integren progresivamente dichos objetivos.

3. Colaboración con ONGs y asociaciones.

- Explorar las posibilidades de cooperación en este ámbito con instituciones científicas, ONGs o instituciones gubernamentales.

2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.4 AHORRO DE ENERGÍA

1. Estudiar nuestras instalaciones.

- Estudiar la eficiencia energética del edificio y/o instalaciones: revisar técnicas de construcción, aislamiento, sistemas de climatización, maquinaria, etc., para identificar mejoras energéticas.

2. Adaptar las instalaciones.

- Instalación de sistemas de indicadores y monitorización el consumo de energía con el objetivo de tener un punto de partida y medición de la evolución.
- Cambio de bombillas tradicionales por bombillas LED.
- Elección y cambio de electrodomésticos de larga duración y energéticamente eficientes.
- Instalación de mecanismos que generen energía verde en la medida de lo posible.
- Instalación de sensores de movimiento en las salas que formen parte de recorrido de la visita que controlen el encendido de las luces y disminuyan el derroche energético.
- Instalación de un sistema de calefacción sostenible como pueden ser las calderas de biomasa.



2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.4 AHORRO DE ENERGÍA

BOMBILLAS LED



SENSORES DE MOVIMIENTO



CALEFACCIÓN BIOMASA



2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.4 AHORRO DE ENERGÍA



3. Concienciar al personal del ahorro energético.

- Formación del personal en buenas prácticas de ahorro de energía.
- Cartelería que fomente el ahorro de energía cerca de interruptores o electrodomésticos.

4. Priorizar el uso de infraestructuras e instalación con menor gasto energético.

5. Contratación de proveedores de energía verde.

- Solar, térmica, eólica etc.
- Seleccionar preferentemente proveedores que garanticen que la energía suministrada es renovable, evitando la energía procedente de combustibles fósiles.

2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.5 AHORRO DE AGUA

1. Calcular la huella hídrica e implementar programas de uso eficiente del agua.

- La huella hídrica es el volumen total de agua dulce utilizada para la producción de servicios y bienes en una empresa.
- Su cálculo nos puede dar una visión cercana de en que punto estamos respecto al desperdicio de agua y a partir ahí, implementar medidas que nos ayuden a realizar un uso mucho más eficiente de ella.

2. Instalar dispositivos para el ahorro de agua.

- Medidores de consumo de agua.
- Depósitos de captación de agua para su reutilización en tareas de limpieza o en sanitarios.
- Sensores en los grifos que eviten el desperdicio de agua.
- Difusores situados en los grifos que creen la ilusión de una mayor cantidad de agua.
- Inodoros con doble cisterna.



2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.5 AHORRO DE AGUA

3. Llevar a cabo acciones dentro de la actividad diaria.

Son muchas las acciones que se pueden llevar a cabo durante la actividad turística diaria de una empresa turística para ahorrar agua. En este punto proponemos algunas:

- Uso del lavavajillas al final de la jornada de visitas y no varias veces entre las visitas.
- Ofrecer a clientes y empleados agua no embotellada mediante dispensadores de agua y recipientes de materiales reciclables o biodegradables.
- En el caso de disponer de jardín establecer un sistema de riego optimizado para el aprovechamiento del agua.
- Disponer de protocolos y medios para evitar la contaminación del agua durante la realización de las actividades.

4. Sensibilizar a los empleados en el uso eficiente de agua.

- Establecimiento de incentivos para los trabajadores con el fin de reducir el uso de agua.
- Cartelería de uso responsable del agua.
- Realización de talleres dando importancia al eficiente uso del agua.

2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.5 AHORRO DE AGUA

GRIFOS CON SENSOR



DISPENSADORES DE AGUA PARA CLIENTES Y TRABAJADORES



DOBLE CISTERNA EN INODOROS



2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.6 POTENCIAR LA MOVILIDAD SOSTENIBLE



1. Fomentar los desplazamientos sostenibles de los trabajadores al lugar de trabajo.

- Incentivar el uso de vehículos no contaminantes (bicicleta, patines eléctricos, etc.) adecuando el entorno natural con un carril bici y creando de un aparcamientos específicos para este tipo de vehículos en las instalaciones de las empresas.
- Apoyar y facilitar que se compartan coches entre compañeros mediante la organización de horarios intentando en la medida de lo posible cuadrar las horas de entrada y salida de los empleados que vivan en los mismos municipios.

2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.6 POTENCIAR LA MOVILIDAD SOSTENIBLE

- Creación de una serie de incentivos, como promociones, descuentos u otro tipo de obsequios para aquellos trabajadores que se desplacen al trabajo de forma sostenible.
- Destacar, en la web, rutas y opciones para descubrir su zona sin necesidad de vehículo: paseos y senderismo combinados con el uso de transporte público.
- Informar de rutas a pie (en el caso de que las haya) para llegar a la empresa.



2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.6 POTENCIAR LA MOVILIDAD SOSTENIBLE



2. Potenciar los desplazamientos sostenibles en el caso de los clientes.

- Realizar acciones de marketing en las cuales se promoció el hecho de acudir a las actividades realizadas en la empresa mediante vehículos compartidos o sostenibles (bicicletas, coches eléctricos etc.).
- Otorgar a aquellos turistas que acudan a la empresa en vehículos sostenibles algún tipo de descuento u obsequio.
- En el caso de los alojamientos, ofrecer servicios especiales para ciclistas y senderistas: taller con herramientas para arreglar bicicletas, garaje, servicio de lavandería, etc.

2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.7 GESTIÓN DE RESIDUOS

- 1. Establecer un sistema de medición de residuos generados a la vez que contratar un gestor de residuos autorizados.**
- 2. Utilizar distintos contenedores.**
 - Poner a disposición tanto de los clientes como del personal distintos contenedores en los que depositar los distintos tipos de residuos.
- 3. Formar a los empleados para la correcta identificación y manipulación de los residuos peligrosos.**
 - Cartelería con las indicaciones del correcto reciclaje junto a los puestos de reciclaje.



2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.7 GESTIÓN DE RESIDUOS



4. Reutilizar aquellos residuos que lo admitan (embalajes, palets, etc.).

- Reciclaje de cartón, papel, plásticos y vidrios.
- Aprovechar aquellos materiales o elementos que puedan tener más de un uso: palets como bancos o estanterías, botellas de cristal como floreros, cajas de madera como estanterías, tarros de cristal como maceteros, latas como organizadores de material de oficina, etc.

5. Disminuir la cantidad de residuos o el volumen de estos.

- Mejorar los procesos empleando tecnologías limpias.
- No utilizar materias primas innecesariamente para no generar residuos.

2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.7 GESTIÓN DE RESIDUOS

**DISTINTOS CONTENEDORES
PARA CLIENTES Y
TRABAJADORES**



**REUTILIZAR BOTELLAS DE
CRISTAL COMO FLOREROS**



**REUTILIZAR PALETS DE MADERA
COMO BANCOS**



2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.8 MINIMIZAR LA CONTAMINACIÓN

1. Medir, reducir y compensar la huella de carbono de la empresa.

- Especialmente relevante en empresas que cuentan con vehículos propios.
- Facilitar al cliente que pueda medir la huella de carbono del servicio disfrutado.
- Compensar de la huella de carbono mediante la compra de bonos de compensación o la plantación de árboles.

2. Promover formas de movilidad sostenibles.

- Fomentar el uso de medios de transporte sostenibles, tanto por parte del personal como del visitante (descuentos o tarifas especiales para clientes, recomendaciones para utilizar lo mínimo el vehículo privado, etc.).

3. Reducir la contaminación lumínica para evitar un impacto en el paisaje y la fauna de la Reserva.



2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.9 GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL



La **Gestión Ambiental** es una herramienta que permite que se controlen todos los aspectos que pueden minimizar e incluso eliminar todos los impactos que generen las actividades llevadas a cabo por la organización.

Los Sistemas de Gestión Ambiental pueden ser de Formales (**ISO14001**) o Informales (realizar un programa interno con el que se consiga reducir los desechos, o bien los medios no documentados mediante los que la organización gestiona la interacción que tiene con el medioambiente).

En cualquier caso los objetivos de las acciones que se lleven a cabo en el marco de esta gestión ambiental son:

- Mejorar el cumplimiento de la normativa en relación con el medio ambiente.
- Identificar, prevenir y controlar los impactos ambientales que generan las actividades, servicios y productos que lleva a cabo la organización.
- Fijar políticas ambientales, que faciliten el alcance de los objetivos ambientales.
- Mejorar las relaciones con las partes interesadas.

2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.9 GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

1. Elaborar material informativo sobre gestión ambiental.

- Desarrollar materiales (folletos, flyers, soportes digitales que enviar a través de correo electrónico o que publicar en la intranet, etc.) con la finalidad de informar al personal sobre distintos temas vinculados con la gestión medioambiental en la empresa (agua, energía, residuos, contaminación, consumo responsable, minimización de impactos de la actividad, etc.).

2. Realizar campañas/jornadas de sensibilización ambiental dirigidas al personal de la empresa.

3. Implicar a los clientes en la gestión ambiental.

- Desarrollar materiales explicativos de la importancia de la gestión ambiental.
- Explicaciones del personal, como guías turísticos, sobre el tema y la forma en la que la empresa lo gestiona.



2. MEJORAR EL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL

2.9 GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL



4. **Recoger la basura o residuos que se encuentran durante la realización de las actividades de la empresa.**
5. **Desarrollar un plan de movilidad sostenible.**
 - Debe incluir criterios de sostenibilidad de cara a los desplazamientos del personal de la empresa al lugar de trabajo.
6. **Comunicar el compromiso de la empresa con la sostenibilidad.**
 - Informar tanto a los clientes actuales como a los potenciales (promoción, acciones de marketing, etc.) para asociar la imagen de la empresa a la sostenibilidad y el respeto por el medioambiente.

A close-up photograph of a person's hand touching a stone wall. The wall has a white plaster patch on the left side. The person is wearing a teal jacket. The background is slightly blurred, showing a wooden door and a window.

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.1 POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL

El territorio de la Reserva de la Biosfera Transfronteriza de Tajo Internacional ha sido durante muchos años una tierra de transición, habiendo sido poblado por numerosas culturas que han dejado su huella en la historia y tradición de sus pueblos y sus gentes.

Así mismo, el territorio atesora un rico patrimonio cultural, herencia de los distintos pueblos que lo habitaron a lo largo de la Historia, que merece ser descubierto por cualquier visitante a la Reserva del Tajo Internacional.

Destacan una serie de municipios declarados Conjuntos Históricos (Alcántara, Brozas y Valencia de Alcántara) cuya visita es imprescindible por su rico y variado patrimonio histórico y artístico, asociado a la Orden militar de Alcántara; la singular cultura megalítica presente en el territorio, estando reconocido el foco alentejano-extremeño como una de las mejores concentraciones de este megalitismo europeo; o las numerosas huellas de cultura sefardí que se pueden encontrar en la zona fronteriza conocida como La Raya, destacando las de los municipios de Valencia de Alcántara, Alcántara y Castelo de Vide por su singularidad.



3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.1 POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL



1. Fomentar la promoción de la cultura y del patrimonio local.

- Informar y dar a conocer la cultura local del territorio en las actividades que se organizan en el territorio: conjuntos históricos, fortalezas templarias, ciudades y puentes romanos, huellas prehistóricas, barrios judíos...
- Adoptar públicamente un compromiso con iniciativas locales de conservación patrimonial.
- Llevar a cabo mensajes de sensibilización a través de los cuales se solicite el respeto de la cultura y costumbres locales.
- Exponer en nuestras instalaciones obras de artistas locales.
- Disponer en nuestras instalaciones de información sobre las tradiciones del lugar.
- Organizar y promocionar eventos que difundan el patrimonio cultural.
- Mostrar la cultura del destino evitando caer en estereotipos y siendo auténticos.

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.1 POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL

2. Disponer de un catálogo del patrimonio cultural del territorio a disposición de los clientes.

- Elaborar un catálogo que recoja los principales recursos patrimoniales de interés del territorio.
- Disponer del catálogo en nuestra empresa para poder ofrecérselo a los visitantes y animarles con ello a conocer la riqueza cultural y patrimonial del destino.
- Distribuir información sobre diferentes lugares de interés turístico, presentando nuestra oferta patrimonial como una oferta diversa para evitar la masificación en ciertos puntos y ciertos momentos del año.



3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.2 DIFUNDIR LOS OFICIOS Y TRADICIONES



Las tradiciones, oficios, y usos son, junto a su rico patrimonio material y su singular paisaje, las señas de identidad cultural de la Reserva de la Biosfera Transfronteriza Tajo Internacional, y uno de sus principales atractivos turísticos. Por lo que, sin duda, merecen ser potenciadas y presentadas a los visitantes como uno de los argumentos principales para conocer y disfrutar de este destino único.

El rico patrimonio inmaterial del territorio, compuesto por numerosos oficios, fiestas o celebraciones que se distribuyen a lo largo y ancho de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional, se presenta como una forma ideal de conocer la esencia e identidad del territorio. De esta forma, debe ser puesto en valor para conseguir una mejor y mayor transmisión de la identidad cultural del mismo a través de acciones como las que se presentan a continuación.

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.2 DIFUNDIR LOS OFICIOS Y TRADICIONES

1. Colaborar con asociaciones y artesanos locales.

- o La artesanía de algunas de las zonas de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional puede mejorar su puesta en valor si las empresas del territorio llevan a cabo acciones de colaboración con asociaciones o artesanos locales. De esta forma, se transmitirá al visitante uno de los valores más característicos de la cultura del territorio.

2. Participar en actividades locales relacionadas con la difusión de los oficios.

- o Nuestra empresa debe participar o, en caso de que por su tipo de actividad no sea posible, promocionar actividades orientadas a difundir los oficios locales, tales como la saca del corcho, la forja artística o la creación de instrumentos musicales.



3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.2 DIFUNDIR LOS OFICIOS Y TRADICIONES

3. Hacer partícipes a los turistas de las tradiciones de la zona en la que se encuentre situada el negocio.

- Debemos ser conscientes de las tradiciones más relevantes y atractivas de nuestro entorno para, bien ofrecer al visitante actividades basadas en ellas, o bien promocionarlas: el torcido del cordón, el festival de teatro de Alcántara, los mayos de Valencia de Alcántara, la pela del potro en Mata, el festival templario de Monsanto...

4. Fomentar y promocionar los usos y tradiciones del territorio: fiestas, ritos, leyendas, historia, tradiciones, etc.

- La importancia de nuestro patrimonio inmaterial explica la necesidad de mejorar su promoción.
- Disponer de soportes promocionales que expliquen los usos y tradiciones del territorio.
- Aconsejar al visitante la realización de actividades basadas en la difusión de este patrimonio inmaterial o la participación en determinadas celebraciones populares (Día de Enfariñar, carnavales, sarapatel, etc.).

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.2 DIFUNDIR LOS OFICIOS Y TRADICIONES

- 5. Incluir en los discursos de las actividades referencias a las tradiciones y oficios locales.**
- 6. Realizar colaboraciones con el fin integrar en actividades de ámbito especial demostraciones de las tradiciones y/o de algún oficio típico de la zona.**
 - Con el objetivo de fomentar la difusión de las tradiciones y los oficios del territorio, se deberían desarrollar actividades en las que se incluyera alguna demostración de oficios o tradiciones típicos como la saca del corcho, el bordado tradicional o la creación de productos de forja artística.
- 7. Incluir productos de artesanía y locales en las actividades.**
 - Presentar a los visitantes productos artesanales locales en las actividades realizadas en el territorio.
 - Obsequiar a los turistas con algún producto de artesanía vinculado a la identidad cultural del destino a modo de souvenir.



3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.3 GESTIONAR SU ESTABLECIMIENTO RESPETANDO EL ENTORNO LOCAL



1. Establecer la empresa o actividad en edificios restaurados que respeten la arquitectura tradicional.

- En el caso de empresas cuyas instalaciones se encuentren en municipios o núcleos de población, especialmente en los cascos urbanos reconocidos como conjunto-histórico.
- En el caso de empresas que se ubiquen en el entorno natural del territorio, deben establecerse en edificios que respeten lo máximo posible su entorno y que tengan un impacto mínimo en el mismo.

2. En el caso de no poder establecerse en un edificio restaurado y tener que realizar uno de nueva construcción, que su arquitectura sea acorde a la tradicional del entorno.

- Al igual que en la acción anterior, en el caso de las empresas ubicadas en núcleos de población, sus instalaciones deben respetar la arquitectura de los mismos. Mientras que las ubicadas en el entorno natural deben crear sus instalaciones respetando al máximo el entorno que les rodea.

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.3 GESTIONAR SU ESTABLECIMIENTO RESPETANDO EL ENTORNO LOCAL

3. Los espacios exteriores de su establecimiento deben reflejar el paisaje autóctono del espacio natural protegido.

- Las empresas ubicadas en el entorno más natural del espacio protegido deberán crear o transformar sus instalaciones en consonancia con el paisaje autóctono del mismo.

4. Sustituir elementos artificiales o extraños de sus edificaciones por otros naturales y autóctonos.

- Los materiales de construcción deben ser lo menos extraños posible en relación con el entorno natural que rodea las instalaciones (tejas, piedra, forja, cal, etc.).
- Colores poco llamativos, que se camuflen de forma adecuada con el paisaje y no produzcan demasiado impacto visual.



3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.4 FOMENTAR UN CONSUMO RESPONSABLE Y UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE



- 1. Efectuar recomendaciones sobre el consumo responsable de bebidas alcohólicas.**
- 2. Proponer alternativas al consumo de bebidas de alta graduación.**
 - Aprovechar las actividades realizadas en el territorio para recomendar el consumo de bebidas alternativas, e incluir el consumo de las mismas en aquellas actividades con tintes gastronómicos, que incluyan una degustación o cata.
- 3. Fomentar la dieta mediterránea, reconocida por su carácter saludable.**
 - Ofrecer un mayor número de elaboraciones típicas de la dieta mediterránea en los bares y restaurantes, al igual que en los servicios de restauración de los alojamientos.
 - Vincular la gastronomía tradicional de la zona con dieta mediterránea: pescados como la tenca o el bacalao, carnes saludables como el cordero, la ternera o el cerdo ibérico, aceite de oliva, miel y quesos artesanos...

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.4 FOMENTAR UN CONSUMO RESPONSABLE Y UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE

4. Empleo de productos frescos y naturales, preferiblemente de temporada, evitando procesados.

- Las empresas deben utilizar productos de cercanía, frescos y naturales, preferiblemente de temporada
- De esta forma, además de fomentar la alimentación saludable, evitando procesados, se potenciará la puesta en valor de los productos gastronómicos del territorio.

5. Recomendar una alimentación sana y equilibrada a través de nuestras propuestas gastronómicas.

- Desarrollar propuestas gastronómicas sanas y equilibradas, que contribuyan a fomentar la alimentación saludable de los visitantes.



3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.4 FOMENTAR UN CONSUMO RESPONSABLE Y UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE



7. Crear tapas más saludables con un mayor porcentaje de verdura y productos frescos en ellas.

- Debemos enriquecer la oferta gastronómica de nuestra empresa creando tapas saludables basadas en productos frescos y, a ser posible, de cercanía.

8. Incentivar la compra de productos frescos y de la huertas de la zona en la que se encuentre el negocio.

- Se debe dar prioridad a la compra de productos frescos de la zona para la elaboración de la oferta gastronómica de nuestra empresa, fomentando así la puesta en valor de los mismos y la sostenibilidad económica y ambiental.

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.5 FOMENTAR PRÁCTICAS SALUDABLES

1. Incluir en nuestra oferta actividades físicas saludables.

- Diversificar nuestra oferta de actividades incluyendo experiencias como paseos en bicicleta, rutas de senderismo, a caballo, etc.

2. Evitar actividades sedentarias y orientadas únicamente al consumo de alimentos y el reposo.

- En línea con la acción anterior, se debe promover un mayor número de actividades en el territorio que no se limiten a la contemplación del paisaje acompañada de consumo de alimentos, sino que supongan actividad física en la naturaleza.

3. Patrocinar actividades deportivas.

- En el caso de que, por nuestro tipo de actividad, no nos sea posible llevar a cabo las acciones anteriores, se deben promocionar o patrocinar este tipo de actividades físicas.



3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.6 APOYAR LAS CAUSAS LOCALES



1. Participar en causas locales como empresa colaboradora.

- Apoyar económicamente proyectos locales a través de donaciones, patrocinios o en especie, cediendo sus espacios o instalaciones.
- Colaborar divulgando la cultura, historia y tradiciones locales con distintas asociaciones.

2. Realizar actividades solidarias con el fin de recaudar fondos para alguna causa.

- Llevar a cabo acciones (actividades turísticas, organización de eventos, etc.) que permitan recaudar fondos para causas diversas: mejora del medioambiente, comedores sociales, colectivos en riesgo de exclusión, etc.

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.6 APOYAR LAS CAUSAS LOCALES

3. Hacerse miembro de una asociación local.

- Especialmente relevante si la asociación está orientada a la conservación de los valores naturales y culturales del espacio.

4. Llevar a cabo acciones para la conservación del entorno.

- La empresa, de forma habitual o puntual, lleva a cabo proyectos o acciones con el objetivo de conservar los valores naturales y culturales de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional (por ejemplo el proyecto “Libera” que se coordina con el CI del Tajo Internacional en Alcántara).

5. Animar a nuestros clientes a contribuir a las causas locales (voluntariado, donaciones, etc.).



3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.7 APOYAR LA CONSERVACIÓN Y LA PUESTA EN VALOR DE LA CULTURA LOCAL



1. Realizar campañas de información en centros educativos y culturales.

- Con la finalidad de acercar el patrimonio a estudiantes y adultos, y otorgar la oportunidad de que se conozca.
- Sensibilizar a estos colectivos sobre la importancia de nuestro patrimonio y su conservación, como parte de la vertiente cultural y social de la sostenibilidad.

2. Difundir el patrimonio y la cultura local en los canales de comunicación digital de la empresa.

- El patrimonio de nuestro territorio es uno de los argumentos principales que justifican su visita, por lo que es prioritario comunicarlo a través de nuestros canales de comunicación.
- Apartados dedicados al patrimonio y la cultura de nuestro entorno en nuestra página web.
- Entradas sobre la importancia de nuestro patrimonio, cultura y su conservación en nuestro blog, en caso de que tengamos uno.

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.7 APOYAR LA CONSERVACIÓN Y LA PUESTA EN VALOR DE LA CULTURA LOCAL

3. Apoyar a las asociaciones locales dedicadas a la conservación de la cultura local.

- Participar en actividades, encuentros, etc. Organizados por estas asociaciones.
- Promocionar y difundir su labor a través de nuestros canales de comunicación.

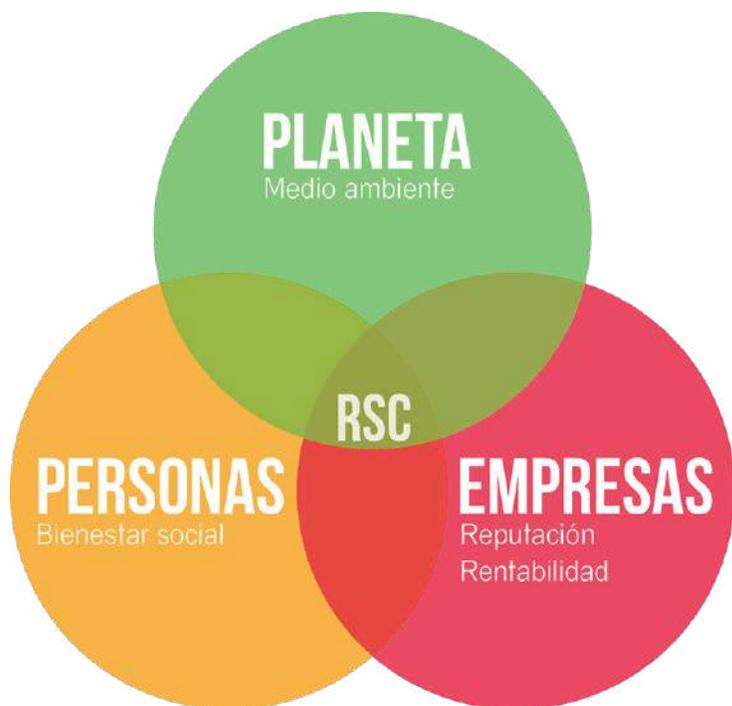
4. Hacer convenios y desarrollar actividades con estas entidades.

- Colaborar con las asociaciones en determinadas actividades que generen sinergias para ambos.



3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.8 ADOPTAR UNA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)



La inversión en Responsabilidad Social Corporativa puede ayudar a construir una reputación a la empresa como un negocio sostenible, que puede, a su vez, conducir a una ventaja competitiva.

1. Desarrollar o apoyar proyectos educativos.

2. Colaborar de forma activa con ONGs.

- Acciones de colaboración con asociaciones o ONG's, preferiblemente de carácter local: para promover cambios a nivel local, para desarrollar conjuntamente proyectos que aporten un valor social, etc.

3. Apoyo a proyectos culturales y deportivos.

- Llevar a cabo acciones de apoyo a proyectos culturales y/o deportivos puede ser una forma de poner en valor la cultura del territorio y apoyarla económicamente.

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.8 ADOPTAR UNA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

4. Políticas de conciliación de la vida laboral y familiar.

- Horario flexible y/o jornada intensiva cuando el empleado lo necesite.
- Organización de los turnos de trabajo teniendo en cuenta las necesidades y sugerencias del equipo.
- Priorizar el tiempo libre y el descanso frente a la compensación económica ante posibles horas extra.

5. Tener en cuenta a los colectivos sociales desfavorecidos.

- Acuerdos de colaboración con asociaciones u ONG's, como Cáritas y Cruz Roja, para la contratación de personal o estudiantes en prácticas de colectivos en riesgo de exclusión social.

6. Gestión ética enfocada a la mejora de la situación de los empleados.

- Cumplimiento de PRL y formación continuada.
- Acuerdos con empresas (balnearios, etc.) para mejorar la salud de los empleados.



3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.8 ADOPTAR UNA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)



7. Políticas de igualdad y apoyo víctimas de violencia de género.

- Políticas de conciliación laboral equitativas para hombres y mujeres.
- Distribución por géneros equitativa de los puestos directivos y de los distintos departamentos.
- Establecer protocolos de cara a la identificación de situaciones de violencia de género.
- Apoyo a las víctimas de violencia de género y remisión a los servicios de apoyo y asistencia a las víctimas.

8. Transparencia en la toma de decisiones.

- Transparencia en la información (por ejemplo a través de la intranet de los empleados) y consenso en la toma de decisiones, a través de reuniones semanales entre el equipo, entre otras acciones.
- Tener en cuenta las sugerencias de los empleados para la toma de decisiones (Buzón de sugerencias).

3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.8 ADOPTAR UNA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

9. Políticas medioambientales.

- Reciclar el papel y otros materiales similares que se utilizan en la empresa.
- Educar y formar de forma continua a los trabajadores en las prácticas medioambientales.
- Evitar imprimir documentos que no son necesarios.
- Reducir el impacto ambiental de nuestra empresa: calefacción, luz, agua, aire acondicionado y transporte.
- Promover actividades de *teambuilding* en la empresa que contribuyan a la conservación del medioambiente, como recogida de basura en el espacio natural protegido.
- Llevar a cabo acciones encaminadas a adaptar la política de la empresa al cumplimiento de los ODS.



3. POTENCIAR LA CULTURA Y EL PATRIMONIO LOCAL Y SU RELACIÓN CON LA SOCIEDAD

3.8 ADOPTAR UNA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

EJEMPLO DE MENSAJE PARA EVITAR IMPRIMIR DOCUMENTOS INNECESARIOS



Cuida del medio ambiente.
Imprime en blanco y negro y sólo si es necesario.

A white boat with a red hull is moving on a river, leaving a wake. The boat has a cabin and a mast with flags. The background is a lush, green forested hillside. The text is overlaid on a semi-transparent white banner.

**4. POTENCIAR EL DESARROLLO
ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL
TERRITORIO**

4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

4.1 CREAR SERVICIOS DE MAYOR VALOR AÑADIDO



1. Crear productos de un mayor importe.

- El importe refleja el valor del producto o servicio prestado al cliente, lo que supone que si la empresa crea productos de mayor valor añadido para ellos se deberá fijar un importe mayor que para el resto.

2. Crear servicios con un mayor valor añadido para el cliente.

- Servicios que generen más satisfacción gracias a la adición de alguna característica extra.
- Servicios que superen las expectativas del cliente con respecto a ellos.
- Ofrecer servicios o productos difíciles de encontrar en otros destinos, aprovechando la singularidad de la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional.
- Momentos Wow, que el cliente recordará.

4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

4.1 CREAR SERVICIOS DE MAYOR VALOR AÑADIDO

3. Personalización de las actividades.

- Evitar la masificación de los grupos al realizar cualquier tipo de actividad, máxime en una situación como la actual en la que la distancia sigue siendo un factor muy relevante.
- Incluir detalles personalizados que hagan al turista sentirse parte de la experiencia. Esto supondrá una mayor satisfacción y, muy probablemente, la fidelización del cliente.

4. Cuidar de los detalles del servicio.

- Para aumentar el valor de los servicios prestados es necesario cuidar distintos aspectos con atención muy detallada: iluminación, limpieza, señalética, presentación, discurso, accesibilidad, materiales a utilizar durante la actividad, etc.



4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

4.2 GENERAR UNA RELACIÓN A LARGO PLAZO CON LA DEMANDA



1. Diseño de un plan de fidelización de clientes.

Los beneficios que un plan de fidelización de clientes puede tener para la empresa son los siguientes:

- Crecimiento de la empresa: los clientes fidelizados compran más y atraer a otros clientes, lo que permitirá el crecimiento de la empresa.
- Aumento de ingresos: el aumento de clientes supondrá un aumento de los ingresos.
- Mejora de la reputación de empresa: un cliente satisfecho hablará bien de su empresa, lo que mejorará la imagen o reputación de la misma.

2. Recogida de datos de los clientes.

- Recabar datos sobre los clientes que visitan o realizan actividades con la empresa con el fin de crear una base de datos en la empresa.

4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

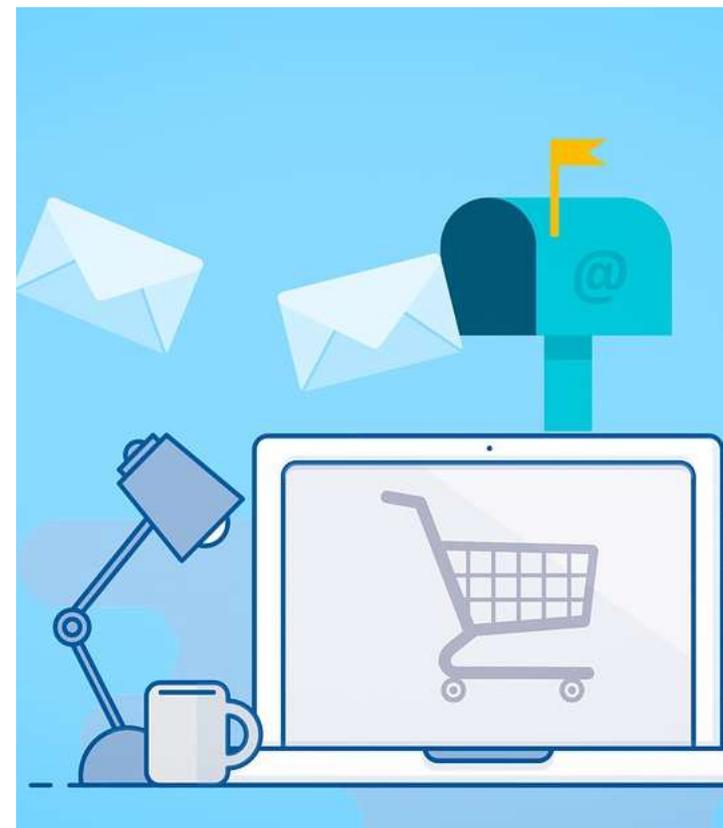
4.2 GENERAR UNA RELACIÓN A LARGO PLAZO CON LA DEMANDA

3. Email marketing.

- Realizar envíos de información y ofertas mediante el email marketing a aquellos clientes que hayan dado su consentimiento a la hora de dar sus datos a la empresa.
- De esta forma, se podrá mantener un contacto directo y recurrente con el cliente, haciendo que la empresa esté de forma continua en su mente.

4. Ofrecer algún tipo de beneficio/descuento a los clientes que den sus datos.

- Con el objetivo de recabar el mayor número de datos de clientes posible, para contar con una importante base de datos que permita, por ejemplo, realizar las acciones de email marketing inmediatamente arriba comentadas; se puede ofrecer algún tipo de incentivo (descuentos, bonos, regalos, etc.) para que nos den sus datos.



4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

4.2 GENERAR UNA RELACIÓN A LARGO PLAZO CON LA DEMANDA



5. Pedir feedback al cliente.

- Después de cada actividad o servicio prestado al cliente con el cliente se debe agradecer su visita y, además, animarle a que nos haga cualquier comentario de mejora.
- El feedback es una herramienta muy valiosa para conocer cómo es percibida la empresa por el mercado y para identificar cuáles son nuestros puntos fuertes y débiles.
- Gracias al análisis de esta información proporcionada por los clientes, la empresa tendrá la oportunidad de hacer cambios sobre aquellos elementos identificados como mejorables, consiguiendo así mejorar la satisfacción del visitante.

4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

4.3 GESTIONAR SU EMPRESA CON CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD

- 1. Establecer una tarifa de precios acorde a los gastos de cada una de las actividades.**
 - Llevar a cabo un escandallo de precios para identificar qué costes tiene el producto o servicio para la empresa.
 - En función de esta información, se debe establecer el precio del producto o servicio.
- 2. Gestionar la actividad turística como una unidad de negocio.**
- 3. Realizar un estudio de rentabilidad de las actividades.**
 - La empresa debe analizar cómo de rentable es cada una de las actividades de la misma y eliminar aquellas que no producen ningún tipo de beneficio.
- 4. Priorizar los servicios de mayor valor añadido.**



4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

4.4 FOMENTAR LA ECONOMÍA CIRCULAR

1. Reparar antes de tirar.

- Priorizar el reparar los productos tecnológicos y otros elementos (electrodomésticos, etc.) antes que remplazarlos por otros nuevos.
- En el caso de tener que deshacernos del producto, llevarlo al punto limpio más cercano.
- Comprobar las garantías de los productos y hacer uso de ellas.

2. Elegir elementos duraderos antes que desechables.

- Reemplazar útiles de usar y tirar por aquellos que aporten una mayor cantidad de usos.

3. Minimizar el consumo excesivo de recursos.

- Preparación de comidas que generen el menor número de residuos.
- Evitar la impresión de documentos priorizando su distribución telemática.
- Sustituir en la medida de lo posible las facturas en papel por documentos enviados directamente al email del cliente.
- Invertir en productos de segunda mano.



4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

4.5 INFLUIR EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS VIAJEROS Y LA SOCIEDAD LOCAL

1. Introducir en el discurso y en las actividades información sobre los beneficios del turismo.

- Fomentar la difusión de los aspectos positivos que la actividad turística tiene sobre los destinos turísticos y su vínculo con la sostenibilidad en todas sus vertientes.
- Pueblos con vida.
- Incremento de la actividad económica en las empresas del destino.
- Empleos dignos para la población local.
- Puesta en valor y aprovechamiento turístico de recursos singulares, como en nuestro caso el excepcional entorno de la Reserva de la Biosfera Transfronteriza del Tajo Internacional.



4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

4.5 INFLUIR EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS VIAJEROS Y LA SOCIEDAD LOCAL



2. Dar consejos sobre buenas prácticas en materia de sostenibilidad medioambiental y social.

- Favorecer las buenas prácticas en nuestros visitantes y en la población local.
- Explicaciones y consejos de los guías de las actividades.
- Desarrollar y/o distribuir documentos de buenas prácticas en el espacio natural protegido.

3. Apoyar desde la propia empresa causas locales mediante la recolecta de fondos.

- Como se ha comentado anteriormente, la colaboración con asociaciones y el apoyo a causas locales es una forma ideal de realizar nuestra aportación a la sociedad local.
- Además, es también una manera de influir en el comportamiento de la sociedad local y mejorar su percepción a cerca de la actividad turística.

4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

4.5 INFLUIR EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS VIAJEROS Y LA SOCIEDAD LOCAL

4. Establecer normas de comportamiento ambiental.

- Desarrollar normas o códigos de conducta con el objetivo de que la actividad y los clientes sean lo más respetuosos posible con el medioambiente y el entorno natural que nos rodea.
- Informar a los clientes de la existencia de dichas normas y la necesidad de cumplirlas.

5. Evaluar el impacto ambiental de nuestra actividad y desarrollar protocolos para eliminar los impactos más graves.

6. Ofrecer nuestras instalaciones para acoger eventos o actividades que se desarrollen en el municipio o por parte de la población local.

- Se trata de una forma idónea de aumentar el vínculo con el entorno y la población local, favoreciendo la sostenibilidad en su vertiente social.



4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

4.6 APOYAR LA ECONOMÍA LOCAL



1. Realizar las compras a comercios y empresas locales.

- En la medida de lo posible las compras que la empresa realice deberán hacerse a comercios o empresarios locales.
- Se trata de una forma de potenciar el desarrollo económico del entorno más próximo.

2. Contratar personal de la zona.

- Se debe priorizar la contratación de personas de la zona.
- Asimismo, se debe fomentar la contratación de personas en riesgo de exclusión.

4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

4.6 APOYAR LA ECONOMÍA LOCAL

3. Realizar convenios con escuelas y universidades locales para acoger a estudiantes de prácticas.

- Se recomienda llevar a cabo convenios con la Universidad de Extremadura y centros de estudio locales (IES San Pedro de Alcántara, IES Loustau Valverde, Escuela de Hostelería y turismo de Portalegre, Instituto Politécnico de Castelo Branco) para que estudiantes de la zona realicen sus prácticas empresariales en nuestra entidad.
- Esto puede favorecer una posterior contratación de algunos de los estudiantes, aumentando así el porcentaje de personal laboral de la empresa que reside en la zona.

4. Contribuir a la visibilidad de la localidad donde se encuentre la empresa.

- La empresa debe promocionar y difundir su entorno más próximo: patrimonio, usos y tradiciones, agenda de eventos de interés turístico, lugares en los que se pueden ver procesos de manufactura artesanal o de fabricación de productos agroalimentarios.

4. POTENCIAR EL DESARROLLO ECONÓMICO DE SU EMPRESA Y DEL TERRITORIO

4.6 APOYAR LA ECONOMÍA LOCAL



5. Incluir productos locales en la oferta de la empresa o en las actividades de la misma.

- En el caso de las empresas de restauración, incluir productos locales en su oferta gastronómica resaltando sus valores y la autenticidad y personalidad de la gastronomía tradicional del territorio: caza (venado, jabalí, liebre), pesca (tenca), carnes (ibérico, cordero, ternera), productos silvestres (espárragos, setas, criadillas), frutas (castaña, higos, almendras, granadas, membrillos).
- En el caso de las empresas de actividades, se pueden incluir estos productos locales en los picnics, degustaciones, etc. que se realicen durante las experiencias.
- Incluir en las actividades una parada en tiendas locales y mercados para que nuestros clientes puedan adquirir productos locales: miel, quesos, aceite de oliva, dulces tradicionales.

6. Incluir en las actividades visitas a lugares o empresas que pongan en valor los oficios y tradiciones del territorio.



BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD PARA LAS EMPRESAS DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA TAJO INTERNACIONAL

